

Секция «Журналистика»

Репрезентация сиротства как социальной проблемы на современном  
телевидении России

*Степанцова Татьяна Сергеевна*

*Студент*

*Южно-Уральский государственный университет, Факультет журналистики,  
Челябинск, Россия*

*E-mail: stepantsova\_t@mail.ru*

Проблема сиротства в России актуальна как никогда. На начало 2013 года в стране зарегистрировано около 700 тысяч детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Из них более 80% – при живых родителях. 3 миллиона являются беспризорниками. Эта проблема приобретает угрожающий характер в масштабах всего государства.

Телевидение, способное в силу ряда причин влиять на общество, формировать социальные взгляды и менять приоритеты, играет одну из главных ролей в освещении проблемы детского сиротства и беспризорности, но зачастую оно добивается обратного эффекта: вместо того, чтобы способствовать решению данной проблемы (так как полностью предотвратить ее невозможно, первоочередной задачей общества и государства по отношению к ней должна стать профилактика сиротства), телевидение создает ее негативный стереотип. Для предотвращения этого оно должно выполнять следующие задачи:

- 1) поддерживать и укреплять приоритетность статуса социально-здоровой семьи;
- 2) указывать номера телефонов и адресов людей, готовых заниматься данной проблемой;
- 3) транслировать социальную рекламу с целью пристроить ребенка в новую семью;
- 4) создавать устойчивые связи в сознании людей между истоками проблемы (социальным сиротством) и ее последствиями (детской и подростковой преступностью);
- 5) транслировать социально-рекламные ролики по вопросам предупреждения безнадзорности, правонарушений и защиты прав несовершеннолетних, профилактике алкоголизма, жестокого обращения с детьми;
- 6) формировать образа родителя сироты не как уголовника-алкоголика, а человека, находящегося в трудной жизненной ситуации, нуждающегося в помощи;
- 7) также следует постараться изменить имидж детских домов, школ-интернатов, специальных учебно-воспитательных и иных детских учреждений как содержащих «сирых и убогих» [1].

Тем не менее, в подавляющем большинстве случаев телевидение не следует вышеперечисленным установкам. Можно выделить 3 вида телевизионных материалов, в которых освещается проблема сиротства:

1. В социальных роликах, цель которых – устройство ребенка в семью (рубрика «У вас будет ребенок» программы «Пока все дома»);
2. В сюжетах информационных программ (например, программа «Время» в начале 2013 г. широко освещала принятие «Закона Димы Яковлева»);
3. В отдельных выпусках авторских программ («Громкое дело: детский ад», «Репортерские истории: одни дома», «Профессия репортер: детки», «Громкое дело: маленькие

бродяги или куда приводит детство», документальный фильм «Дети Ленинградского (вокзала)» и др.).

Проанализировав освещение проблемы сиротства в разных типах материалов, мы пришли к выводу, что только авторы первого вида ТВ-продуктов ставят перед собой цель пристроить ребенка в семью и, соответственно, положительным образом повлиять на ситуацию. Второй и третий вид материалов о детях-сиротах не преследует таковой цели, а также не ставит перед собой ни одной из вышеперечисленных задач. Кроме того, последний из них часто приводит к стереотипному мышлению среди телезрителей: все дети-сироты в детских домах имеют плохую наследственность, часто они тяжело больны, отстают в развитии, их психическое состояние нестабильно, и они неспособны нормально функционировать в обществе. Такая репрезентация проблемы сиротства приводит к равнодушию со стороны населения и отсутствию желания что-то

изменить. Авторы программ и фильмов о социальном сиротстве (беспризорниках) в подробностях демонстрируют образ жизни таких детей, часто связанный с токсикоманией, наркоманией, алкоголизмом и венерическими заболеваниями. Они физически и психически больны, их ценностные ориентации деформированы, и это пугает телезрителей, заставляет сторониться их. Обозначая проблему, телевидение в данном случае не способствует оказанию реальной помощи таким детям (чего можно было бы добиться, например, указанием в титрах номеров телефонов людей, готовых заниматься этой проблемой, трансляцией социально-рекламных роликов по вопросам предупреждения безнадзорности, защиты прав несовершеннолетних и т. д.). Кроме того, телевидение насаждает мысль о том, что социально проблемные дети вообще не способны вернуться к нормальной жизни. В подавляющем большинстве случаев это действительно так, но не все уличные дети воры, наркоманы и хулиганы – многим из них нужна помощь, и они готовы ей воспользоваться. Однако телевидение, репрезентируя сиротство как социальную проблему, несет негативную установку и не ставит перед собой цель способствовать решению данной социальной проблемы, поэтому беспризорники воспринимаются телезрителями как люди без будущего и перспектив, вызывая у большей части общества осуждение или жалость.

### **Литература**

1. Научно-технический центр «Перспектива»: <http://www.ntcra.ru>

### **Слова благодарности**

Автор выражает признательность доценту кафедры СМИ, кандидату филологических наук А.А. Хлызовой за помощь в подготовке тезисов.