

## Секция «Журналистика»

### Отношение журналистов к тематике инвалидности (на примере освещения в 2010 году V Международного кинофестиваля «Кино без барьеров»)

*Рябова Алена Александровна*

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Журналистики,  
Москва, Россия*

*E-mail: a-ryabova@list.ru*

Проблемы социальной интеграции людей с инвалидностью становятся в России всё более актуальными. Уязвимое положение этой категории населения вызвано двумя основными факторами: государственной политикой и общественными стереотипами, свидетельствующими о негласной дискриминации по признаку физического недостатка. Идеи социальной интеграции инвалидов российскому обществу чужды: этому есть и культурно-исторические, и психологические объяснения. Инвалидность – очень сильная зримая стигма, т.е. признак статуса индивида, воспринимаемого как постыдный, поскольку противоречит представлениям человека о физической полноценности и социокультурным эталонам здоровья. Поэтому люди с физическим недостатком автоматически исключаются из круга людей, «нормальных» в общественных представлениях. Инвалидность представляется неким символом обреченности, которую необходимо преодолеть.

Понимание инвалидности как полноценного, хотя и специфического, способа жизни в современном российском обществе практически отсутствует, и роль СМИ в данной ситуации – такое понимание вызвать. Участие журналистики как общественного института в социальной интеграции чрезвычайно важно, ведь система СМИ является важнейшим звеном механизмов саморегуляции общества, способствующим развитию массового сознания, его качественному росту, и этот факт уже сам по себе говорит о возможностях СМИ в преобразовании отношения общества к инвалидности. Именно у них есть профессиональный ресурс для сбора, обработки и подачи необходимой для этого информации, а также широкие возможности ее распространения.

Однако темы, связанные с инвалидностью, не становятся объектом журналистского интереса. Они не обладают новизной, сенсационностью, неожиданной драматичностью и другими критериями, по которым проходит конкуренция социальных проблем за место на газетной полосе. Соответственно, аудитория получает мизерное количество информации по этой теме и закономерно мало знает об инвалидности, что дает простор формированию самых фантастических стереотипов. Тем более, что так же мало осведомлены о явлении инвалидности и сами журналисты.

Интерес журналистов к данной тематике можно наглядно проследить на примере освещения V Международного кинофестиваля о жизни людей с инвалидностью «Кино без барьеров». Автор данного доклада участвовала на волонтерских началах в деятельности пресс-службы оргкомитета фестиваля и получила возможность увидеть «изнутри», как работают журналисты с такой информацией. «Кино без барьеров» позиционировалось прежде всего как фестиваль авторских фильмов и одновременно социальный просветительский проект, и специалисты пресс-службы, стремясь привлечь массового

зрителя на киносеансы, сделали ставку на рекламу фестиваля как интеллектуально-го способа времяпрепровождения. Козырями в «раскрутке» считались звездное жюри, специальные гости из числа известных лиц, бесплатный вход и включенное в программу кассовое кино, уже показанное на больших экранах в мире и в России.

Пресс-релизы были разосланы более чем в 200 общенациональных и московских СМИ, включая не только редакции печатных изданий, но и теле- и радиопрограмм, а также сетевых ресурсов. Они были опубликованы в 40 изданиях, в 28 из них – с рерайтом, содержащим этические ошибки. В частности, выражение «человек с инвалидностью» заменялось выражением «человек с ограниченными возможностями». Из этого следовал вывод, что работники СМИ, которые занимаются социальной журналистикой, не в курсе того, что Конвенция ООН о правах инвалидов, подписанная Россией в 2008 году, использует слова «инвалид» или «человек с инвалидностью». Они не знакомы со стенограммой Совета по социальным вопросам 13 мая 2008 года, на котором обсуждалась неуместность и некорректность этого термина, и с материалами более ранних обсуждений, проведенных перед принятием Конвенции в Совете Федерации, на которых тоже поднимался этот вопрос. Не говоря уже о том, что они не знают брошюры «Язык и этикет», которую специально для журналистов выпустил организатор фестиваля – РООИ «Перспектива», крупнейшая НКО по защите прав людей с инвалидностью. Были и другие нарушения этики.

Из 200 оповещенных СМИ на пресс-конференцию перед началом фестиваля пришли представители только 20 редакций, среди них не было ни одного федерального канала и ни одной общенациональной газеты.

Обращает на себя внимание и тот факт, что на пресс-конференции журналисты не задали ни одного вопроса, хотя у них были необходимые материалы для подготовки (пресс-релизы, пресс-папки и официальный сайт кинофестиваля [kinofest.org](http://kinofest.org), на котором была вся информация вплоть до аннотации каждого фильма). Это говорит либо об элементарной неготовности пришедших журналистов, либо о нежелании добывать больше информации и делать свои тексты более содержательными и яркими, чем тексты обычного пресс-релиза.

Что касается отбора фактов и подачи материала, по итогам освещения фестиваля можно сделать парадоксальный вывод: в большинстве источников, кроме, пожалуй, киноведческих СМИ вроде [kino-teatr.ru](http://kino-teatr.ru), практически нет информации о самом кино. Лишь общая справочная информация о местах проведения да ответы знаменитых членов жюри и участников на сакраментальный вопрос «Зачем нужен этот фестиваль?».

Результат такого отношения СМИ к этому мероприятию однозначен: несмотря на старания организаторов, «Кино без барьеров» оказалось в большой степени кинофестивалем фильмов не столько О людях с инвалидностью, сколько ДЛЯ них. Именно люди с инвалидностью стали самыми верными зрителями. Говорить в этом случае о коррекции стереотипов инвалидности в массовом сознании не приходится.

Что же касается журналистов, то их отношение к фестивалю в очередной раз подтвердило, что тематика инвалидности – так, как она видится сотрудникам СМИ сегодня, – не удовлетворяет критериям «интересности», принятым в журналистике, и не выдерживает конкуренции со многими другими проблемами за место в эфире или на газетной полосе. Вопрос о том, как сделать ее конкурентоспособной, – это, прежде всего, вопрос о необходимости скорректировать стереотипы инвалидности в профессиональном созна-

нии журналистов за счет углубления знаний об инвалидности и знакомства с опытом разработки этой проблематики в зарубежных СМИ.

### **Литература**

1. Гоффман И. Стигма: Заметки об управлении испорченной идентичностью / Пер. М.С.Добряковой: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/41800.html>
2. Hilgartner, S., Bosk C.L. The rise and fall of Social Problems: A Public Arenas Model // American Journal of Sociology, 1988. Vol 94 (1), P. 53-78.