

**Е.С. Лосева,
Т.Ю. Фадеева**

Образ ребенка в новостных публикациях СМИ

В статье приведены результаты контент-анализа новостных публикаций СМИ. Выделены ключевые образы ребенка: наиболее частотны такие типы, как ребенок-жертва, объект заботы и объект государственной политики, а наименее — предмет гордости, одаренный ребенок, ребенок-герой. Анализ глубинных семантических ролей позволил заключить, что в публикациях чаще представлены пассивные роли ребенка. Ребенок выступает в качестве объекта, на которого прямо или косвенно направлены действия взрослого.

Ключевые слова: образ ребенка; детство; средства массовой информации; контент-анализ.

Ребенок является центральным субъектом образовательного процесса. Представления о ребенке, методах его воспитания передаются из поколения в поколение и отражают определенные культурно-исторические формы общественного сознания. В то же время система представлений каждого индивида опосредована его индивидуальным опытом, его системой значений и образует категориальную сетку, сквозь призму которой он воспринимает окружающий мир. Объективная реальность, отражаясь в сознании индивида, становится его осмысленной картиной мира. Это своего рода культурно-историческая модель мира, которую создает единичный или коллективный субъект [1].

На основе этого индивид выделяет в ситуации или другом человеке значимые для своей деятельности признаки, которые определяют формирование нравственных эталонов, критериев, с помощью которых он оценивает себя и других. Это, в свою очередь, формирует систему ценностей и мотивов поведения, определяет личность. Таким образом, образ ребенка является одной из категориальных структур, опосредующий восприятие и отношение индивида к ребенку и его личности.

Транслятором образов в современном мире наиболее часто являются средства массовой информации. Структурируя информационный поток, именно они формируют представления, которые потом функционируют в культуре, обществе, используются в повседневной жизни. Именно СМИ наиболее полно отражают различные стороны жизни тех или иных культурных явлений.

Феномен детства в современной культуре можно рассмотреть на примере образов ребенка, циркулирующих в обществе. Источником для анализа образов могут быть средства массовой информации и/или эмпирические исследования.

В последнее десятилетие появляются публикации, посвященные образу семьи в средствах массовой информации [2], образу одаренного ребенка [3], родительским представлениям о ребенке [4; 5].

Следует отметить, что проблема формирования образа ребенка в массовом сознании носит прикладной характер, поскольку, во-первых, этим процессом можно управлять (контролируя содержание новостных публикаций, например, на законодательном уровне), а во-вторых, сформированные образы будут функционировать и оказывать влияние на качество как детско-родительских, так и межличностных отношений в целом. Рассмотрим способы анализа образов, применяемые в российском научном дискурсе.

Одним из подходов к анализу образов детства является субкультурная методология [6]. Она предполагает рассмотрение детства как особой субкультуры в рамках определенной культурно-исторической эпохи. По утверждению исследователей, поколенческая парадигма, предполагающая наличие динамических и статистических взаимоотношений отцов и детей, делает более полными социально-экономические, культурологические и демографические исследования. Однако понимание детства в данных исследованиях характеризуется некой понятийно-теоретической абстрактностью, ребенок изучается вообще, исчезает социокультурная и антропологическая реальность, живой человек. Авторы отмечают присутствие феномена детства в культуре как концепта, нагруженного культурно-идеологическими смыслами, которые, в свою очередь, соответствуют культурно-исторической эпохе. При этом они существуют не только в рамках отдельно взятой эпохи, но и вторгаются в семиосферу других, оказывая на них влияние [6].

Отмечается, что изменения действительности детства связаны с изменением представлений о детстве и ребенке. На основе анализа советских и российских художественных фильмов о детях показано изменение образа ребенка в отношении к образу взрослого. С 40–50-х гг. XX в. до сегодняшних дней происходило постепенное размывание границ между детством и взрослостью. Если в середине XX века образы ребенка и взрослого представлены однотипно, то в XXI веке в них появляется вариативность. В 40–50 гг. основные характеристики ребенка: детскость, незрелость, индивидуальность, к концу XX – началу XXI в. появляются новые качества подростка: он самостоятелен,

критичен, высмеивает образцы взрослого мира. Анализируя взаимодействие ребенка и взрослого, авторы отмечают, что в середине XX века ребенок противопоставлялся взрослому — совершенному, образцовому идеалу, на который был направлен вектор развития ребенка. Однако со временем ребенок и взрослый предстают как разные индивидуальности, и к 2000-м годам дихотомия «ребенок – взрослый» окончательно утрачивает свое значение [7].

Отдельные работы уделяют внимание целостному рассмотрению социокультурного феномена детства в российском и мировом социокультурном пространстве. Отмечается динамичность образа ребенка и типов отношений к нему в различных обществах. Представлена зависимость образа ребенка от уровня социально-экономического развития и социокультурных особенностей [8].

Изучение образов ребенка, функционирующих в обществе, необходимо для определения ожиданий родителей, которые определяют поведение и тактику воспитания. Установлено, что родители, ориентированные на сотрудничество с ребенком, воспринимают его сообразительным, привлекательным, общительным, веселым и добрым. При этом у данных родителей наиболее полно совпадают оценки характеристик реального и идеального ребенка. Родители, нацеленные на контролирующей стиль воспитания, занижают реальные характеристики ребенка, у них отмечается расхождение между реальным и идеальным его образами [9].

Отмечается, что значимыми качествами, на которые ориентированы родители в процессе воспитания, являются доброта, эгоизм, ответственность, лень, заботливость, сострадание и др. То есть родители отдают предпочтение моральным качествам ребенка. Эта группа качеств по количеству названных родителями лидирует и в одобряемых и неодобряемых. Причем родителям легче описывать те качества, которые они хотят воспитать в ребенке. Следует отметить, что указанные родителями качества, такие как хваткость, целеустремленность, независимость, напористость, коррелируют с современными реалиями. Именно эти качества присутствуют у успешных, в широком понимании, людей, именно эти качества транслируются СМИ, но уже в отношении взрослых людей [4].

Немало исследований посвящено изучению влияния СМИ и других информационно-коммуникационных технологий на формирование общественного мнения населения [10–12], в которых упоминаются как положительные, так и отрицательные стороны воздействия [12]. В исследованиях, посвященных образу российской семьи в СМИ, отмечается социальная разобщенность российского общества и утрата ценностных ориентаций. Образам, которые репрезентуют СМИ, отводится ведущее место в формировании массовых современных моделей семейного поведения и значимых образцов. Медиапространство в современном обществе выполняет одну из функций социализации [2]. Подчеркивается особая роль телевидения и ресурсов сети Интернет в качестве стимулов к действию

и формированию ценностных представлений молодежи [12]. Таким образом, современные средства массовой информации оказывают существенное влияние на формирование не только общественного мнения, но и мировоззрения личности.

Обобщая вышесказанное, можно заключить, что образ ребенка, сформированный у индивида, определяет его ожидания и атрибуты, на основе которых выстраивается система действий в отношении ребенка, поэтому является актуальным выделение наиболее часто используемых образов ребенка, фигурирующих в СМИ, а следовательно, так или иначе попадающих в информационное поле каждого человека.

Цель данного исследования состоит в выявлении типов образа ребенка на основе анализа федеральных российских новостных СМИ.

Выборка и методы исследования

В качестве методов исследования применены контент-анализ новостных сообщений федеральных и региональных средств массовой информации, а также глубинный анализ семантических ролей в «падежной грамматике» (ролевой грамматике) Ч. Филлмора (1981) [13]. Поскольку тематика издания значительно сужает транслируемые образы, то источником стали федеральные новостные СМИ, которые рассчитаны на максимально широкий охват аудитории, а информация, представленная в них, ориентирована на факты, и оценочные суждения журналистов сведены к минимуму.

Новостное сообщение типизировано с учетом специфики представления новостной информации, поэтому содержит (использует), как правило, один образ ребенка, иногда два противоположных, часто в одном сообщении встречаются образы ребенка и взрослого, которые взаимодействуют с прогнозируемым результатом. С одной стороны, каждая жизненная ситуация, представляемая в новостном сообщении, уникальна и единична, но, с другой стороны, индивидуальность компенсируется некоторым однообразием, которое достигается за счет умалчивания несмыслообразующих деталей. Следует отметить, что новостные эпизоды повторяются одновременно на множестве ресурсов, поэтому процентное соотношение используемых образов сохраняется при общем росте объемов публикаций.

Для осуществления исследования были выбраны публикации, размещенные в свободном доступе в сети Интернет, а также в печатных изданиях за 2016 год. При отборе материала была использована случайная выборка с учетом периодичности выхода публикаций и колебаний числа публикаций, содержащих образ ребенка в течение календарного года. Выборочная совокупность составила 200 статей, содержащих образ ребенка как смысловую единицу. Следует отметить, что в исследовательское поле вошли новости, которые непосредственно содержали слова «ребенок», «дети», а также любое упоминание о ребенке в возрасте от рождения до 18 лет.

Результаты исследования и их обсуждение

В результате контент-анализа мы выделили 249 образов ребенка, которые условно разделили на 12 смысловых групп — типов образа ребенка, функционирующих в новостных публикациях СМИ.

Частотность использования образов ребенка в новостных публикациях представлена в таблице 1.

Таблица 1

Частота встречаемости типов образа ребенка в новостных публикациях

Тип образа ребенка	Частота встречаемости %
Жертва	28,51 %
Объект заботы	16,47 %
Объект воспитания	16,06 %
Объект государственной политики	9,24 %
Потребитель	7,63 %
Инструмент политики	6,43 %
Инвалид	4,02 %
Агрессор	4,02 %
Инструмент пиара	2,81 %
Предмет гордости	2,41 %
Одаренный ребенок	1,61 %
Герой	0,80 %

Наибольший удельный вес имеют смысловые значения образа ребенка: жертва (28,51 %), объект заботы (16,47 %) и объект воспитания (16,06 %), а наименьший — герой (0,80 %), одаренный ребенок (1,61 %), предмет гордости (2,41 %).

Наиболее часто ребенок в новостных сообщениях СМИ предстает в качестве жертвы, при этом акцент делается на его невинности и объективной непричастности к событиям. Причем данные новости имеют явно негативную эмоциональную окраску, например, дети погибли, были убиты, подвергнуты насилию, мать бросила детей в огне, водитель сбил детей, мать снимала порно с участием дочери.

Второй по частоте встречаемости образ — ребенок как объект заботы, которая исходит со стороны сильных взрослых — благотворительность, обеспечение лекарствами, транспортом. В отличие от предыдущей группы новости, которые содержат данный образ, носят преимущественно позитивный характер, однако в некоторых прослеживается амбивалентность, например забота о болеющих детях. На третьем месте — смысловой образ, в котором ребенок предстает в качестве объекта воспитания. Новости с таким образом зачастую посвящены системе образования, отражают степень влияния взрослых на становление внутреннего мира ребенка. Данные новости имеют как позитивный, так и негативный характер.

Содержание середины иерархической структуры по частоте встречаемости представляют такие образы ребенка: объект государственной политики (9,24 %), потребитель (7,63 %), инструмент политики (6,43 %), инвалид (4,02 %), агрессор (4,02 %), инструмент пиара (2,81 %).

Ребенок как объект государственной политики представлен в новостных сообщениях, повествующих о государственных мерах (предпринимаемых или планируемых), направленных на повышение качества жизни маленьких граждан. Смысловое значение образа ребенка как инструмента политики отличается от предыдущего тем, что данный образ используется в аргументах при оценивании действий политических сил (власти легитимной или оппозиции), например в упоминании о детях в связи с государственной поддержкой семей.

Смысловые значения следующих типов образа ребенка очевидны: ребенок-потребитель — это образ непосредственного потребителя продукта или услуги; инвалид — это образ ребенка с ограниченными возможностями здоровья (является смысловым звеном публикации); агрессор — образ ребенка, совершающего агрессивные, неадекватные действия, наносящие ущерб окружающим; инструмент пиара — образ ребенка, который используется для формирования положительного имиджа медийных личностей.

Наиболее редко по частоте встречаемости в новостных публикациях отводится место таким образам ребенка, как предмет гордости (2,41 %); одаренный ребенок (1,61 %), ребенок-герой (0,80 %). Очевидно, что данные новости имеют явную положительную эмоциональную направленность.

Как уже отмечалось, проанализированные смысловые различия образа ребенка пронизаны эмоциональным содержанием, которое вносит определенный вклад в рациональное осмысление объективного мира и воздействует на сознание индивида. Данное воздействие на эмоциональную сферу способствует или позитивному, или негативному восприятию и определяет дальнейшее поведение субъекта по отношению к ребенку. Можно предположить, что частое негативное упоминание о ребенке, образ жертвы формируют у взрослых страх за ребенка, за его будущее.

Формируется общественное мнение, что детей можно глобально разделить на две категории: «дети плюс» и «дети минус». При этом «дети плюс» представляются тихими, послушными, ведомыми, исполнительными, а «дети минус» — бунтующими, неуправляемыми, агрессивными. Первых необходимо поддерживать на уровне государственной политики, с помощью благотворительных фондов, эти дети вызывают жалость, сочувствие, чувство вины за их нелегкую судьбу. В то время как вторых необходимо подавлять, лишать свободы, в лучшем случае перевоспитывать.

Характеристика ребенка как враждебного, не поддающегося контролю, потребителя, определяет отношение индивида к детям, его ожидания и атрибуции. Данное обстоятельство отрицательно может сказаться на дальнейшем взаимодействии между субъектами, как на уровне межпоколенной коммуникации, так и на уровне межличностных контактов детей.

Следует обратить внимание на своеобразную сезонность публикаций. Образы жертвы достаточно равномерно распределены по публикациям в течение всего календарного года, тогда как остальные более привязаны к определенным датам и событиям. Большинство публикаций с позитивным образом ребенка приурочены к таким ежегодным событиям, как День защиты детей, Последний звонок, начало учебного года, Новый год. В эти дни говорится о достижениях детей и надеждах на их будущее. Однако в большей части публикаций ребенок не предстает как активно действующий субъект.

На следующем этапе нашего исследования был осуществлен анализ глубинных семантических структур (схем представления абстрактного устройства предложения) [13]. Суть его состоит в выделении семантических ролей по отношению к глаголам в предложении.

В процессе анализа текстов новостей было выделено 523 семантические роли, относящиеся к разным типам. После подсчета глубинных ролей ребенка в каждой группе (см. табл. 2) видно, что авторы новостей не считают детей субъектами своей судьбы, чаще представлены пассивные роли: Фактитив (66,35 %), Датив (6,31 %), Объектив (1,15 %) и Инструменталис (0,19 %); активные — реже: Агентив (26,0 %). Однако активные роли ребенка связаны как с просоциальным, например, ребенок совершил отважный поступок, мальчик исполнил номер о детстве, дети спасли из пожара двоих детей, так и асоциальным поведением: школьник расстрелял сверстника, подростки решили совершить самоубийство, дети забрались на билборд. При этом активные роли чаще связаны именно с асоциальным поведением.

Таблица 2

**Частота встречаемости типов семантических ролей ребенка
в новостных публикациях**

Тип семантических ролей ребенка	Частота встречаемости %
Фактитив (Ф)	66,35 %
Агентив (А)	26,00 %
Датив (Д)	6,31 %
Объектив (О)	1,15 %
Инструменталис (И)	0,19 %

В большинстве случаев упоминание о детях встречается в конструкциях с пассивным залогом, когда они подвергаются действию со стороны другого лица. Таким образом, субъектом действий выступает не ребенок, а взрослый. Взрослый действует, а ребенок выступает пассивным объектом, не имеющим права голоса, который слаб и беззащитен. Однако дети нуждаются в социальном признании, самоутверждении, а неудовлетворенная потребность может привести к попыткам реализовать себя любой ценой, в том числе к негативным поступкам, преступлениям или к пассивному протесту (алкоголь, наркотики, суицид).

Следует отметить, что признание заслуг не всегда происходит даже в публикациях, посвященных детским победам (чемпионат по шахматам, успешная

сдача нормативов ГТО). В подобных публикациях заслуги приписываются «ответственным взрослым», осуществлявшим подготовку детей, а дети, несмотря на активную позицию в тексте и в самой ситуации, часто описываются пассивными исполнителями. Однако в новостных сообщениях, где ребенок совершает неправомерные действия (стрельба в подростковой ссоре, осквернение памятников, бунт в спецшколе) фигура «ответственного взрослого» часто отсутствует (исключение — новости о террористических актах).

Выводы

Средства массовой информации играют важную роль в формировании общественного мнения. Именно СМИ могут создать как положительную, так и отрицательную установку на эмоциональное отношение к ребенку, восприятие ребенка взрослыми и способам обращения с ним.

С помощью контент-анализа были выделены смысловые значения образа ребенка в новостных публикациях СМИ. Наиболее частотны такие типы, как ребенок-жертва, объект заботы и объект государственной политики, а наименее частотны такие типы, как предмет гордости, одаренный ребенок, ребенок-герой.

Анализ семантических ролей позволил проследить глубинные структуры отношения средств массовой информации к ребенку, причем даже не всегда осознаваемые авторами новостей. Ребенок поставлен в пассивную, управляемую позицию. Он пассивный участник большинства событий, при этом более трети всех публикаций представляют его в качестве жертвы. Что, возможно, косвенно способствует вместо ожидаемого повышения социальной активности подрастающего поколения дальнейшему росту его пассивности, равнодушия и ухода от жизни общества в мир своих, нередко довольно примитивных интересов.

Литература

1. *Петренко В.Ф.* Основы психосемантики. 2-е изд., доп. СПб., 2005. 480 с.
2. *Мищенко В.А.* Образ российской семьи в средствах массовой информации // Вестник НГПУ. 2013. № 6 (16). С. 77–82.
3. *Бабенко И.И.* Одаренный ребенок в зеркале социальных ожиданий: семантикопрагматические трансформации образа в медиадискурсе // Вестник ТГПУ. 2014. № 10 (151). С. 119–122.
4. *Курганова Е.А.* Исследование когнитивного образа ребенка (на примере родителей младших школьников) // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. 2010. № 16-1. С. 158–162.
5. *Захарова Е.И., Петрова А.А.* Материнские представления о ребенке и их роль в становлении родительства // Семейная психология и семейная терапия. 2004. № 3. С. 54–71.
6. *Римский В.П., Ковальчук О.В.* Субкультурная методология в изучении образов ребенка и детства // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2010. № 2. С. 13–20.

7. *Поливанова К.Н., Шакарова М.А.* Общественно-культурный образ детства (на материале анализа советских и российских художественных фильмов о детях) // Культурно-историческая психология. 2016. Том 12. № 3. С. 255–268.
8. *Ковальчук О.В.* Детство в российском и мировом социокультурном пространстве // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. 2012. № 14 (133). С. 186–190.
9. *Колодина А.В.* Представления родителя о ребенке как фактор детско-родительских отношений // ОмГУ. 2016. № 2. С. 69–77.
10. *Джишкарини Т.Д., Кокарев И.С.* Влияние СМИ на формирование личности подростков как педагогическая проблема [Электронный ресурс] // Студенческий научный форум 2012: мат-лы IV Международной студенческой электронной научной конференции. URL: <https://www.rae.ru/forum2012/284/2509> (дата обращения: 22.01.2017).
11. *Михина Н.В.* Формирование общественного мнения по вопросам культуры через конструирование проблемных полей в СМИ // Вестник ПАГС. 2014. № 6 (45). С. 102–107.
12. *Рабалданова Э., Медведева Н.И.* Влияние средств массовой информации на поведение молодежи // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2012. № 1. С. 137–138.
13. *Серкин В.П.* Методы психологии субъективной семантики и психосемантики: учеб. пособие для вузов. М.: Пчела, 2008. 382 с.

Literatura

1. *Petrenko V.F.* Osnovy' psixosemantiki. 2-e izd., dop. SPb., 2005. 480 s.
2. *Mishhenko V.A.* Obraz rossijskoj sem'i v sredstvax massovoj informacii // Vestnik NGPU. 2013. № 6 (16). S. 77–82.
3. *Babenko I.I.* Odarenyj'j rebenok v zerkale social'ny'x ozhidaniy: semantikopragmaticheskie transformacii obraza v mediadiskurse // Vestnik TGPU. 2014. № 10 (151). S. 119–122.
4. *Kurganova E.A.* Issledovanie kognitivnogo obraza rebenka (na primere roditelej mladshix shkol'nikov) // Psixologiya i pedagogika: metodika i problemy' prakticheskogo primeneniya. 2010. № 16-1. S. 158–162.
5. *Zaxarova E.I., Petrova A.A.* Materinskie predstavleniya o rebenke i ix rol' v stanovlenii roditel'stva // Semejnaya psixologiya i semejnaya terapiya. 2004. № 3. S. 54–71.
6. *Rimskij V.P., Koval'chuk O.V.* Subkul'turnaya metodologiya v izuchenii obrazov rebenka i detstva // Izvestiya TulGU. Gumanitarny'e nauki. 2010. № 2. S. 13–20.
7. *Polivanova K.N., Shakarova M.A.* Obshhestvenno-kul'turnyj'j obraz detstva (na materiale analiza sovetskix i rossijskix xudozhestvenny'x fil'mov o detyax) // Kul'turno-istoricheskaya psixologiya. 2016. Tom 12. № 3. S. 255–268.
8. *Koval'chuk O.V.* Detstvo v rossijskom i mirovom sociokul'turnom prostranstve // Nauchny'e vedomosti BelGU. Seriya: Filosofiya. Sociologiya. Pravo. 2012. № 14 (133). S. 186–190.
9. *Kolodina A.V.* Predstavleniya roditelya o rebenke kak faktor detsko-roditel'skix otnoshenij // OmGU. 2016. № 2. S. 69–77.
10. *Dzhishkariani T.D., Kokarev I.S.* Vliyanie SMI na formirovanie lichnosti porostkov kak pedagogicheskaya problema [E'lektronny'j resurs] // Studencheskij nauchny'j forum 2012: mat-ly' IV Mezhdunarodnoj studencheskoj e'lektronnoj nauchnoj konferencii // URL: <https://www.rae.ru/forum2012/284/2509> (data obrashheniya: 22.01.2017).

11. *Mixina N.V.* Formirovanie obshhestvennogo mneniya po voprosam kul'tury' cherez konstruirovaniye problemny'x polej v SMI // Vestnik PAPS. 2014. № 6 (45). S. 102–107.

12. *Rabaldanova E., Medvedeva N.I.* Vliyanie sredstv massovoj informacii na povedenie molodezhi // Mezhdunarodny'j zhurnal prikladny'x i fundamental'ny'x issledovanij. 2012. № 1. S. 137–138.

13. *Serkin V.P.* Metody' psixologii sub''ektivnoj semantiki i psixosemantiki: ucheb. posobie dlya vuzov. M.: Pchela, 2008. 382 s.

E.S. Loseva,

T.Yu. Fadeeva

Image of a Child in News Russian Media Publications

The article presents the content analysis results of news media publications. The key images of a child are highlighted. The most frequent types are a child-victim, the object of care and the object of state policy, while such images as the object of pride, a gifted child, a child-hero are the least frequent ones. The analysis of deep semantic roles allowed us to conclude that the passive roles of the child are more often presented in publications. The child is presented as an object to which the actions of an adult are directly or indirectly directed.

Keywords: an image of a child; childhood; mass media; content analysis.