

Розовое на черном

Елена Фортуна,
главный редактор благотворительных
издательских проектов «Родные люди»

Иногда складывается ощущение, что проблеме детей-сирот в нашем обществе уделяется исключительное внимание — большее, чем какой-либо другой. Социальная реклама, постоянные акции и сборы помощи... В Москве, к примеру, довольно сложно найти детский дом, дом ребенка или интернат, который в чем-то нуждается — сиротские учреждения окружены заботой спонсоров и волонтеров. С одной стороны, это замечательно — лишенные родительской любви детишки оказываются менее обделенными в материальном и культурном смысле. С другой — лучшим подарком для каждого ребенка было бы обретение семьи, которую никак не заменить красивыми игрушками и модной одеждой, то есть правильнее было бы стремиться не к благоденствию детских домов, а к тому, чтобы они исчезли из нашего общества.

Обилие социальной рекламы и публикаций СМИ на тему принятия ребенка в семью вроде бы привлекает внимание и к этому виду помощи детям, оставшимся без попечения родителей. Но в действительности она часто работает против самой идеи семейного устройства «государственных» детей. Очень сложно найти семью, которой бы так или иначе не коснулся вопрос воспитания «чужого» ребенка. Либо бабушки-бабушки, либо кто-то из родителей или недалеких родственников в военные или послевоенные годы оставались сиротами (как минимум — теряли отцов) и воспитывались не в родных семьях. И если не в кругу родственников, то среди знакомых обязательно найдется тот, кто с этим вопросом соприкоснулся близко — сам был воспитанником детского дома или взял ребенка в семью. Словом, устройство детей-сирот в семьи вроде бы не является закрытой темой, и с человеческой точки зрения готовность воспитать некровного ребенка даже считается добрым поступком.

Тогда почему же лишь 4% россиян (согласно результатам недавнего опроса исследовательского холдинга «Ромир») считают для себя возможным усыновить детдомовца? И это несмотря на то, что в стране миллионы бездетных пар (даже если бы каждая десятая решила на усыновление, сиротские учреждения были бы ликвидированы как класс). Несмотря на то, что по результатам того же опроса 56% положительно относятся к тому, что детей-сирот устраивают в семьи. Почему в большинстве развитых стран проблемы устройства детей-сирот не существует вообще, а в нашей — около 160 тысяч детей живут в интернатных учреждениях? Почему в обществе нет здорового отношения к приемным детям и их родителям, и есть только крайности: усыновителей и опекунов считают либо героями, либо сумасшедшими, либо отчаявшимися неудачниками, неспособными к «естественному» способу обзавестись детьми? Так происходит потому, что окружающая нас информация на этот счет изобилует

как явными противоречиями, так и неправильными трактовками, и часто несет на себе печать предрассудков еще с советских времен, когда было нормой скрывать факты усыновления или детдомовского прошлого как некую позорную страницу биографии. Проблема не только в том, что с помощью искаженной информации можно отвлечь потенциальных родителей — можно сильно навредить детям.

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

«Приемный ребенок может стать родным», сообщают нам с экранов телевизоров, демонстрируя красивые картинки. Теплые слова, яркие кадры улыбающейся семьи вызывают самые прекрасные эмоции и мечты о счастье. Но в рекламе ничего не говорится о том, что счастье может наступить далеко не сразу: сначала придется пройти сквозь психологические и медицинские проблемы, а это может занять не один год. Не каждый способен сразу принять ребенка — следовательно, впереди могут быть многие месяцы адаптации родителей. Результат: растрогавшись, влюбившись в фотографию розовощекого малыша или пожалев ребенка с грустными глазами, на эмоциональном подъеме будущий родитель собирает документы (рассказы о бюрократических сложностях сильно преувеличены!), забирает ребенка домой... А дома повод для жалости почти сразу исчезает: раньше ребенок был один-единешенек, ни мамы-папы, ни родного дома — а теперь все это есть и жалеть вроде как не за что. Умиление часто заканчивается после первого же детского каприза или непривычного поступка, привязанность и любовь не приходят в первый же день, мамой-папой ребенок называть никого не торопится. Одним словом, нарисованная светлая картинка рушится. А на готовность преодолевать трудности социальная реклама не настраивает. Хорошо, если мотивация потенциального родителя глубже и сильнее, чем эмоциональный порыв. А если нет — ребенку прямая дорога обратно в учреждение. И глубочайшая психологическая травма обеспечена. И уже меньше шансов, что ребенок попадет в новую семью, ведь

другие потенциальные родители могут испугаться того, что ребенка вернули их предшественники.

Правильно расставить акценты при создании рекламных роликов могли бы помочь психологи и специалисты по семейному устройству, если бы их привлекали к творческому процессу. Такой опыт уже есть: ролик, созданный при участии педагога-психолога Л. Петрановской, одного из самых авторитетных специалистов по семейному устройству в России, завоевал второе место на Московском фестивале социальной рекламы.

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Позитивная информация в СМИ сводится, как правило, к описанию счастливых семей, где воспитываются приемные дети. И либо снова, как и в социальной рекламе, рисуются розовые картинки, либо реальная история сопровождается комментариями журналиста, формирующими мнение читателя или зрителя, что герои публикации или программы совершили подвиг. Желая присоединиться к «подвигу» находят. Результат, как правило, плачевен: «герой» подсознательно ждет благодарности от общества и, что еще хуже, от самого приемного ребенка и, разумеется, быстро разочаровывается.

Негативная информация разнообразна и часто скандальна. К сожалению, не все читатели желтой прессы понимают, что сенсации на ровном месте — это хлеб подобных изданий, и пишут там не для того, чтобы им верили, а для того, чтобы возбудить общественное мнение. В желтых изданиях нет задачи найти истину: хотя за основу берутся реальные факты, трактуются они таким образом, чтобы вызвать в читателе сильный эмоциональный отклик. И почему-то в теме



приемных детей и их родителей газеты и сайты скандальной направленности делают акцент на негативных эмоциях. В результате складывается такой портрет замещающего родителя: либо стяжатель, решивший обеспечить себя дополнительной жилплощадью и жить за счет выплат государства, либо садист, который специально усыновляет ребенка, чтобы всласть над ним поиздеваться. Кому же захочется, взяв в семью ребенка, оказаться в этой славной компании? Ведь даже если ты сам уверен в своей безгрешности, ты не сможешь убедить в этом соседку тетю Машу, которая читает газету «Жизнь» и может сильно испортить тебе жизнь, делясь своими подозрениями с другими соседями. От обвинений в жестоком обращении с приемными детьми страдают прежде всего уже состоявшиеся замещающие родители. После громкой истории Глеба Агеева некоторые даже боятся лишний раз обратиться к врачу по поводу детских травм, — вдруг бдительный медработник сообщит в органы опеки и попечительства. Поражает тотальная безграмотность журналистов, берущихся освещать эту тему. Как правило, у них отсутствует даже элементарное понимание, что «приемный родитель» — это не синоним «усыновителя» или «опекуна». Между тем, одна из некоммерческих организаций еще в 2006 году выпустила брошюру для журналистов, где изложены основы «детоустройства» — начиная от ссылок на главы Семейного кодекса, заканчивая комментариями психологов и юристов. Брошюра «Найди меня, мама! Материалы в помощь журналисту» свободно распространяется, выложена в Интернете, найти ее можно в течение пары минут. С другой стороны, газеты и журналы на тему семейного устройства выпускают различные НКО, и они излагают тему грамотно. Однако достаточного противовеса «классическим» СМИ они не создают, поскольку ориентированы, скорее, на освещение благотворительной деятельности в этом секторе или пропаганду. Часто эти публикации сделаны на таком уровне, что не вызывают доверия у читателей (что объяснимо: профессионального

журналиста, редактора или дизайнера трудно привлечь к регулярной и полноценной работе над некоммерческим изданием).

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ САЙТЫ

Если далекий от темы человек почитает форумы, где собираются потенциальные и действующие усыновители и опекуны, он может раз и навсегда испугаться даже мыслей о том, чтобы взять в семью приемного ребенка. Хотя, казалось бы, правдивой информации не придумаешь — реальные люди делятся своим собственным опытом. Но — чаще негативным. И даже не столько делятся и жалуются, сколько просят совета более опытных родителей. Это совершенно естественно, ведь получить объективную информацию больше неоткуда! А вот радостями делятся намного меньше. Поэтому и складывается ощущение, что «альтернативное родительство» — это сплошные проблемы. Кроме того, надо понимать, что среди участников таких форумов много и тех, кто стал усыновителем или опекуном без четкой и твердой мотивации, а под влиянием эмоций или желания совершить Поступок, и они транслируют те сомнительные установки, которые почерпнули из социальной рекламы.

СТАТИСТИКА

Цифры неумолимы, а официальные цифры тем более. Как известно, благодаря все тем же СМИ, лишь 10% выпускников сиротских учреждений находят себя во взрослой жизни, остальные довольно быстро скатываются в алкоголизм, наркоманию, преступность и прочую асоциальность. Приплюсуем сюда же регулярно публикуемые «новости из мира науки» на уровне «ученые открыли ген, отвечающий за пьянство», и получим прекрасную формулу жизни сироты: «Мама-алкоголичка бросила в роддоме, он вырос и теперь пьет или сидит в тюрьме — это гены!». А для большего эффекта подключим сюда социальные плакаты, украшающие стены московского метро, где изображен выпускник детдома, который «удачно поменял комнату на новый

видеомагнитофон», — картинка теперь окончательно сложилась: ясное дело, эти дети еще и полные дураки. Статистика — это всего лишь цифры, не ее дело объяснять, почему происходит то или иное явление. Выводы каждый делает сам, привычно опираясь на сложившиеся в обществе стереотипы. Хотя и не требуется особых знаний, чтобы понять, почему бывшие воспитанники сиротских учреждений не достигают успеха. Они просто не адаптированы к нормальной жизни; им не привиты ни элементарные

Здоровое отношение общества к вопросам устройства детей в «неродные» семьи — это именно отсутствие особого отношения.

бытовые навыки, ни коммуникативные. Они попросту не умеют строить отношения — например, семейные — просто потому, что у них не было перед глазами образцов таких отношений. О социальных мифах на тему приемных детей можно вообще написать диссертацию. И до тех пор, пока эти предрассудки живы в сознании большинства наших граждан, на их основе будет строиться и информационное поле. Каким же должно быть адекватное отношение общества к приемным детям? На этот вопрос легко ответит любой усыновитель, опекун или приемный родитель. Отношение должно быть таким, чтобы не было никакого смысла скрывать происхождение ребенка. Чтобы можно было открыто говорить о том, что ребенок приемный, и не бояться, что из-за этого сложится предвзятое отношение как к самому ребенку, так и к его родителям. Кстати, стремление к открытости в этом вопросе в Москве, Московской области и некоторых других регионах поддерживается материально:

если родители усыновленного ребенка не соблюдают тайну усыновления, им положена ежемесячная денежная выплата (в Москве она равна сумме, которую получает опекун на содержание подопечного).

Здоровое отношение общества к вопросам устройства детей в «неродные» семьи — это именно отсутствие особого отношения. Усыновить ребенка — это просто альтернативный способ стать родителем. И, судя по всему, пришло время и для новых СМИ — печатных и электронных, которые не рассматривали бы жизнь замещающих семей как жизнь инопланетян, а обеспечивали бы полноценную информационную поддержку усыновителям, опекунам, приемным родителям и

тем, кто собирается ими стать. Например, наш благотворительный фонд «Родные люди» работает сейчас над созданием пилотного номера одноименного журнала и его электронной версии на сайте www.mydears.ru. В отличие от других специализированных изданий, посвященных деятельности НКО в сфере семейного устройства детей, оставшихся без попечения родителей, он не будет типичным «благотворительным изданием», сделанным силами волонтеров и написанным в агитационном тоне. Надеемся, что он не будет журналом, публикующимся от случая к случаю и полностью зависящим от того, найдутся ли деньги на печать очередного тиража. Это будет настоящий семейный журнал, отражающий те грани отношений и проблемы, которых нет в «обычных» семьях, и, разумеется, созданный с участием экспертов в области юриспруденции, психологии, медицины и педагогики, связанных с темой приемных детей. И, конечно, с участием родителей, воспитывающих таких детей. ■

Любой замещающий родитель может прислать нам свою историю (e-mail: info@mydears.ru), — и его бесценный опыт поможет кому-то принять решение: брать ли в семью ребенка или нет. Ведь главная задача — не как можно скорее избавиться от сиротства, а найти каждому ребенку Настоящую Семью.