



Эгер Сиз кыйын абалга түшкөн болсоңуз, кимге кеңеш сурап кайрылып консультация алууга болот билбесеңиз, бизге чалыңыз! Биз сизге жардам көрсөтөбүз жана кеңеш беребиз!

Агар Шумо ба ягон ҳолати сакте дучор шуда истодаед, агар намедонед аз кучо пурсида маслиҳати хубе бигиред, илтимос ба мо занг занед! Мо ба Шумо кумак мекунем ва маслиҳат медиҳем!

Siz qiyinchilikka uchragan bo'lsangiz, kim bilan kengashib maslahat olishning mumkin bo'lishini bilmasangiz, bizga qo'ngiroq qiling! Biz sizga yordam va maslahat beramiz!

[Главная](#) » [Статьи](#) » [Интервью](#) » Ольга Гулина: К бытовому расизму и ксенофобии подталкивает недостаток культуры и знаний

[Ольга Гулина: К бытовому расизму и ксенофобии подталкивает недостаток культуры и знаний](#)

Некорректное цитирование самих журналистов в СМИ, передачи с участие приезжих на заработки в Россию, экспертные заявления публичных политиков и чиновников. В какой-то мере, это может способствовать формированию в сознании человека «определённого» образа мигранта. Эмоциональный уровень освещения проблемы трудовой миграции довольно часто пестрит в периодике криминальных новостей, опасных заболеваний, наркоторговлей, контрабандой оружия и причастные к терроризму. **Ольга Гулина, эксперт Института миграционной политики (Берлин)** считает, что влиять на создание доброжелательной обстановки в обществе, могут не только телевидение и газеты, но и семья и школа.

Негативная информация в СМИ может подтолкнуть к бытовому расизму и ксенофобии?

К бытовому расизму и ксенофобии подталкивает недостаток культуры и знаний, то есть, по сути, ростки ненависти и неприязни можно посадить в душе и сердце любого человека. Вопрос здесь в том, почему в сердце одного человека они находят отклик, а в сердце другого – нет. Вот здесь и имеет смысл говорить о социальной среде и массовом сознании, ведущая роль влияния, на которые, находится у СМИ. Описание мигрантов как «magna bestia» представителями отдельных СМИ в современном российском обществе порою обретает весьма причудливые формы. И именно с подобными «негативными установками» и нужно бороться. В Германии в социальных сетях начата компания #AuchichbinDeutschland – и я тоже немец, демонстрирующая фото людей разного цвета кожи, вероисповедания и этнической принадлежности, держащих плакат «и я тоже немец».

Почти аналогичная кампания постеров «I am Immigrant too» стартовала в Великобритании, причем деньги на нее в размере более 54 тыс. фунтов стерлингов были собраны путем краунфординга. Компания рассказывает о людях с миграционными корнями, работающими в системе «человек – человек». Например, воспитателями и учителями в детских садах, школах; персоналом в больницах – докторами, медсестрами и проч. Интересно, что после получившего широкую огласку среднезимноморского

кризиса, африканский офис ИОМ снял видео ролик с известными артистами континента «и я тоже иммигрант». <https://www.youtube.com/watch?v=22eH5Jj1-NU>

Только ли СМИ могут так серьёзно повлиять на отношение к мигрантам? Влиять на создание доброжелательной обстановки в обществе, на самом деле, могут все – школа, семья, телевидение, газеты. Закрытого и исключительного списка факторов, формирующего позитивный образ мигранта в принимающем обществе, нет. Не последнюю роль играют и ролевые установки, и их воплощение со стороны самих мигрантов. В 2012 году все команды немецкой национальной футбольной лиги на один день отказались от рекламы спонсоров на спортивной форме своих команд. Вместо обычных рекламных символов автоконцернов, телекоммуникационных фирм и прочих коммерческих гигантов, красовался призыв «GEN DEINEN WEG – иди своей дорогой». Призыв, с одной стороны, был обращен к уполномоченным государственным органам, обязанным содействовать равенству шансов и возможностей местных и пришлых; а с другой – к проживающим в стране людям, имеющим миграционные корни, и должен был способствовать усилению их веры в особенность собственного пути и таланта.

Позитивный портрет мигранта – это реально? Кому это выгодно? «Заказчиком» позитивного социального портрета является как общество в целом, так и его отдельные представители (местные жители, сами мигранты). Если говорить о западном опыте, то, инициаторами стали общественные объединения, фонды а, например, в случае Великобритании, миграционные сообщества. Правда финансирование подобных проектов, по большей части, происходит из государственных источников и частных пожертвований.

Так, например, в Германии создан фонд Deutschland Stiftung Integration – немецкий фонд интеграции. Одним из направлений его деятельности является привлечение ярких и известных лиц – спортсменов, ТВ-журналистов, бизнесменов, политиков, имеющих миграционные корни, становится «послами» для общества. За короткое время деятельности фонда, а он был создан в 2008 году, «послами» стали футболист с польскими корнями Лукас Подольски; темнокожая модель, певица Ива Гуинода из Ганы и проч.

Есть и другие примеры позитивного влияния разных факторов на миграционную ситуацию внутри страны. Так, в Великобритании посредством социальных сетей была начата программа «Love Letters» – любовные письма иммиграционной службе страны. Дело в том, что законодательство, ужесточенное перед парламентскими выборами под лозунгами «Мигранты отбирают нашу работу», привело к ситуации, когда был повышен заработный минимум, позволяющий мигранту сохранять вид на жительство на территории Великобритании. Авторами этих «любовных писем» стали жители Великобритании, рассказывающие свои личные истории разрушения семей, дружеских и личных связей. Инициаторами стали художники из галереи Battersea Arts Centre. Они сняли сотни видео, разместили их в социальных сетях – и отношение к закону в английском обществе, стало серьезно меняться.

Можно ли реально изменить отношение к мигрантам, через создание позитивного образа мигранта?

Создание позитивного образа мигранта – это обоюдный процесс, предполагающий вовлечение всех заинтересованных факторов – местных, пришлых и представителей

<http://www.ethnoinfo.ru/statji/intervju/2140-olga-gulina-k-bytovomu-rasizmu-i-ksenofobii-podtalkivaet-nedostatok-kultury-i-znanij>

власти, оформляющих взаимодействие в обществе и государстве в политико – правовые рамки.

Не знаю, согласятся ли со мной коллеги-журналисты, но мне кажется, что если каждый из нас, хоть в одной своей публикации, напишет о лучшей стороне миграции, то отношение людей чуточку поменяется. Не надо ничего приукрашивать, просто посмотреть нужно на эту тему через призму позитива. Не нужно создавать «инфорбюро оптимистичных новостей миграции», но материалы без отрицательной окраски – вполне реальны. Баланс ведь должен быть!

Ирина
специально для ИА «ЭТНОИНФО»

Умарова