

«МЕНТАЛЬНАЯ МИГРАЦИЯ» И ВНЕШНЕЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ВЛИЯНИЕ НА МОЛОДЕЖЬ

М. Ю. Наумчик

*Аспирант кафедры политологии БГЭУ, Минск, Беларусь,
michael.naumchik@gmail.com*

Феномен миграции сегодня выходит за рамки традиционных экономических факторов и включает в себя социальные, политические и культурные аспекты. Влияние медиаконтента и массовой культуры на формирование миграционных установок среди молодежи приводит к изучению такого понятия как «ментальная миграция».

Ключевые слова: ментальная миграция; молодежь; массовая культура; эмиграция; нематериальные ценности.

«MENTAL MIGRATION» AND EXTERNAL SOCIOCULTURAL INFLUENCES ON THE YOUTH

М. У. Наумчик

*Postgraduate student of the Department of Political Science, BSEU, Minsk, Belarus
michael.naumchik@gmail.com*

The phenomenon of migration today goes beyond traditional economic factors and includes social, political and cultural aspects. The influence of media content and mass culture on the formation of migration attitudes among young people leads to the study of such a concept as «mental migration».

Keywords: mental migration; youth; mass culture; emigration; intangible values.

Связь между явлением миграции и экономической сферой в академическом анализе рассматривается довольно часто. Материальные условия жизни, разумеется, влияют на поведение индивидов и масс людей. Однако поведение людей формируется не только их экономическим положением. Миграция означает любые перемещения людей из одного места в другое, в больших количествах и на большие дистанции. В целом, миграция предстает в разных формах и может выглядеть как временная и постоянная, вынужденная и добровольная, внутренняя и международная, рабочая и культурная. Сегодня же понятие миграции обретает совершенно другое значение, особенно с наличием широкодоступной добровольной миграции. Термин «ментальная миграция» использу-

ется для обозначения «поведения и намерения индивида относительно принятия миграционных решений» [1, р. 46]. Идея переезда из одного места жизни в другое может появиться и регулярно появляется в умах людях под влиянием внешних идей и влияний. Крайне необходимо рассматривать явление миграции в том числе и через призму нематериальной «ментальной миграции» для раскрытия контекста принятия миграционных решений.

Потребление медиаконтента является главным источником влияния на молодежь. В Беларуси 70% молодежи использует соцсети и мессенджеры как основной источник информации [3]. Потребление такого медиаконтента как фильмов, книг, видеоигр и музыки молодежью также влияет на образ ее мышления. Современная популярная массовая культура преимущественно производится в западных странах и продвигает западные ценности, мировоззрение и образ жизни. Эта культура создает позитивный образ данных стран, привлекательный для молодежи, ведомой постматериальными ценностями. Такой контекст, словно реклама, влияет на поведенческие установки вокруг миграции, продвигая данную идею как достойную в среде молодежи.

Ментальную миграцию традиционно изучают через призму социального, политического и культурного аспекта данного явления [2, р. 28]. Ментальная миграция, как уже было отмечено, формируется через социальные настроения и внешнее медиавлияние. С другой стороны, социальное положение отдельного индивида предрасполагает его к восприимчивости нарративу иммиграции. Социальный статус человека внутри страны может как укреплять идею эмиграции из нее, так и вступать с ней в столкновение. Культивирование позитивного отношения к молодежи и к молодости, государственная поддержка молодых кадров и уважительная атмосфера к молодежным интересам и инициативам – ключ к построению социальной стабильности в среде молодежи.

Политический аспект крайне важен для формирования идеи ментальной миграции. Выбор цели для миграции напрямую связан с ее политической ситуацией. Вряд ли молодой человек решит переезжать в страну, которая ограничивает его возможности (реальные или мнимые) или же является нестабильной для жизни в долгосрочном плане. Хорошая политическая ситуация в стране неизбежно создает хорошую социальную ситуацию и высокий стандарт жизни. Такие направления как формирование позитивного и правильного политического мышления и поддержка у молодежи надежды на конструктивные изменения могут значительно помочь в убеждении молодежи в неперспективности миграции из нашей страны.

Культурный аспект ментальной миграции уже упоминался выше. С одной стороны, сила и привлекательность культуры, особенно массовой, является «обложкой» для идеи миграции. С другой, ощущение единства (либо отчуждения) с широким национальным сообществом формирует ценностную основу для убеждений вокруг своей страны. Культура, как массовая, так и национальная, необходима для функционирования общества и создание стабильных массовых групп. Поддержка разнообразных культурных инициатив, особенно локальных, местной самодеятельности, создание сфер культуры, интересных для молодежи, поощрения участия в культурной жизни страны – таковы приоритеты в данном направлении противодействия эмиграции.

В качестве вывода отметим, не стоит недооценивать влияние нематериальных мотиваций и роли медиаконтента на принятие решений в среде молодежи, особенно в аспектах ментальной миграции. Миграция молодежи в другие страны вызвана как внешними влияниями, так и внутренними процессами принятия решений, как отдельной личностью, так и человеком в контексте общества, поэтому изучение и понимания механики ментальной миграции необходимо для более осознанного подхода в вопросах планирования будущего в рамках целостной государственной демографической и трудовой политики.

Библиографические ссылки

1. Migration Intentions and Behavior: Decision Making in a Rural Philippine Province / G. F. De Jong [et al.] // Population and Environment, 1985. Vol. 8, No. 1. P. 41–62.
2. Zanuddin H. Li Kuan Y. Media Influence and Mental Migration // Malaysian Journal of Media Studies, 2007. Vol. 9 No. 1. P. 21–32.
3. БЕЛТА: В Беларуси 70% молодежи использует соцсети и мессенджеры как основной источник информации [Электронный ресурс]. URL: <https://belta.by/society/view/v-belarusi-70-molodezhi-ispolzuet-sotsseti-i-messendzhery-kak-osnovnoj-istochnik-informatsii-472555-2021/>. (дата обращения: 15.03.2025).