

Научная статья

<https://doi.org/10.24412/2220-2404-2025-10-9>

УДК 316.4



Attribution

cc by

ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ

В ВИРТУАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЁЖИ

Долгих К.С.

Пятигорский государственный университет

Аннотация. В современном мире, в век развития интернета, виртуальные путешествия общества играют огромную роль. Ведь различные электронные ресурсы сети Интернет являются местами, где люди проводят большое количество времени, а значит, там можно воздействовать на людей в коммерческих, воспитательных, образовательных и иных целях. При этом варианты виртуальной мобильности различаются в разные годы, а также, вероятно, могут отличаться для различных поколений людей. Однако различия виртуальной мобильности могут быть связаны не только непосредственно с возрастом путешествующих индивидов, но и с половой принадлежностью индивидов. Иными словами, виртуальная горизонтальная мобильность для людей мужского и женского пола может отличаться. В статье была поставлена цель изучить, есть ли гендерные различия в виртуальной горизонтальной мобильности для современного молодого поколения в российском обществе.

Ключевые слова: виртуальная мобильность, горизонтальная мобильность, трансляционные мобильности, нетрансляционные мобильности, социальная стратификация, гендерные различия.

Финансирование: инициативная работа.

Original article

GENDER DIFFERENCES IN THE VIRTUAL MOBILITY OF MODERN RUSSIAN YOUTH

Ksenya S. Dolgikh

Pyatigorsk State University

Abstract. Virtual travel societies play a huge role in the modern world, in the age of Internet development. After all, various electronic resources on the Internet are places where people spend a lot of time, which means that it is possible to influence people there for commercial, pedagogical, educational and other purposes. At the same time, the options for virtual mobility are different in different years, and also probably may differ for different generations of people.

However, differences in virtual mobility may be related not only directly to the age of the traveling individuals, but also to the gender of the individuals. In other words, virtual horizontal mobility for men and women may differ. The aim of the article was to study whether there are gender differences in virtual horizontal mobility for the modern younger generation in Russian society.

Keywords: virtual mobility, horizontal mobility, translational mobility, non-translational mobility, social stratification, gender differences.

Funding: Independent work.

Введение.

В настоящее время сложно представить жизнь современного общества без горизонтальной мобильности [4, с. 42]. На сегодняшний день люди имеют огромные возможности осуществлять горизонтальные перемещения. Индивидуумы в нашей стране могут не только ездить и перемещаться в разные регионы Российской Федерации, но и осуществлять другие виды горизонтальных перемещений.

В наши дни люди имеют большое количество свободы в плане различных видов горизонтальной мобильности [1, с. 30]. Такого не было ранее. В современном мире индивиды имеют не только возможность и право на свободу перемещения, которых не было у некоторых слоёв населения ещё 200 лет назад во времена существования крепостного права, но также и техниче-

ские возможности для осуществления различных виртуальных путешествий. Если рассмотреть молодое поколение нашей страны, то большая часть парней и девушек были рождены в век научно-технического прогресса, когда их родители уже активно осуществляли виртуальные перемещения. Фактически это были дети, которые росли, осуществляя виртуальные перемещения с самого детства. Сегодня виртуальные перемещения являются неотъемлемой частью жизни молодых людей и девушек нашей страны.

Обсуждение.

Очень важно понимать, какие виды виртуальных перемещений нравятся современному поколению людей. Такого рода информацию можно использовать в образовательных целях, а также в воспитательных целях [3, с. 102]. Необходимо также учитывать, что

виртуальные перемещения могут быть разными для разных поколений.

В работе была поставлена задача узнать, какие направления виртуальной мобильности предпочитает современное молодое поколение, а также узнать, есть ли какая-то зависимость в предпочтениях виртуальной мобильности в зависимости от гендерных особенностей личности. Вместе с тем, очень важным было понять есть ли какие-то общие варианты виртуальной мобильности, которые характерны как для молодых людей, так и для девушек.

Необходимо выявить гендерные различия виртуальной мобильности, если они есть [1, с. 29]. Эти данные также могут использоваться в процессе осуществления маркетинговой деятельности, когда разрабатывается продукт только для молодых людей или только для девушек. Все респонденты являются гражданами и жителями России. В работе использовался метод опроса, в котором приняли участие 500 человек. Из них 50% юноши и 50% девушки. Возраст респондентов составил 15-18 лет.

Результаты.

Исследования показали, что как молодые люди, так и девушки любят совершать виртуальную горизонтальную мобильность в мессенджере Telegram. Так, процент респондентов, которые ответили, что любят осуществлять горизонтальную виртуальную мобильность в Telegram, для девушек составляет 82,4 %, а для юношей - 76,3 %. На втором месте как у юношей,

так и у девушек находятся в мессенджер WhatsApp, однако, он набирает гораздо меньший процент 22,4 % для молодых людей и 17,6 % у девушек.

Таким образом, Telegram целесообразно использовать в образовательных, воспитательных, информационных и иных целях. В данном случае, речь идёт об использовании Telegram как для молодых людей, так и для девушек в Российской Федерации.

Также были проанализированы преимущества в горизонтальных перемещениях в процессе обучения в образовательных организациях [2, с. 46]. И как молодые люди, так и девушки выбрали, что во время учебных предметов в аудитории им нравится совершать виртуальные перемещения, которые представлены дидактическими онлайн-играми. Результаты для молодых людей и девушек составляют 43,4 % и 54 % соответственно. Иные варианты горизонтальных мобильностей имеют результаты в опросе приблизительно в два раза ниже, то есть являются менее популярными.

Другие варианты ответов для юношей и девушек различаются и таким образом дифференцируются гендерные различия виртуальной мобильности. Девушки, в отличие от юношей, не любят проводить время, играя в компьютерные игры. Молодые люди же, напротив, регулярно осуществляют виртуальную мобильность, используя компьютерные игры. Так 43,3 % опрошенных лиц мужского пола ответили, что играют в компьютерные игры 2-3 часа в день, а 65 % опрошенных девушек отметили, что не любят компьютерные игры (рис. 1).

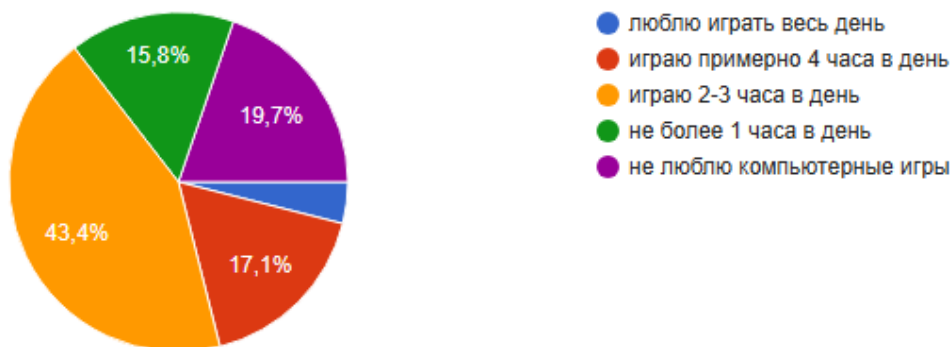


Диаграмма 1: опрошенные респонденты мужского пола

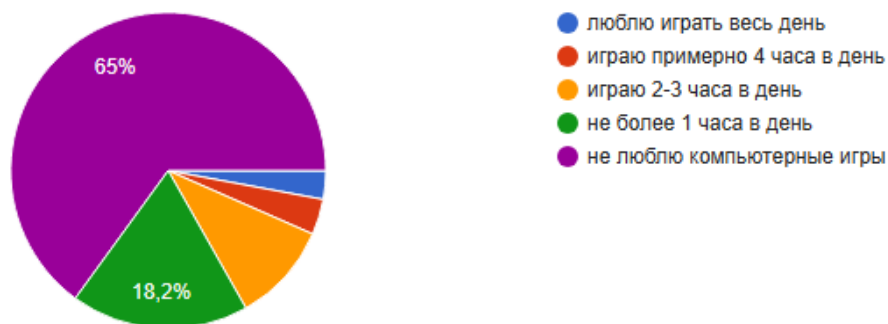


Диаграмма 2: опрошенные респонденты женского пола

Рис. 1. Данные опроса о продолжительности виртуальной мобильности в компьютерных играх

Если в целом собрать суммарное количество девушек и парней, которые ежедневно проводят время в компьютерных играх, то этот общий процент будет 80,3% для юношей и 35 % для девушек.

В процессе опроса выяснилось, что молодые люди любят осуществлять виртуальную нетрансляционную мобильность в видеохостингах, просматривая видео-ролики. В отличие от них, девушки видеохостинги не предпочитают для осуществления виртуальной нетрансляционной мобильности, а любят социальные сети и мессенджеры.

Также результаты проведенного исследования показали, что девушки предпочитают осуществлять виртуальную нетрансляционную мобильность посредством просмотра художественных фильмов в сети Интернет. Молодые люди в свою очередь предпочитают осуществлять нетрансляционную виртуальную мобильность посредством просмотра видеороликов в сети Интернет.

В процессе опроса большое количество как молодых людей, так и девушек отметили, что проводят

большое много времени в социальной сети с короткими видеороликами Tik Tok. Эти значения составили 46,8 % для молодых людей и 54 % для девушек.

В процессе опроса также выяснялось, любят ли молодые люди и девушки смотреть прямые эфиры в социальных сетях, то есть осуществлять трансляционную мобильность в режиме реального времени. Большая часть юношей указала на то, что не любят смотреть прямые эфиры, то есть не любят совершать трансляционную мобильность, а любят смотреть уже записанные видеоролики. Эта цифра составила 46,8 % и лишь 20,8 % опрошенных молодых людей указали на то, что любят смотреть прямые эфиры, то есть осуществлять трансляционную мобильность). Вероятно, это связано с тем, что молодым людям не нравится подстраивать своё время под расписание прямых эфиров. 7,8 % молодых людей указали на то, что они любят сами проводить прямые эфиры в социальных сетях (рис. 2).

Что вы любите больше?

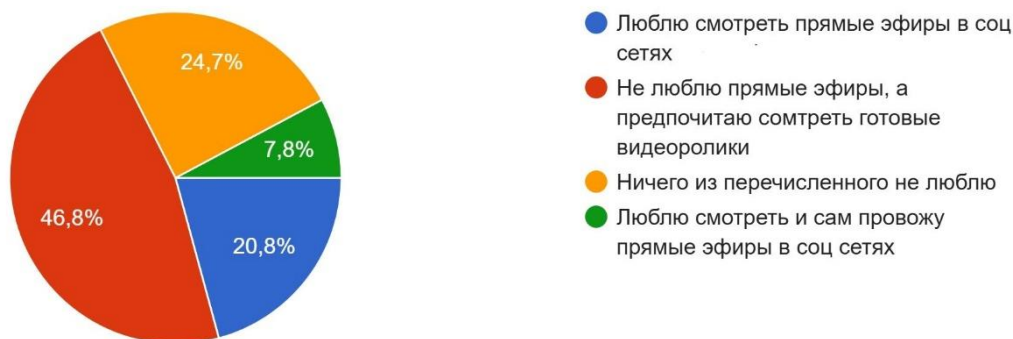


Диаграмма 1: опрошенные респонденты мужского пола.

Что вы любите больше?



Диаграмма 2: опрошенные респонденты женского пола.

Рис. 2. Данные опроса о просмотрах видео-роликов и прямых эфирах.

Что касается девушек, то они, по аналогии с юношами, не любят смотреть прямые эфиры, а предпочитают уже записанные видеоролики. то есть они не любят осуществлять трансляционную мобильность в режиме реального времени. Однако большая часть девушек, в отличие от юношей, отметили, что не проводят эфиры в социальных сетях самостоятельно.

Также изучалась информация, какие варианты горизонтальной мобильности молодые люди и девушки предпочитают в выходные дни (рис.3). Выяснилось, что большая часть молодых людей и девушек любят в выходные встречаться с друзьями офлайн, а также предпочитают осуществлять горизонтальную территориальную офлайн-мобильность. Как юноши, так и девушки указали на то, что они больше предпочитают офлайн-общение с друзьями в реальной жизни больше, чем онлайн-общение с друзьями.

Чем вы чаще всего занимаетесь в выходные?

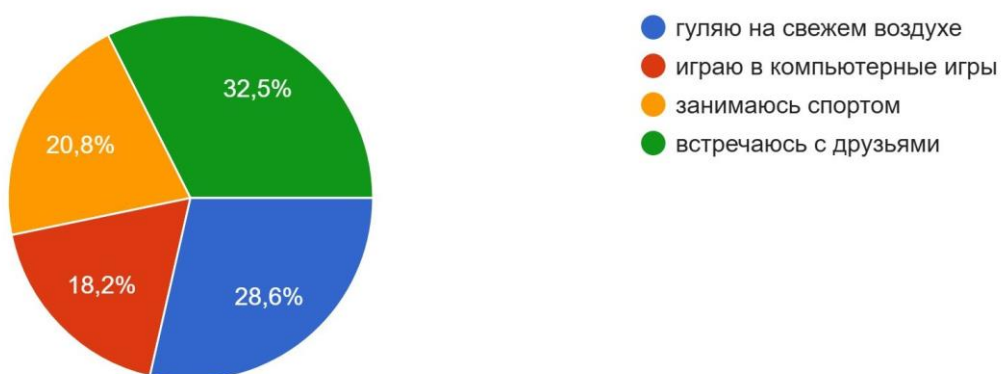


Диаграмма 1: опрошенные респонденты мужского пола.

Что вы больше любите?

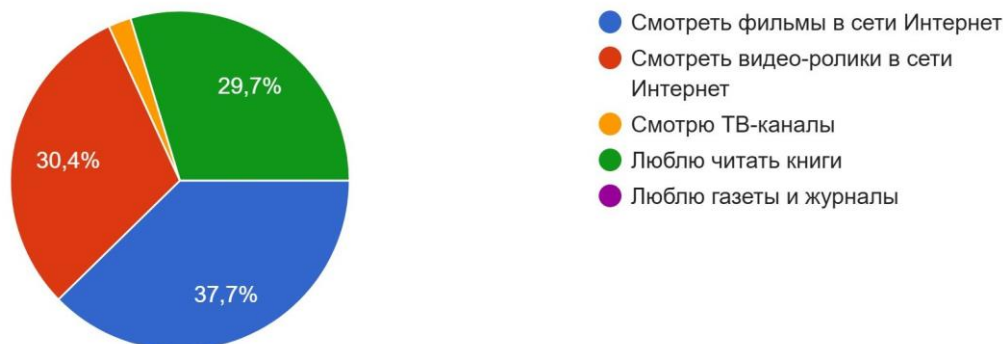


Диаграмма 2: опрошенные респонденты женского пола.

Рис. 3. Горизонтальная мобильность в выходные дни для юношей девушек.

Также проводилось исследование, какой браузер использует молодое поколение для осуществления виртуальной горизонтальной мобильности. Большая часть молодых людей и девушек предпочитают Яндекс Браузер. На втором месте - Google Chrome. Однако, юноши, в отличие от девушек, используют большее количество браузеров для поиска в сети Интернет.

Заключение.

Таким образом, в процессе исследований было выявлено, что как юноши, так и девушки предпочитают осуществлять виртуальную мобильность в мессенджере Telegram. Таким образом, Telegram можно использовать для различных целей. На втором месте мессенджер WhatsApp. В процессе обучения в образовательных организациях как молодые люди, так и девушки предпочитают дидактические онлайн игры в сравнении с офлайн-методами обучения.

Что касается свободного времени, то молодые люди в отличие от девушек любят играть в компьютерные игры и проводят достаточно большое количество времени, осуществляя горизонтальную мобильность в компьютерных играх. Девушки же напротив не любят играть в компьютерные игры, а предпочитают заниматься какими-то другими делами.

Юноши, в отличие от девушек предпочитают осуществлять нетрансляционную мобильность виде-

охостингах и смотреть видеоролики, девушки предпочитают социальные сети и мессенджеры, а также любят осуществлять виртуальную мобильность средства просмотра художественных фильмов в сети интернет.

Как молодые люди, так и девушки предпочитают социальную сеть с короткими видеороликами Tik Tok. И юноши, и девушки указали на то, что не любят смотреть прямые эфиры в сети интернет, то есть не любят осуществлять трансляционную мобильность, а предпочитают смотреть уже записанные готовые видеоролики.

Самый популярный браузер для осуществления виртуальной горизонтальной мобильности среди юношей и девушек - Яндекс Браузер, а на втором месте Google Chrome.

Таким образом, современное молодое поколение, в целом, принимает огромное участие в виртуальной горизонтальной мобильности. Однако, в ходе исследования, было выявлено, что как молодые люди, так и девушки понимают ценность горизонтальной офлайн-мобильности. Однако, горизонтальную офлайн-мобильность сложнее организовать, чем виртуальную мобильность, в связи с чем горизонтальную виртуальную мобильность разного рода респонденты совершают ежедневно и в большом объеме.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Список источников:

1. Долгих К.С. Виртуальная мобильность молодёжи в современном российском обществе // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – г. Краснодар 2024. – № 1. – С. 29-36.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

2. Долгих К.С. Анализ органической выдачи и степени использования инструментов SEO-оптимизации сайтов для продвижения услуг санаториев города Пятигорска (Материалы научно-методического чтения «Университетские чтения – 2021»). – ПГУ. – Пятигорск: ПГУ, 2021. – С. 44-49.
3. Долгих К.С. Лингвистическое образование как фактор развития инкамингового туризма и академической мобильности в России // Язык и культура в эпоху интеграции научного знания и профессионального образования. В 2-х частях. Часть II. – Пятигорск: ПГУ, 2021. – С. 100-104.
4. Кузнецов А.А. Виртуальная мобильность: проблемы, возможности, перспективы // Мир науки, культуры образования. – Горно-Алтайск 2023. – № 5 (102). – С. 40-41.
5. Сорокин, П. А. Человек. Цивилизация. Общество / П.А. Сорокин; под ред. А.Ю.Согомонова.-М.: Издательство политической литературы, 1992.-544 с.
6. Урри Дж. 2017. Офшоры. Пер. с англ. М., Дело, РАНХиГС, 288 с.

References:

1. Dolgikh K.S. Analysis of organic issuance and the degree of use of SEO optimization tools for the promotion of services of health resorts in Pyatigorsk //Materials of scientific and methodological readings "University readings - 2021". - PSU. Pyatigorsk: PSU, 2021. - P. 44-49.
2. Dolgikh K.S. Virtual mobility of youth in modern Russian society // Humanities, socio-economic and social sciences, Krasnodar, 2024. -No. 1.- P. 29-36.
3. Dolgikh K.S. Linguistic education as a factor in the development of inbound tourism and academic mobility in Russia // Language and culture in the era of integration of scientific knowledge and professional education. In 2 parts. Part II. – Pyatigorsk: PSU, 2021. – P. 100-104.
4. Kuznetsov A.A. Virtual mobility: problems, opportunities, prospects // The world of science, culture and education. – Gorno-Altaysk 2023. – № 5 (102). – P. 40-41.
5. Sorokin, P.A. Man. Civilization. Society / P.A. Sorokin; edited by A.Y.Sogomonov.-M.: Publishing House of Political Literature, 1992.-544 p.
6. Urri J. 2017. Offshore companies. Translated from English. M., Delo, RANEPА, 288 p.

Информация об авторе:

Долгих Ксения Сергеевна, старший преподаватель кафедры туризма и индустрии гостеприимства, Институт иностранных языков и международного туризма, Пятигорский государственный университет; E-mail: ksena2021@list.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3929-0290>

Kseniya S. Dolgikh, Senior Lecturer at the Department of Tourism and the Hospitality Industry, Institute of Foreign Languages and International Tourism, Pyatigorsk State University.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 29.09.2025;

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 18.10.2025;

Принята к публикации / Accepted for publication 20.10.2025.

Автором окончательный вариант рукописи одобрен.