

Научная статья
<https://doi.org/10.23672/SAE.2024.52.12.005>
УДК 316.4



ВИРТУАЛЬНАЯ МОБИЛЬНОСТЬ МОЛОДЁЖИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Долгих К.С.

ФГБОУ ВО Пятигорский государственный университет

Аннотация. В статье рассмотрены основные особенности виртуальной мобильности современного общества. Было проведено исследование предпочтений данного направления мобильности для современной молодежи. Исследование не только является актуальным, но и имеет практическую значимость, т.к. может быть использовано для достижения различных целей: коммерческих или информационных, когда для наилучшего результата необходимо использовать предпочтения молодого поколения.

На современном этапе развития Интернета виртуальная мобильность играет огромную роль. Целью работы было изучение современного молодого поколения, рождённого в век интернета, исследование его предпочтений к онлайн и офлайн горизонтальной мобильности. Исследования проводились при помощи метода анкетного опроса. В процессе работы были изучены выборы молодежью стратегий горизонтальной мобильности, отношение к компьютерным играм, к виртуальному миру в целом и к офлайн горизонтальной мобильности.

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

VIRTUAL MOBILITY OF YOUTH IN MODERN RUSSIAN SOCIETY

Ksenya S. Dolgikh

Pyatigorsk State University

Abstract. The article discusses the main features of the virtual mobility of modern society. The preferences of the direction of mobility of modern youth were studied. The research has practical significance, and can be used to achieve various goals: commercial or informational, when it is necessary to use the preferences of the younger generation for the best result.

Virtual mobility plays a huge role at the present stage of Internet development. The purpose of the work was to study the modern young generation, which was born in the age of the Internet, to study their preferences for online and offline horizontal mobility. The research was carried out using the method of questionnaire express surveying. In the process of work were studied young people's choices of horizontal mobility strategies, their attitude to computer games, to virtual world in general and to offline horizontal mobility.

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

Введение. Сложно представить жизнь людей без виртуального пространства, в котором индивиды проводят много времени, передают друг другу информацию, порождая, так называемую, виртуальную мобильность.

Современное поколение не представляет себе жизни без всемирной информационной компьютерной сети. Общение, работа, время проведения в сети Интернет являются естественными процессами. Возникает эффект виртуальной мобильности как неотъемлемой части

жизнедеятельности современного общества, в особенности молодёжи. Пользователи социальной сети проводят в виртуальной среде большое количество времени, совершают огромное количество разнообразных путешествий.

Виртуальная мобильность - это возможность человека взаимодействовать с отдалёнными пространствами, которые могут находиться за сотни тысяч километров [9]. Речь идёт именно о виртуальных путешествиях людей. Такие путешествия могут производиться в режиме реально-

го времени или с какой-то отсрочкой времени. Виртуальные перемещения индивидов можно разделить на трансляционные перемещения и нетрансляционные путешествия.

Трансляционные мобильности – это виртуальные перемещения индивидов в режиме реального времени [23]. Например, прямой эфир какой-либо телевизионной программы или какого-то важного события в настоящий момент времени. Индивиды наблюдают за этой трансляцией и иногда видят, что происходит в режиме реального времени за сотни километров, при этом они способны испытывать яркие эмоции и откликаться на сложившиеся положительные или отрицательные обстоятельства.

Нетрансляционные мобильности – это виртуальные перемещения индивидов с отсрочкой во времени. В данном случае, речь идёт о просмотре записей телепередач, лекций, сделанных ранее видеозаписей и пр. [18].

Обсуждение. В последние годы интернет-технологии постоянно совершенствуются, и виртуальная мобильность в обществе постоянно растёт. Если анализировать диаграмму (рис. 1), то очевидно, что число абонентов мобильного и стационарного интернета постоянно увеличивается. С годами у людей появляется всё больше и больше возможностей осуществлять виртуальную мобильность с помощью разных технических устройств.

Исследование динамики увеличения числа абонентов стационарного интернета показало, что их рост намного более плавный в сравнении с мобильным.

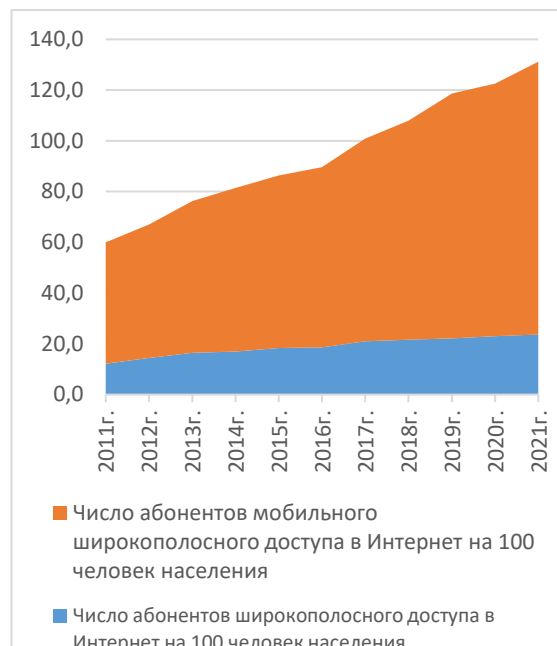


Рис. 1. Доступ в Интернет в Российской Федерации [16].

Это объясняется тем, что стационарный Интернет стал раньше широко использоваться людьми, чем мобильный Интернет. Всплеск использования мобильного интернета приходится на время с 2011 по 2021 год, что, вероятно, связано с широким использованием смартфонов населением. Данные факторы привели к стремительному росту виртуальной мобильности, связанной с мобильным интернетом. Вместе с тем, количество вариантов вертикальной мобильности постоянно увеличивается.

Виртуальную мобильность можно классифицировать на горизонтальную виртуальную мобильность и вертикальную виртуальную мобильность.

Горизонтальная виртуальная мобильность, по аналогии с горизонтальной мобильностью, в реальном социуме [7] – это перемещения индивида в виртуальном пространстве без изменения социального статуса. Такое перемещение может осуществляться индивидом по миру, связанному с реальным офлайн-пространством. Примером может быть просмотр видеороликов по туристским объектам Российской Федерации, то есть, когда мы переносим реально существующие объекты в виртуальный мир. Также, можно выделить путешествие индивидов по виртуально синтезированному миру, когда люди совершают горизонтальные путешествия по несуществующим в реальном мире пространствам.

Примером является просмотр видеороликов о вымышленных инопланетных мирах.

Вертикальная виртуальная мобильность имеет прямое отношение к компьютерным играм или к различным интернет-сообществам, где люди могут занимать определённые социальные позиции в своеобразной стратификации. Например, в некоторых компьютерных играх есть игровые сообщества. В зависимости от принадлежности к определённому слою в игре, индивид приобретает преимущество, силу, власть. Принадлежность к высшим слоям в играх зависит от объёмов реальных денежных средств, вложенных в «прокачку персонажа» или большим количеством выполненных действий, сравнимых с работой в реальной жизни. Однако данные достижения ценятся преимущественно в виртуальном мире, не считая киберспорт, где виртуальные достижения становятся реальными.

Бывает также, что у человека происходит вертикальная мобильность в интернет-среде, однако, его достижения ценятся и в реальной жизни. К примеру, человек занимает какой-то статус, работая в сети Интернет, но это отражается и на его реальной зарплате, и, соответственно, человек получает бонусы для реальной жизни. При этом абсолютно нельзя сбрасывать виртуальную социальную мобильность со счетов, так как индивиды в процессе мобильности вступают во взаимоотношения с реальными людьми, и социальная иерархия выстраивается с реальными индивидами, подключенными онлайн.

Таким образом, виртуальное пространство становится прообразом реального мира.

В своих работах современные российские социологи выделили различные формы горизонтальной виртуальной мобильности: путешествия при помощи сервисов онлайн карт, видеозаписи поездок, фильмы о путешествиях видеоблогеров, виртуальные экскурсии и прочее [19].

С каждым годом в жизни людей появляются всё новые направления виртуальной мобильности. Так, с появлением Интернета люди путешествовали в пределах сайтов в сети, затем появились социальные сети, что позволило путешествовать и там.

В процессе своей жизнедеятельности индивиды не только совершают виртуальные путешествия, они научились управлять ими. Задачей каждого сайта и любой социальной сети является удержание пользователя в своих границах как можно дольше. Карта сайта представляет собой варианты путей движения пользователя [15].

Сайт лучше индексируется в сети Интернет, если его посещают как можно большее количество людей и как можно больше времени проводят, путешествуя по различным страницам этого сайта.

Для управления перемещениями по сайтам и удержанием пользователей возникают специальные профессии - seo-специалисты. Эти специалисты изучают движения индивида по своим рабочим сайтам. Создаются инструменты, например, вебвизоры, которые представляет собой нечто иное как видеосъемку переходов индивида по данному конкретному сайту.

Таким образом, изучая путешествия пользователей по сайтам, специалисты выделяют наиболее популярные направления путешествий. Создаются другие аналогичные успешные страницы для посещения и виртуальных путешествий.

Похожий принцип работы и у социальных сетей. Социальная сеть - это как «паутина». Всё сделано таким образом, чтобы человек переходил с одной страницы на другую, путешествовал как можно дольше, приобретал социальные связи, налаживал взаимодействие. Успешность социальной сети определяется частотой и объёмами социальных интеракций пользователя.

Большое количество российских авторов посвятили свои исследования виртуальной академической мобильности (И.Ю. Гагарина, О.М.Куликова, И.И.Лисович, Ю.А. Квасова, В.Л. Леонтьева, В.А. Пулькина и пр). Однако авторами не изучалось, какие виды мобильности предпочитает современное молодое поколение. Эти исследования можно использовать в практических целях для продажи тех или иных продуктов, а также - для информационного воздействия на молодое поколение в образовательных целях и пр.

Результаты. Различные поколения совершают разные виды виртуальных путешествий, характерные именно для этих поколений. Например, для каких-то поколений сегодня очень популярны социальные сети. В работе была поставлена задача изучить, какие направления виртуальной мобильности характерны для юношей и девушек в возрасте 15-18 лет, а также выяснить насколько для них важна виртуальная мобильность и как они к ней относятся.

В целях исследования предпочтений молодого поколения в виртуальной реальности было проведено социологическое исследование в форме онлайн-анкетирования. Количество респондентов составило 400 человек, которые бы-

ли опрошены в период с июня по август 2023 года.

Анализ результатов исследования показывает, что 79,6 % опрошенных указали на то, что посещение сайтов, мессенджеров, социальных сетей, компьютерных игр является для них путешествием в другой (виртуальный) мир. При этом 98 % респондентов отметили, что они любят посещать сайты, социальные сети, пользуются мессенджерами, то есть им нравится виртуальная мобильность. Так, например, 57,1 % опрошенных ответили, что они проводят в социальных сетях более трёх часов в день, а 87,8 % отметили, что им нравится больше посещать социальные сети, чем сайты.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что представители опрашиваемого возраста относятся к поколению, которое любит виртуальные путешествия по социальным сетям больше, чем путешествия по сайтам различной тематики (рис. 2).

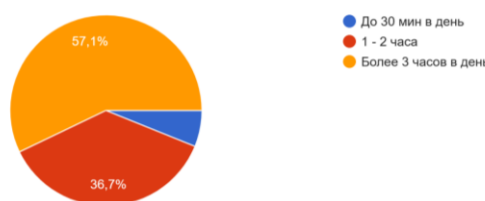


Диаграмма 1: Ответы на вопрос: «Сколько времени вы проводите в социальных сетях?»

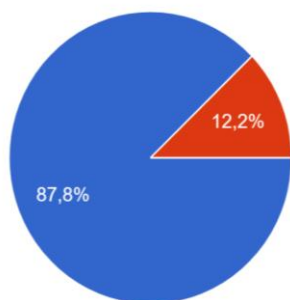


Диаграмма 2: Ответы на вопрос: «Что вам нравится посещать больше: социальные сети или сайты?»

Рис. 2. Данные опроса о сравнении виртуальных путешествий о сайтах или социальных сетях.

В процессе исследования также было выявлено, что при поиске информации большая часть респондентов предпочитает заходить в поисковые системы браузеров чаще, чем пользо-

ваться поисковой строкой социальной сети, несмотря на высказанные ранее предпочтения виртуальных путешествий в социальных сетях.

Также, была поставлена задача выяснить, насколько респонденты любят совершать виртуальные путешествия в компьютерных играх. Большая часть опрошенных (75,5 %) отметили, что не совершают виртуальных путешествий в компьютерных играх, а 10,2 % опрошенных отметили, что проводят в компьютерных играх менее одного часа в день.

Также, индивидам был задан вопрос: Что для них более интересно: реальное путешествие в другой город, или просмотр страницы об этом городе в социальной сети? Значительная часть опрошенных (95,9%) ответила: для них более важным является путешествие в реальном мире, несмотря на то, что они любят ежедневно осуществлять виртуальные путешествия в социальных сетях.

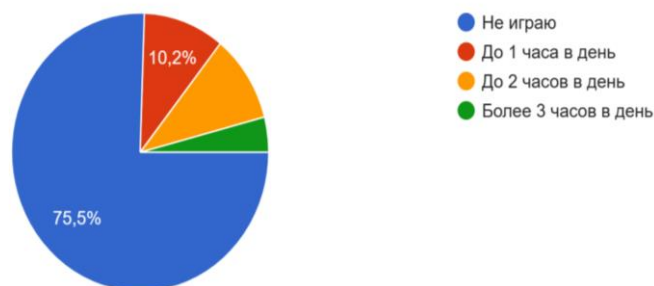


Диаграмма 3: Ответы на вопрос: «Сколько времени вы проводите в компьютерных играх?»

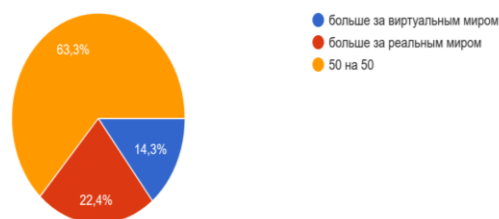


Диаграмма 4: Ответы на вопрос: «Как вы считаете: будущее за виртуальным миром или за реальным миром?»

Рис. 3. Результаты опроса (данные о компьютерных играх и прогноз видов путешествий).

Также, респондентам задавался вопрос: Какой вид путешествий, по их мнению, будет

преобладать в будущем? Большая часть опрошенных - 63,3 % ответила, что будущее за обоими видами путешествий в равной степени. При этом меньшая часть респондентов (14,3%) считает, что будущее за виртуальными путешествиями (рис. 3).

Еще одним вопросом, на который респондентам было предложено ответить был вопрос о способах входа в Интернет. Молодых людей спрашивали о том, каким способом они совершают виртуальные путешествия чаще всего: через телефон или через компьютер. Большая часть опрошенных (95 %) ответили, что они, как правило, путешествуют через мобильный телефон.

Вместе с тем, когда опрашиваемых индивидов спросили, что для них является более важным: встреча с друзьями в реальном мире (офлайн) или общение с ними же в социальной сети, большая часть опрошенных (95,9%) ответила, что для них более важным событием является встреча с друзьями в реальном мире.

Заключение. Таким образом, можно сделать вывод о том, что, опрашиваемые респонденты, которые относятся к поколению социальных сетей и много времени проводят там, любят эти социальные сети, но при этом очень ценят общение с людьми в реальном мире. Однако как показали результаты исследований, молодые люди самостоятельно не предпринимают больших усилий для того, чтобы это общение организовать: если кто-то организует для них общение в

реальном мире, они с радостью это предложение примут. Такой расклад связан с тем, что виртуальные путешествия более доступны на сегодняшний день, чем та же горизонтальная не виртуальная мобильность.

Также, большая часть опрошенных относится к посещению социальных сетей, сайтов, мессенджеров как путешествию в виртуальном мире. Несмотря на любовь к путешествиям в социальных сетях, опрашиваемые индивиды любят искать информацию не в поисковиках социальных сетей, а в поисковой строке браузера. Большая часть опрошенных молодых людей и девушек или не играет в компьютерные игры, или проводит там менее одного часа в день.

Таким образом, виртуальные путешествия в компьютерных играх респондентам не интересны. Будущее, по мнению молодёжи, как за виртуальными путешествиями, так и за не виртуальной горизонтальной мобильностью.

Респонденты также показывают, что молодое поколение не ушло полностью в виртуальную горизонтальную мобильность, а открыто также и к классической горизонтальной офлайн мобильности.

В горизонтальной виртуальной мобильности юноши и девушки используют различные направления, и нельзя утверждать, что современная молодежь предпочитает только виртуальную горизонтальную мобильность социальных сетей.

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.

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.

Литература:

1. Гагарина И.Ю., Куликова О.М., Лисович И.И. Виртуальная академическая мобильность в высшем образовании. // ВЕСТНИК РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология». М. –2021. –1(9(2)) –С. 290-306.
2. Гофман А. Б. Социальная мобильность и ее разновидности. Доступ на: URL: <https://openedu.ru/course/hse/GSOC/> (дата обращения: 26. 05. 2023).
3. Долгих К.С. Анализ органической выдачи и степени использования инструментов SEO-оптимизации сайтов для продвижения услуг санаториев города Пятигорска (Материалы научно-методический чтений «Университетские чтения – 2021». - ПГУ. - Пятигорск: ПГУ, 2021. - С. 44-49.
4. 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.

5. Квасова Ю. А., Леонтьева В. Л., Пулькина В. А. Академическая мобильность как инструмент международного коммуникативного взаимодействия вузов // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки— 2022. — №1.— С. 40-49.
6. Кузнецов А.А. Виртуальная мобильность: проблемы, возможности, перспективы // Мир науки, культуры образования. – Горно-Алтайск 2023. – № 5 (102). – С. 40-41.
7. Сорокин, П. А. Человек. Цивилизация. Общество / П.А. Сорокин; под ред. А.Ю.Согомонова.-М.: Издательство политической литературы, 1992.-544 с.
8. Урри Дж. Мобильности. Пер. с англ. М., Праксис, 2012. 501 с.
9. Урри Дж. 2017. Офшоры. Пер. с англ. М., Дело, РАНХиГС, 288 с.
10. Урри Дж. Социология за пределами обществ. Виды мобильности для XXI столетия // Пер. с англ. Д. Кралечкина — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. — 336 с.
11. Козлова Н.А. Академическая мобильность: сущность, векторы и стратегии развития: Монография. — СПб.: ТЭИ, 2012. — 88 с.
12. Панчук Н.Н , Гарнага А.Ф. Влияние социальных связей на социальную мобильность // Социология — № 6. — М. 2019—С.108-112.
13. Прохорова А.М. SEO –оптимизация // Экономические науки — № 30. — М. 2023—С.79-82.
14. Федеральная служба государственной статистики. Доступ на: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science> (дата обращения: 07.09.2023).
15. Филиппов А.Ф. 2001. Социология пространства. — СПб.: «Владимир Даль», 2008. — 285 с.
16. Харламов Н.А. 2012. Новое общество или новая наука об обществе? Социология мобильностей Джона Урри. М., Праксис.— 576 с.
17. Ходыкин А.В. Социологический анализ распространения виртуальных мобильностей как формы виртуализации пространственных перемещений (на основании социологии мобильностей Джона Урри) // *НОМОТНЕТИКА: Философия. Социология. Право.*— 2020.— Том 45.— № 3. — С. 579–588.
18. Ходыкин А.В. Систематизация трактовок взаимосвязи физического и социального пространств в социологических теориях. В кн.: Будущее социологического знания и вызовы социальных трансформаций (к 90-летию со дня рождения В.А. Ядова). М., ФНИСЦ РАН. — С. 285–290.
19. Urry J. 1999. *Automobility, Car Culture and Weightless Travel*. Available at: <http://www.comp.lancaster.ac.uk/sociology/soc008ju.html> (accessed 08.10.2023).
20. J.Urry *Mobile sociology*// *British Journal of Sociology*. — 2000. — No. 51. — p.185-203.

References:

1. Gagarina I.U., Kulikova O.M., Lisovich I.I. Virtual academic mobility in higher education. // *Bulletin of the Russian State University. The series "Literary criticism. Linguistics. Cultural studies"*. М. -2021. -1(9(2)) – P. 290-306.
2. Hoffman A.B. Social mobility and its varieties. URL: <https://openedu.ru/course/hse/GSOC/> (date of the application 26. 05. 2023).
3. 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.
4. 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.
5. Kvasova U.A., Leontieva V.L., Pulkina V.A. Academic mobility as an instrument of international communicative interaction of universities // *Bulletin of Kemerovo State University. Series: Political, Sociological and Economic Sciences*— 2022.— No.1.— P. 40-49.
6. Kuznetsov A.A. Virtual mobility: problems, opportunities, prospects // *The world of science, culture and education.* – Gorno-Altaysk 2023. – № 5 (102). – P. 40-41.
7. Sorokin, P.A. *Man. Civilization. Society* / P.A. Sorokin; edited by A.Y.Sogomonov.-M.: Publishing House of Political Literature, 1992.-544 p.

8. Urry J. *Mobility*. Translated from English by M., Praxis, 2012. 501 p.
9. Urry J. 2017. *Offshore companies*. Translated from English. M., Delo, RANEPА, 288 p.
10. Urry J. *Sociology beyond societies. Types of mobility for the XXI century* // Translated from the English by D. Krалechkina — M.: Publishing House of the Higher School of Economics, 2012. — 336 p.
11. Kozlova N.A. *Academic mobility: the essence, vectors and strategies of development: Monograph*. — St. Petersburg: TEI, 2012. — 88 p.
12. Panchuk N.N., Garnaga A.F. *The influence of social ties on social mobility* // *Sociology* — No. 6. — M. 2019—P.108-112.
13. Prokhorova A.M. *SEO –optimization* // *Economic Sciences* — No. 30. — M. 2023—P.79-82.
14. *Federal State Service URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science> (date of the application 07.09.2023).*
15. Filippov A.F. 2001. *Sociology of space*. — St. Petersburg: "Vladimir Dal", 2008. — 285 p.
16. Kharlamov N.A. 2012. *A new society or a new science of society? Sociology of mobility by John Urry*. M., Praxis.— 576 p.
17. Khodykin A.V. *Sociological analysis of the spread of virtual mobility as a form of virtualization of spatial movements (based on John Urry's sociology of mobility)* // *NOMOTHETIKA: Philosophy. Sociology. Right*. - 2020.— Volume 45.— No. 3. — P. 579-588.
18. Khodykin A.V. *Systematization of interpretations of the relationship between physical and social spaces in sociological theories*. In: *The future of sociological knowledge and the challenges of social transformations (to the 90th anniversary of the birth of V.A. Yadov)*. M., FNIST RAS. - P. 285-290.
19. Urry J. 1999. *Automobility, Car Culture and Weightless Travel*. Available at: <http://www.comp.lancaster.ac.uk/sociology/soc008ju.html> (accessed 08.10.2023).
20. J.Urry *Mobile sociology*// *British Journal of Sociology* — 2000 . — No. 51. — p.185-203.

Информация об авторе:

Долгих Ксения Сергеевна, старший преподаватель кафедры туризма и гостиничного сервиса, Институт иностранных языков и международного туризма, ФГБОУ ВО Пятигорский государственный университет, Пятигорск, Россия, E-mail: ksena2021@list.ru, ORCID 0000-0002-3929-0290

Ksenia S. Dolgikh, Senior Lecturer, Department of Tourism and Hotel Services, Institute of Foreign Languages and International Tourism, Pyatigorsk State University, Pyatigorsk, Russia.