

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова»  
Факультет социально-политических наук

# **ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ ЦИФРОВОГО ОБЩЕСТВА**

Материалы конференции

Всероссийская научно-практическая конференция  
«Возможности и угрозы цифрового общества»  
(Ярославль, 20–22 апреля 2023 г.)

Ярославль  
Филигрань  
2023

УДК 004.42(063)  
ББК 32.973я431  
В64

*Редакция:*

- А. В. Соколов* – доктор политических наук, заведующий кафедрой социально-политических теорий, Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова;  
*А. А. Фролов* – кандидат политических наук, доцент кафедры социально-политических теорий, Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова.

*Рецензенты:*

- Ю. А. Головин* – доктор политических наук, профессор кафедры социально-политических теорий, Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова;  
*А. И. Кольба* – доктор политических наук, профессор кафедры государственной политики и государственного управления, Кубанский государственный университет.

**Возможности и угрозы цифрового общества** : материалы  
В64 конференции. – Ярославль : Филигрань, 2023. – 478 с. –  
(Всероссийская научно-практическая конференция «Возможности  
и угрозы цифрового общества», Ярославль, 20–22 апреля 2023 г.).  
ISBN 978-5-6050550-3-7.

Материалы подготовлены по итогам работы Всероссийской научно-практической конференции «Возможности и угрозы цифрового общества», организованной 20–22 апреля 2023 г. Ярославским государственным университетом им. П. Г. Демидова. В него вошли материалы участников конференции – исследователей, представляющих научные центры Ярославля, Москвы, Санкт-Петербурга, ряда российских регионов, а также зарубежных ученых. В них отражены результаты научных исследований перспектив и проблем, связанных с распространением цифровых технологий в современном обществе. Основные научные направления представленных материалов: социальные и политические аспекты развития цифровых технологий, безопасность в цифровом обществе, сетевая культура и человек в цифровом обществе, социальное управление в цифровом обществе, влияние цифровых технологий на общественно-политические процессы.

УДК 004.42(063)  
ББК 32.973я431

ISBN 978-5-6050550-3-7

Волкова О. И., Чугунов А. В. Мониторинг каналов электронного участия: результаты исследования 2022–2023 гг. .... 283

### **Секция 3. Проблемы безопасности и устойчивого развития в цифровом обществе**

<i>Попова О. В.</i> Лидеры общественного мнения российской молодежи в онлайн-пространстве: от протестной мобилизации к формированию смысложизненных ценностей .....	294
<i>Алексеев О. А.</i> Информационные и киберсредства как компоненты неконвенциональной войны .....	307
<i>Яковлев М. В.</i> Движение хакеров в современной политике .....	319
<i>Гасанова С. У., Норец Н. К.</i> Оптимизационный анализ финансового управления предприятием и разработка системы принятия решений на основе больших данных .....	324
<i>Лебедева М. М., Зиновьева Е. С.</i> Цифровые технологии в изучении международных переговоров и посредничества .....	334
<i>Эриштейн Л. Б.</i> Научное руководство как ресурс информационной безопасности современной России .....	341
<i>Крайнов Г. Н.</i> О проблемах цифровизации транспорта .....	353
<i>Исаева Е. А.</i> Угрозы цифровизации: правовой контекст .....	359
<i>Крайнова Н. В., Бабаджанян П. А., Гребенко Е. Д.</i> Развитие отечественных цифровых платформ в условиях «западной» цензуры на примере YouTube и Rutube .....	368
<i>Цзымань Ли</i> Сотрудничество ШОС в области информационной безопасности: прогресс, вызовы и перспективы .....	375

### **Секция 4. Гуманитарные технологии в цифровую эпоху**

<i>Кривобоков А. С., Хмельницкая П. А.</i> Исследование взаимосвязи личной зрелости метакогнитивных убеждений с особенностями использования источников новостей .....	385
<i>Трифонов Д. А., Лукьянова Г. В.</i> Роль бренд философии в повышении политического доверия в онлайн-пространстве .....	395
<i>Будко Д. А., Вьюкова А. И., Денисова А. А.</i> Культурный фактор в развитии сетевого дискурса (на примере общественного конфликта в Петрозаводске) .....	404

### **Секция 3**

## **Проблемы безопасности и устойчивого развития в цифровом обществе**

ГРНТИ 11.07.25

### **Лидеры общественного мнения российской молодежи в онлайн-пространстве: от протестной мобилизации к формированию смысложизненных ценностей**

**О. В. Попова**

*Санкт-Петербургский государственный университет,  
Санкт-Петербург, Россия  
pov\_64@mail.ru o.popova@spbu.ru*

*Аннотация.* Доклад отражает некоторые результаты комплексного исследования институционального и персонального политического доверия российской молодежи, проведенного в конце октября – ноябре 2022 г. В данном тексте нашла отражение информация об отношении молодежи к политическим блогерам. На основании результатов экспертного опроса и массового онлайн-анкетирования автор приходит к выводу о причинах влияния политических блогеров в качестве источника политической информации и показывает основания необъективности их политической позиции. Предпринята попытка на основании статистических методов анализа выявить связь между наличием политической идентификации молодежи с блогерами и предрасположенностью их к определенным ценностям; выявлены лейтмотивные информационные послылы, которые сопряжены с повышением доверия молодежи лидерам общественного мнения. К ним относятся выбор приоритета интересов государства или отдельных индивидов.

*Ключевые слова:* российская молодежь, политическая онлайн-коммуникация, общественное мнение, лидеры общественного мнения.

#### **Введение. Цель и методы исследования**

Тема ценностей в политическом сознании различных групп является активно обсуждаемой в политической социологии и эмпи-

рической политологии на протяжении нескольких десятков лет. Однако информационное общество и новые политические реалии вносят свои коррективы и требуют не просто постоянного обновления эмпирических сведений, но выявления новых аспектов связи лидеров общественного мнения и формирования устойчивых структур политического сознания. В данном докладе предпринята попытка ответить на ряд вопросов, касающихся роли и причин роста популярности и доверия политических блогеров в глазах молодежи, связи между самоидентификацией молодежи с политической позицией популярных блогеров и политическими ценностями.

В докладе нашли отражение результаты всероссийского онлайн-анкетирования молодежи (ноябрь 2022 г., 1570 респондентов, контроль по полу, образованию, возрасту, федеральному округу проживания) и экспертный опрос (октябрь-ноябрь 2022 г., 30 экспертов, политики, ученые, молодежные политические лидеры; метод нестандартизованного интервью).

Мы вполне отдаем себе отчет в том, что речь идет именно о попытках обнаружения статистически подтвержденных эмпирических зависимостей, но отнюдь не о концептуализации и уж точно не о создании модернизированной теории идеологических ценностей в политическом сознании в эпоху всеобщего погружения в интернет-пространство. Тем не менее, полученная информация имеет высокую практическую ценность, поскольку она ясно указывает на «узкие» места игнорирования влияния блогеров на ценности сознания молодежи и имеет существенное практическое значение для выстраивания в современных условиях работы с молодежью онлайн различными политическими и неполитическими акторами.

### **Блогеры как лидеры общественного мнения молодежи**

В ходе проведенного исследования эксперты отметили принципиальное изменение вызывающих доверие у молодежи каналов политической информации. «Если раньше ценности транслировались от старшего поколения к младшему, то сейчас она, молодежь, как-то сама коммуницирует между собой, либо обращается к авторитету блогеров, которые, как мы понимаем, бывают различного и политического спектра, и идейного, и в принципе различного

качества» (м., политтехнолог, создатель и ведущий популярного телеграм-канала). В проигрыше оказываются не только представители старшего поколения в семьях, но в глобальном плане и те политические игроки, которые от имени и в интересах государства транслируют определенные сведения на молодежную аудиторию. По мнению экспертов, утеряны навыки эффективной пропаганды среди молодежи, что в значительной степени снизило возможности за ее политическими убеждениями и поведением. «Не хватает реально тех возможностей, которые есть у блогеров, которые ведут как раз вот эти негативные истории. Мы не умеем вести политически открытую работу, в СМИ пропагандистскую работу, которая должна вестись в молодежной среде. Мы потеряли поколение, которое было более лояльно к действующим мерам государственной политики, которые реализуются сейчас, мы формально занимались подходами к воспитанию патриотическому» (м., молодежный общественный деятель).

Действующие политики и молодое поколение у и z говорят на абсолютно разных языках: «Молодежь зачастую вообще не понимает, о чем говорят сегодня представители власти... Необходимы сегодня лидеры мнения ... внутри страны из числа молодежи, которые на понятном для них языке говорили бы о том, о чем говорят высокопоставленные люди... переводили на сленг ... могли какие-то вещи говорить доступно для них. Потому что сегодня с лидерами общественного (с ЛОМами) среди молодежи у нас очень все плохо. Нет системных ЛОМов, которые были бы сегодня интересны молодежи, которых бы она слушала, на основании мнения которых у них формировалась бы своя позиция мнения» (м., политтехнолог, создатель и ведущий популярного телеграм-канала).

К концу осени 2022 г. 38,3 % российской молодежи не просто смотрели и слушали видео- и аудиозаписи и читали посты различных блогеров, обсуждающих общественные и политические проблемы, но и были готовы отождествить свои взгляды с точкой зрения этих людей или принять их позицию в качестве значимой для себя. Анализ показал, что чаще других в эту группу попадают обладающие высшим образованием мужчины в возрасте от 30 до 35 лет с относительно высокими или высокими доходами, трудоустроенные (возможны варианты как официальной, так и неофици-

циальной работы), достаточно часто получающие дополнительное образование, проживающие в мегаполисе или крупном промышленном центре, с высокой степенью вероятности жители Центрального или Северо-Западного федеральных округов.

Круг интересующих, согласно ответам респондентов, молодежь в 2022 г. блогеров, специализирующихся на политической информации, достаточно широк<sup>1</sup>. Среди них есть как поддерживающие власть (С. В. Авксентьева, А. Г. Дугин, З. Прилепин, А. Е. Хинштейн, О. А. Царев, А. С. Ходаковский) и оппозиционные (Д. Г. Гудков\*, В. В. Кара-Мурза\*, А. Н. Навальный, Л. М. Шлосберг\*) лидеры молодежного общественного мнения онлайн. Достаточно неожиданным в этом списке оказался умерший еще в конце 1990-х годов А. А. Собчак. Достаточно разнообразным оказался список в том числе и одиозных журналистов, представляющих официальные и сетевые неофициальные издания, военкоров; в нем представлены «анонимный блогер» Архивариус, А. А. Венедиктов\*, А. Гаспарян, Т. В. Дзядко\*, Ю. Дудь\*, М. Кац\*, А. Кашеварова, Е. Котрикадзе\*, А. И. Коц, А. Лебедев, В. Осечкин, Е. Панасенков\*, С. Пегов, Е. Поддубный, Б. Рожин, А. Сладков, К. Собчак, В. Татарский<sup>2</sup>, Л. И. Филатов, А. Шарий<sup>3</sup>, А. Штефанов. Выяснилось, что для новых поколений в России привлекательны подчас и стоящие на совершенно разных идеологических позициях бизнесмены, ученые и популяризаторы науки (Д. Г. Абзалов, В. П. Аксенов, Б. Акунин, Д. Глуховский\*, Д. Г. Естафьев, Н. В. Зубаревич, А. Ф. Котс, М. Крутихин, Д. В. Потапенко, Е. Ю. Спицын, Е. М. Шульман\*, А. В. Щипков).

Представляется интересным, что в 2021 г. по оценке экспертов, использующих технологию Больших Данных, для российской молодежи были интересны наряду с Юрием Дудем и Алексеем Навальным развивавшие свои каналы на You Tube такие блогеры, как Михаил Светов (<https://youtube.com/c/SVTVofficial>), Майкл Наки (<https://youtube.com/c/MackNack>), Александр Плющев (<https://>

---

<sup>1</sup> Значок \* рядом с фамилией означает, что человек внесен в реестр иностранных агентов.

<sup>2</sup> Трагически погиб в теракте весной 2023 г. в Санкт-Петербурге.

<sup>3</sup> Проживающий на юге Европы украинский блогер.

youtube.com/user/plushev), Максим Кац (<https://youtube.com/c/maxkatz1>), Убермаргинал (<https://youtube.com/c/uebermarginal>), Егор Просвирнин (<https://youtube.com/c/CzarTalks>), Михаил Пожарский (<https://youtube.com/channel/UC8GoduxspzU7MpKYdbMyI0A>), Залина Маршенкулова ([https://t.me/vlast\\_Zh](https://t.me/vlast_Zh)), Ватоадмин (<https://youtube.com/channel/UCz5fo5taSl12pB-COEplkTw>), Павел Усанов ([https://youtube.com/channel/UCmJzuCIYy\\_2fRdq3xHYxsOQ](https://youtube.com/channel/UCmJzuCIYy_2fRdq3xHYxsOQ)). За почти два года произошло явное смещение в сторону использования такого мессенджера, как Telegram.

Если в 2018 – начале 2021 г. блогеры во многом выполняли функцию мотиваторов и координаторов политических действий (например, «умного голосования»), то в 2022 г. блогеры все более активно, интерпретируя политические события, оказались нацеленными на формирование системы ценностей массового политического сознания своей аудитории. И, следует специально отметить, что очень многие блогеры делают осмысленную целенаправленную ставку на молодежь.

К обстоятельствам, делающим точки зрения блогеров привлекательными в глазах молодежи, следует отнести: а) «магию» жизненного, т.е. материального в первую очередь, успеха этих онлайн-персонажей, которые вроде бы и не имеют каких-либо выдающихся качеств и талантов, каких-то уникальных качеств; б) ставку блогеров на борьбу «против», призыв к которой особенно привлекателен для молодежи, если сообщается о попрании принципов справедливости или о нарушении прав человека; в) иллюзию доступности и правдивости любой политической информации в глазах молодежи в эпоху «постправды»; г) максимальное упрощение описываемой ситуации с призывом к конкретному действию, которое разом и безвозвратно может якобы исправить ситуацию. При этом молодежь совершенно не отдает себе отчет в том, что блогеры – это «псевдолидеры общественного мнения», которые «ничем кроме ведения своих социальных сетей и блогов не занимаются, при этом объективно зарабатывают огромные деньги на рекламе в этих пабликах только за счет того, что привлекают своим протестным направлением эту самую молодежь ... у многих этих ребят, которые считают себя суперкрутыми блогерами, нет даже образования соответствующего... Это просто: «Я против. Почему

я против? Потому что я против», то есть обоснования этому нет ... Мы не умеем подавать информацию, как это делают они. Они это делают кратко, с выдержками, конкретно, а мы начинаем привлекать экспертов, двухчасовые размышления о том, как должно быть, почему. Конечно, это тухло, вяло, для молодежи это просто несмоторибельно и не воспринимается, а там в одной фразе, буквально в одном посте, из двух предложений прямо одна основная идея, одна основная мысль доносится идеально, укладывается вот здесь, в голове» (м., молодежный общественный деятель). Эксперты не испытывают никаких иллюзий по поводу морально-нравственных качеств большинства популярных у молодежи блогеров. По их мнению, «блогеры чаще всего – это люди, коммерчески ориентированные и участвующие в политическом торге» (м., молодой региональный политик).

Техническое использование однотипной политической информации со стороны многих, имеющих сходные взгляды политических блогеров может создать у молодежной аудитории иллюзию ее достоверности. «С одной стороны, нарастает представление, что в Интернете никому нельзя доверять, вплоть до того, что прямо высказывались мнения о том, что блогеры проплачены и, по сути, это аналог сегодняшнего телевидения. То есть вот такая точка зрения. Мы с ней столкнулись впервые в 2021 году. С другой стороны, есть настораживающая тенденция, с которой мы столкнулись в 2020 году. Если информация из разных источников, в том числе, из интернета, телевидения и так далее будет совпадать, она является правдивой... Вот здесь заложен очень мощный механизм будущей пропаганды. Если однотипная информация будет идти по всем каналам, что мы получаем, то уровень доверия к ней достаточно высокий» (ж., доктор политических наук, исследователь российской молодежи).

Кроме того, отсутствие в речи блогеров специализированного научного аппарата при обсуждении политических проблем создаст дополнительно иллюзию не только якобы понятности ситуации, но и правильности изложения обсуждаемого кейса. «Сильная сторона популярного блогера, рассуждающего о политике, это формат «логического ликбеза», популяризатора... Кто-то на Соловьева подсаживается, кто-то на Шульман» (м., политолог, политтехнолог,

организатор молодежного движения). Важна манера подачи информации. Блогеры «харизматичны, они выдвигают какие-то идеи, причем часто популистские, которыми можно заразиться. Видя несправедливость мира, в котором ты живешь, хочется во что-то верить и искать вот этот вариант перехода во что-то другое... Здесь уже технологии дальше включаются, новая искренность, новая мораль» (м., доктор полит. наук, политолог, организатор работы с молодежью).

Лидеры общественного мнения онлайн обеспечивают для молодежи обратную связь, апеллируя к «новой искренности». «Социальные сети – это новый уровень «новой искренности»... Если ты не позволяешь давать обратную связь, значит ты не готов к какой-то критике, какой-то оценке, к диалогу» (ж., политолог, молодежный общественный деятель, активистка-волонтер)

Весьма привлекательной для части российской молодежи является точка зрения уехавших из России после начала СВО блогеров, которые, по мнению этой группы, с «территории свободы» имеют возможность высказывать точку зрения на политические проблемы свободно и непредвзято. «Сейчас все блогеры, которых смотрит молодежь, сидят за рубежом. Штаб Навального, Максим Кац, Варламов, эти ребята сидят за рубежом. Даже блогер Андрей Рудой из левого лагеря, который к выборам вообще не призывал, но идеологически давал молодежи какую-то позицию, тоже уехал и тоже теперь за рубежом... Чтобы быть для молодежи интересным политически, необходимо вещать именно с «территории свободы слова», где ты можешь сказать все, что нужно» (м., политтехнолог, молодежный политик регионального уровня).

### **Авторитет политических блогеров и ценности российской молодежи**

Могут ли блогеры если не формировать, но хотя бы оказывать реально влияние на формирование политического сознания и, конкретно, на значимые идеологические ценности? Ответ на этот вопрос позволяют дать результаты массового опроса.

Регрессионный анализ (Таблица 1) однозначно показал, что наличие политической самоидентификации с блогерами, наряду с самооценкой наличия/отсутствия политических убеждений и готовностью

включиться в работу политических партий определяет уровень интереса к политике (коэффициент детерминации модели равен 0,421).

Таблица 1

**Модель множественного регрессионного анализа  
оценки уровня интереса к политике на основе установок**

Сводка для модели <sup>b</sup>					
Модель	R	R-квад- рат	Скорректи- рованный R-квадрат	Стандарт- ная ошибка оценки	Дарбин-Уотсон
1	,421 <sup>a</sup>	,178	,176	,591	1,785

а. Предикторы: (константа), идентификация с политиками и блогерами (бинарная), готовность к участию в работе политических партий, отсутствие политических убеждений

б. Зависимая переменная: уровень интереса к политике

**Коэффициенты<sup>a</sup>**

Модель		Нестандартизо- ванные коэффи- циенты		Стандарти- зованные коэффици- енты	t	Значи- мость
		B	Стан- дартная ошибка	Бета		
1	(Константа)	2,378	,024		99,644	,000
	Участие в работе политических партий – готовность	,295	,042	,168	7,058	,000
	Не имею политиче- ских убеждений	-,333	,034	-,231	-9,647	,000
	Идентификация с политиками и бло- герами (бинарная)	,305	,032	,229	9,547	,000

а. Зависимая переменная: уровень интереса к политике

Совершенно очевидно, что интерес к политической позиции блогеров и формирующаяся у молодежи система ценностей взаимосвязаны, влияют друг на друга, т. е. они находятся в функциональной

зависимости между собой. Построение регрессионных моделей подтвердило эту гипотезу (Таблица 2).

Таблица 2

**Влияние характеристик политического сознания молодежи на ориентацию на политических блогеров**

Введенные/удаленные переменные <sup>а</sup>			
Модель	Введенные переменные	Удаленные переменные	Метод
1	Справедливость, Интересы государства, Реформы в обществе, Самопожертвование <sup>б</sup>	.	Enter

а. Зависимая переменная: идентификация с политиками и блогерами (бинарная)

б. Все требуемые переменные введены.

Сводка для модели

Модель	R	R-квадрат	Скорректированный R-квадрат	Стандартная ошибка оценки
1	,301а	,091	,089	,464

а. Предикторы: (константа), Справедливость, Интересы государства, Реформы в обществе, Самопожертвование

ANOVA <sup>а</sup>						
Модель		Сумма квадратов	ст.св.	Средний квадрат	F	Значимость
1	Регрессия	33,727	4	8,432	39,113	,000б
	Остаток	337,590	1566	,216		
	Всего	371,316	1570			

а. Зависимая переменная: идентификация с политиками и блогерами (бинарная)

б. Предикторы: (константа), Справедливость, Интересы государства, Реформы в обществе, Самопожертвование

Как мы увидим далее, три предиктора-ценности – приоритет интересов государства, реформы в обществе и признание значимости

самопожертвования – оказываются рабочими и в другой конфигурации, когда в модель включаются только ценности, в отношении к которым молодежь со сформированной персонифицированной идентичностью с блогерами демонстрирует явную предрасположенность.

Анализ стандартизованных остатков в комбинированных таблицах самоидентификации с политической позицией блогеров и признанием значимыми для себя тех или иных смысложизненных и идеологических ценностей показал, что ориентированная на блогеров российская молодежь в большей степени, чем другие подгруппы этой социально-демографической страты, склонна признавать такие ценности, как бескорыстие, жизнь человека, инициативность, интересы государства, реформы в обществе и самопожертвование (Таблица 3).

*Таблица 3*

**Ориентация на ценности российской молодежи,  
идентифицирующей свои политические взгляды  
с позицией блогеров  
(2022 г., статистически значимые стандартизованные остатки)**

Ценность	Статистически значимый стандартизованный остаток
Бескорыстие	+1,7
Жизнь человека	+1,7
Инициативность	+3,4
Интересы государства	+4,2
Реформы в обществе	+5,2
Самопожертвование	+4,9
Личный успех	-1,9
Общение	-1,7
Затрудняюсь дать ответ на вопрос о смысложизненных ценностях	-2,4

Попытка построить линейную множественную регрессионную модель (коэффициент детерминации для модели равен 0,256,

он является приемлемым, но не высоким) показала, что из выявленных значимых ценностей для слушающих блогеров представителей молодежи, наиболее значимыми являются такие, как интересы государства, самопожертвование, жизнь человека и инициативность (Таблица 4).

Таблица 4

**Значения стандартизованных коэффициентов регрессии  $\beta$   
в модели значимости ценностей ориентирующейся  
на блогеров российской молодежи**

Коэффициенты<sup>а</sup>

Модель		Нестандартизованные коэффициенты		Стандартизованные коэффициенты	t	Значимость
		B	Стандартная ошибка	Бета		
1	(Константа)	,237	,022		10,862	,000
	Жизнь человека	,111	,025	,110	4,477	,000
	Инициативность	,139	,034	,100	4,049	,000
	Самопожертвование	,253	,043	,147	5,958	,000
	Интересы государства	,155	,029	,130	5,274	,000

а. Зависимая переменная: политическая самоидентификация с блогерами

Безусловно, речь не идет о том, что молодежная аудитория блогеров действительно свято чтит указанные ценности; на самом деле в ходе исследования были выявлены наиболее значимые вербальные маркеры, своеобразные «психологические крючки», «жонглирование» которыми повышает доверие к позиции блогеров.

Одновременно, согласно ответам, ориентированной на блогеров российской молодежи, она в меньшей степени, чем другие

подгруппы в возрасте от 14 до 35 лет, склонна к общению и ориентации на личный успех. По крайней мере, эти ценности отмечались ей значительно реже. В рамках проведенного исследования (онлайн-анкетирование) причины этого выяснить было невозможно, однако позволим высказать гипотезу, что такая ситуация может свидетельствовать о готовности подгруппы принимать иерархическую модель коммуникации «лидер – последователь» и о восприятии блогера как мотиватора и в известной степени даже в жизни «гуру», который показывает «правильный путь». Выяснилось почти гомогенное распределение ответов молодежи с разным уровнем политического доверия на вопрос о существовании для них политических лидеров общественного мнения.

### **Выводы**

Несмотря на значительное разнообразие названных молодежью блогеров, к политической позиции которых она прислушивается, можно говорить об определенном дефиците лидеров общественного мнения в онлайн-пространстве, самом популярном источнике политической информации. В социальных сетях не менее четверти российской молодежи обращает внимание не только на информацию от умеренно нелояльных, но и радикально критически настроенных блогеров. Для молодежи «психологическими крючками» выступает целый ряд ценностей. Но если в целом молодежь наиболее трепетно реагирует на слова о справедливости, правах человека и свободе, то статистический анализ показал целесообразность использования в политической коммуникации онлайн тем интересов государства / значимости жизни человека, самопожертвования, необходимости реформ и инициативности, поскольку молодежь, наиболее легко идентифицирующая себя с политическими блогерами и их политическими убеждениями, склонна признавать значимость именно этих ценностей.

В то же время заявлять об отсутствии патриотически настроенных значительных групп молодежи только потому, что при ответе на полузакрытый вопрос в массовом онлайн-анкетировании доля негативно настроенных к современной российской власти блогеров оказалась больше, чем доля блогеров-государственников, методически неправильно. При обсуждении этого вопроса необходимо

использовать принцип триангуляции: наряду с данными массовых опросов молодежи и экспертных интервью следует обратиться к возможностям критического дискурс-анализа комментариев под постами наиболее влиятельных политических блогеров, имеющих максимальное число подписчиков.

Конечно, и текстовый анализ ценностей молодежи, составляющей преданную аудиторию онлайн-лидера общественного мнения, не дает стопроцентно точного ответа о ее приоритетных ценностях, точно так же как кажущийся в настоящее время предельно объективным показатель количества подписчиков и комментариев на самом деле может существенным образом искажаться за счет как проводимой администраторами каналов политики «забанивания» неугодных подписчиков-критиков, так и благодаря непрекращающейся активной работе «фабрик троллей» и ведению информационной войны на надгосударственном уровне.

## **Leaders of Public Opinion for Russian youth Online: From Protest Mobilization to the Formation of Values**

**O. V. Popova**

*St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia*

*Abstract.* The report shows the results of a comprehensive study of the institutional and personal political trust of Russian youth (end of October - November 2022). This text reflects information about the attitude of young people towards political bloggers. The study included an expert survey and a massive online survey. The author analyzes the reasons for the influence of political bloggers as a source of political information and shows the reasons for the bias of their political position. With the help of statistical methods of analysis, the relationship between the presence of political identification of young people with bloggers and a predisposition to certain values has been confirmed. Identified leitmotif themes-markers that contribute to increasing the confidence of young people in online public opinion leaders. They include questions of the priority of the interests of the state or individuals, the need for reforms in the state, self-sacrifice and selflessness.

*Keywords:* Russian youth, online political communication, public opinion, opinion leaders.