

УДК 316.77

ББК 60.54

**КАК СПЕЦИФИКА ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ  
РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ ПОВЫШАЕТ ЕЕ УЯЗВИМОСТЬ ПЕРЕД  
ЭКСТРЕМИСТСКОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ?**

**Руденкин Д.В.**

*кандидат социологических наук  
доцент кафедры интегрированных маркетинговых  
коммуникаций и брендинга  
Уральский федеральный университет  
г. Екатеринбург, Россия  
[d.v.rudenkin@urfu.ru](mailto:d.v.rudenkin@urfu.ru)*

**HOW INTERNET COMMUNICATION OF RUSSIAN YOUTH  
MAKES IT VULNERABLE TO EXTREMIST INFORMATION?**

**Rudenkin D**

*Candidate of Sociological Science  
Associate Professor at the Department of  
Integrated Marketing Communications and Branding  
Ural Federal University  
Yekaterinburg, Russia  
[d.v.rudenkin@urfu.ru](mailto:d.v.rudenkin@urfu.ru)*

**Аннотация**

Работа посвящена анализу устоявшихся практик Интернет-коммуникации российской молодежи. Автор предполагает, что привычная молодым людям практика Интернет коммуникации повышает их уязвимость перед экстремистской информацией, которая тиражируется в Интернете. Эта гипотеза подвергается автором проверке в ходе эмпирического исследования, выполненного в 2018-м г. в г. Екатеринбурге (N = 2051). Результаты проведенного исследования говорят о том, что из-за высокой интенсивности Интернет-коммуникации и выраженных гедонистических установок при посещении виртуального пространства российская молодежь действительно становится повышено уязвимой перед экстремистской информацией. Работа

подготовлена в рамках реализации гранта Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 16-29-09512 «Интернет как инструмент формирования психологической готовности молодежи к экстремистскому поведению»).

### **Annotation**

The paper is devoted to the analysis of current practices of Internet communication of the Russian youth. The author suggests that the current practices of Internet communication of young people increase their vulnerability to extremist information in the Internet. This hypothesis was tested by the author in the course of an empirical study carried out in 2018 in Yekaterinburg (N = 2051). The results of the research show, that the high intensity of Internet communication and hedonistic attitudes of using of Internet really make Russian youth vulnerable to extremist information. The paper was prepared as part of the implementation of the grant of the Russian Foundation for Basic Research (project № 16-29-09512 «Internet as instrument of forming youth's psychological willingness for extremist performance»).

**Ключевые слова:** Интернет, молодежь, интернетизация российского общества, экстремистский контент, экстремистская информация

**Key words:** Internet, youth, internetization of Russian society, extremist content, extremist information

### **Введение**

Тема использования Интернета для зарождения и распространения среди молодежи экстремистских настроений и поведенческих установок стала сейчас одной из самых востребованных и популярных в отечественной социально-гуманитарной науке. Работы таких авторов, как Ю.А. Антонова [1], М.Р. Бабилова [2], А.А. Жуйков [7] и др. показывают, что отечественные ученые не только проявляют очевидный интерес к этой теме, но и имеют довольно интенсивный опыт изучения соответствующей проблематики. Надо

признать, что управленческий запрос на понимание подобных практик использования Интернета действительно прослеживается вполне отчетливо. Очевидно, что потенциально Интернет действительно является удобным инструментом массового и быстрого распространения среди молодежи любой информации: это возможно уже хотя бы потому, что доля его активных пользователей среди молодежи существенно превышает среднероссийский показатель и приближается к 100%. В то же время, относительная новизна темы социальных эффектов интернетизации общества приводит к отсутствию у исследователей устоявшихся представлений о том, какие конкретные риски существуют в этой области и как может выполняться их профилактика [13]. Поэтому запрос на научный анализ роли Интернета в распространении экстремистской информации представляется практически очевидным.

Проблема заключается в том, что, несмотря на высокую актуальность и популярность исследований практик использования Интернета для распространения экстремистской информации среди российской молодежи, в этом предметном поле продолжают сохраняться примечательные неясности. Дело в том, что та практика исследований, которая устоялась в данной предметной области, является несколько односторонней. Чаще всего исследователи анализируют либо содержание того, контента, который транслируется молодежи (П.Г. Ганский [6], Е.Г. Телегина и Д.С. Шадянов [15], Т.М. Шогенов [16] и др.), либо инструменты, которые используются для его распространения (Н.Н. Ярушкин и Н.Н. Сатонина [17], Н.С. Седых [14], Е.А. Ганин [5] и др.). Сами же представители молодежи и особенности их реакций на такой контент оказываются в фокусе исследовательского внимания заметно реже. Смещенный ракурс исследовательского интереса приводит к одностороннему пониманию сложившихся практик использования Интернета для тиражирования экстремистской информации: мы можем понять, какой контент распространяется и какие инструменты для

этого используются, но восприятие этого контента аудиторией остается неизвестной переменной.

В данной работе мы намерены сделать один из возможных шагов на пути прояснения этого вопроса. Наша исходная гипотеза заключается в том, что сама специфика сложившейся Интернет-коммуникации молодежи повышает ее уязвимость перед экстремистским контентом, который тиражируется в виртуальном пространстве. Обращаясь к материалам собственного социологического исследования, мы намерены проследить частные особенности такой коммуникации, приводящие к росту данной уязвимости.

### **Методология исследования**

Прежде, чем перейти к анализу результатов проведенного исследования, будет уместно пояснить концептуальную подоплеку исходной идеи и методологию работ, которые были выполнены для ее проверки.

Один из наиболее принципиальных моментов в данном случае – само понятие экстремистской информации. Представления о том, что именно следует понимать под этим термином, у исследователей часто разнятся: расплывчатость юридических формулировок и расхождения в политических реалиях разных стран и регионов порождают почву для неясностей и спекуляций. Само исходное понятие экстремизма интерпретируется в науке по-разному: и как склонность к радикальным взглядам и действиям [10, с. 233], и как установка на совершение деструктивных действий по отношению к государству и обществу [4, с. 71], и даже как обычная склонность людей к высказыванию протеста против текущих проблем в обществе [11, с. 507]. В контексте нашего исследования этот вопрос имеет важное, но все же инструментальное значение, поэтому мы воздержимся от участия в теоретико-методологических диспутах на эту тему. Подчеркнем лишь, что мы в целом солидарны с позицией, которую высказывает Л.В. Попова, и полагаем, что сам по себе экстремизм можно определить как склонность

людей к крайним, радикальным действиям [9, с. 36]. Поэтому мы будем придерживаться понимания экстремистской информации как контента, нацеленного на осознанное и целенаправленное повышение склонности молодежи к крайним, радикальным действиям.

Конечно, степень влияния такого контента на настроения и поведенческие склонности молодежи может быть принципиально разной. Интернет является всего лишь техническим средством, которое помогает распространять информацию, но восприятие этой информации аудиторией может быть принципиально разным. Однако мы полагаем, что современная российская молодежь как раз может быть довольно уязвимой перед таким контентом. Опыт предшествующих исследований (в том числе наших собственных) показывает, что Интернет превратился для российской молодежи в крайне важный атрибут повседневной жизни. Молодые люди освоили Интернет гораздо интенсивнее, чем представители старших поколений, и используют его чаще [3]. А их повседневная коммуникация в значительной степени перемещается именно в виртуальное пространство [12]. Поэтому напрашивается предположение, что Интернет действительно может являться важной площадкой для трансляции российской молодежи экстремистской информации. Однако это предположение, разумеется, требует эмпирической проверки и анализа конкретных особенностей коммуникативной культуры молодых людей.

Мы выполнили эмпирическую проверку данной гипотезы в ходе собственного социологического исследования, реализованного при поддержке Уральского государственного педагогического университета в первой половине 2018 г. Эмпирическую базу исследования составил анкетный опрос, проведенный нами среди молодежи г. Екатеринбурга для диагностики актуальных практик ее Интернет-активности и реакций на различный контент в виртуальном пространстве. При организации опроса использовалась смешанная выборка. Всего было опрошено 2051 представителя молодежи г. Екатеринбурга в возрасте от 14 до 30 лет,

которые были разбиты на два сегмента: «Подростки» (14-18 лет, 1004 человека) и «Юноши» (19-30 лет, 1047 человек). Респонденты в каждом из этих сегментов были отобраны по квотной выборке с учетом квот, пропорционально отражающих половозрастную и районную сегментацию населения г. Екатеринбурга. Таким образом, исследование позволяло не только проследить общие модальности Интернет-активности молодых людей, но и сравнить соответствующие закономерности у двух крупных групп респондентов.

### **Результаты исследования**

При обработке полученных данных были применены процедуры построения одномерного и двухмерного распределения, корреляционного, регрессионного и факторного анализа. Также в ходе анализа данных было проведено полное сравнение ответов, которые были даны на все вопросы анкеты представителями сегментов «Подростки» и «Юноши» и проверена статистическая значимость всех выявленных различий. В результате проделанной работы удалось сделать несколько ключевых выводов, которые позволяют охарактеризовать как общие закономерности Интернет-активности молодых людей, так и факторы их уязвимости перед экстремистской информацией в виртуальном пространстве.

Прежде всего, анализ показал, что привычки использования Интернета у молодежи фактически универсальны. Попарное сравнение ответов респондентов разных сегментов и последующий корреляционный анализ показывают, что ни пол, ни возраст, ни район проживания, ни сама принадлежность к сегменту «Подростки» или «Юноши» не оказывают существенного воздействия на специфику Интернет-поведения молодежи. Анализ показал, что существует всего несколько статистически значимых различий в Интернет-поведении представителей сегментов «Подростки» и «Юноши», причем касаются они в основном структуры времени, проводимого на разных ресурсах:

- *Во-первых*, респонденты сегмента «Подростки» чаще, чем представители подгруппы «Юноши» оценивают свое ежедневное присутствие на новостных сайтах как «10 часов и более» (соответственно, 28,6% и 22,3%, коэффициент Крамера = 0,104).
- *Во-вторых*, «Юноши» чаще оценивают время, которое они ежедневно проводят на игровых сайтах, как «Менее 1 часа» (56,7% против 44,3%, коэффициент Крамера = 0,131).
- *В-третьих*, «Юноши» имеют больший опыт участия в тех мероприятиях, про которые узнали благодаря Интернету (53,4% против 42,5% у «Подростков», коэффициент Крамера = 0,217).
- *В-четвертых*, «Юноши» чаще, чем «подростки» участвуют в квестах, про которые узнали в Интернете (соответственно, 10,1% против 3,6%, коэффициент Крамера = 0,112). При сравнении ответов на все остальные вопросы значимых различий между «Подростками» и «Юношами» анализ не показал.

Наличие только таких, по сути очень частных различий свидетельствует о том, что цели использования Интернета, структура посещаемых сайтов и сама модель коммуникации в виртуальном пространстве в молодежной среде относительно универсальны.

Учитывая такую универсальность интеграции Интернета в социальную реальность молодых людей, стоит обратить внимание еще на одну тенденцию, которую показал анализ. Дело в том, что Интернет стал практически неотъемлемым атрибутом повседневной реальности, которая окружает молодых людей. Анализ показал, что более 97% опрошенных относят себя к активным пользователям Интернета и пользуются им ежедневно. Учитывая, что среднее число активных пользователей Интернета по всем возрастным группам российского общества обычно оценивается социологами примерно в 70-75% [8], можно констатировать, что активность использования Интернета у молодежи – повышенная. При чем речь идет не

только о самооценке. Показательна и та структура времени, которое опрошенные проводят в виртуальном пространстве: 65,7% проводят не менее 3 часов в день в социальных сетях, 46,2% - на учебных и научных сайтах, 43,0% - на игровых сайтах. Более того, молодые люди проявляют такую активность в использовании Интернета ради решения сразу многих повседневных задач: поиска информации, общения, работы, чтения новостей, потребления медиа-контента и т.д. (См. Рисунок 1).



**Рисунок 1.** Для чего Вы пользуетесь Интернетом?  
(закрытый вопрос, % от числа ответивших)

Высокая интенсивность и выраженная многогранность использования Интернета в молодежной среде позволяют говорить о его отчетливой интегрированности в повседневную социальную реальность, которая окружает молодых людей. Фактически исследование показало, что Интернет является для молодежи не просто средством коммуникации, а скорее своеобразной средой обитания, дающей возможности и для решения практических задач, и для развлечения, и для общения. Явное (хоть и не радикальное) превышение показателей активности молодежи в Интернете над средними по населению подтвердило интуитивное предположение, которое было у нас перед началом исследования. Молодежь является более доступным адресатом для тиражирования любого (в том числе и

экстремистского) контента в Интернете уже как минимум потому, что более активна в своем повседневном использовании виртуального пространства.

Однако здесь важно отметить, что прикладная, утилитарная мотивация посещения Интернета, по всей видимости, имеет среди молодежи лишь ограниченное распространение. Ощущаемая респондентами структура времени, проводимого на разных сайтах в Интернете и декларируемая ими мотивация посещения виртуального пространства говорят о том, что лишь меньшинство из них заходят в Интернет ради образования или заработка. Скорее можно говорить о том, что доминантами молодежной мотивации при использовании в Интернете выступают склонность к развлечениям и поиск нового опыта, любопытства. Наиболее популярные мотивы использования Интернета, которые себе приписывают опрошенные – поиск информации, общение, потребление медиаконтента. Схожим образом оценивается и мотивация использования социальных сетей, в которой преобладают общение, развлечения и поиск новостей. Показательно и то, что именно любопытство, поиск нового опыта лежит в основе наиболее популярных причин, побуждающих опрошенных к коммуникации с совершенно неизвестными людьми: большинство из молодых людей готовы общаться с незнакомцем в Интернете, «если тот предложит поговорить на интересную тему», «если его страница вызывает любопытство» или «если общение с ним поможет избавиться от скуки» (См. Таблица 1).

Фактически можно сказать, что, судя по нашим данным, преобладающая мотивация посещения молодежью Интернета тяготеет к развлечению, поиску новых ощущений, новой информации. Содержательная специфика такого запроса на новую информацию может быть разной у различных подгрупп молодежи. Однако специфика этих ответов говорит о том, что, если некая информация соответствует запросу конкретной группы молодежи на новый информационный контент и развлечение – то с высокой долей вероятности такая информация будет этой группой воспринята и окажет влияние на ее настроения или поступки. Иными словами,

соответствие экстремистского информационного контента запросу молодежи на любопытный новый опыт и развлечения фактически гарантирует, что такой контент будет ей воспринят.

Таблица 1.

Представьте, что Вам в социальной сети пишет совершенно незнакомый Вам человек. При каких условиях Вы будете с ним общаться?  
(закрытый вопрос, % от числа ответивших)

Варианты ответа	Число ответивших	% от числа ответивших
Если этот человек предложит поговорить на интересную мне тему	788	38,6
Если страница этого человека вызовет мое любопытство	719	35,2
Если человек присылает мне полезную информацию - например, об интересном мне сообществе	641	31,4
Если я знаю, что этот человек реален	580	28,4
Если мне будет очень скучно	563	27,5
Вообще не буду общаться ни при каких обстоятельствах.	522	25,5
Если этот человек предлагает что-то понятное и конкретное - например, участие в конференции/конкурсе	460	22,5
Если фото этого человека мне симпатично	350	17,1
Если этот человек подначивает, провоцирует меня	200	9,8
Если этот человек говорит в мой адрес оскорбления	158	7,7
Если этот человек говорит мне комплименты	47	2,3
Другое	53	2,6
<b>Итого</b>	<b>2051</b>	<b>100,0</b>

Еще одним примечательным выводом, который позволил сделать анализ, является тот факт, что наиболее удобным инструментом тиражирования среди молодежи любого информационного контента (в том числе и экстремистского) являются социальные сети, особенно сайт «ВКонтакте». Сами по себе социальные сети нельзя рассматривать как однозначный фактор популяризации экстремистских настроений и поведенческих практик в молодежной среде, поскольку они являются лишь техническим средством распространения информации.

Тем не менее, в ходе исследования выяснилось, что социальные сети являются потенциально удобной (или даже самым удобной) площадкой для донесения информации до молодежной аудитории:

- *Во-первых*, выяснилось, что распространение социальных сетей в молодежной среде близко к абсолютному, повсеместному: только 0,4% опрошенных приписывают себе отсутствие регистрации хоть в каких-то социальных сетях, у остальных такая регистрация есть.
- *Во-вторых*, именно на социальные сети приходится наиболее значительное время молодежи в Интернете: 65,7% опрошенных проводят в них более 3 часов ежедневно, интенсивность использования остальных Интернет-ресурсов гораздо скромнее.

Ведущую роль «ВКонтакте» в данном контексте определяет его гипертрофированная популярность среди опрошенных: 96,2% имеют там регистрацию, а 87,6% относят к наиболее используемым (другие социальные сети в соответствующих вопросах называются как минимум вдвое реже). В совокупности эти данные говорят о том, что социальные сети являются потенциально очень удобным и гибким инструментом для распространения среди молодежи любой (в том числе и экстремистской) информации: они открывают доступ к массовой молодежной аудитории в кратчайшие сроки и дают богатый инструментарий для работы с этой аудиторией.

### **Заключение**

В целом проведенный анализ показал, что устоявшаяся культура Интернет-коммуникации российской молодежи, вероятнее всего, действительно представляет собой достаточно важный фактор риска и делает эту социальную группу уязвимой перед распространением экстремистской информации в виртуальном пространстве. Интернет органично встроен в социальную реальность молодежи. Для большинства из ее представителей он стал не только средством коммуникации, но и самой основой повседневной жизни: именно в Интернете молодые люди ищут информацию, развлекаются и общаются. Более того, существует и техническая платформа, которая позволяет доносить информацию до массовой молодежной аудитории в

кратчайшие сроки – такой платформой является социальная сеть «ВКонтакте», которая имеет среди молодых людей практически массовую популярность. Разумеется, все эти обстоятельства не говорят о том, что Интернет является опасным пространством, через которое происходит массовое формирование у молодежи экстремистских убеждений и поведенческих склонностей. Но эти факты говорят о том, что Интернет действительно может использоваться для распространения среди молодежи экстремистской информации и сложившиеся практики коммуникации молодежи повышают ее восприимчивость к такой информации.

Иными словами, распространение экстремистской информации среди молодежи через Интернет является технически решаемой задачей. Тот факт, что подавляющее большинство молодежи активно и регулярно пользуется Интернетом, говорит о том, что при определенной находчивости донести такую информацию можно до многих молодых людей. В том случае, если такая информация будет преподнесена в нетривиальной форме и сможет соответствовать гедонистическим запросам молодых людей, она найдет свой отклик. Поэтому мы полагаем, что в целом та гипотеза, которую мы высказывали изначально, скорее подтвердилась: специфика Интернет-коммуникации современной российской молодежи действительно является важным фактором ее уязвимости перед той экстремистской информацией, которая тиражируется в виртуальном пространстве.

### **Список литературы**

1. Антонова Ю.А. Распространение информации экстремистского характера среди молодежи в виртуальных социальных сетях // Убеждение и доказательство в современном политическом дискурсе Материалы Международной научной конференции. Главный редактор И.В. Култышева. 2014. С. 5-9.
2. Бабилова М.Р. "Возбуждающая информация" как элемент экстремистского текста: из практики исследований // Язык. Право. Общество III Международная научно-практическая конференция. Под

- редакцией: О. В. Барабаш, Т. В. Дубровской, Н. А. Павловой. 2015. С. 94-97.
3. Волченко О.В. Динамика цифрового неравенства в России // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 5. С. 163-182.
  4. Воробьев В.В., Амбросий А.В. Понятие информационного экстремизма, его проявления в сети Интернет // Юридические науки, правовое государство и современное законодательство сборник статей III Международной научно-практической конференции. 2018. С. 71-73.
  5. Ганин Е.А. Детабуирование образов экстремизма на аренах Интернет-пространства // Казанская наука. 2013. № 8. С. 144-148.
  6. Ганский П.Н. Контент-анализ как метод выявления экстремистского контента в Интернете // Конфликтология. 2014. № 5. С. 346-348.
  7. Жуйков А.А. Интернет и проблема информационного экстремизма в современном российском обществе // Общество и право. 2015. № 4 (54). С. 303-306.
  8. Пользование Интернетом: Пресс-выпуск 18.01.2018 / Официальный сайт аналитического центра Юрия Левады. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.levada.ru/2018/01/18/polzovanie-internetom/> (дата обращения: 08.02.2019)
  9. Попова Л.В. Противодействие экстремизму в пространстве Интернета // Российский психологический журнал. 2011. Т. 8. № 5. С. 36-40.
  10. Путиловский А.А. // Ксенофобия и экстремизм в сети Интернет: сущность и методы противодействия // Конфликтология. 2013. № 3. С. 232-240.
  11. Пшеничная О.В. Экстремизм в Интернете // Современные научные исследования и разработки. 2017. № 5 (13). С. 507-510.
  12. Руденкин Д.В., Руденкина А.И. Интернет в социальной реальности современной российской молодежи: тренды и риски // *Juvenis scientia*. 2019. № 1. С. 43-48.
  13. Руденкин Д.В., Юферева А.С. Социальные медиа как предметное поле социологических исследований: основные направления анализа и концептуальные сложности // Социум и власть. 2018. № 5 (73). С. 18-27.
  14. Седых Н.С. Социально-психологические особенности пропаганды экстремизма и терроризма посредством Интернета // Социальная психология и общество. 2013. № 2. С. 137-147.

15. Телегина Е.Г., Шадянов Д.С. Экстремизм в сети Интернет как глобальная проблема современной молодежи // Вестник Нижегородской правовой академии. 2016. № 9 (9). С. 60-61.
16. Шогенов Т.М. О некоторых вопросах распространения экстремистских материалов с использованием сети Интернет // Общество: политика, экономика, право. 2016. № 5. С. 160-162.
17. Ярушкин Н.Н., Сатонина Н.Н. Информационный экстремизм в интернете как средство манипулирования сознанием // Самарский научный вестник. 2014. № 2 (7). С. 140-144.