

## ВЛИЯНИЕ ДУХОВНЫХ ЦЕННОСТЕЙ РУССКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРЫ НА СОДЕРЖАНИЕ СЕТЕВОГО МЕДИАТЕКСТА (НА ПРИМЕРЕ СОЦСЕТИ «ВКОНТАКТЕ»)

А. В. Дудкина

Санкт-Петербургский государственный университет

Поступила в редакцию 8 апреля 2022 г.

**Аннотация:** в статье детально рассматривается способность текстов русских писателей влиять на духовно-нравственную составляющую социума, оценивается их потенциал. Анализ материалов социальной сети «ВКонтакте» позволил зафиксировать крайнюю обедненность публикаций, ориентированных на духовные ценности общества, и выявить их преимущественно деструктивный характер. На примере произведений русских классиков XIX–XX вв. предлагается альтернатива создания сетевого медиапродукта с духовно-ценностным наполнением.

**Ключевые слова:** соцсеть «ВКонтакте», русская литература, ценности, духовность, сетевые медиа, деструктивный контент.

**Abstract:** the article examines in detail the ability of the texts of Russian writers to influence the spiritual and moral component of society, assesses their potential. In the era of intensive development of digitalization and global transformations in the field of media, as well as the merger of online and offline in the presentation of media materials, the Internet is becoming the main source of obtaining and consuming information. The study of the risks and threats of the impact of the virtual environment on the spiritual life of Russian society is becoming relevant. This work aims to compare the subject-object nature of the values of modern network media and Russian classical literature.

**Keywords:** social network «VKontakte», Russian literature, values, spirituality, network media, destructive content.

Русская литература — «феномен изумительный».

М. Горький

...Это нечто неподражаемое, неповторимое, то, что в высокохудожественной форме сосредоточивает огромный познавательный, эмоционально-эстетический и духовный опыт... это произведения, сконцентрировавшие значительные вечные ценности.

В. Ю. Троицкий [1, 123–124]

Русская литература — это бесценное духовное наследие, которое помимо исторического значения содержит в себе духовно-нравственное основание, на котором воспитывалось не одно поколение. Литература, как никакая другая наука или искусство, имеет миссию духовно-нравственного воспитания [2–3].

В последнее время возрождение человека как духовно-нравственной личности становится насущной проблемой, от решения которой напрямую зависит будущее страны [4]. Именно поэтому в «Стратегии развития воспитания в Российской Федерации до 2025 г.» зафиксирован целый список нравственных ценностей. **К духовно-нравственным ценностям, сложившимся в процессе культурного развития России, можно отнести:** человеколюбие, справедливость, честь, совесть, воля, личное достоинство, вера в добро, стрем-

ление к исполнению нравственного долга перед самим собой, своей семьей и своим Отечеством<sup>1</sup>.

Донести и внедрить в сознание русского народа духовно-нравственные ценности в сегодняшних реалиях — задача непростая. Уровень духовности в стране низкий. Подтверждение этому — низкая сознательность населения. Такие вечные ценности, как бескорыстие, милосердие, доброта, патриотизм, человеколюбие и совесть, сегодня в дефиците [5–8].

**Методология и методы исследования.** Объектом проведенного исследования стали произведения русских классиков XIX в. и современная социальная сеть «ВКонтакте». В работе были применены истори-

<sup>1</sup> Распоряжение Правительства РФ от 29.05.2015 № 996-р Об утверждении стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 г. // Government.ru. URL: <http://government.ru/> (дата обращения: 28.12.2020).

ческий и социокультурный, а также статистический и дискурс-анализ [9–11]. При помощи сравнительного анализа современным сетевым медиа предлагается альтернатива в подаче информационного контента, в содержание которого будут заложены духовные ценности.

**Результаты исследования и их обсуждение.** Русская классическая литература является преемницей древнерусской, поэтому тема смысла человеческой жизни остается в ней одной из главных. Такое обстоятельство дает нам право говорить о церковно-религиозном характере русской литературы. И литература XIX в. тому подтверждение. Произведения великих русских писателей А. С. Пушкина, М. Ю. Лермонтова, Н. В. Гоголя, И. С. Тургенева, Ф. М. Достоевского, А. П. Чехова, М. Е. Салтыкова-Щедрина, Л. Н. Толстого, Н. С. Лескова, В. А. Жуковского и др. содержат в себе христианский контент с опорой на такие ментальные ценности, как соборность, патриотизм, нестяжательство, приоритет духовного над материальным, культ добра, труд как добродетель, слава как честь и величие человека [12].

Информация, которая будет содержать в себе христианский контент, способна формировать духовно-нравственные ценности в сознании человека. Слово, информация — это определенный материал, который обладает силой. Слово в контексте мировой культуры ассоциируется с творением и Творцом. Ведь написано в Священном Писании: «В начале было Слово, и Слово было у Бога, и Слово было Бог. Оно было в начале у Бога. Все чрез Него начало быть, и без Него ничто не начало быть, что начало быть» (Св. Ев. от Иоанна 1: 1–3)<sup>2</sup>. Именно поэтому русская классическая литература, которая, несомненно, содержит в себе христианский контент, остается влиятельным инструментом при формировании духовно-нравственных ценностей у подрастающего поколения и включена в образовательную программу [2].

Произведения русской литературы призваны оказывать духовное влияние на читателя. Примеры духовно-нравственных ценностей русские писатели черпали в христианской вере. Например, в стихотворении Бориса Пастернака «Учись прощать»<sup>3</sup> звучит призыв к каждому человеку — руководствуясь добротой и любовью, учиться прощать, как это делал Иисус Христос:

Учись прощать, когда душа обижена,  
И сердце, словно чаша горьких слез,  
И кажется, что доброта вся выжжена,  
Ты вспомни, как прощал Христос...

Фраза «Учись прощать» повторяется в начале каждого из четырех четверостиший. Автор очень настойчиво закладывает в разум мысль о прощении.

<sup>2</sup> Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета. М., 1993.

<sup>3</sup> Пастернак Б. Л. Стихотворения. М., 2019.

Можно найти параллели в сетевых медиа, использующих прием рефрена для усиления воздействия на аудиторию. Обратимся к одному из рейтинговых пабликов социальной сети «ВКонтакте» — «Оптимист»<sup>4</sup>, который насчитывает почти 5 миллионов подписчиков. Обратим внимание в данной группе на постфото школьной тетради с написанным от руки стихотворением: «Пусть не будет девочек. Пусть не будет мальчиков. Будут только белочки и косые зайчики. Детки много кушают и к тому же какают. Если стану мамой я, их прибью лопатой». Данный пост с использованием рефрена «пусть не будет» пропагандирует бездетность как нечто хорошее, а сами дети ставятся в позицию ниже животных.

Еще одна группа «ВКонтакте» «Идеи для жизни»<sup>5</sup> почти с полуторамиллионным количеством участников позиционирует себя как успешный и позитивный паблик. Один из постов полон откровений: «Поняла, что не хочу ни замуж, ни любви. Хочу жить в своей квартире, в которой будет мой ремонт, моя собака. Работать на любимой работе и ни от кого не зависеть». Таких постов, пропагандирующих одиночество, гордость, эгоизм и себялюбие, и выдающих их за правильные человеческие ценности, немало на этой информационной площадке. Их содержание противоположно духовно-нравственному наполнению произведений русских классиков и в конечном итоге деструктивно воздействует на сетевую аудиторию.

В сегодняшнем негативном информационном поле зрителю трудно устоять перед натиском цинизма, жестокости и агрессии, насилия, равнодушия [13–14]. Общество нуждается в духовной информации, которая способна дать человеку силы и надежду, помочь найти решение в любых сложных жизненных ситуациях. Об этом говорят миллионные запросы в сетевых поисковых системах. Например, в поисковой русскоязычной версии Yandex за последний месяц слово «церковь» искали более 3 миллионов раз, а слово «добро» — более 13 миллионов<sup>6</sup>.

По данным исследовательской компании Mediascope, население 12+ проводит в интернете в среднем 176 минут в сутки<sup>7</sup>. Такой показатель свидетельствует об огромном влиянии сетевых медиа на сознание российского общества.

Российская социальная сеть «ВКонтакте» позволяет пользователям отправлять друг другу сообщения, создавать собственные страницы и сообщества,

<sup>4</sup> Группа «ВКонтакте» «Оптимист». URL: [https://vk.com/o\\_ptimist](https://vk.com/o_ptimist) (дата обращения: 24.02.2021).

<sup>5</sup> Группа «ВКонтакте» «Идеи для жизни». URL: <https://vk.com/ideas.life> (дата обращения: 24.02.2021).

<sup>6</sup> Яндекс. Подбор слов // Wordstat.yandex.ru. URL: <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения: 28.12.2020).

<sup>7</sup> Аудитория интернета в России // Mediascope. URL: <https://webindex.mediascope.net/> (дата обращения: 10.12.2020).

обмениваться изображениями, тегами, аудио- и видеозаписями, играть в браузерные игры. Данный ресурс особенно популярен среди русскоязычных пользователей. В данную сеть хотя бы раз в месяц заходят 71,8% жителей России, а 43,3% россиян посещают «ВКонтакте» раз в день. Это самый высокий показатель среди русскоязычных соцсетей<sup>8</sup>.

Для того, чтобы определить интересы и ценностные ориентиры аудитории «ВКонтакте», была проведена аналитика одной сотни популярных групп и сообществ. В процессе исследования было обнаружено, что исследуемые группы в основном имеют развлекательную направленность, часто содержат в себе провокационный и аморальный контент. 50% информации таких пабликов содержат низкопробный и пошлый юмор, посредством которого пропагандируется потребительский образ жизни. Остальные 50% контента практически не содержат в себе ничего нужного и полезного. В группах полностью отсутствует новостная информация.

Первые десять групп «ТОП-100 ВКонтakte», приведенные в табл. 1 насчитывают от 9 до 17 млн. подписчиков. Данная картина дает четкое представление о том, что деструктивное влияние данных сетевых пабликов на массы огромное.

Необходимо отметить, что 14 групп из «ТОП-100 ВКонтakte» можно отнести к познавательно-развлекательному контенту. Например, это такие сообщества, как «Шедевры кулинарии», «Лучшие рецепты», «Наука и техника», «Идеи дизайна интерьера» и др.<sup>9</sup> Но, несмотря на свой познавательный ориентир и философское содержание, данные группы также не имеют духовно-нравственного влияния на массы.

В процессе исследования «ВКонтакте» все же были выявлены группы, которые призваны мотивировать подписчика проявлять сострадание, милосердие, добро, любовь. Однако количество участников таких групп катастрофически мало (табл. 2).

Такое скудное количество подписчиков в группах, которые ориентированы на духовные и нравственные ценности, говорит о том, что данное направление у пользователей социальной сети «ВКонтакте» не пользуется популярностью. Анализ текста показал, что в них практически не используются такие категории, как «порядочность», «совесть», «нравственный долг», «патриот», «труд», «соучастие», «сострадание» и др., устоявшиеся в классической русской и литературе и публицистике. Между тем потребность у аудитории в их обсуждении растет.

<sup>8</sup> 20 цифр и фактов о «ВКонтакте», необходимых маркетологу в 2020 г. // Popsters. URL: <https://popsters.ru/blog/post/svezhie-dannye-o-vk/> (дата обращения: 11.12.2020).

<sup>9</sup> Топ-100 групп ВК. URL: <https://vk-top-groups.ru/> (дата обращения: 01.12.2020).

Развлекательные контенты в соцсетях собирают миллионные аудитории, в то время как просветительские паблики остаются нерейтинговыми. Сообщения из социальных сетей и новых медиа стали заполнять ежедневный обзор человека, оказывая колоссальное воздействие на психику и мировоззрение людей, а значит, и на их жизнь в целом.

Проблемой российских СМИ является то, что их главная цель — извлечение прибыли. Современные сетевые медиа нацелены больше на трансляцию негативного контента, что значительно повышает их рейтинг, соответственно, и прибыль<sup>10</sup>. Чтобы привлечь аудиторию, сетевые медиа, в том числе популярные паблики соцсети «ВКонтакте», «скатываются» к необходимости показывать пороки и самые низкие человеческие качества. В результате рейтинги данных пабликов растут, а сами группы становятся хорошо продаваемыми, а итогом потребления такой информации обществом оказывается его полная деградация и аморальность. Выбирая такой путь, сетевые медиа лишают возможности формирования у своей аудитории духовных и вечных ценностей и теряют свою просветительскую роль [15–17].

**Заключение.** В XIX в. люди читали книги, из них черпали духовно-нравственные ценности для своего личностного развития. Журналистика XIX в. свою просветительскую функцию в обществе выполняла на максимум. Освещение событий и жизни людей того времени в полной мере отражали их религиозные переживания, христианскую жизнь и сформированные благодаря этому правильные ценности, приоритеты и ориентиры. В то время как современные сетевые медиа заменили практически все другие средства массовой информации, в том числе печать и книги, русская классическая литература остается ярким примером правильной подачи информации с христианским контентом, который просто нельзя не использовать при создании медиапродукта [18].

Разрушительное влияние сетевых медиа на российское общество объясняется внедрением и пропагандой развлекательного контента с элементами порочности и аморальности ведущих интернет-пабликов. Такая стратегия успешна как бизнес-идея, но проигрышна как просветительская и духовная.

Сетевые медиа обладают огромным потенциалом для удовлетворения любых информационных запросов любой аудитории. В то же время основная задача сетевых медиа — распространять и формировать нравственность и духовность в обществе. Конечным результатом игнорирования этой задачи станут деструктивные процессы в сознании нации и функ-

<sup>10</sup> Общественная палата Российской Федерации. Могут ли российские СМИ формировать систему ценностей? // Общественная палата Российской Федерации. URL: <https://www.oprf.ru/press/news/2019/newsitem/48409> (дата обращения: 11.12.2020).

ционировании государства в целом. Поэтому существующий деструктивный контент в сетевых медиа, который продолжает ежедневно влиять на массы, необходимо ограничить и трансформировать в иной, конструктивный вид информации, контролировать качество содержания ведущих интернет-публиков.

Духовно-нравственные ориентиры в сетевых медиа способны сформировать у аудитории потребность размышлять над ценностями общества. Современному читателю важно понимать, что «социальные аспекты в жизнедеятельности человека не сводятся к существующим общественным отношениям, а рассматриваются в качестве глубинной культурно-исторической памяти» [19]. Примером в подаче такого контента для работников сетевых медиа могут стать тексты русской классической литературы.

Принципиальным должен стать принцип следования традициям русской литературы и публицистики, их ценностному содержанию, в противном случае аксиологическая парадигма медиатекста «будет способствовать духовной и национальной дезориентации» [12].

В перспективе одним из шагов в решении данной проблематики может стать создание на государственном уровне комитета по контролю за качеством сетевого медиапродукта, а также разработка на законодательном уровне норм и требований к публикуемым материалам в интернет-сообществах, которые будут определять подачу деструктивного материала как нарушение прав потребителя.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Сидоров В. А. Аксиология журналистики: возможности прочтения проблематики / В. А. Сидоров // Теория журналистики: в поисках смысла, структуры и назначения. — СПбГУ, 2007. — С. 46–57.
2. Дворникова Е. И. Духовно-нравственные ценности русской классической литературы / Е. И. Дворникова // Искусство и образование. — 2011. — № 1. — С. 6–32.
3. Саморокова В. А. Духовно-нравственное воспитание на уроках литературы II ступени обучения / В. А. Саморокова // Межрегиональная научно-практическая конференция «Духовно-нравственное развитие: проблемы — традиции — перспективы»: тезисы докладов научной конференции, 18–22 апр. 2016 г. — Ханты-Мансийск, 2016. — С. 1–9.
4. Врублевская О. А. Категория социального взаимодействия / О. А. Врублевская // Теория и история. — 2008. — № 2. — С. 180–198.
5. Богданова О. А. Религиозные СМИ в ситуации конвергенции: инструменты медиааналитики и формирование стратегий православного медиа «Фома» в социальных сетях / О. А. Богданова, А. С. Соколов // Вестник Воронежского государственного университета. Филология и журналистика. — 2020. — № 4. — С. 78–83.
6. Владимирова Т. Н. Журналистика и интеллектуальный потенциал общества: теоретические подходы к системному анализу интеллектуального взаимодействия в медиaprостранстве / Т. Н. Владимирова, В. В. Панферова, О. В. Смирнова и др. // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9. — № 1. — С. 90–105.
7. Прошак Л. В. К проблеме снижения духовно-информационных рисков в современном обществе / Л. В. Прошак // Власть. — 2010. — № 6. — С. 42–45.
8. Родионова Т. С. О некоторых новостных тенденциях в отечественных электронных средствах массовой информации / Т. С. Родионова // Вестник Воронежского государственного университета. Филология и журналистика. — 2020. — № 4. — С. 131–134.
9. Корконосенко С. Г. Социальность журналистики и медиа: методологические подходы / С. Г. Корконосенко // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9. — № 3. — С. 417–430.
10. Нигматуллина К. Р. Аксиология в журналистике: пересекающиеся измерения / К. Р. Нигматуллина // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. — 2008. — Сер. 9. — Вып. 1. — С. 140–146.
11. Amber van der Wal What's in It for Them? Teens' Differential Preferences for Types and Contexts of Televised Aggression / Amber van der Wal, Rarin M. Fikkers, Patti M. Valkenburg // Communication Research. — № 47(8). — 2017. — P. 1206–1227.
12. Ерофеева И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре: репрезентация ценностей в журналистике начала XXI века / И. В. Ерофеева. — Новосибирск, 2009.
13. Bachl M. Correcting measurement error in content analysis / M. Bachl, M. Scharnow // Communication Methods and Measures. — 2017. — 11. — P. 87–104.
14. Lopes da Silva A. Theoretical interrelationships between television studies and excess in media discourse / A. Lopes da Silva // World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. — № 4. — 2020. — P. 57–79.
15. Вартанова Е. Л. К вопросу об актуализации теории журналистики и теории СМИ / Е. Л. Вартанова // Вопросы теории и практики журналистики. — 2017. — Т. 6. — № 1. — С. 5–13.
16. Мельник Г. С. Влияние СМИ на социальные эпидемии: конструктивные и деструктивные последствия / Г. С. Мельник // Ученые записки. — Т. 23. — СПб., 2014. — С. 135–144.
17. Троицкий В. Ю. В поисках пути праведного. Словесность в школе: книга для преподавателей русской филологии / В. Ю. Троицкий. — М., 2000.
18. Walter N. A Meta-Analytic Examination of the Continued Influence of Misinformation in the Face of Correction: How Powerful Is It, Why Does It Happen, and How to Stop It? / N. Walter, R. Tukachinsky // Communication Research 47 (2). — 2019. — P. 155–177.
19. Шишиморова Ю. И. К вопросу об особенностях философского анализа личности в отечественной социально-антропологической мысли XXI в. / Ю. И. Шишиморова // Среднерусский вестник общественных наук. — 2008. — № 2 (7). — С. 21–27.

Таблица 1.

Популярные группы «ВКонтакте»

Первые десять групп из «ТОП 100 «ВКонтакте» / развлекательный контент	Прямая ссылка на контент	Количество подписчиков на 09.12.2020, чел.
Новинки Музыки 2021_Новая Музыка	<a href="https://vk.com/exclusive_muzic">https://vk.com/exclusive_muzic</a>	17 782 579
Киномания_Фильмы и сериалы	<a href="https://vk.com/kinomania">https://vk.com/kinomania</a>	12 974 124
Киномания	<a href="https://vk.com/kino_mania">https://vk.com/kino_mania</a>	12 551 961
КиноКайф — Лучшие фильмы	<a href="https://vk.com/kino_kaif">https://vk.com/kino_kaif</a>	12 215 559
Леонардо Дайвинчик	<a href="https://vk.com/dayvinchik">https://vk.com/dayvinchik</a>	12 064 472
МДК	<a href="https://vk.com/mudakoff">https://vk.com/mudakoff</a>	11 416 819
Смейся до слез: D	<a href="https://vk.com/smeyaka">https://vk.com/smeyaka</a>	11 269 706
Команда Вконтакте	<a href="https://vk.com/team">https://vk.com/team</a>	10 895 455
ЕП	<a href="https://vk.com/fuck_humor">https://vk.com/fuck_humor</a>	9 615 832
Четкие приколы	<a href="https://vk.com/oroom">https://vk.com/oroom</a>	9 224 831

Таблица 2.

Группы «ВКонтакте», ориентированные на духовно-нравственные ценности

Название группы	Прямая ссылка на контент	Категория	Количество подписчиков на 09.12.2020
Благотворительность	<a href="https://vk.com/charity">https://vk.com/charity</a>	Благотворительность	468 152
Сообщество доноров крови	<a href="https://vk.com/donorsearch">https://vk.com/donorsearch</a>		255 048
Семейные традиции	<a href="https://vk.com/the_narod">https://vk.com/the_narod</a>	Развлекательный паблик, пропагандирующий семейные ценности	156 798
Фонд «Дети ждут»	<a href="https://vk.com/groups?act=catalog&amp;c%5Bcategory%5D=15">https://vk.com/groups?act=catalog&amp;c%5Bcategory%5D=15</a>	Социальный проект по усыновлению	124 668
Такие дела	<a href="https://vk.com/takiedela_ru">https://vk.com/takiedela_ru</a>	Социальный медиа проект	111 439
Общее дело — здоровая Россия	<a href="https://vk.com/obsheedelorf">https://vk.com/obsheedelorf</a>	Общественная организация по борьбе с пагубными явлениями в социуме	80 802
Ночлежка	<a href="https://vk.com/nochlezhka">https://vk.com/nochlezhka</a>	Социальный проект помощи бездомным людям	50 451
Милосердие.RU	<a href="https://vk.com/miloserdie_ru?from=quick_search">https://vk.com/miloserdie_ru?from=quick_search</a>	Православный портал о благотворительности и социальной деятельности	47 315
Благотворительный фонд «Даунсайд АП»	<a href="https://vk.com/downsideup">https://vk.com/downsideup</a>	Социальная организация. Помощь детям с синдромом Дауна	17 682
Общественная организация «Перспектива»	<a href="https://vk.com/rooperspektiva">https://vk.com/rooperspektiva</a>	Общественная организация людей с инвалидностью	14 081

Санкт-Петербургский государственный университет  
 Дудкина А. В., аспирант  
 E-mail: yakimanna@gmail.com

St. Petersburg State University  
 Dudkina A. V., Postgraduate Student  
 E-mail: yakimanna@gmail.com