

Для цитирования: Тихонова, С. В. Семейные ценности: киноиндустрия vs пользователи / С. В. Тихонова, Д. С. Артамонов, Д. В. Мельничук // Социум и власть. — 2024. — № 4 (102). — С. 133–149. — DOI 10.22394/1996-0522-2024-4-133-149. — EDN SPEYXT.

УДК 17.022.1

EDN SPEYXT

DOI 10.22394/1996-0522-2024-4-133-149

СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ: КИНОИНДУСТРИЯ VS ПОЛЬЗОВАТЕЛИ¹

Тихонова Софья Владимировна,
Саратовский национальный исследова-
тельский государственный университет
имени Н. Г. Чернышевского,
профессор кафедры теоретической и соци-
альной философии,
доктор философских наук, доцент.
Саратов, Россия.
ORCID: 0000-0003-2487-3925
E-mail: segedasv@yandex.ru

Артамонов Денис Сергеевич,
Саратовский национальный исследова-
тельский государственный университет
имени Н. Г. Чернышевского,
и. о. заведующего кафедрой методики об-
учения истории и обществознанию,
доктор философских наук, доцент.
Саратов, Россия.
ORCID: 0000-0001-8689-1948
E-mail: artamonovds@mail.ru

Мельничук Дмитрий Вадимович,
Саратовский национальный исследова-
тельский государственный университет
имени Н. Г. Чернышевского,
кандидат физико-математических наук,
ассистент кафедры теории функций и сто-
хастического анализа.
Саратов, Россия.
ORCID: 0000-0002-6689-8904
E-mail: melnichukdv@sgu.ru

Аннотация

Введение. Статья посвящена анализу семейных ценностей в институциональном и пользовательском контенте, сопровождающем цифровые сериалы, которые отражают ностальгическое отношение к советской эпохе.

Цель. Исследование направлено на понимание динамики взаимосвязей между культурными ценностями и предпочтениями зрителей, представляя новый взгляд на влияние медиаконтента на общество.

Методы. В исследовании использованы инструменты машинного анализа и машинного обучения, позволяющие установить основные семантические единицы, относимые к семейным ценностям, и выявить знак их эмоциональной оценки. Применяются техники обработки естественного языка для выделения ключевых ценностных слов и фраз из текстовых данных.

Научная новизна исследования. Разработаны и апробированы инструменты предсказания вовлеченности зрителей, основанные на выявленных ценностях, использующие регрессионные модели и нейронные сети для обработки структурированных и неструктурированных данных.

Результаты. Авторы рассматривают семейные ценности в рамках коммуникативного подхода, относя их к ценностям цифровой эпохи, под которым понимается элементы смыслового содержания сообщения, при этом семейные ценности они трактуют в зависимости от ракурса анализа как социальный конструкт, интерсубъективный смысл и инструмент социального признания.

Выводы. Исследование показало, что вовлеченность зрителей в сериалы зависит не только от их содержания, но и от различных факторов, таких как контекст

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00153, <https://rscf.ru/project/22-18-00153/>

обсуждения, время и социальные условия. Выявленные закономерности активности, временные тенденции и эмоциональные реакции позволяют глубже понять взаимодействие современных российских сериалов с аудиторией на цифровых платформах.

Ключевые слова:
семейные ценности,
традиционные ценности,
цифровые ценности,
киноиндустрия,
сериалы,
медиа

Поступила: 18.09.2024

Принята: 01.12.2024

Дата печати: 30.12.2024

*Права: © Тихонова С. В.,
Артамонов Д. С., Мельничук Д. В. (2024).
Опубликовано Челябинским
филиалом РАНХиГС. Открытый доступ
на условиях лицензии CC BY-NC 4.0*

Введение

В цифровом обществе ключевым инструментом пропаганды, индоктринации, воспитания и прочих видов социально-политического влияния является контент социальных сетей, так как его базовой характеристикой является воспроизводимость в условиях сотворчества больших групп людей и цифровых технологий. Современный аксиологический ландшафт медиасферы, сформированный трендами на глобализацию на рубеже тысячелетий, опирается на постмодернистское восстание меньшинств, благодаря которому маргинальные группы требуют «привилегий» доминирующего большинства, даже если речь идет не о социальных предпочтениях, а о социальных функциях. Новая этика [5; 8; 16] как абсолютизация межличностных границ приходит в острое противоречие со «старыми» аксиологическими системами, в которых ценность различных локальных сообществ никогда не была эквивалентной и паритетной. Семья и ее ценности становятся ареной нового идеологического конфликта, в котором защита «традиционных семейных ценностей» и «либеральной автономии личности» противопоставлены, как боевые знамена готовых к финальной битве армий [7, с. 24]. Вопрос о победителе и цене победы, конечно, привлекает внимание в гораздо большей степени, нежели вопрос о том, что представляют собой реальные социальные ценности, не декларируемые, отфильтрованные идеологической объективацией, но действительные, живые и насущные, структурирующие настоящие человеческие жизни.

Эти ценности легко обнаружить в том сегменте массовой культуры, который максимально инкорпорирован в повседневность, а именно в кинематографе, тяготеющим в последнее время к сериальным формам. Реакцией на «великую битву» идеологий стал расцвет цифрового киноконтента в стиле советской ностальгии. В нем можно увидеть реваншистский характер, однако весьма существенной его особенностью

является семьецентричность. С одной стороны, она обусловлена исторически, поскольку для СССР была характерна специфическая система нуклеарной семьи с гендерным дисбалансом (формирование института социалистической семьи в условиях массового выбывания молодых мужчин в результате мировых и гражданских войн из репродукции в сочетании с государственной поддержкой материнства) [10, с. 176]. Формула «традиционных семейных ценностей» в принципе и выведена из модели позднесоветской семьи с поправкой на акцентуацию национального и религиозного самоопределения [11, с. 35]. В самом их определении («исторически сложившиеся нравственные и духовные нормы семейной жизни, которые обеспечивают их передачу из поколения в поколение и являются условием сохранения и развития многонациональной идентичности Российской Федерации многонационального народа Российской Федерации» [2, с. 71]) содержится фикция в юридическом смысле, достраивающая модель множественной транспоколенческой передачи указанных ценностей, которой не было в реальном историческом процессе в силу радикального разрыва между Российской империей и Советским Союзом, а также национальной политикой советского государства [20, с. 34]. С другой стороны, семьецентричность задается онтогенетически: последнее поколение детей, рожденных в СССР, выступает ключевым носителем советской ностальгии, в которой оно вспоминает свое собственное детство, рефлексировать которое невозможно вне семейного контекста.

При этом вопрос о ценностях отнюдь не тривиален, поскольку без него нельзя обойтись, пытаясь понять семантические аспекты нового передела не только мирового, но и культурного порядка, выражающегося в происхождении на наших глазах переопределении понятий Восток и Запад, Будущее и Прошлое, Правда и Ложь. Современная социальная философия близка к пониманию того, что в случае ценно-

стей цифровой эпохи (представленных в сетевом контенте) для ответа на этот вопрос потребуются весь методологический арсенал современной социальной теории, так как ценности создаются как конструкт, задают вектор коммуникативных действий и сами действуют, влияя на семантическую уязвимость человеческой автономии [17, с. 110]. Если бы цифровые ценности не конструировались как знание и как проект, специалисты по информационным войнам и маркетингу сидели бы без дела. Если бы ценности не были интерсубъективными элементами достижения согласия и взаимопонимания, они бы не имели коллективного значения. Если бы ценности не выступали актантом, контакт с которым меняет восприятие и мышление индивида, нам не пришлось бы печалиться о влиянии чужеродных и враждебных ценностей. Если бы ценности не задавали канву моделирования человеческой жизни, мы бы легко смирились с тем, что кто-то выбирает ценности произвольно и по своему вкусу, хотя свобода человека по определению предполагает самостоятельность формирования ценностных ориентаций.

Однако методологический синтез столь различных исследовательских программ, по мнению отдельных авторов, слабо совместимых [3, с. 122], — дело слишком долгое и кропотливое для одной статьи. Пока мы наметили первые рубежи в своем понимании способов воспроизводства ценностей в цифровом пространстве (социальный конструкт, цифровой актант, интерсубъективный смысл, способ признания), которые позволяют уловить их коммуникационную природу, технологическую созидаемость, зависимость от цифровых форм коммуникации, обеспечивающих их объективацию, вовлеченность в социально-герменевтические процессы взаимного признания одних социальных субъектов другими и распределенный характер. Ценность всегда содержится в сообщении, которое обеспечивает режим доступа к ней, это ее естественная стихия, без высказывания о том, что нечто важно, нет ни цен-

ностного отношения, ни ценностной ориентации, при этом сообщение может быть вербальным, невербальным или мысленным (в этом случае речь идет об автокоммуникации) [15, с. 227].

Но проявление ценности нельзя свести только к одному-единственному акту коммуникации. Ценностное содержание проявляется в сообщении, взятом с позиций его повторяемости, тиражируемости и распределенности, т.е. тех аспектов, которые связаны с воспроизводством ценности, предполагающим вовлеченность большого числа коммуникантов. При этом сообщение — это не просто колебание звука; для того чтобы коммуникация состоялась, недостаточно произнести/услышать слово, необходимо, чтобы его значение осмыслилась, чтобы происходила смысловая работа, связанная с пониманием содержания сообщения. Когда мы говорим об интериоризации ценностей [4; 13], мы акцентируем, что индивид усваивает ценностный характер тех или иных объектов, трансформируя его в мировоззренческие структуры собственной личности, ориентируясь на чужой опыт, при этом не важно, делает ли он это через подражание, под влиянием проповеди или в диалоге, например, через платоновскую майевтику. Передача своего собственного опыта о том, что некий объект особенно ценен и важен, отражается в процессах экстериоризации [12; 18]. Как правило, интериоризация и экстериоризация разнесены во времени, поскольку в социализации закладываются базовые представления об универсалиях человеческого опыта, и человек наслышан о многих базовых ценностях до того, как самостоятельно испытает их значимость для себя, но, разумеется, исключения из этого правила не являются невозможными и невероятными.

Воздействие растворенных в коммуникативных практиках представлений о ценностях фиксируется социологическим клише «агенты социализации» — в современном обществе есть устойчивый список социальных институтов, «профильно» занимающихся формиро-

ванием человеческой личности. К ним относятся семья, школа, СМИ и религия, а также локальные группы, набор которых зависит от структуры конкретного общества [14, с. 22]. Исходящее воздействие зависит от статуса индивида и его окружения. С максимальной силой он может транслировать свои ценностные предпочтения своим детям, если они у него есть, с меньшей — остальным родственникам, друзьям, коллегам, и т.д. В цифровом обществе эта схема размывается опосредующими функциями цифрового контента, который больше не является внутренним институциональным продуктом, что обнаруживается в первую очередь, на примере журналистики, которая становится гражданской [9, с. 66]. Это не значит, что институты исчезают, но их границы становятся более мягкими и проницаемыми, а сами институциональные практики — трансдисциплинарными, т.е. включают внешних по отношению к институтам участников.

В рамках данной статьи мы попытаемся рассмотреть эти взаимопереходы институтов и масс в воспроизводстве ценностных ориентаций в цифровом пространстве на примере семейных ценностей, транслируемых в современном кинематографе в формате игровых сериалов. Семейные ценности мы выбрали в силу их обозначенной выше первостепенной значимости для глобального аксиологического конфликта. Современное кино производится и распространяется на основе цифровых технологий, многие из которых доступны пользователям настолько, что они легко могут разобрать кинопродукт на цитаты-фрагменты и «завирусить» их; и, наоборот, качественные короткие «инди-видео» на хостинге становятся основой фильмов и сериалов [1, с. 223]. Анализ визуализации ценностей непосредственно в «киноленте» — предмет, крайне затратный с точки зрения необходимых исследовательских усилий: массива данных и инструментов анализа, сформированных в парадигме иной, текстовой культуры. При этом искусствоведческое исследова-

ние кино всегда сложно освободить от субъективистских установок и отделить профессиональный взгляд исследователя от его же случайных зрительских впечатлений [19, с. 42]. Киноконтент, коль скоро он цифровой, всегда является медиатекстом, даже если визуальное и графическое доминирует в нем над вербальным. Об эффективности его смысловой нагрузки с точки зрения «считываемости» ценностного кода зрителями можно судить, на наш взгляд, по комплиментарным медиатекстам (паратексту, как обозначили бы этот феномен представители теории интертекстуальности), которые можно разделить на две группы — институциональные (аннотации фильмов) и пользовательские (комментарии зрителей) [6, с. 201]. Изучение аксиологического ряда, связанного с семьей, в этих двух группах, мы и осуществим с помощью цифровых инструментов. Непосредственным объектом нашего анализа будут три ностальгических российских сериала — «Вампиры средней полосы» (2021, 2022), «Пищеблок» (2021, 2023), «Кибердеревня» (2023). Нередко комментарии, публикуемые на самих платформах онлайн-кинотеатров, расценивают как заказной и ангажированный институциями контент. Поэтому для чистоты мы будем проводить анализ на материалах тематических зрительских сообществ социальной сети «ВКонтакте».

Методы и материалы

Авторы опираются на коммуникативный подход, в котором ценность рассматривается как элемент смыслового содержания сообщения.

Особое внимание уделяется упоминаниям ключевых слов, связанных с семейными ценностями, таким как «семейные ценности», «продолжение рода», «большая семья», «семейное счастье», «традиционные ценности», «полная семья» и «семейная жизнь». Основная цель — выявить закономерности в обсуждении данных сериалов, проанализировать динамику вовлечен-

ности пользователей и понять, как они воспринимают данные ценности в контексте этих медиа-продуктов.

В рамках исследования были использованы два набора данных, собранных с помощью API (программного интерфейса) ВКонтакте и инструментов синтаксического анализа (парсинга). Первый набор данных содержит публикации, в которых упоминаются как выбранные сериалы, так и ключевые слова, связанные с семейными ценностями. Второй набор данных включает все публикации с упоминанием сериалов «Вампиры средней полосы», «Пищеблок» и «Кибердеревня», независимо от наличия ключевых слов. Каждый набор данных содержит столбцы с текстом публикаций, датой и временем их размещения, числом лайков, комментариев, репостов и просмотров. Эти столбцы позволяют определить, какой фильм и какие ключевые слова упоминаются в каждой публикации, а также позволяют провести анализ временных рядов и вычислить показатели вовлеченности.

Первоначально данные были очищены от дубликатов и отфильтрованы от неинформативных элементов, таких как стоп-слова. Для каждого поста была выполнена идентификация упоминаемых фильмов и ключевых слов с помощью поиска подстрок, что позволило добавить соответствующие столбцы в данные. Также был добавлен столбец с временными метками, что дало возможность проводить анализ временных рядов.

Для измерения уровня вовлеченности пользователей были рассчитаны показатели вовлеченности на основе взаимодействий с постами (лайков, комментариев и репостов), нормализованные по количеству просмотров. Формула расчета вовлеченности использует взвешенные коэффициенты для различных типов взаимодействий: лайки считаются за единицу, комментарии умножаются на два, а репосты — на три. Таким образом, показатель вовлеченности рассчитывался как отношение суммы взвешенных взаимодействий к

количеству просмотров, умноженное на 100 для перевода в проценты.

$$\text{Engagement} = \frac{\text{likes} + 2 \times \text{comments} + 3 \times \text{shares}}{\text{views}} \times 100$$

Анализ эмоциональной окраски публикаций проводился с помощью методов анализа тональности (sentiment analysis), реализованных через библиотеку TextBlob¹. Для каждого текста была определена его тональность — положительная, отрицательная или нейтральная. Этот анализ позволил понять, как зрители воспринимают обсуждаемые темы, касающиеся семейных ценностей в контексте рассматриваемых сериалов. Дополнительно были рассчитаны значения полярности текста, позволяющие количественно оценить степень позитивности или негативности каждого сообщения (рис. 1–2).

Дальнейший анализ вовлеченности и восприятия включал визуализацию данных для выявления временных и

содержательных паттернов. Визуализация осуществлялась с помощью библиотек matplotlib² и seaborn³, что позволило представить данные в наглядной форме. Для анализа долгосрочных трендов вовлеченности использовались линейные графики с бегущими средними значениями. Такой подход позволил сгладить временные колебания данных и выделить общие тенденции в активности пользователей по каждому из сериалов.

Для детального изучения распределения вовлеченности по фильмам был использован виолончельный график (Violin Plot). Этот тип графика позволил наглядно представить плотность и распределение данных, включая мультимодальные особенности и возможные аномалии. Виолончельный график комбинирует элементы, отображающие

² Matplotlib — библиотека для создания графиков. В статье она использовалась для отображения временных трендов и анализа распределений, например, для построения линейных графиков и виолончельных диаграмм.

³ Seaborn — расширение Matplotlib, которое помогает создавать более сложные и наглядные графики, такие как диаграммы с движущимися средними значениями.

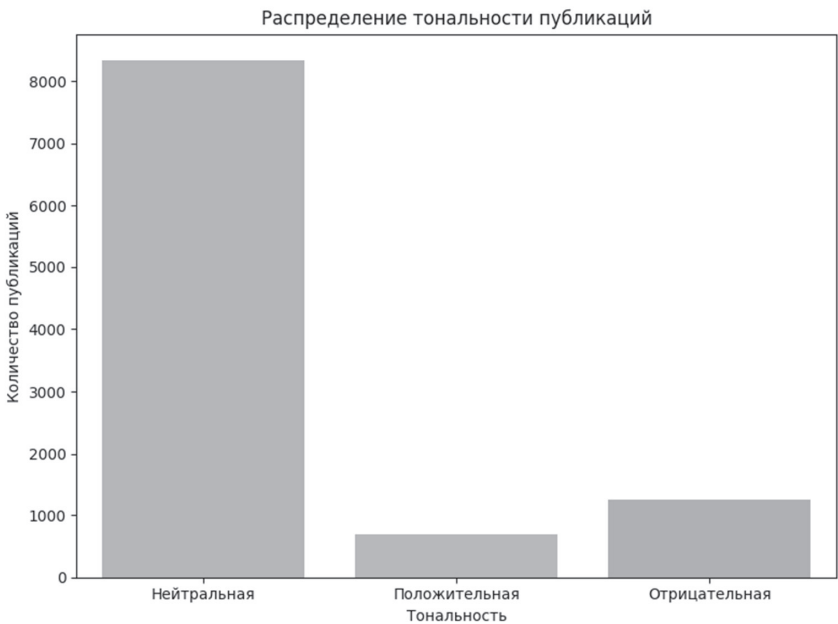


Рис. 1. Распределение тональности публикаций

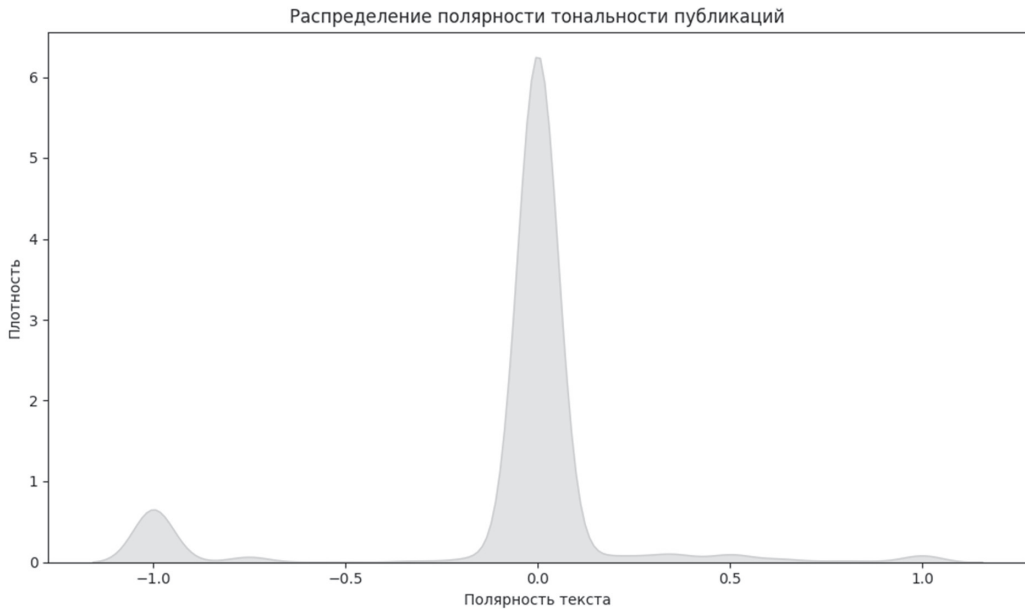


Рис. 2. Распределение полярности тональности публикаций

медиану и межквартильный размах, с диаграммой плотности вероятности, что дает более полное представление о распределении данных (рис. 3).

Особое внимание было уделено использованию ядровой оценки плотности (KDE — Kernel Density Estimation)¹ для изучения распределения активности пользователей и вовлеченности. KDE-графики позволили увидеть, где сосредоточены данные, сглаживая пики и минимизируя влияние случайных колебаний. Это сделало возможным лучше понять характер активности пользователей в зависимости от времени и контекста публикаций (рис. 4).

Для анализа данных применялись также методы машинного обучения, такие как регрессионные модели, которые позволили оценить влияние различных факторов (например, упоминание определенных ключевых слов или сериалов) на уровень вовлеченности. Были построены линейные регрессионные модели для предсказания вовлеченности на основе данных о фильмах и ключевых словах, что позволило ко-

личественно оценить их значимость и влияние (рис. 5).

Исследование проводилось с использованием языка программирования Python и его библиотек. Все данные были получены из открытых источников, и при их обработке были соблюдены все этические нормы, касающиеся конфиденциальности и защиты данных.

Таким образом, описанные методы и подходы позволяют глубже понять, как современные российские сериалы взаимодействуют с аудиторией через цифровые платформы, а также исследовать восприятие семейных ценностей зрителями. Применение разнообразных методов анализа данных и визуализации позволяет выявить ключевые тенденции и сделать выводы о динамике вовлеченности и характере обсуждений, связанных с рассматриваемыми сериалами.

Результаты

Проведенный анализ показал, что вовлеченность пользователей варьировалась в зависимости от сериала, времени публикации, а также используемых ключевых слов. В среднем сери-

¹ KDE (Kernel Density Estimation) — метод для оценки распределения данных, который сглаживает резкие изменения и помогает выявить основные тренды в активности пользователей.

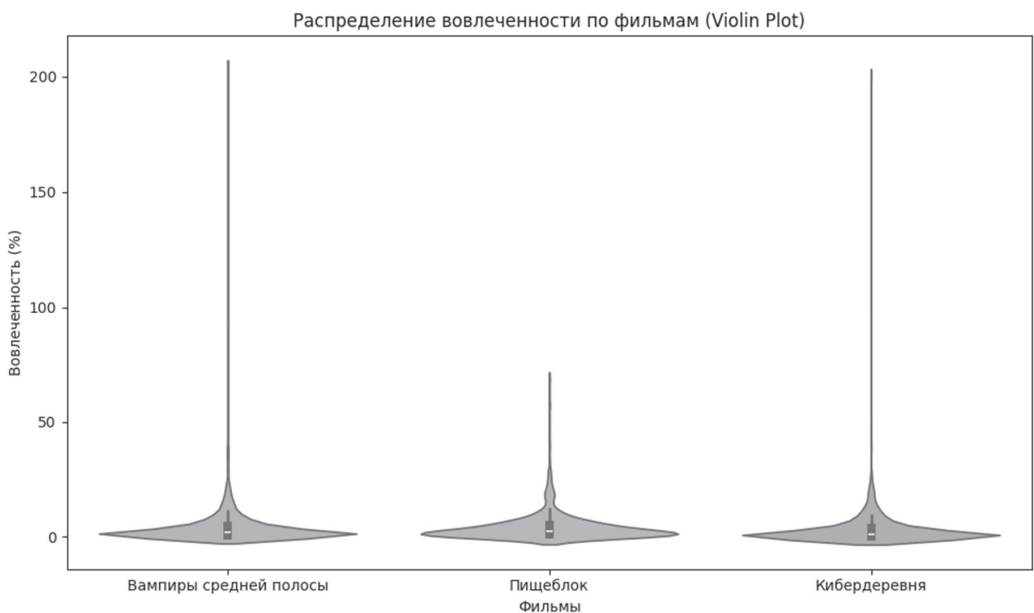


Рис. 3. Распределение вовлеченности по фильмам (Violin Plot)

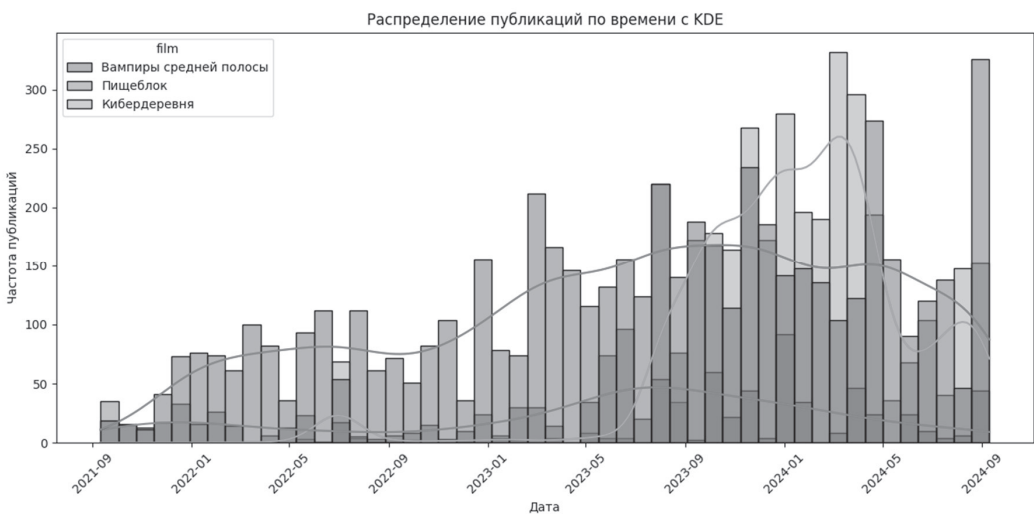


Рис. 4. Распределение публикаций по времени с KDE

ал «Вампиры средней полосы» продемонстрировал наибольшую вовлеченность пользователей. Публикации, связанные с этим сериалом, в 55% случаев содержали ключевые слова, относящиеся к семейным ценностям, таким как «семейное счастье» и «традиционные ценности». Сериал «Пищеблок» занял второе место по вовлеченности, однако здесь чаще упоминались ключевые слова «продолжение рода» и «большая

семья», что отразило интерес аудитории к специфическим темам, затронутым в этом сериале. «Кибердеревня» привлекала наименьшее количество интереса, но публикации, связанные с этим сериалом, часто содержали ключевые слова, связанные с «современными» или «нетрадиционными» семейными ценностями (рис. 6).

Сравнительный анализ показал, что вовлеченность пользователей имеет

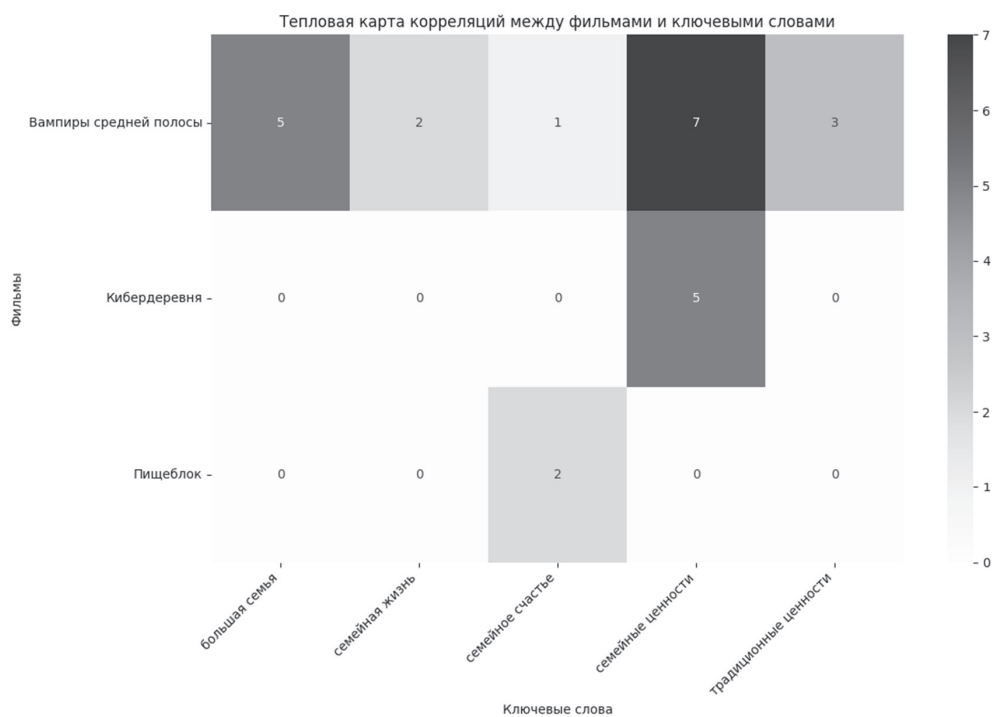


Рис. 5. Тепловая карта корреляций между фильмами и ключевыми словами

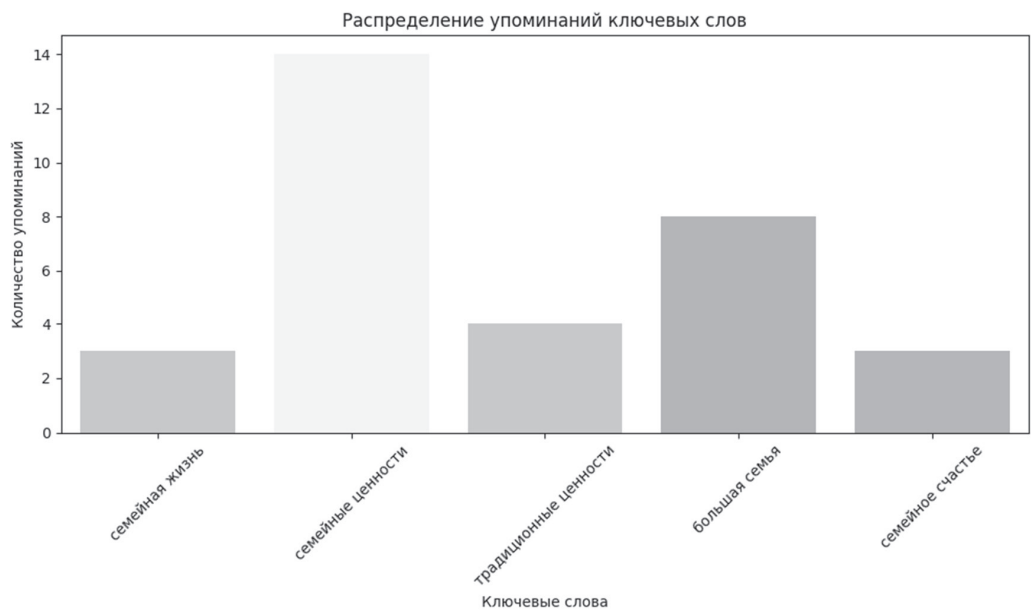


Рис. 6. Распределение упоминаний ключевых слов

ярко выраженные пиковые значения, совпадающие с периодами выхода новых эпизодов или сезонов сериалов, а также с крупными культурными или социальными событиями, затрагивающими тематику данных сериалов. Например, в период начала трансляции второго сезона «Вампиров средней полосы» вовлеченность резко возросла, особенно в обсуждениях, касающихся семейных ценностей в контексте традиционного русского менталитета. Напротив, сериал «Пищеблок» вызывал активное обсуждение в период школьных каникул и праздников, что, вероятно, связано с его контекстом и темами, связанными с подростковой культурой и образовательной средой.

Анализ тональности позволил выявить эмоциональные аспекты восприятия зрителями тематики, связанной с семейными ценностями в контексте рассматриваемых сериалов. В среднем, 81,1 % публикаций имели нейтральную тональность, 12,3 % — отрицательную и только 6,7 % — положительную (рис. 7).

Наибольшая доля положительных отзывов была зафиксирована для се-

риала «Вампиры средней полосы», где 7,6 % всех публикаций имели положительную тональность. В то же время, наибольшее количество отрицательных отзывов (27,9 %) было связано с сериалом «Кибердеревня». Это может свидетельствовать о неоднозначном восприятии данного сериала зрителями, а также о возможном наличии спорных тем или элементов в его контенте.

Сериал «Пищеблок» продемонстрировал самую высокую долю нейтральных отзывов (92,3 %). В целом, результаты показывают, что восприятие сериалов зрителями сильно варьируют в зависимости от их тематической направленности и контекста, в котором обсуждаются семейные ценности (рис. 8).

Анализ временных паттернов активности пользователей показал, что уровень вовлеченности варьируется в зависимости от дня недели и времени суток, но существуют определенные тенденции, характерные для каждого из сериалов (рис. 9).

Наибольший уровень вовлеченности для сериала «Вампиры средней полосы» наблюдался в воскресенье, когда

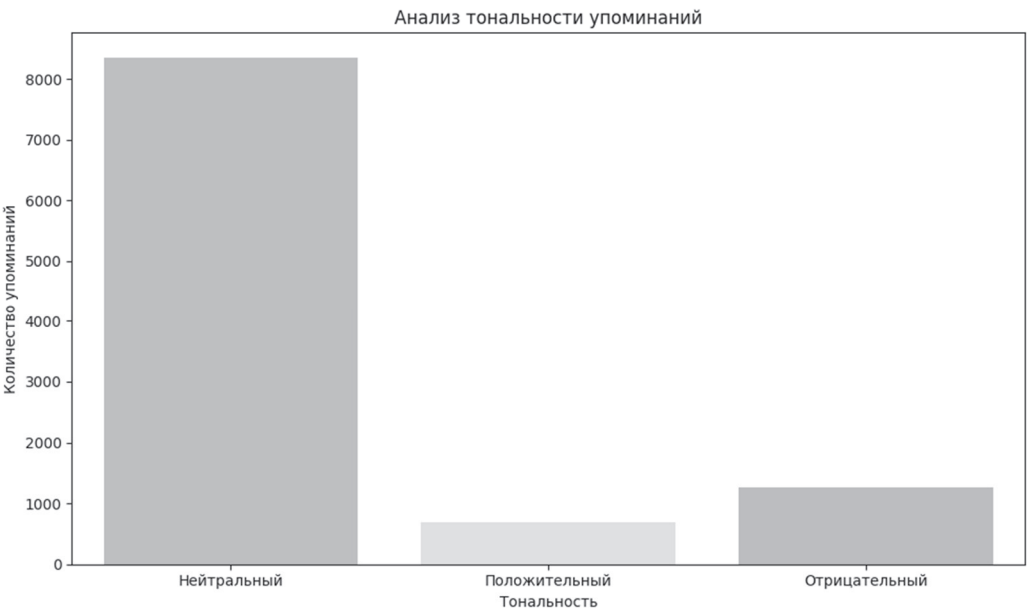


Рис. 7. Анализ тональности упоминаний

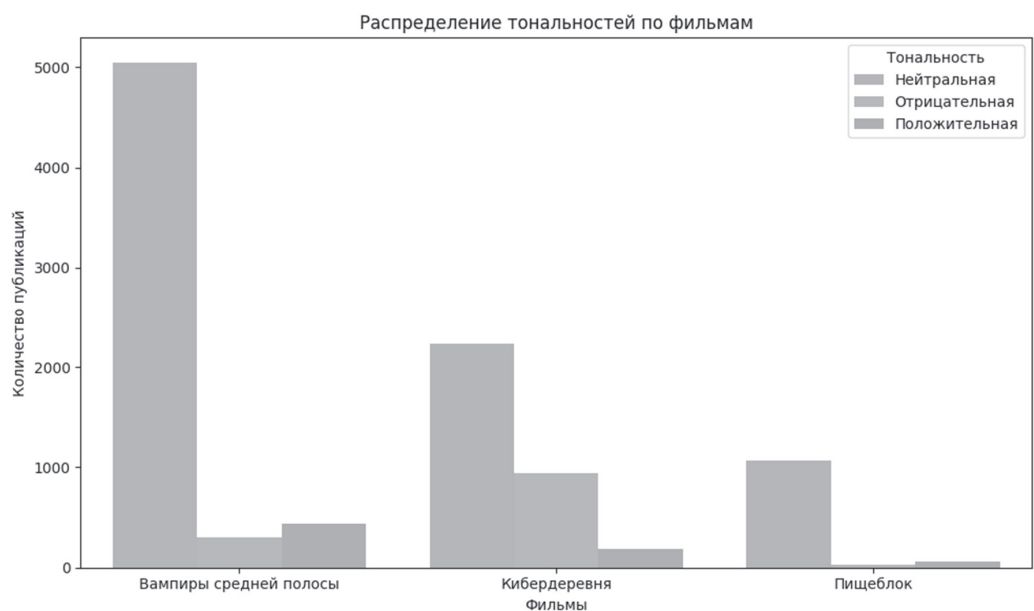


Рис. 8. Распределение тональности по фильмам

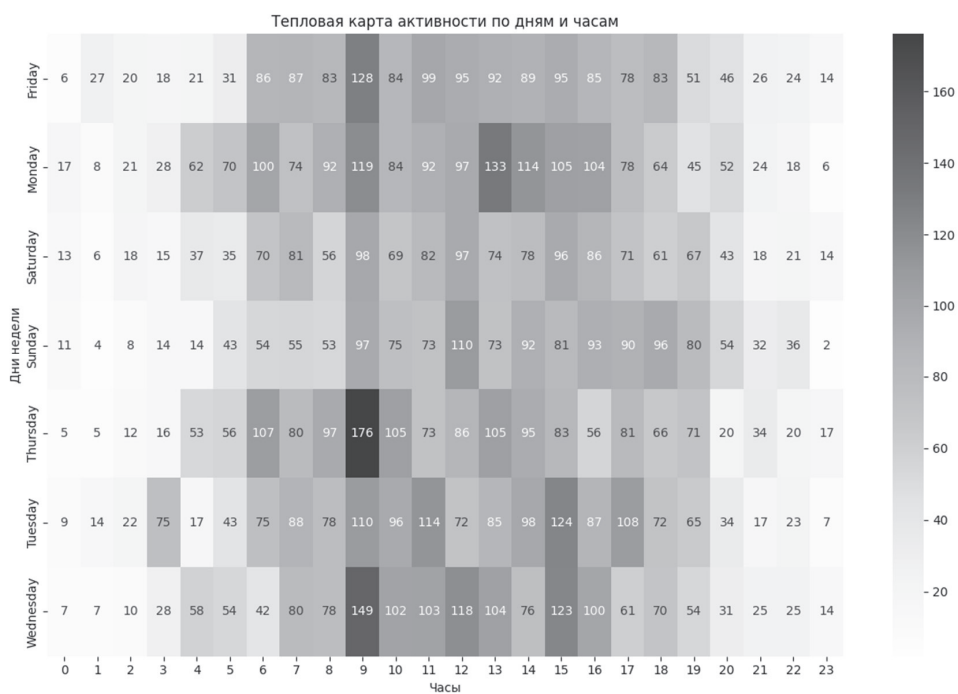


Рис. 9. тепловая карта активности по дням и часам

средняя вовлеченность пользователей достигала 5.19. Также высокий уровень вовлеченности отмечен в понедельник (4.69) и пятницу (4.30). Время суток с максимальной активностью для этого сериала — вечерние часы, с пиком вовлеченности в 20:00, когда средний уровень активности пользователей достигал 8.72. Это указывает на то, что зрители чаще всего обсуждают сериал в вечернее время, что типично для аудитории, потребляющей развлекательный контент после окончания рабочего дня.

Для сериала «Кибердеревня» наиболее высокий уровень вовлеченности отмечался во вторник, со средней вовлеченностью в 4.59. Это может говорить о том, что аудитория сериала более активна в середине рабочей недели. Пик активности для «Кибердеревни» пришелся на ночное время — 00:00, со средним уровнем вовлеченности 8.43. Такой паттерн может указывать на то, что контент привлекает аудиторию, потребляющую его в нерабочие часы или поздно вечером, возможно, в связи с темой сериала или особенностями его аудитории.

Сериал «Пищевлок» продемонстрировал наибольшую активность в понедельник, когда средняя вовлеченность составила 5.41. Высокие показатели также наблюдались в субботу (5.21) и воскресенье (5.15), что говорит о потреблении контента в выходные дни и начале недели. Наибольшая активность по времени суток была зафиксирована в 01:00, со средней вовлеченностью 15.23. Этот факт может свидетельствовать о том, что аудитория сериала «Пищевлок» предпочитает обсуждать его в поздние ночные часы, что может соответствовать характеру сериала и его целевой аудитории, склонной к просмотру контента поздно ночью.

Анализ распределения вовлеченности по фильмам показал, что сериал «Вампиры средней полосы» имеет наиболее широкое распределение вовлеченности, что указывает на высокую вариативность откликов. Плотность распределения показывает, что основ-

ная масса вовлеченности сосредоточена вокруг средней и выше средней оценок. Напротив, для сериала «Пищевлок» характерна более узкая плотность с концентрированием значений вокруг медианы, что указывает на более однородный отклик аудитории.

Сериал «Кибердеревня» показал наличие нескольких пиков плотности, что свидетельствует о поляризации мнений среди его зрителей из-за неоднозначной трактовки семейных ценностей в сериале. Этот факт подтверждается результатами анализа тональности, который показал наличие значительного числа как положительных, так и отрицательных отзывов. Виолончельный график также выявил наличие нескольких аномальных выбросов, что может свидетельствовать о высоком уровне эмоционального отклика на отдельные эпизоды или темы.

Обсуждение

Сериал «Вампиры средней полосы» в восприятии зрителей оказывается наиболее семейным. Об этом свидетельствует и время просмотра фильма (вечер и воскресенье, когда вся семья как правило собирается дома), и количество упоминаний семейных ценностей в положительной коннотации. Сериал, несмотря на противоречивость подачи, заставил зрителей задуматься о ценностях семьи и обсуждать их. Семейственность задана в «Вампирах средней полосы» самим сюжетом, который отличается от обычных фильмов про вампиров, где вампирское семейство собирается, скорее, как звериная стая, а не семья. Российское семейство вампиров обладает кровным родством в том смысле, что, как и положено этим сущностям, ими становятся в результате смешения крови носителя вампиризма и обычного человека, но в данном случае это приводит к созданию полноценной семьи в традиционном ее понимании. Вампиры клана Святослава Вернидубовича Кривича представляют в сериале образ патриархальной семьи. Глава семьи не только

является ее создателем, но и пользуется заслуженным уважением, решая ее проблемы. В семье четко распределены семейные роли, но общие вопросы решаются на семейных советах. Забота о младших членах семьи и детях оказываются в приоритете сущностей, которым, согласно фольклорной традиции, это было вовсе не свойственно. Создателям сериала удалось показать в интерьерах обычной российской семьи популярных героев массовой культуры, что привело к появлению нового воображаемого мира, населенного русскими вампирами. Новые русские вампиры показаны носителями традиционного российского менталитета, в структуру которого оказываются вшиты семейные ценности. Тем самым, на примере данного сериала хорошо видно, как происходит интеграция образов массовой культуры с ее ценностями цифровой эпохи с ценностями, которые принято называть традиционными, где семья — главное достояние человека.

Противоположная история наблюдается с сериалом «Кибердеревня», где показана российская семья в будущем. Сериал чаще всего смотрели в ночное время и в середине рабочей недели, т. е. это время скорее для индивидуального просмотра, а не семейного, а упоминание семейных ценностей в обсуждениях пользователей социальных сетей происходило часто в отрицательной коннотации. В сериале показан типичный маркетинговый образ семьи, так называемая полная семья, где присутствуют оба супруга и два ребенка, но у интернет-пользователей не создается ощущения семейственности от этого сериала. Во многом это объясняется тем, что здесь показана семья в кризисе. Семейные отношения в «Кибердеревне» далеки от идеальных, хотя в целом показана типичная крепкая семья. Однако, в ней показаны проблемы, связанные с воспитанием подростка (старшая дочь) и отсутствием отца. Глава семьи демонстративно любит свою семью, но он в силу обстоятельств пропадает и не может к ней вернуться. Также в сериале сделана отсылка к традици-

онным русским ценностям в том виде, в котором происходит их репрезентация в современной массовой культуре (березки, деревенский образ жизни, одежда, имена, названия и проч.), но в сочетании с цифровыми технологиями, роботами и т. п. Семейные ценности в этом сериале, несмотря на стремление создателей показать их включенность в новый цифровой мир, в сознании пользователей не сочетаются с цифровыми технологиями. По мнению многих зрителей, в «Кибердеревне» представлена пародия на современную семью, что, конечно, во многом объясняется комедийным характером сериала. Однако, обсуждая семейные ценности в рамках сериала, пользователи социальных сетей высказываются о них в негативном контексте. Это объясняет сильную поляризацию отзывов о семейных ценностях в комментариях к «Кибердеревне»: с одной стороны пользователи видят очевидное стремление создателей фильма продемонстрировать возможность существования традиционных российских ценностей в контексте цифровизации и роботизации, а с другой, им становится очевидным кризис семейных ценностей в настоящем.

В сериале «Пищевлок» ориентация на демонстрацию семейных ценностей выражена в меньшей степени, однако показано, что проблемы подростков не решаются без семьи. У главного героя есть старший брат, ставший для него примером для подражания, мать и отец, которые любят его, но, правда, до того момента как сами ни стали жертвами вампира. Однако, для зрителей семейные проблемы героев сериала не вышли на первый план, что подтверждается большим количеством нейтральных отзывов пользователей социальных сетей в контексте обсуждения семейных ценностей. Зритель данного сериала не склонен обсуждать его в связи с семейной проблематикой. Это связано не с вампирской тематикой сериала, — так как мы видим на примере «Вампиров средней полосы», что пользователей она не останавливает, но наоборот подстегивает, — а скорее всего

с нежеланием пользователей говорить о семейных ценностях применительно к подросткам. Кроме того, этот сериал имеет ностальгический характер, в том смысле, что он хорошо вписывается в рамки советской ностальгии. Тренды на обсуждения «Пищеблока» задавали как раз взрослые люди, которые были детьми в последнее советское десятилетие. Семейные ценности для них являются незыблемыми, такими как они были определены советской системой ценностей в их детстве. В этом смысле они являются традиционными и обсуждению не подлежат.

Заключение

Цифровой анализ показал, что вовлеченность пользователей зависит не только от сюжетных характеристик самих сериалов, но и от контекста их обсуждения, временных и социальных факторов. Выявленные паттерны активности, временные тренды и эмоциональные отклики позволяют глубже понять, как современные российские сериалы взаимодействуют с аудиторией через цифровые платформы. Полученные результаты могут быть использованы для оптимизации стратегии контентного маркетинга, повышения уровня вовлеченности и улучшения взаимодействия с целевой аудиторией.

Анализ пользовательской вовлеченности в обсуждение сериалов «Вампиры средней полосы», «Кибердеревня», «Пищеблок» показывает, что они послужили триггером дискуссий о семейных ценностях. Эмоциональный отклик на сериалы говорит о том, что традиционные семейные ценности в формате образа патриархальной семьи или позднесоветской семьи вызывает наибольшее принятие у пользователей социальных сетей. Это объясняется, с одной стороны, возрастом участников обсуждений, задающим их общий вектор (последнее поколение советских детей), а с другой, принятием семейных ценностей в том виде, как они репрезентируются массовой культурой. Традиционные семейные ценности оказы-

ваются традиционными в том смысле, что таковыми они позиционируются современными медиа. Причем буквальное соединение ценностей и цифровых технологий вызывает у зрителя напряженную реакцию и провоцирует возникновение полярных оценок. Однако, тот же зритель не замечает, что становится потребителем семейных ценностей цифровой эпохи, если они упакованы в привычную ему оболочку образов массовой культуры.

1. Албакова, Ф. Ю. Цифровые технологии и формирование новых жанров в киноискусстве / Ф. Ю. Албакова, Я. И. Климов // Вестник МИРБИС. — 2019. — № 4(20). — С. 219–226. — DOI 10.25634/MIRBIS.2019.4.24. — EDN RBF5JJ.

2. Елисеева, А. А. Традиционные семейные ценности как объект интересов: частно-правовой и публично-правовой аспекты / А. А. Елисеева // Вестник Университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА). — 2023. — № 5 (105). — С. 68–75. — DOI 10.17803/2311-5998.2023.105.5.068-075. — EDN QKZOE.

3. Керимов, Т. «Онтологический поворот» в социальных науках: возвращение эпистемологии / Т. Керимов // Социологическое обозрение. — 2022 — Т. 21, № 1. — С. 109–130. — DOI 10.17323/1728-192x-2022-1-109-130. — EDN JNFYQQ.

4. Кравец, А. В. Социальная природа ценностей и проблема организации и интериоризации ценностей и ценностных ориентаций в структуру личности / А. В. Кравец, А. А. Утюганов // Вестник университета. — 2016. — № 3. — С. 230–235. — EDN WCIFEN.

5. Кротовская, Н. Г. «Новая этика», истоки и современность (Обзор) / Н. Г. Кротовская, В. С. Кулагина-Ярцева // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. — 2022. — Т. 11, № 2А. — С. 241–259. — DOI 10.34670/AR.2022.20.96.020. — EDN PUFXKF.

6. Куницына, Н. В. Культура визуализации: новые термины, понятия, явления / Н. В. Куницына // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. — 2024. — Т. 2, № 2 (44). — С. 199–207. — DOI 10.51965/2076-7919_2024_2_2_199. — EDN GBSNPS.

7. Леткова, О. В. Семья и традиционные ценности / О. В. Леткова // Народное образование. — 2024. — № 1(1504). — С. 23–25. — EDN AEDYGX.

8. Марков, А. П. Традиционные ценности — «Новая этика»: глобальный конфликт Логоса и Хаоса / А. П. Марков // Культура культуры. — 2023. — № 4. — С. 112–121. — EDN XPTPMR.

9. Мещерягина, О. Н. Социальная информация в качестве наполнителя массовой коммуникации / О. Н. Мещерягина // Научные труды Московского гуманитарного университета. — 2022. — № 1. — С. 64–69. — DOI 10.17805/trudy.2022.1.10. — EDN EIXGPP.

10. Миненко, Г. Н. Культура советской город-

ской семьи в 1945-1970-х годах / Г. Н. Миненко, Н. А. Жилинина // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств — 2020. — № 53. — С. 173-179. — DOI 10.31773/2078-1768-2020-53-173-180. — EDN NSMMXR.

11. Никитина, Э. В. Проблемы и перспективы сохранения традиционных ценностей семьи и брака в современной России / Э. В. Никитина // Знание. Понимание. Умение. — 2024. — № 1. — С. 31-44. — DOI 10.17805/zpu.2024.1.3. — EDN GTQVAR.

12. Новикова, Е. Т. Систематизация показателей сформированности нравственных ценностей у младших школьников на основе процессов их экстерииоризации и интерииоризации / Е. Т. Новикова // Гносеологические аспекты образования : Международный сборник научных трудов, посвящённый памяти профессора С.П. Баранова. — Липецк : Липецкий государственный педагогический университет имени П. П. Семенова-Тянь-Шанского, 2018. — С. 454-457. — EDN YVXYWD.

13. Огородников, А. Ю. Интерииоризация ценностей как форма становления субъекта социальных отношений / А. Ю. Огородников // Социология власти. — 2012. — № 1. — С. 98-104. — EDN РСJHMT.

14. Савченко, Д. В. Социальная группа как структурный элемент современного общества / Д. В. Савченко // Вестник Московского государственного гуманитарно-экономического института. — 2014. — № 3(19). — С. 20-23. — EDN TYFSQH.

15. Симонова, М. М. Лингвистические основы коммуникации / М. М. Симонова // Социально-гуманитарные знания. — 2019. — № 2. — С. 225-233. — EDN VYSHKR.

16. Сосновская, Н. А. Изменяющиеся представления о нравственности: обзор концепций «новой этики» / Н. А. Сосновская // Весті БДПУ. Серія 2. Гісторія. Філософія. Палітологія. Саціялогія. Економіка. Культуралогія. — 2022. — № 1 (111). — С. 54-59. — EDN MHYQNR.

17. Стрельчук, А. Р. Проблема выбора ценностных установок в цифровом пространстве / А. Р. Стрельчук // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. — 2020. — Т. 9, № 1А. — С. 109-114. — DOI 10.34670/AR.2020.47.1.035. — EDN HURTPi.

18. Федосова, И. В. Проблема ценностных ориентаций в научной литературе / И. В. Федосова // Ценности и смыслы. — 2009. — № 2(2). — С. 75-92. — EDN KXXDKP.

19. Цыплякова, Д. И. Визуальные исследования в предметном поле современной культурологии / Д. И. Цыплякова // Вопросы культурологии. — 2021. — № 1. — С. 40-44. — DOI 10.33920/nik-01-2101-04. — EDN YVFMZA.

20. Яковенко, И. Г. «Нерушимая дружба советских народов»: создание, бытование и деконструкция одного советского мифа / И. Г. Яковенко // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. — 2019. — № 8-1. — С. 27-39. — DOI 10.28995/2686-7249-2019-8-27-39. — EDN ICYIHC.

References

1. Albakova, F. YU., Klimov, YA. I. (2019) Digital technologies and the formation of new genres in cinematography. *Vestnik MIRBIS*, no. 4(20), pp. 219-226. <https://doi.org/10.25634/MIRBIS.2019.4.24> [in Rus].

2. Eliseeva, A. A. (2023) Traditional family values as an object of interest: private law and public law aspects. *Courier of Kutafin Moscow State Law University (MSAL)*, no. 5(105), pp. 68-75. <https://doi.org/10.17803/2311-5998.2023.105.5.068-075> [in Rus].

3. Kerimov, T. (2022) The "Ontological turn" in the social sciences: the return of epistemology. *Russian sociological review*, vol. 21, no. 1, pp. 109-130. <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2022-1-109-130> [in Rus].

4. Kravec, A. V., Utyuganov, A. A. (2016) The social nature of the values and problems of organization and internalization of values and value orientation in personality structure. *Vestnik Universiteta*, no. 3, pp. 230-235. [in Rus].

5. Krotovskaya, N. G., Kulagina-Yarceva, V. S. (2022) "New ethics": review of origins and modernity. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke [Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being]*, vol. 11, no. 2A, pp. 241-259. <https://doi.org/10.34670/AR.2022.20.96.020> [in Rus].

6. Kunicyna, N. V. (2024) Visualization culture: new terms, concepts, phenomena. *Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatischev*, vol. 2, no. 2(44), pp. 199-207. https://doi.org/10.51965/2076-7919_2024_2_2_199 [in Rus].

7. Letkova, O. V. (2024) Family and traditional values. *Culture of Culture*, no. 1(1504), pp. 23-25. [in Rus].

8. Markov, A. P. (2023) Traditional values — "New ethics": the global conflict of Logos and Chaos. *Kul'tura kul'tury*, no. 4, pp. 112-121. [in Rus].

9. Meshcheryagina, O. N. (2022) Social information as a filler of mass communication. *Nauchnye trudy Moskovskogo gumanitarnogo universiteta*, no. 1, pp. 64-69. <https://doi.org/10.17805/trudy.2022.1.10> [in Rus].

10. Minenko, G. N., Zhilyanina, N. A. (2020) The culture of the Soviet urban family in 1945-1970. *Bulletin of the Kemerovo State University of Culture and Arts*. no. 53, pp. 173-179. <https://doi.org/10.31773/2078-1768-2020-53-173-180> [in Rus].

11. Nikitina, E. V. (2024) Problems and prospects of preserving traditional values of family and marriage in modern Russia. *Knowledge, understanding, skill*, no. 1, pp. 31-44. <https://doi.org/10.17805/zpu.2024.1.3> [in Rus].

12. Novikova, E. T. (2018) Systematization of indicators of the formation of moral values in younger schoolchildren based on the processes of their exteriorization and interiorization. *Epistemological aspects of education: An international collection of scientific papers dedicated to the memory of Professor S.P. Baranov*. Lipeck, Lipeckij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet imeni P.P. Semenova-Tyan-SHanskogo, pp. 454-457. [in Rus].

13. Ogorodnikov, A. YU. (2012) Internalization values formation as a form of social relations of the subject of social relations. *Sociology of power*, no. 1, pp. 98-104. [in Rus].

14. Savchenko, D. V. (2014) Social group as a structural element of modern society. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo humanitarno-ekonomicheskogo instituta*. no. 3(19) pp. 20-23. [in Rus].
15. Simonova, M. M. (2019) Linguistic basis of communication. *Social'no-humanitarnye znaniya*, no. 2, pp. 225-233. [in Rus].
16. Sosnovskaya, N. A. (2022) Changing ideas of moral, review of concepts of "new ethics". *Vesci BDPU. Seryya 2. Gistoryya. Filasofiya. Palitalogiya. Sacyyalogiya. Ekanomika. Kul'turalogiya*, no. 1(111), pp. 54-59. [in Rus].
17. Strel'chuk, A. R. (2020) The problem of choosing value systems in the digital space. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke*, vol. 9, no. 1A, pp. 109-114. <https://doi.org/10.34670/AR.2020.47.1.035> [in Rus].
18. Fedosova, I. V. (2009) The problem of axiological orientations in science literature. *Values and meanings*, no. 2(2), pp. 75-92. [in Rus].
19. Cyplyakova, D. I. (2021) Visual research in the subject field of modern cultural studies. *Issues of cultural studies*, no. 1, pp. 40-44. <https://doi.org/10.33920/nik-01-2101-04> [in Rus].
20. Yakovenko, I. G. (2019) "Unbreakable friendship of the Soviet people": creation, existence and deconstruction of one Soviet myth. *Vestnik RGGU. Seriya: Literaturovedenie. Yazykoznanie. Kul'turologiya*, no. 8-1, pp. 27-39. <https://doi.org/10.28995/2686-7249-2019-8-27-39> [in Rus].

For citing: Tikhonova, S. V., Artamonov, D. S.,
Melnichuk, D. V. (2024)
Family values: film industry vs users.
Sotsium i vlast/Society and Power,
no. 4 (102), pp. 133–149.
<https://doi.org/10.22394/1996-0522-2024-4-133-149>.

UDC 17.022.1

EDN SPEYXT

DOI 10.22394/1996-0522-2024-4-133-149

FAMILY VALUES: FILM INDUSTRY VS USERS¹

Sofya V. Tikhonova,

Saratov National Research State University
named after N.G. Chernyshevsky,
Professor of the Department of Theoretical
and Social Philosophy,
Doctor of Philosophy, Associate Professor.
Saratov, Russia.
ORCID: 0000-0003-2487-3925
E-mail: segedasv@yandex.ru

Denis S. Artamonov,

Saratov National Research State University
named after N.G. Chernyshevsky,
Acting Head of the Department of Methods
of Teaching History and Social Studies,
Doctor of Philosophy, Associate Professor.
Saratov, Russia.
ORCID: 0000-0001-8689-1948
E-mail: artamonovds@mail.ru

Dmitry V. Melnichuk,

Saratov National Research State University
named after N.G. Chernyshevsky,
Cand. Sc. (Physical and Mathematical Sciences),
Assistant of the Department of Theory of Functions
and Stochastic Analysis.
Saratov, Russia.
ORCID: 0000-0002-6689-8904
E-mail: melnichukdv@sgu.ru

Abstract

Introduction. The article is devoted to the analysis
of family values in institutional and user-generated
content accompanying digital series that reflect
nostalgic attitudes towards the Soviet era.
The purpose of the study is to understand the dy-
namics of the relationship between cultural

values and viewers' preferences, presenting a new
perspective on the influence of media content on
society.

Methods. The study uses machine analysis and ma-
chine learning tools to establish the main semantic
units attributable to family values and to identify
the sign of their emotional evaluation. Natural
language processing techniques are used to extract
key value words and phrases from textual data.
Scientific novelty of the study. The authors have
developed and validated prediction tools for viewer
engagement based on identified values, using
regression models and neural networks to process
structured and unstructured data.

Results. The authors consider family values within
the framework of the communicative approach, re-
ferring them to the values of the digital age, which
is understood as elements of the semantic content
of the message, while they interpret family values
as a social construct, intersubjective meaning and
a tool of social recognition depending on the angle
of analysis.

Conclusions. The study has shown that viewers'
engagement with serials depends not only on their
content, but also on various factors such as the
context of discussion, time and social conditions.
The identified patterns of engagement, temporal
trends and emotional reactions provide a deeper
understanding of the interaction of contempo-
rary Russian TV series with audiences on digital
platforms.

Keywords:

family values,
traditional values,
digital values,
film industry,
serials,
media

Received: 18.09.2024

Accepted: 01.12.2024

Date of publication: 30.12.2024

Copyright: © Tikhonova S. V., Artamonov D. S.,
Melnichuk D. V. (2024).

Published by Chelyabinsk branch of RANEPa.
Open access under CC BY-NC License 4.0.

¹ The research was carried out at the expense of a
grant from the Russian Science Foundation No. 22-18-
00153, <https://rscf.ru/project/22-18-00153/>