

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ СОЦИАЛЬНОЙ СИТУАЦИИ

DOI: 10.19181/vis.2025.16.4.11
EDN: HBGTUQ



Показатели влияния контента социальных сетей на духовно-нравственное и патриотическое воспитание молодежи¹

Ссылка для цитирования: Карпова С. В., Мальцев Г. А. Показатели влияния контента социальных сетей на духовно-нравственное и патриотическое воспитание молодежи // Вестник Института социологии. 2025. Том 16. № 4. С. 150–163. DOI: 10.19181/vis.2025.16.4.11; EDN: HBGTUQ.

For citation: Karpova S. V., Maltsev G. A. Indicators of the Impact of Social Media Content on the Spiritual, Moral, and Patriotic Education of Young People. *Vestnik instituta sotziologii*. 2025. Vol. 16. No. 4. P. 150–163. DOI: 10.19181/vis.2025.16.4.11; EDN: HBGTUQ.



SPIN-код: 5825-0260

Карпова Светлана Васильевна¹

¹Финансовый университет,
Москва, Россия

svkarpova@fa.ru



SPIN-код: 9347-9943

Мальцев Григорий Александрович¹

¹Финансовый университет,
Москва, Россия

malcev543212@gmail.com

Аннотация. Цель исследования – определение ключевых показателей влияния контента социальных сетей на процесс формирования духовно-нравственных ценностей и патриотических чувств молодежи и проведение их классификации в зависимости от ключевых компонентов соответствующих видов воспитательной деятельности. Объект исследования в данной работе представлен процессом формирования духовно-нравственных и патриотических ценностей молодежи в социальных сетях. Предметом исследования в данной работе является влияние контента социальных сетей на духовно-нравственные и патриотические ценности молодежи. На основе результатов исследований АО «ВЦИОМ» и Института философии РАН, а также поиска публикаций сообществ по соответствующим

¹ Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финуниверситета.

ключевым словам в социальной сети «ВКонтакте» были определены текущие тенденции изменения ценностей молодежи и рассмотрена динамика публикационной активности, связанной с духовно-нравственными и патриотическими ценностями. Совершенствованию процесса взаимодействия между государством и молодежью мониторинга показателей влияния контента социальных сетей на ценности молодежи и способствуют условия применения контента социальных сетей в качестве инструмента формирования мировоззрения и ценностей молодежи и общей динамичной цифровизации социальных отношений.

Научная новизна исследования заключается в классификации показателей влияния контента социальных сетей на духовно-нравственные и патриотические ценности молодежи на основе ключевых компонентов воспитательной деятельности. Помимо этого, в ходе исследования были предложены параметры согласования направлений воспитательных мероприятий, проводимых в социальных сетях, с существующими форматами контента, предоставляемого молодежи. В целях обоснования параметров влияния контента, размещаемого пользователями социальных сетей, на ключевые компоненты воспитательной деятельности были выделены особенности формирования сетевой этики, морали, исторической памяти, культурных традиций и других компонентов соответствующих видов воспитательной деятельности среди молодежи. Для реализации согласования текущих направлений воспитательной деятельности с различными форматами контента социальных сетей в качестве цели проводимых мероприятий было определено совершенствование процесса взаимодействия между государством и молодежью в сфере духовно-нравственного и патриотического воспитания через выстраивание системы коммуникаций в различных сферах социального регулирования.

Ключевые слова: духовно-нравственное воспитание, патриотическое воспитание, нравственные ценности, патриотизм, сеть Интернет, социальная сеть, гражданственность

Введение

В современных условиях духовно-нравственное и патриотическое воспитание молодежи является одним из приоритетных направлений деятельности государства [8, с. 148–149], которое оказывает позитивное воздействие на формирование гражданской позиции, и участие в социальной жизни, мировоззрение, этическое развитие и т. п. Согласно результатам исследований, проведенных ВЦИОМ в 2024 г., 87% респондентов в возрастном сегменте от 18 до 24 лет считали себя патриотами¹, а 92% в возрастном сегменте от 18 до 35 лет испытывали чувство гордости за Россию, ее историю и культуру². При этом в период с 2010 по 2023 гг., согласно данным Центра изучения социокультурных изменений Института философии РАН³, произошло снижение значимости нравствен-

¹ ВЦИОМ зафиксировал всплеск патриотизма в России // Lenta.ru. 2024. 29 марта. URL: <https://lenta.ru/news/2024/03/29/vsplesk/> (дата обращения: 19.02.2025).

² Юных россиян защитят от экспансии западного образа жизни // Парламентская газета. 2024. 29 августа. URL: <https://www.pnp.ru/social/yunyk-rossiyan-zashhityat-ot-ekspansii-zapadnogo-obraza-zhizni.html> (дата обращения: 16.02.2025).

³ Официальный сайт ФГБУН «Институт философии Российской академии наук». URL: <https://iphras.ru> (дата обращения: 20.06.2025).

ных ценностей у молодежи в возрасте 18–24 лет с 74 до 27% [2, с. 45], что обуславливает целесообразность дальнейшего выявления возможностей для взаимодействия государства и молодежи, которое может осуществляться через проведение дискуссий, конференций, форумов и других мероприятий в социальных сетях в целях развития моральных и этических принципов. Предоставление молодежи возможностей участия в информационных дискуссиях и формировании государственной политики на базе сети Интернет способствует формированию активной гражданской позиции, критического мышления и ответственности.

В качестве современных тенденций, также определяющих необходимость развития взаимодействия государства и молодежи в социальных сетях, направленного на формирование данных ценностей, могут быть выделены динамичные трансформации в области международных отношений, включая масштабное применение санкций (в т. ч. так называемой «отмены») в сфере культуры, медиа и спорта. В данных условиях повышается актуальность социально-культурной деятельности, направленной на развитие ценностных основ молодежи, определяемых и социально-культурной средой, от которой зависит последующее воспроизводство культурно-этнической идентичности народа [3, с. 245].

Выстраивание системы коммуникаций между государством и обществом в различных сферах социального регулирования сегодня происходит с широким использованием социальных сетей, оперативное общение в которых становится приоритетным в сравнении с личными обращениями [9, с. 189; 7, с. 165]. Повышение степени востребованности социальных сетей в современном общении также формирует возможности для развития взаимодействия между государством и молодежью и мониторинга эффективности проводимых воспитательных мероприятий. Социальные сети чаще всего используются молодежью, в т. ч. в качестве инструмента для реализации социальных контактов и обмена информацией. В условиях цифровизации информационного пространства контент, транслируемый посредством сети Интернет, обладает значительным потенциалом влияния на ценностно-смысловые ориентации и особенности социализации молодого поколения [13]. При этом характер данного воздействия носит амбивалентный характер: информационные потоки способны как способствовать позитивной социализации индивидов, так и детерминировать формирование деструктивных паттернов поведения и мировоззренческих установок.

Согласно исследованию аудитории социальных сетей АО «Медиа-скоп», среди отечественных социальных сетей по показателям времени пользования сервисом и среднесуточной аудитории лидирующие позиции принадлежат «ВКонтакте», «Одноклассники» и «Яндекс.Дзен»¹. Охват аудитории среди данных социальных сетей составляет 90,1 млн чел. (74% населения) для «ВКонтакте», 80,3 млн чел. (66%) для «Яндекс.Дзен»

¹ Mediascope опубликовала исследование аудитории социальных медиа: YouTube – пока еще лидер // Skillbox. 2024. 5 августа. URL: <https://skillbox.ru/media/marketing/mediascope-opublikovala-issledovanie-auditorii-sotsialnykh-media-youtube-poka-eschye-lider/> (дата обращения: 19.02.2025).

и 50,9 млн чел. (42%) для «Одноклассники»¹. Текущие условия динамичной цифровизации социальных отношений обуславливают необходимость выявления особенностей воздействия контента социальных сетей на духовную культуру молодежи. Также, очевидно, требуется согласование государственной политики в области патриотического воспитания, как и самой методики проводимых мероприятий с существующими видами контента, размещаемого в социальных сетях.

Методика и эмпирический базис исследования

Проблема реализации воспитательной деятельности, направленной на создание духовно-нравственных ценностей и формирование патриотических чувств у представителей молодого поколения, в текущих условиях выделяется в качестве проблемы государственного значения [4, с. 245]. Воспитание патриотичной и социально ответственной личности, согласно Указу Президента РФ от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года», определяется в качестве одного из основных стратегических направлений развития страны. Формирование у молодежи гражданской ответственности и целостного мировоззрения и расширение сотрудничества между государством и обществом являются одними из основных направлений формирования ценностей молодежи. При проведении анализа влияния контента, предоставляемого молодежи в социальных сетях, на рассматриваемые виды воспитательной деятельности возникает необходимость определения их ключевых компонентов, на основе которых могут быть выделены направления применения различных видов контента при воспитании.

Формирование системы ценностей, содержащей моральные принципы и способности к самосовершенствованию и саморегуляции, а также уважение к законам и традициям страны и готовность защищать ее интересы, является базовой целью духовно-нравственного и патриотического воспитания. Ключевыми компонентами духовно-нравственного и патриотического воспитания молодежи являются [5, с. 40–41]: 1) этика и мораль; 2) самопознание и саморефлексия; 3) эмпатия и сострадание; 4) историческая память; 5) культурное наследие; 6) гражданская активность. Данные направления воспитательной деятельности реализуются в социальных сетях через публикацию постов о духовно-нравственном совершенствовании, проведение онлайн-конференций по теме этических и правовых норм использования социальных сетей, организацию онлайн-мероприятий по патриотической тематике и т. п.

Для определения динамики публикационной активности сообществ российских социальных сетей по теме духовно-нравственного и патриотического воспитания был проведен поиск публикаций сообществ по соот-

¹ Как устроена аудитория социальных медиа // Mediascope. 2024. 5 июля. URL: <https://mediascope.net/news/2544317/> (дата обращения: 15.02.2025).

ветствующим ключевым словам на основе социальной сети «ВКонтакте» (табл. 1). В качестве инструмента выявления динамики количества публикаций, связанных с воспитательной деятельностью в данной социальной сети, был применен сервис «VK.BARKOV.NET», функционал которого позволяет выявлять статистические показатели активности сообществ и сегментирования их участников по различным признакам [10, с. 1038].

Таблица 1 (Table 1)

Результаты поиска публикаций сообществ по ключевым словам на основе социальной сети «ВКонтакте», прирост в %
Search results for community publications using keywords based on the social network “VKontakte”, increase in %

Ключевые слова	«Духовные ценности»	«Нравственность»	«Духовно-нравственное воспитание»	«Патриотизм»	«Патриотическое воспитание»
2022 г.	760	746	813	612	792
2023 г.	657 (-13,56)	666 (-10,73)	848 (4,3)	706 (15,35)	843 (6,43)
2024 г.	692 (5,32)	742 (11,41)	830 (-2,13)	725 (2,69)	810 (-3,92)
Всего	2109	2154	2491	2043	2445

Источник: составлено авторами на основе¹.

Согласно результатам поиска публикаций сообществ, содержащих рассматриваемые ключевые слова, наибольшей упоминаемостью за 2022–2024 гг. обладают «духовно-нравственное воспитание» и «патриотическое воспитание», показатели которых за весь рассматриваемый период составляют 2491 и 2445 публикаций соответственно. «Патриотизм», прирост количества публикаций с упоминанием которого составляет 18,46% за 2022–2024 гг., обладает наиболее высоким показателем увеличения публикационной активности.

Помимо этого, по рассмотренным ключевым словам был проведен поиск публикаций сообществ, содержащих упоминание данных слов в формате хештегов (табл. 2).

Таким образом, наибольшей упоминаемостью обладают публикации, в тексте которых содержится хештег #патриотическое_воспитание, с показателями, представленными 2721 публикацией и приростом, равным 8,43%, за весь рассматриваемый период. При этом в 2022–2024 гг. наблюдается существенное снижение упоминаемости хештега #нравственность, отрицательный прирост которого за данный период составляет 16,86%. Наиболее высокими результатами по показателю количества публикаций сообществ, содержащих в тексте соответствующие рассматриваемые хештеги, характеризуются темы патриотизма и патриотического воспитания. Данные факторы определяют наличие роста публикационной активности

¹ Результаты поиска по всему ВК –новостям, хэштегам, постам на стенах и статусам ВКонтакте // VK.BARKOV.NET. URL: <https://vk.barkov.net/newsfeed.aspx> (дата обращения: 15.06.2025).

сообществ рассматриваемой социальной сети, связанной с патриотическими ценностями, что также может способствовать их последующему развитию среди молодежи.

Таблица 2 (Table 2)

Результаты поиска публикаций сообществ по хештегам на основе социальной сети «ВКонтакте», прирост в %
Results of searching for community publications using hashtags based on the social network “VKontakte”, increase in %

Хештеги	«#Духовные_ценности»	«#Нравственность»	«#Духовно-нравственное_воспитание»	«#Патриотизм»	«#Патриотическое_воспитание»
2022 г.	11	694	17	812	854
2023 г.	12 (9,09)	652 (-6,06)	45 (164,7)	808 (-0,5)	941 (10,18)
2024 г.	35 (191,66)	577 (-11,51)	48 (6,66)	788 (-2,48)	926 (-1,6)
Всего	58	1923	110	2408	2721

Источник: составлено авторами на основе¹.

Результаты исследования

Проблема воздействия социальных сетей на духовно-нравственные ценности и патриотические чувства среди молодежи обусловлена наличием различных видов потребляемого контента, способного оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие на нравственные ценности молодежи. Одной из основных целей деятельности социальных сетей является привлечение и монетизация внимания пользователей, что способствует созданию пользователями и сообществами эмоционально вызывающего контента [14]. В зависимости от формата размещаемого в социальных сетях контента выделяются различные ключевые особенности его влияния на потребителей², которые могут учитываться при разработке комплекса мероприятий, направленных на развитие системы взаимодействия государства и молодежи.

В современном информационном пространстве молодежь выступает не только пользователем, но и ключевым актором формирования контента социальных сетей и медиа, для которых цифровые платформы являются существенным фактором их социализации. Наряду с молодежью, значимую роль в формировании контент-среды социальных сетей играют

¹ Результаты поиска по всему ВК –новостям, хэштегам, постам на стенах и статусам ВКонтакте // VK.BARKOV.NET. URL: <https://vk.barkov.net/newsfeed.aspx> (дата обращения: 15.06.2025).

² Что лучше работает: текстовый контент или визуальный? // SPARK. 2024. 29 августа. URL: <https://spark.ru/startup/spark-news/blog/217818/chto-luchshe-rabotaet-tekstovij-kontent-ili-vizualnij> (дата обращения: 19.07.2025).

профессиональные маркетологи, осуществляющие продвижение товаров и услуг, а также инфлюенсеры, обладающие высоким уровнем доверия целевой аудитории и оказывающие существенное влияние на потребительское поведение.

Существующие виды контента, размещаемого в социальных сетях, также различаются по особенностям его воздействия на аудиторию в зависимости от степени ее вовлеченности и удержания, уровня запоминаемости, активности участия, доступности формата контента и других отличительных параметров [6, с. 107]. Соответственно, в зависимости от выбранного формата предоставляемого в социальных сетях контента может различаться характер его влияния на духовно-нравственные и патриотические ценности молодежи, что формирует необходимость выявления направлений воспитательной деятельности, соответствующих текущим видам контента.

Помимо этого, в качестве основных факторов, оказывающих влияние на потребителей контента, размещаемого в социальных сетях, выделяются особенности его содержания, характер объединения пользователей по общим интересам или проблемам, степень содействия их вовлеченности в участие в деятельности общественных движений и другие [12].

Потребляемый контент также оказывает воздействие на процесс формирования этического состояния молодежи и общества в целом [1, с. 5], в том числе, через разработку сетевой этики, соответствующей регламентам конкретных цифровых платформ. Этические требования и регламенты платформ социальных сетей представляют собой комплекс правил, регулирующих общение между пользователями и определяющих их сетевую этику, которые расширяются по мере вовлеченности пользователей в процессы распространения информации [3, с. 48]. Помимо этого, они обладают собственными алгоритмами, представляющими собой наборы правил, в соответствии с которыми осуществляется персонализация рекомендуемого контента на основе действий каждого отдельного пользователя.

С учетом рассмотренных отличительных компонентов духовно-нравственного воспитания молодежи и особенностей воздействия контента социальных сетей на целевые аудитории могут быть выделены следующие показатели влияния контента социальных сетей на данное направление воспитательной деятельности (табл. 3).

Размещаемый пользователями контент может способствовать формированию у молодежи духовно-нравственных ценностей, основанных на сетевой этике, создаваемой под влиянием комплекса правил, на базе которых регулируется общение в определенной социальной сети, а также смещению направленности деятельности молодежи в виртуальный мир. Таким образом, проведение оценки влияния контента социальной сети на духовно-нравственные ценности молодежи предполагает оценку формата и содержания предоставляемых материалов, особенностей регулирования общения, алгоритмов продвижения контента, и других внутренних факторов.

Таблица 3 (Table 3)

Классификация показателей влияния контента социальных сетей
на духовно-нравственное воспитание молодежи
*Classification of indicators of the influence of social network content
on the spiritual and moral education of youth*

Ключевые компоненты	Показатели влияния	Содержание показателей влияния
Этика и мораль	Особенности формируемой сетевой этики	Определяются комплексом правил, регулирующих общение в социальной сети
	Степень деформации морально-этических принципов	Находится в зависимости от особенностей контроля со стороны нормативно-правовой и морально-этической систем
	Уровень смещения направленности деятельности	Характеризуется смещением направленности деятельности молодежи на виртуальный мир
Самопознание и саморефлексия	Параметры стимулов для самосовершенствования	Определяются содержанием материалов, направленных на мотивацию и обучение
	Характер изменения самооценки и самопринятия	Проявляется во взаимосвязанности самооценки и цифровых утверждений, к которым относятся лайки, репосты и комментарии
	Степень искажения самовосприятия	Находится в зависимости от алгоритмов цифровых платформ, на основе которых предлагается контент
Эмпатия и сострадание	Формат общения в социальной сети	Может воздействовать на качество межличностных взаимоотношений между пользователями
	Наличие механизмов для взаимопомощи	Предоставляет возможности для участия пользователей в социальных проектах
	Характер объединения пользователей	Определяется общими интересами или проблемами

Источник: составлено авторами.

Для выявления особенностей влияния контента социальных сетей на патриотическое воспитание молодежи на основе рассмотренных ключевых компонентов данного направления воспитательной деятельности были выделены следующие показатели влияния (табл. 4).

Особенности влияния контента на патриотическое воспитание определяются в числе прочего общественным мнением. Последнее формируется внутренней политикой цифровых платформ. Достоверность исторической информации, степень искажения культурных ценностей и характеристики транслируемой гражданской позиции инфлюенсеров в определенной социальной сети также могут оказывать существенное воздействие на нравственные ценности молодежи.

Таблица 4 (Table 4)

**Классификация показателей влияния контента социальных сетей
на патриотическое воспитание молодежи**
*Classification of indicators of the influence of social network content
on the patriotic education of youth*

Ключевые компоненты	Показатели влияния	Содержание показателей влияния
Историческая память	Достоверность исторической информации	Определяется полнотой и согласованностью контента с исторической действительностью
	Характер формируемого общественного мнения	Находится в зависимости от алгоритмов цифровых платформ, на основе которых предлагается контент
	Интерактивность и особенности вовлечения	Проявляются в процессе диалога и обмена исторической информацией
Культурные традиции	Наличие возможностей для культурного обмена	Формирует возможности для динамичного распространения культурных ценностей
	Степень искажения культурных ценностей	Определяет наличие рисков, связанных с трансформацией культуры и появление гибридной культуры
	Уровень поляризации общества	Формируется на основе поддержки социальной сетью определенных точек зрения
Гражданская активность	Доступность материалов, направленных на формирование гражданской позиции	Предоставляет пользователям возможности для выражения гражданской позиции и обсуждения ее с другими пользователями
	Особенности формируемой гражданской позиции	Определяются выражаемой и обсуждаемой пользователями гражданской позицией
	Наличие механизмов для координации деятельности	Выявляет возможности для коммуникаций с целевой аудиторией и привлечения новых участников

Источник: составлено авторами.

В целях повышения эффективности мероприятий, направленных на проведение в социальных сетях работы по формированию у молодежи духовно-нравственных качеств и развитию патриотических чувств, были выявлены возможности для применения различных форматов контента в соответствии с целями проводимых воспитательных мероприятий (рис. 1).

Духовно-нравственное и патриотическое воспитание характеризуется взаимосвязанностью и взаимодополняемостью, основаны на общих ценностях и предполагают формирование идентичности, этических норм, соответствующих традиционным ценностям России (см. Указ Президента РФ № 809) и гражданской ответственности. Проведение данного вида воспитательной деятельности в социальных сетях предполагает формирование в молодежной среде устойчивой системы ценностей, гражданской позиции и патриотических чувств. Реализация воспитательных мероприятий в социальных сетях формирует необходимость определения направлений применения конкретного формата контента с учетом поставленных целей. В зависимости от используе-

мого вида контента при реализации воспитательной деятельности проводимые мероприятия могут быть направлены на раскрытие смысла формируемых ценностей, привлечение интереса, повышение уровня вовлеченности и формирования персонализированного опыта среди молодежи в социальных сетях.



Рис. 1. Согласование видов контента и направлений духовно-нравственного и патриотического воспитания молодежи

Figure 1. Coordination of types of content and directions of spiritual, moral and patriotic education of youth

Источник: составлено авторами на основе [4; 6; 11].

Заключение

Таким образом, в ходе исследования была выработана классификация показателей влияния контента социальных сетей на процесс формирования духовно-нравственных ценностей и патриотических чувств молодежи с учетом ключевых компонентов соответствующих видов воспитательной деятельности. Характер воздействия предоставляемого в социальных сетях контента на духовно-нравственные и патриотические ценности молодежи может быть оценен на базе комплекса показателей влияния на ключевые компоненты соответствующего вида воспитательной деятельности. В качестве основных параметров влияния предоставляемого в социальных сетях

контента могут быть рассмотрены: особенности внутренней политики цифровых платформ по вопросам сетевой этики; достоверность исторической информации, транслируемой инфлюенсерами; характер конструируемого ими общественного мнения; и другие показатели влияния на процесс формирования патриотичной и социально ответственной личности.

В ходе исследования ключевых компонентов рассматриваемых видов воспитательной деятельности и влияния контента социальных сетей на них было выявлено повышение публикационной активности в исследуемой социальной сети, связанной с патриотическими ценностями, что может способствовать их последующему развитию среди молодежи. С учетом содействия цифровых платформ созданию их пользователями эмоционально вызывающего контента для привлечения и монетизации внимания пользователей, необходимым является мониторинг показателей влияния данного контента, способного оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие на ценности молодежи в зависимости от его содержания и формата.

Совершенствование процесса взаимодействия государства и молодежи в сфере духовно-нравственного и патриотического воспитания может осуществляться через выстраивание системы коммуникаций в различных сферах социального регулирования на основе разработки мероприятий, направленных на привлечение интереса и повышение вовлеченности молодежи к формированию соответствующих ценностей. Данные мероприятия могут быть представлены продвижением и координацией крупных молодежных проектов, формированием каналов для оперативной обработки обращений граждан, проведением тематических конференций на базе сети Интернет и другими. В результате анализа существующих видов контента в социальных сетях были выявлены возможности для согласования рассматриваемых ценностей с целями духовно-нравственного и патриотического воспитания молодежи.

Библиографический список

1. Алтухова Т. А., Бутакова Л. О. и др. Социальные сети: комплексный лингвистический анализ. В 2-х т. Т. 2 / Науч. ред. Н. Д. Голев, отв. ред. Л. Г. Ким. Кемерово: КеМГУ, 2021. 300 с. EDN: NQBYEI.
2. Беляева Л. А., Ракова К. В. Российское общество в 1990–2023 гг.: опыт эмпирической оценки социальной структуры, качества жизни и социально-психологического климата // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 1. С. 29–56. DOI: 10.14515/monitoring.2025.1.2658; EDN: VWDAEH.
3. Глухов А. П., Бычкова М. Н. и др. Социально-сетевая цифровая коммуникативная культура молодежи: коллективная монография / Науч. ред. А. П. Глухов. Томск: ТГУ, 2020. 142 с. EDN: SRLUWM.
4. Гуня А. Н., Ефимов А. Б. и др. Духовно-нравственное просвещение и патриотическое воспитание молодежи России: основные проблемные области и тренды // Гуманитарное пространство. 2024. Т. 13. № 4. С. 244–253. DOI: 10.24412/2226-0773-2024-13-4-244-253; EDN: SZLLZD.

5. Кирюхин Д. А. Духовно-нравственное и патриотическое воспитание // Новые подходы в науке и образовании / Под ред. А. И. Вострецова. Нефтекамск: Мир науки, 2024. С. 38–42. EDN: ZILAOP.
6. Лужнова Н. В., Курбашов Ш. М. Типы контента и принципы создания контент-плана для продвижения коммерческого аккаунта в социальных сетях // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2023. № 8(74). С. 104–108. EDN: JYGPVM.
7. Парма Р. В. Общественный активизм российских граждан в офлайн- и онлайн пространствах // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 6. С. 145–170. DOI: 10.14515/monitoring.2021.6.2042; EDN: CBDYMB.
8. Пашнанов Э. Л., Бюрчиева Б. Н. Патриотическое воспитание как приоритетное направление государственной молодежной политики // Современные социальные и экономические процессы: проблемы, тенденции, перспективы регионального развития. Элиста: ИКИАТ, 2023. С. 148–151. DOI: 10.24412/с1-37063-2023-148-151; EDN: LTILWO.
9. Троцук И. В., Дурсина А. Н. Цифровой вектор развития коммуникации между властью и населением в современном российском обществе // Вестник РУДН. Социология. 2025. Т. 25. № 1. С. 182–202. DOI: 10.22363/2313-2272-2025-25-1-182-202; EDN: ETHFJQ.
10. Чижова Л. А., Тутыгин А. Г., Стирманова Р. С. Сетевые молодежные сообщества в социокультурном пространстве северного региона: методологические и эмпирические аспекты исследования // Вестник РУДН. Социология. 2024. Т. 24. № 4. С. 1033–1051. DOI: 10.22363/2313-2272-2024-24-4-1033-1051; EDN: PWICFT.
11. Шишлянникова Д. А. Анализ эффективности контент-маркетинга в социальных сетях: как различные типы контента влияют на вовлеченность и конверсию // Актуальные исследования. 2024. № 32(214). С. 61–66. EDN: QJOCHT.
12. Campante F. R., Durante R., Tesei A. Media and Social Capital // Annual Review of Economics. 2022. No. 14. P. 69–91. DOI: 10.3386/w29230.
13. Falcon-Linares C., Gonzalez-Yubero S. et al. Impact of Social Media on Adolescence: Mapping Emerging Needs to Build Resilient Skills // Societies. 2023. Vol. 13. No. 11. P. 1–11. DOI: 10.3390/soc13110238.
14. van Bavel J. J., Robertson C. E. et al. Social Media and Morality // Annual Review of Psychology, 2024. Vol. 75(1). P. 311–340. DOI: 10.1146/annurev-psych-022123-110258.

Получено редакцией: 23.06.25

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Карпова Светлана Васильевна, доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой маркетинга, директор, главный научный сотрудник Института управленческих исследований и консалтинга факультета «Высшая школа управления»

Мальцев Григорий Александрович, аспирант кафедры маркетинга, стажер-исследователь Института управленческих исследований и консалтинга факультета «Высшая школа управления»

DOI: 10.19181/vis.2025.16.4.11

Indicators of the Impact of Social Media Content on the Spiritual, Moral, and Patriotic Education of Young People¹

Svetlana V. Karpova

Financial University, Moscow, Russia

svkarpova@fa.ru

ORCID: 0000-0002-4488-8131

Grigory A. Maltsev

Financial University, Moscow, Russia

malcev543212@gmail.com

ORCID: 0009-0006-4894-8759

For citation: Karpova S. V., Maltsev G. A. Indicators of the Impact of Social Media Content on the Spiritual, Moral, and Patriotic Education of Young People. *Vestnik instituta sotziologii*. 2025. Vol. 16. No. 4. P. 150–163. DOI: 10.19181/vis.2025.16.4.11; EDN: HBGTUQ.

Abstract. The purpose of this study is to identify key indicators of the impact of social media content on the formation of spiritual, moral, and patriotic values among young people and to classify them based on the key components of the relevant types of educational activities. The object of this study is the formation of spiritual, moral, and patriotic values among young people on social media. The subject of this study is the impact of social media content on the spiritual, moral, and patriotic values of young people. Based on research conducted by JSC VTsIOM and the Institute of Philosophy of the Russian Academy of Sciences, as well as a search for community publications using relevant keywords on the social network VKontakte, current trends in changing youth values were identified and the dynamics of publication activity related to spiritual, moral, and patriotic values were examined. The use of social media content as a tool for shaping youth worldviews and values, as well as the overall dynamic digitalisation of social relations, contributes to improving the process of interaction between the state and young people by monitoring the impact of social media content on youth values. The scientific novelty of this study lies in its classification of the impact of social media content on the spiritual, moral, and patriotic values of young people based on key components of educational activities. Furthermore, the study proposed parameters for aligning educational activities conducted on social media with existing content formats provided to young people. To substantiate the impact of content posted by social media users on key components of educational activities, the development of online ethics, morality, historical memory, cultural traditions, and other components of relevant types of educational activities among young people were identified. To align current educational activities with various social media content formats, the goal of the activities was defined as improving the process of interaction between the state and young people in the area of spiritual, moral, and patriotic education by building a communication system across various areas of social regulation.

Keywords: spiritual and moral education, patriotic education, moral values, patriotism, Internet, social network, citizenship

References

1. Altukhova T. A., Butakova L. O. et al. Social networks: complex linguistic analysis. In 2 vol. Vol. 2. Ed. by N. D. Golev, L. G. Kim. Kemerovo, KemGU, 2021: 300 (in Russ.). EDN: NQBYEI.
2. Belyaeva L. A., Rakova K. V. Russian society in 1990–2023: experience of empirical assessment of social structure, quality of life and socio-psychological climate. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsialnye peremeny*, 2025: 1: 29–56 (in Russ.). DOI: 10.14515/monitoring.2025.1.2658; EDN: VWDAEH.
3. Glukhov A. P., Bychkova M. N. et al. Social network digital communicative culture of youth: collective monograph. Ed. by A. P. Glukhov. Tomsk, TGU, 2020: 142 (in Russ.). EDN: SRLUWM.
4. Gunya A. N., Efimov A. B. et al. Spiritual and moral education and patriotic education of Russian youth: main problem areas and trends. *Gumanitarnoe prostranstvo*, 2024: 13: 4: 244–253 (in Russ.). EDN: SZLLZD.

¹ **Acknowledgements.** The article was prepared based on research funded through the state assignment of the Financial University.

5. Kiryukhin D. A. Spiritual, moral and patriotic education. In New approaches in science and education. Ed. by A. I. Vostretsov. Neftekamsk, Mir nauki, 2024: 38–42 (in Russ.). EDN: ZILAOP.
6. Luzhnova N. V., Kurbashov Sh. M. Types of content and principles of creating a content plan for promoting a commercial account on social networks. *Innovatsionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya*, 2023: 8(74): 104–108 (in Russ.). EDN: JYGPVM.
7. Parma R. V. Social activism of Russian citizens in offline and online spaces. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsialnye peremeny*, 2021: 6: 145–170 (in Russ.). DOI: 10.14515/monitoring.2021.6.2042; EDN: CBDYMB.
8. Pashnanov E. L., Byurchieva B. N. Patriotic education as a priority direction of state youth policy. In Modern social and economic processes: problems, trends, prospects for regional development. Elista: IKIAT, 2023: 148–151 (in Russ.). DOI: 10.24412/c1-37063-2023-148-151; EDN: LTILWO.
9. Trotsuk I. V., Dursina A. N. Digital vector of development of communication between the authorities and the population in modern Russian society. *Vestnik RUDN. Sotsiologiya*, 2025: 25: 1: 182–202 (in Russ.). DOI: 10.22363/2313-2272-2025-25-1-182-202; EDN: ETHFJQ.
10. Chizhova L. A., Tutugin A. G., Stirmanova R. S. Network youth communities in the socio-cultural space of the northern region: methodological and empirical aspects of the study. *Vestnik RUDN. Sotsiologiya*, 2024: 24: 4: 1033–1051 (in Russ.). DOI: 10.22363/2313-2272-2024-24-4-1033-1051; EDN: PWICFT.
11. Shishlyannikova D. A. Analysis of the effectiveness of content marketing in social networks: how different types of content affect engagement and conversion. *Aktualnye issledovaniya*, 2024: 32(214): 61–66 (in Russ.). EDN: QJOCHT.
12. Campante F. R., Durante R., Tesei A. Media and Social Capital. *Annual Review of Economics*, 2022: 14: 69–91. DOI: 10.3386/w29230.
13. Falcon-Linares C., Gonzalez-Yubero S. et al. Impact of Social Media on Adolescence: Mapping Emerging Needs to Build Resilient Skills. *Societies*, 2023: 13: 11: 1–11. DOI: 10.3390/soc13110238.
14. van Bavel J. J., Robertson C. E. et al. Social Media and Morality. *Annual Review of Psychology*, 2024: 75(1): 311–340. DOI: 10.1146/annurev-psych-022123-110258.

The article was submitted on: June 23, 2025

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Svetlana V. Karpova, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Marketing, Director, Chief Researcher of the Institute of Management Research and Consulting of the Faculty of Higher School of Management

Grigory A. Maltsev, Postgraduate student of the Department of Marketing, Research intern of the Institute of Management Research and Consulting of the Faculty of Higher School of Management