

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ



DOI: 10.19181/socjour.2026.32.2.3
EDN: EYWFDF

А.В. ГОРБЕНКО¹

¹ Независимый исследователь.

198516, Санкт-Петербург, бул. Разведчика, д. 6, корп. 4, кв. 34.

МОРАЛЬНЫЕ ОСНОВАНИЯ В ДЕТСКОМ МЕДИАКОНТЕНТЕ: НА ПРИМЕРЕ СВЕТСКИХ И РЕЛИГИОЗНЫХ МЕДИАИСТОЧНИКОВ

Аннотация. Детский медиаконтент является важнейшим агентом моральной социализации, однако различия в этических нарративах светских и конфессиональных продуктов остаются малоизученными. Особый интерес представляет медиaproдукция «строгих церквей» (по Л. Яннаконе), требующих высокой эксклюзивности и подчинения, что предполагает уникальный моральный профиль. Цель исследования — квантифицировать различия в этической риторике между светским, мейнстримным христианским и «строгим» религиозным (Церковь Иисуса Христа Святых последних дней (The Church of Jesus Christ of Latter-day Saints, LDS) типами детского контента. Сформирован корпус из 13 205 реплик на основе транскриптов мультсериалов “Craig of the Creek” (светский), “Superbook” («мейнстримное христианство») и обучающих материалов LDS. Для анализа использовалась теория моральных оснований (Moral Foundations Theory, MFT) Дж. Хайдта. Надежность ручного кодирования верифицирована с помощью LLM (Large Language Model) Claude Sonnet 4.5, каппа Коэна составила 0,676. Выявлен значимый «этический разлом» между типами контента. В то время как этика заботы (Care/Harm) универсальна (~30% реплик во всех группах), частота апелляций к «связывающим» основаниям драматически различается. Корпус LDS демонстрирует экстремально высокие показатели категорий *власть* (41,7%) и *святость* (23,9%), которые практически отсутствуют в светском нарративе. Установлен градиент религиозной строгости: “Craig” → “Superbook” → LDS, коррелирующий с переходом от ценностей автономии к императиву послушания. Результаты подтверждают гипотезу о неоднородности религиозного медиасегмента. Медиaproдукция «строгих церквей» функционирует как инструмент доктринальной инкапсуляции, формируя закрытый социальный капитал через жесткие коды иерархии и чистоты, в отличие от более адаптивного мейнстримного контента.

Ключевые слова: моральная социализация; детский медиаконтент; теория моральных оснований (MFT); теория «строгих церквей»; контент-анализ; LDS; цифровое воспитание; социология религии.

Для цитирования: Горбенко А.В. Моральные основания в детском медиаконтенте: на примере светских и религиозных медиаисточников // Социологический журнал. 2026. Том 32. № 2. С. 45–58. DOI: 10.19181/socjour.2026.32.2.3 EDN: EYWFDL

Введение

Моральная социализация ребенка в современном цифровом пространстве является одной из ключевых тем междисциплинарных исследований на стыке психологии развития, медиаобразования и социологии. Детский медиаконтент выступает не просто развлечением, а мощным инструментом трансляции этических норм, формирующим представления о добре и зле через нарративные модели [1].

Особый интерес представляет сравнительный анализ светских и религиозных медиа, так как они оперируют фундаментально различными этическими системами. Согласно теории моральных оснований (Moral Foundations Theory, MFT), предложенной Дж. Хайдтом, человеческая мораль базируется на пяти интуитивных модулях: *Забота/Вред* (Care/Harm) и *Справедливость/Обман* (Fairness/Cheating) составляют «индивидуализирующий» кластер, характерный для светской либеральной этики, в то время как *Лояльность* (Loyalty), *Власть* (Authority) и *Святость* (Sanctity) образуют «связывающий» кластер, доминирующий в традиционных и религиозных сообществах [1; 2].

Существующие исследования применения MFT к анализу медиа демонстрируют, что герои популярных детских фильмов чаще ассоциируются с индивидуализирующими основаниями, тогда как злодеи — со «связывающими» [3]. Однако этот вывод сделан преимущественно исходя из светского материала. Вопрос о том, как репрезентируется мораль в контенте, созданном *внутри* религиозных общин, изучен недостаточно.

В этом контексте принципиально важно различать «мейнстримную» религиозность и более консервативные и строгие деноминации. Согласно теории «строгих церквей» (Strict Church Theory) Л. Яннаконе религиозные организации, требующие высокой степени приверженности и эксклюзивности, создают особый тип закрытого социального капитала, действуя через жесткие поведенческие и этические коды [4; 5]. В модели «церковь — секта» (church — sect) Яннаконе формализовал различие между церквями и сектами не как *ad hoc* таксономию, а как аналитически выводимые модусы религиозной организации, различающиеся по степени нормативного контроля над поведением членов [10]. Ключевым механизмом является снижение «безбилетничества» (free-riding): строгие требования — стигматизирующие поведенческие ограничения, обязательная десятинна, кодексы чести — повышают участие и приверженность, отсеивая недостаточно мотивированных членов [11]. Применительно к мормонам Яннаконе и Майлз показали, что Церковь Иисуса Христа Святых последних дней (The Church of Jesus Christ of Latter-day Saints, LDS) является парадигматическим примером «строгой церкви»: она требует значительных жертв от членов (отказ от алкоголя, кофе, табака; обязательная десятинна; миссионерское служение), но взамен обеспечивает высокий уровень внутригруппового социального капитала [12]. Строгость при этом следует понимать не как бинарную категорию, а как континуум: организации распола-

гаются на шкале от «церкви» (низкие требования, широкая аудитория) к «секте» (высокие требования, узкая, но высокоприверженная группа) [10; 11]. Это позволяет предположить, что медиапродукция LDS будет демонстрировать уникальный моральный профиль, отличающийся даже от общехристианского контента. В современной научной литературе наблюдается существенный пробел: отсутствуют сравнительные корпусные исследования, которые бы квантифицировали различия в моральной риторике между светским, мейнстримным христианским и «строгим» религиозным детским контентом. Большинство работ либо качественные, либо ограничены малым объемом выборки из-за трудоемкости ручного кодирования.

Развитие методов автоматического распознавания речи (Automatic Speech Recognition, ASR) и больших языковых моделей (Large Language Model, LLM) открывает новые возможности для масштабируемого анализа. Исследования показывают, что модель WhisperX обеспечивает точность транскрипции (WER < 10%), достаточную для научного анализа даже спонтанной речи [6; 7], а современные LLM (такие как Claude Sonnet) способны выполнять валидацию контент-анализа с надежностью, сопоставимой с экспертной оценкой, при условии использования детализированных промптов [8; 9].

Целью данной работы является сравнительный анализ моральных оснований в трех типах детского медиаконтента: светском (“Craig of the Creek”), мейнстримном христианском (“Superbook”) и строгом религиозном материале LDS. Вспомогательной задачей выступает апробация конвейера ASR + LLM-классификации (WhisperX → Claude Sonnet) для автоматизированного анализа этических нарративов в англоязычном детском медиаконтенте: оценка точности транскрипции и надежности машинной валидации ручного кодирования по категориям MFT.

Исследовательские вопросы обозначены следующим образом.

В какой степени и по каким моральным измерениям (в рамках MFT) различается этический ландшафт детского медиаконтента светского, общехристианского (неденоминационного евангелического) и LDS-происхождения? Каковы масштаб и структура этих различий?

Мы выдвигаем гипотезу: градиент «строгости» религии будет коррелировать с частотой апелляции к связывающим основаниям (*власть, святость*), создавая уникальный этический профиль для каждого типа контента.

Результаты исследования имеют прямое применение в образовательной политике и семейном консультировании. Родителям и педагогам предоставляется инструмент для осознанного выбора медиаконтента в зависимости от желаемого этического профиля ребенка: акцент на автономию (светский контент) или групповую идентичность (религиозный). В контексте государственной политики по защите детей от вредоносного контента (Федеральный закон от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию») данные позволяют разработать критерии оценки моральной риторики цифровых продуктов. Кроме того, результаты полезны для религиоведения, они помогают классифицировать конфессиональные медиа по «градиенту строгости» и прогнозировать их влияние на социализацию.

Данные и методы

Материалом для исследования послужили транскрипты аудиодорожек из трех корпусов детского медиаконтента: светского мультсериала “Craig of the Creek” (“Craig”), христианского анимационного сериала “Superbook” и детских обучающих анимационных материалов Церкви Иисуса Христа Святых последних дней (LDS).

Необходимо уточнить статус “Superbook” в контексте «теории строгости». “Superbook” является продуктом CBN (Christian Broadcasting Network) — парацерковной (parachurch) медиаорганизации, основанной Пэтом Робертсоном в 1960 г. [13]. CBN не является церковью или деноминацией: она не предъявляет к аудитории требований строгости в смысле Яннаконе (нет обязательного членства, десятины, поведенческих стандартов, механизмов мониторинга и санкций). “Superbook” ориентирован на максимально широкую аудиторию, включая нехристиан, и транслирует общехристианский нарратив (библейские истории) без деноминационной привязки. Это принципиально отличает его от LDS-контента, который является катехизационным инструментом конкретной институции с четко очерченными границами членства. Критерий строгости по Яннаконе — институциональный, а не идеологический [4; 10]: даже если CBN придерживается консервативных евангелических взглядов, у нее отсутствуют институциональные механизмы строгости (обязательное членство, десятина, дисциплинарные советы, кодексы поведения), которыми обладает LDS [11; 12].

Различие в коммуникативных стратегиях двух источников — “Superbook” и LDS — заслуживает отдельного методологического комментария. “Superbook” представляет собой евангелизационный продукт, ориентированный на максимально широкую внешнюю аудиторию, тогда как корпус LDS выполняет катехизационную функцию, адресованную преимущественно детям членов Церкви. Это различие не является методологическим дефектом, а представляет собой эмпирическое проявление разной степени институциональной строгости. Согласно логике Яннаконе, строгие организации формируют закрытый социальный капитал и направляют коммуникацию преимущественно на внутреннюю аудиторию, тогда как менее строгие — на внешнюю. Тот факт, что LDS производит контент для «своих» детей (катехизация), а CBN — для широкой публики (евангелизация), сам по себе является маркером различной институциональной логики.

Техническая реализация

Первичная обработка аудиоданных производилась с использованием модели автоматического распознавания речи WhisperX. Полученные текстовые данные были автоматически разделены на реплики. Для верификации качества транскрипции проведена ручная проверка случайной выборки, составляющей 10% от общего объема данных. Точность распознавания составила более 99%, что объясняется высоким студийным качеством исходных аудиозаписей и эффективностью предобученной модели WhisperX для английского языка. Итоговый массив данных включает 13 205 реплик. Корпуса сопоставимы по объему, что обеспечивает валидность сравнительного статистического анализа (табл. 1).

Таблица 1

Характеристика исследуемых корпусов

Корпус	Источник	Тип контента	Объем (N реплик)	Доля от общего объема, %
“Craig”	“Craig of the Creek”	Светский (Secular)	5 128	38,8
LDS	Медиамастеры ЦИХСПД	Строгий религиозный (LDS)	4 536	34,4
“Superbook”	“Superbook”	Религиозный (Mainstream Christian)	3 541	26,8
Всего			13 205	100

Корпус LDS сформирован из всех публично доступных детских анимационных материалов, размещенных на официальном сайте Церкви Иисуса Христа Святых последних дней (churchofjesuschrist.org). Материалы представляют собой не единый сериал, а совокупность коротких анимационных серий, объединенных институциональной принадлежностью и целевой аудиторией (дети членов Церкви). Корпус включает следующие коллекции: 1) “Doctrine and Covenants Stories for Young Readers”; 2) “Growing Faith”; 3) “Stories for Kids from the Friend”; 4) “Primary Old Testament Stories”; 5) “Old Testament Stories for Young Readers”; 6) “Primary New Testament Stories”; 7) “New Testament Stories for Young Readers”; 8) “Children’s Book of Mormon Stories”; 9) “Book of Mormon Stories for Young Readers”. Стратегия формирования корпуса предполагает полноту охвата официального институционального контента для детей, а не подбор отдельных сопоставимых продуктов. Аналогичный подход применен к “Superbook” и “Craig of the Creek”, где также анализируются все доступные эпизоды, а не единичные выпуски.

Исследование проведено в соответствии с этическими стандартами APA и российскими нормами научных публикаций. Материалы “Craig of the Creek” и “Superbook” получены из открытых источников YouTube в рамках принципа добросовестного использования (fair use) для научных целей — анализа и критики. Корпус LDS собран из публично доступных материалов официального сайта Церкви Иисуса Христа Святых последних дней (churchofjesuschrist.org), не содержащих персональных данных.

Для контент-анализа реплик использовалась теория моральных оснований (MFT) Дж. Хайдта. Разметка данных производилась вручную по пяти моральным основаниям:

1. *Забота/Вред* (Care/Harm);
2. *Справедливость/Обман* (Fairness/Cheating);
3. *Лояльность/Предательство* (Loyalty/Betrayal);
4. *Власть/Уважение* (Authority/Respect);
5. *Чистота/Святость* (Purity/Sanctity).

Кодирование осуществлялось по шкале: –1 (Virtue pole, поощрение добродетели); 0 (отсутствие морального содержания); +1 (Vice pole, осуждение порока). Кодировались только эксплицитные маркеры без домысливания скрытых интенций.

Анализ частотности моральных категорий показывает, как различные медиапродукты акцентируют внимание аудитории (рис. 4).

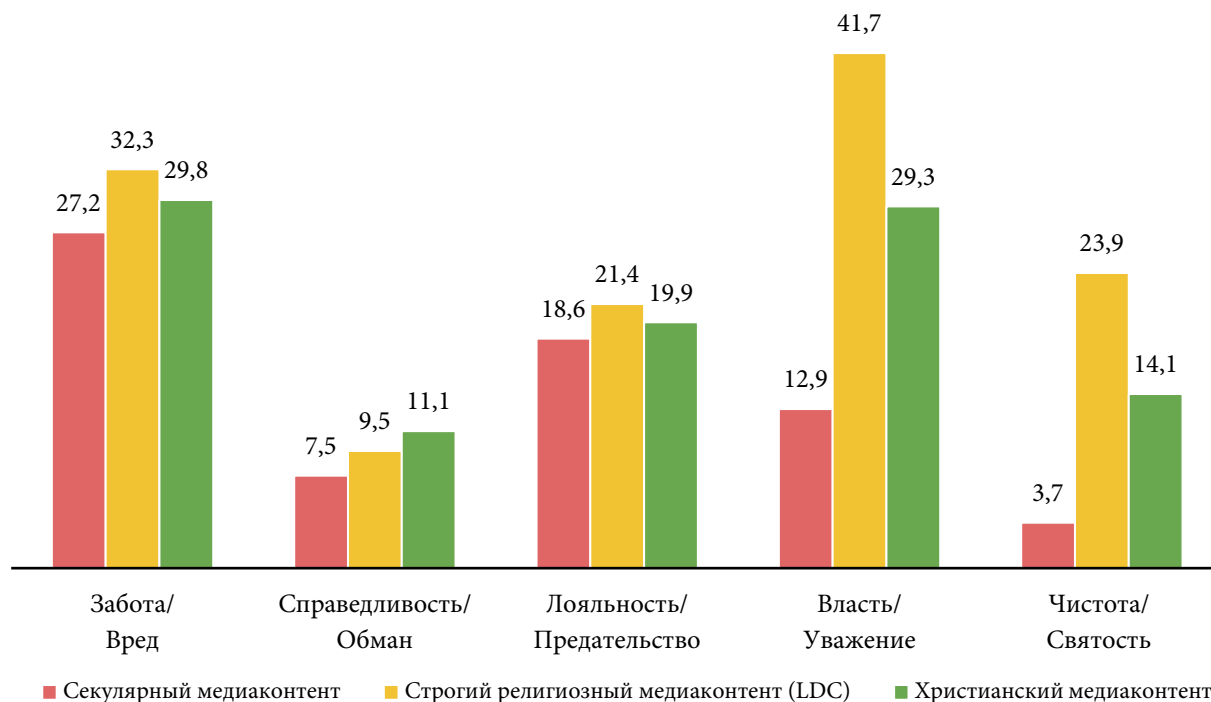


Рис. 4. Анализ частотности моральных категорий

Светский корпус “Craig” демонстрирует профиль, типичный для либеральной этики: умеренный акцент на *Заботу/Вред* (Care/Harm) (27,2%) и *Справедливость* (Fairness) (7,5%) при минимальном присутствии *Чистоты* (Purity) (3,7%). Напротив, корпус LDS показывает драматический сдвиг в сторону «связывающих» оснований: *Власть* (Authority) достигает 41,7%, а *Чистота* (Purity) — 23,9%. Для подтверждения статистической значимости различий в частоте апелляций к моральным основаниям был применен критерий хи-квадрат Пирсона (χ^2) для попарного сравнения корпусов.

Для категории *Власть/Уважение* (Authority/Respect) наблюдается наиболее драматический разрыв. Разница между LDS и “Craig” является высокосignificant ($\chi^2 = 1030,3$, $p < 0,001$, OR = 0,206). Отношение шансов показывает, что вероятность встретить апелляцию к авторитету в светском корпусе в 5 раз ниже, чем в корпусе LDS. Значимые различия также зафиксированы между “Superbook” и “Craig” ($p < 0,001$), а также между двумя религиозными корпусами ($p < 0,001$), где LDS демонстрирует существенно более высокий уровень авторитарной риторики (41,7% против 29,3% у “Superbook”).

Категория *Чистота/Святость* (Purity/Sanctity) практически маргинализована в светском дискурсе “Craig” (3,7%), но является ключевой для LDS (23,9%). Статистический тест подтверждает фундаментальный характер этого различия (OR = 0,124, $p < 0,001$). “Superbook” занимает промежуточную позицию (14,1%), также значимо отличаясь от обоих полюсов.

Несмотря на то что различия по категории *Забота/Вред* (Care/Harm) статистически значимы ($p < 0,05$ для всех пар), размер эффекта здесь минимален по сравнению со «связывающими» основаниями. Отношение шансов для пары

“Craig” vs “Superbook” составляет 0,88, что близко к единице. Это свидетельствует об универсальности этики *Заботы* как базового элемента детского нарратива независимо от его идеологической направленности.

Категория *Лояльность/Предательство* (Loyalty/Betrayal) — единственная, где различия оказались статистически незначимыми в ряде сравнений. Пары “Craig” vs “Superbook” ($p = 0,148$) и LDS vs “Superbook” ($p = 0,100$) не показали достоверных отличий. Значимая разница найдена только между “Craig” (18,6%) и LDS (21,4%), однако близость показателей свидетельствует о том, что тема групповой сплоченности является общей доминантой для всех трех медиапродуктов.

Анализ позволяет выстроить четкий «градиент религиозности» от светского к наиболее консервативному дискурсу: “Craig” → “Superbook” → LDS. По категориям *Справедливость* (Fairness), *Власть* (Authority) и *Чистота* (Purity) наблюдается последовательное, статистически значимое ($p < 0,05$ для всех шагов) возрастание частоты упоминаний при движении по этому спектру. Помимо частоты встречаемости категорий, критически важным является анализ их валентности: поощряется ли данная моральная ценность (Virtue, код -1) или же акцент делается на осуждении ее нарушения (Vice, код +1) (табл. 3).

Таблица 3

Соотношение категорий *Поощрение* (Virtue) и *Осуждение* (Vice) внутри моральных категорий

Основание	Корпус	Поощрение (Virtue), % (-1)	Осуждение (Vice), % (+1)	Доминирующий полюс
Authority	LDS	95	5	Virtue (Obedience)
	“Craig”	60	40	Mixed
Care	“Superbook”	85	15	Virtue (Helping)
	“Craig”	80	20	Virtue (Helping)

Анализ полярности выявил качественные различия в трактовке основания *Власть/Уважение* (Authority/Respect). В религиозном корпусе LDS данная категория имеет ярко выраженную позитивную полярность (Virtue): тексты фокусируются на послушании (obedience), следовании заповедям и уважении к пророкам. Нарушение авторитета (Vice) упоминается значительно реже, и только в контексте назидания.

В светском корпусе “Craig” категория *Власть* часто имеет смешанную или даже негативную полярность (Vice), где сюжеты могут строиться вокруг конфликта с несправедливыми правилами или авторитарными фигурами сверстников, что отражает западный культурный нарратив о ценности автономии.

Категория *Забота/Вред* (Care/Harm) во всех трех корпусах преимущественно представлена полюсом Virtue (забота, помощь, утешение), однако в “Superbook” доля Vice (+1, причинение вреда) может быть выше из-за специфики библейских сюжетов, содержащих сцены конфликтов и войн, в отличие от более «мягкого» повествования в LDS.

Таким образом, религиозные корпуса не просто *чаще* говорят о власти, но и *однозначно позитивизируют* подчинение ей, тогда как светский контент предлагает более сложную, критическую оптику.

Обсуждение результатов

Ключевым результатом исследования является подтверждение гипотезы о том, что религиозный детский контент фундаментально отличается от светского не столько тематикой «добра», сколько интенсивностью апелляции к таким «связывающим» основаниям (Binding Foundations), как: *Власть/Уважение* (Authority/Respect), *Лояльность/Предательство* (Loyalty/Betrayal) и *Чистота/Святость* (Purity/Sanctity). Данные демонстрируют четкий идеологический градиент: “Craig” (Secular) → “Superbook” (Mainstream Christian) → LDS (Conservative). Особенно ярко это проявляется в категории *Власть/Уважение* (Authority/Respect). В корпусе LDS частота обращения к авторитету достигает 41,7%, что в 5 раз превышает показатели светского корпуса. Это коррелирует с теологической доктриной мормонизма, которая делает особый акцент на непрерывности откровения и иерархическом послушании пророкам.

Более того, анализ полярности выявил, что в религиозных текстах власть практически всегда коннотирована позитивно (как добродетель послушания), тогда как в светском мультфильме “Craig of the Creek” отношение к власти амбивалентно. Это отражает современные педагогические установки западного общества, где слепое подчинение часто проблематизируется, а автономия ребенка поощряется.

Категория *Чистота/Святость* (Purity/Sanctity) оказалась наиболее дискриминирующим фактором. Ее практическое отсутствие в светском корпусе (3,7%) и доминирование в LDS (23,9%) свидетельствуют о том, что концепция «сакрального» (святости тела, храма, помыслов) является эксклюзивной чертой религиозного воспитания.

Интересно, что в светском корпусе редкие упоминания категории *Чистота* (Purity) часто имеют негативную окраску, они связываются с физической грязью или брезгливостью, тогда как религиозные тексты оперируют метафизическим пониманием чистоты как свободы от греха. Это наблюдение подтверждает выводы Хайдта, что современная либеральная (светская) мораль «слепая» к этике божественного.

Вопреки стереотипу, что религия является главным источником морали, исследование показало, что этика *Забота/Вред* (Care/Harm) представлена во всех трех корпусах примерно на одном уровне (27–32%) с минимальными различиями. Высокий уровень эмпатии и фокус на предотвращении вреда являются универсальным базисом детской культуры, не зависящим от конфессиональной принадлежности.

Однако лексический анализ показывает, что *субъекты* этой заботы различаются: в “Craig” помощь чаще направлена на друзей (горизонтальные связи), а в “Superbook” и LDS источником и объектом заботы часто выступает божественная фигура (вертикальные связи).

Лексический анализ выявил дидактическую ригидность материалов LDS по сравнению с более живым языком “Craig” и “Superbook”. Это поднимает важный вопрос об эффективности медиа: “Superbook” пытается балансировать между догматикой и развлекательным форматом (используя более разнообразный словарь и снижая градус авторитарности по сравнению с LDS), что, вероятно, делает

его более доступным для широкой аудитории («мейнстримное христианство»). Материалы LDS, напротив, жертвуют нарративной привлекательностью ради доктринальной точности и повторения (катехизический метод).

Исследование расширяет теорию моральных оснований (Moral Foundations Theory), демонстрируя ее применимость к детским медиа как инструменту количественного измерения идеологического градиента. Выявленный спектр (“Craig” → “Superbook” → LDS) эмпирически воспроизводит тезис Хайдта о бикультурности морали [2]. Согласно Хайдту, западные секулярные общества строят мораль преимущественно на «индивидуализирующих» основаниях — заботе (Care) и справедливости (Fairness), тогда как традиционные и религиозные сообщества задействуют расширенную «моральную матрицу», включающую также «связывающие» основания: лояльность (Loyalty), власть (Authority) и чистоту (Purity) [1; 2]. Полученные данные демонстрируют, что детский медиаконтент воспроизводит именно эту дихотомию: “Craig” формирует у ребенка узкую моральную матрицу (акцент на заботе и справедливости (Care, Fairness), тогда как LDS-материалы — широкую (с выраженным акцентом на власти, чистоте и лояльности (Authority, Purity, Loyalty)). “Superbook” занимает промежуточную позицию, что соответствует его статусу неденоминационного евангелического контента. Таким образом, различные медиапродукты не просто транслируют разные ценности, а формируют у ребенка разные «моральные матрицы» — узкую (индивидуализирующую) или широкую («связывающую»). Это имеет принципиальное значение для моральной социализации и вносит вклад в психологию медиа, показывая, как нарративы формируют неосознаваемые этические предпочтения. Полученные результаты продуктивно вписываются в парадигму рационального выбора в социологии религии (Р. Старк, Р. Финке, Л. Яннаконе), рассматривающую религиозное поведение как рациональный отклик на институциональные стимулы и ограничения [14]. В рамках этой парадигмы медиапродукция строгих организаций может рассматриваться как рационально обоснованная инвестиция в формирование «связывающего» морального капитала: высокая нагрузка по категориям власти (Authority) и чистоты (Purity) в корпусе LDS функционально снижает вероятность «безбилетничества» (free-riding), формируя у следующего поколения интернализованные нормы лояльности и иерархического подчинения.

Вместе с тем необходимо учитывать критику теории «строгих церквей». Марвелл указал, что Яннаконе не представил достаточных эмпирических доказательств причинно-следственной связи между строгостью и силой религиозных организаций: корреляция между высокими требованиями и высокой приверженностью может объясняться эффектом отбора, а не механизмом стигмы и жертвенности [5]. Наши данные не позволяют напрямую разрешить этот спор, однако они демонстрируют, что строгость проявляется не только в институциональных практиках, но и в структуре морального дискурса медиапродукции (измерение, которое ранее не использовалось для верификации теории Яннаконе). Выявленный градиент *Власть/Чистота* (Authority/Purity) (“Craig” → “Superbook” → LDS) может служить дополнительным индикатором институциональной строгости, измеримым через контент-анализ, что открывает возможности для будущей эмпирической проверки гипотезы Яннаконе на более широком конфессиональном материале.

Наконец, результаты исследования показали, что строгие организации активно осваивают цифровое пространство, при этом их медиаконтент не адаптируется к секулярным стандартам, а целенаправленно воспроизводит полную «связывающую» моральную матрицу. Медиапродукция LDS функционирует в секулярном медиаландшафте не как компромисс с модерностью, а как инструмент культурного воспроизводства, обеспечивающий передачу полного набора этических норм строгой церкви следующему поколению.

Заключение

Проведенное исследование, основанное на корпусном анализе 13 205 реплик, позволяет дать развернутый ответ на поставленный исследовательский вопрос: этический ландшафт детского медиаконтента различается как по масштабу, так и по структуре в зависимости от институциональной принадлежности источника, при этом религиозный сегмент не является монолитным.

Существование «этического разлома». Анализ подтвердил теорию моральных оснований (MFT) в контексте детских медиа. Светский контент (“Craig of the Creek”) функционирует преимущественно в рамках этики автономии (основания заботы и справедливости (Care и Fairness), маргинализируя категории святости и власти.

Универсальность эмпатии. Базовый моральный императив — «не навреди» (Care/Harm) — оказался константой для всех типов контента, составив около 30% морально окрашенных реплик как в светских, так и в религиозных корпусах. Это свидетельствует о том, что этика заботы является кросс-культурным ядром социализации ребенка.

LDS как особый тип морального дискурса. Важнейшим результатом работы стало выявление значимой дистанции между мейнстримным христианским контентом (“Superbook”) и материалами LDS. Корпус Церкви Иисуса Христа Святых последних дней демонстрирует экстремальные значения по «связывающим» основаниям и уникально низкое лексическое разнообразие. Это позволяет классифицировать медиапродукцию LDS не просто как «религиозную», но и как специфический инструмент доктринальной инкапсуляции, направленный на формирование жесткой групповой идентичности и иерархического послушания, в отличие от более адаптивного и нарративно гибкого подхода “Superbook”.

Несмотря на высокую надежность кодирования, подтвержденную валидацией с использованием LLM, исследование имеет ряд ограничений:

- мономодальность. Анализировался только вербальный компонент (текст). Визуальный ряд и музыкальное сопровождение, играющие ключевую роль в детской анимации, не учитывались;
- жанровая асимметрия. Корпус LDS включает не только анимацию, но и статичные иллюстрированные истории, что могло повлиять на лексическую плотность (TTR) и структуру диалогов;
- размер выборки. Хотя общий объем корпуса достаточен для статистических выводов, количество эпизодов “Superbook” и “Craig” было ограничено доступностью транскриптов первого сезона.

Полученные результаты открывают поле для сравнительных исследований религиозной социализации:

1. Расширение конфессионального спектра: интерес представляет сравнение христианских корпусов с исламским или иудаистским детским контентом для проверки универсальности выявленного градиента *Власть/Чистота* (Authority/Purity).
2. Анализ рецепции: исследование того, как реальная аудитория (дети из светских и религиозных семей) воспринимает и декодирует эти моральные послания.
3. Мультимодальный анализ: применение компьютерного зрения для анализа визуальных маркеров (например, цветовой гаммы положительных и отрицательных героев) в корреляции с MFT-профилем.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Горбенко Антон Витальевич — клинический психолог, независимый исследователь.
Телефон: +7 (981) 984-62-63. **Электронная почта:** drantonch@yandex.ru

SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL. 2026. VOL. 32. NO. 2. P. 45–58. DOI: 10.19181/SOCJOUR.2026.32.2.3

Research Article

ANTON V. GORBENKO¹

¹ Independent Researcher.

Bl. 6, Block 4, Apt. 34, Razvedchika Boulevard, 198516, Saint Petersburg, Russian Federation.

MORAL FOUNDATIONS IN CHILDREN’S MEDIA CONTENT: A COMPARISON OF SECULAR AND RELIGIOUS MEDIA SOURCES

Abstract. Children’s media content is a crucial agent of moral socialization, but differences in the ethical narratives of secular and religious products remain understudied. Of particular interest are media products from “strict churches” (according to L. Yannacone), which demand a high degree of exclusivity and obedience, suggesting a unique moral profile. The aim of the study is to quantify the differences in ethical rhetoric between secular, mainstream Christian and “strict” religious (LDS) children’s content. A corpus of 13,205 lines was formed based on transcripts of the animated series *Craig of the Creek* (secular), *Superbook* (mainstream Christianity), and educational materials from the Church of Jesus Christ of Latter-day Saints (LDS). J. Haidt’s moral foundation theory (MFT) was used for analysis. The reliability of manual coding was verified using LLM (Large Language Model) Claude Sonnet 4.5, with a Cohen’s kappa of 0,676. A significant “ethical divide” between content types was identified. While the ethics of Care/Harm are universal (~30% of responses in all groups), the frequency of appeals to “binding” foundations varies dramatically. The LDS corpus demonstrates extremely high scores for the categories of Authority (41,7%) and Holiness (23,9%), which are virtually absent in the secular narrative. A gradient of religious strictness was established: *Craig* → *Superbook* → LDS, correlating with a shift from values of autonomy to the imperative of obedience. The results confirm the hypothesis on the heterogeneity of the religious media segment. The media production of “strict churches” functions as an instrument of doctrinal encapsulation, forming closed social capital through strict codes of hierarchy and purity, in contrast to more adaptive mainstream content.

Keywords: moral socialization; children’s media content; moral foundations theory (MFT); strict churches theory; content analysis; LDS, digital education; sociology of religion.

For citation: Gorbenko, A. V. Moral Foundations in Children’s Media Content: A Comparison of Secular and Religious Media Sources. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2026. Vol. 32. No. 2. P. 45–58. DOI: 10.19181/socjour.2026.32.2.3

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Anton V. Gorbenko — Clinical psychologist, Independent Researcher. **Phone:** +7 (981) 984-62-63. **E-mail:** drantonch@yandex.ru

ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. Haidt J., Joseph C. Intuitive ethics: How innately prepared intuitions generate culturally variable virtues. *Daedalus*. 2004. Vol. 133. No. 4. P. 55–66. DOI: [10.1162/0011526042365555](https://doi.org/10.1162/0011526042365555)
2. Haidt J. *The Righteous Mind: Why Good People Are Divided by Politics and Religion*. N.Y.: Pantheon Books, 2012. 419 p.
3. Gehman R., Guglielmo S., Schwebel D.C. Moral foundations theory, political identity, and the depiction of morality in children’s movies. *PLoS One*. 2021. Vol. 16. No. 3. Article e0248928. DOI: [10.1371/journal.pone.0248928](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0248928)
4. Iannaccone L.R. Why strict churches are strong. *American Journal of Sociology*. 1994. Vol. 99. No. 5. P. 1180–1211. DOI: [10.1086/230409](https://doi.org/10.1086/230409)
5. Marwell G. We still don’t know if strict churches are strong, much less why: Comment on Iannaccone. *American Journal of Sociology*. 1996. Vol. 101. No. 4. P. 1097–1103. DOI: [10.1086/230792](https://doi.org/10.1086/230792)
6. Bain M., Huh J., Han T., Zisserman A. WhisperX: Time-Accurate Speech Transcription of Long-Form Audio. *Proceedings of INTERSPEECH 2023*. 2023. P. 4489–4493. DOI: [10.21437/Interspeech.2023-78](https://doi.org/10.21437/Interspeech.2023-78)
7. Bak H., Jeong C. Effective speech data augmentation method to improve customer service representative speech recognition system performance. *Proceedings of 2024 Asia Pacific Signal and Information Processing Association Annual Summit and Conference (APSIPA ASC)*. Macau: Institute of Electrical and Electronics Engineers, 2024. P. 1–5. DOI: [10.1109/APSIPAASC63619.2025.10848957](https://doi.org/10.1109/APSIPAASC63619.2025.10848957)
8. Naik N. Probabilistic consensus through ensemble validation: A framework for LLM reliability. *arXiv preprint*. 2024. arXiv:2411.06535. Accessed 02.04.2026. URL: <https://arxiv.org/abs/2411.06535>
9. Bunt H.L., Goddard A., Reader T.W., Gillespie A. Validating the use of large language models for psychological text classification. *Frontiers in Social Psychology*. 2025. Vol. 3. P. 1–16. DOI: [10.3389/frsps.2025.1460277](https://doi.org/10.3389/frsps.2025.1460277)
10. Iannaccone L.R. A formal model of church and sect. *American Journal of Sociology*. 1988. Vol. 94. Supplement. P. S241–S268. DOI: [10.1086/228948](https://doi.org/10.1086/228948)
11. Iannaccone L.R. Sacrifice and stigma: Reducing free-riding in cults, communes, and other collectives. *Journal of Political Economy*. 1992. Vol. 100. No. 2. P. 271–291. DOI: [10.1086/261818](https://doi.org/10.1086/261818)
12. Iannaccone L.R., Miles C. Dealing with social change: The Mormon Church’s response to change in women’s roles. *Social Forces*. 1990. Vol. 68. No. 4. P. 1231–1250. DOI: [10.1093/sf/68.4.1231](https://doi.org/10.1093/sf/68.4.1231)
13. The Christian Broadcasting Network, Inc. *International Directory of Company Histories*. Vol. 106. Detroit: St. James Press, 2010. Accessed 23.02.2026. URL: <https://www.encyclopedia.com/books/politics-and-business-magazines/christian-broadcasting-network-inc>
14. Stark R., Finke R. *Acts of Faith: Explaining the Human Side of Religion*. Berkeley: University of California Press, 2000. 343 p.

Статья поступила в редакцию: 26.12.2025; поступила после рецензирования и доработки: 02.03.2026; принята к публикации: 13.03.2026.

Received: 26.12.2025; revised after review: 02.03.2026; accepted for publication: 13.03.2026.