

УДК 316.75:008:316.61:159.923:140.8

DOI: 10.30628/1994-9529-2026-22.1-39-75

EDN: BSPBFQ

Статья получена 23.10.2025, отредактирована 15.02.2026, принята 31.03.2026

**КОНСТАНТИН АЛЕКСАНДРОВИЧ ЛУКЬЯНЕНКО**

Донской государственный технический университет  
344000, Россия, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1

**ResearcherID: PMS-1803-2026**

**ORCID: 0000-0003-4806-5666**

**e-mail: dakos@inbox.ru**

*Для цитирования*

Лукьяненко К.А. Массовый кинематограф в ментальной войне: инструменты формирования девиантной духовности у подростков // Наука телевидения. 2026. 22 (1). С. 39–75. DOI: 10.30628/1994-9529-2026-22.1-39-75. EDN: BSPBFQ

# Массовый кинематограф в ментальной войне: инструменты формирования девиантной духовности у подростков

**Аннотация.** В статье анализируется роль массового кинематографа как инструмента латентной пропаганды в условиях современных ментальных войн, направленных на трансформацию духовно-нравственных ориентиров подрастающего поколения. Цель исследования — выявить механизмы формирования «девиантной духовности» у подростков через нарративы и образы, транслируемые глобальной кинопродукцией, в первую очередь англоязычной. В основе работы лежит междисциплинарный подход, объединяющий теории культурной гегемонии А. Грамши, социального научения А. Бандуры, концепцию девиантной духовности и ценностной редукции Т.А. Хагурова, а также идеи В.В. Абраменковой о «культурной колонизации» детского сознания. Применены методы сравнительно-исторического анализа,

аксиологической деконструкции и контент-анализа на материале репрезентативных кинопроизведений (включая фильм «Убийца» (2023), киновселенные Marvel и DC) и статистики кинопроката в России (1985–2024).

Было установлено, что массовый кинематограф функционирует как системный элемент «мягкой силы», осуществляя через эмоциональное вовлечение, идентификацию с антигероями и репативность девiantных нарративов постепенную подмену традиционных ценностей установками нигилизма, морального релятивизма, культа силы и гедонизма. Особое внимание уделено уязвимости подросткового сознания, обусловленной нейробиологической незрелостью префронтальной коры и высокой восприимчивостью к символическому моделированию. Делается вывод о том, что формирование девiantной духовности может выступать как один из ключевых механизмов ментальной войны, направленной на дестабилизацию культурной идентичности и отрыв молодежи от национальных духовных основ.

**Ключевые слова:** массовый кинематограф, ментальная война, девiantная духовность, подростковое сознание, латентная пропаганда, социальное научение, электронная аккультурация, антигерой, нигилизм, ценностная редукция

**UDC 316.75:008:316.61:159.923:140.8**

DOI: 10.30628/1994-9529-2026-22.1-39-75

EDN: BSPBFQ

Received 23.10.2025, revised 15.02.2026, accepted 31.03.2026

**KONSTANTIN A. LUKIANENKO**

Don State Technical University  
1, Gagarin Square, Rostov-on-Don 344000, Russia

**ResearcherID: PMS-1803-2026**

**ORCID: 0000-0003-4806-5666**

**e-mail: dakos@inbox.ru**

*For citation*

Lukianenko, K.A. (2026). Mass cinema in mental warfare: Tools for shaping deviant spirituality in adolescents. *Nauka Televideniya—The Art and Science of Television*, 22 (1), 39–75. <https://doi.org/10.30628/1994-9529-2026-22.1-39-75>, <https://elibrary.ru/BSPBFQ>

# Mass cinema in mental warfare: Tools for shaping deviant spirituality in adolescents

**Abstract.** The article examines the role of mass cinema as an instrument of latent propaganda within the context of contemporary mental warfare aimed at transforming the spiritual and moral orientations of the younger generation. The study's objective is to identify the mechanisms through which “deviant spirituality” is cultivated among adolescents via narratives and imagery disseminated by global—primarily Anglophone film production. The research is grounded in an interdisciplinary framework that integrates Antonio Gramsci's theory of cultural hegemony, Albert Bandura's theory of social learning, T.A. Khagurov's concept of deviant spirituality and value reduction, and V.V. Abramenkova's ideas on the “cultural colonization” of children's consciousness. The methodology combines comparative-historical analysis, axiological deconstruction, and content analysis, applied to representative cinematic works—including *The Killer* (2023) and the Marvel and DC cinematic universes—as well as statistical data on film distribution in Russia (1985–2024).

The study demonstrates that mass cinema operates as a systemic component of “soft power” gradually displacing traditional values with orientations rooted in nihilism, moral relativism, the cult of power, and hedonism through emotional engagement, identification with antiheroes, and the repetitive dissemination of deviant narratives. Particular emphasis is placed on the vulnerability of adolescent consciousness, shaped by the neurobiological immaturity of the prefrontal cortex and heightened susceptibility to symbolic modeling. The article concludes that the formation of deviant spirituality constitutes a strategic objective of mental warfare, designed to destabilize cultural identity and sever youth from their national spiritual foundations.

**Keywords:** mass cinema, mental warfare, deviant spirituality, adolescent consciousness, latent propaganda, social learning, electronic acculturation, antihero, nihilism, value reduction

## ВВЕДЕНИЕ

Массовый кинематограф, обладая уникальной силой эмоционального воздействия, доступностью и способностью формировать коллективные представления, является одним из основных проводников идеологии в рамках массовой культуры. Значительный объем кинопродукции целенаправленно или опосредованно выполняет пропагандистскую функцию, что объясняет постоянное стремление различных акторов — от государств до корпораций и идеологических групп — контролировать или влиять на кинопроизводство. Формы этой пропаганды варьируются от явных до предельно тонких и скрытых (латентных), включая продвижение ценностей, формирование исторической памяти, конструирование образов «друга» и «врага» и т. д.

Особую опасность и эффективность представляет латентная кинопропаганда, направленная на наиболее уязвимую аудиторию — подрастающее поколение. В условиях современных ментальных войн, в которых стратегической целью выступает не физическое уничтожение, а «перекодирование» сознания и культурных кодов, дети и подростки становятся главной мишенью. Их сознание, находящееся в стадии формирования, отличается высокой пластичностью и ограниченной способностью к критическому осмыслению транслируемых образов и нарративов. Это делает их чрезвычайно восприимчивыми к целенаправленному воздействию через развлекательный контент.

Функционально массовый кинематограф, как и поп-культура в целом, относится к концепции «мягкой силы» Дж. Ная. Политолог, чьи идеи детально проанализированы О.Г. Леоновой, прямо указывал на поп-культуру как на фундаментальный ресурс отмеченного явления (Леонова, 2018). Это позволяет рассматривать массовый кинематограф не как сферу чистого искусства или развлечения, а как инструмент целенаправленного формирования «привлекательности» определенного образа жизни, системы ценностей и моделей поведения.

Логика подобного воздействия заключается в формировании девиантной духовности (Абраменкова и др., 2022). Под таковой понимается системно формируемая антинормативная мировоззренческая модель, характеризующаяся сознательной подменой, релятивизацией и обесцениванием традиционных духовно-нравственных и эстетических ценностей через внедрение деструктивных установок средствами массовой культуры.

В использовании понятия девиантной духовности мы опираемся на теоретические разработки в области социологии и психологии девиантного поведения, в частности, на концепцию Т.А. Хагурова, рассматривающего

«зло» как системный социокультурный и психологический феномен, конструируемый и легитимируемый через механизмы культуры, включая медиа (Хагуров, 2025). Духовность, в свою очередь, понимается как «предельные основания мировоззрения и мироощущения человека (или общества), определяющие цели и смысл его индивидуального (или коллективного) поведения и существования» (Хагуров, 2025, с. 28).

Под традиционными духовно-нравственными ценностями в данной работе понимается система ценностных ориентиров, нормативно закреплённая в Указе Президента РФ № 809 от 09.11.2022 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». Согласно данному документу, ключевыми являются: жизнь, достоинство, права и свободы человека, патриотизм, гражданственность, служение Отечеству и ответственность за его судьбу, высокие нравственные идеалы, крепкая семья, созидательный труд, приоритет духовного над материальным, гуманизм, милосердие, справедливость, коллективизм, взаимопомощь и взаимоуважение, историческая память и преемственность поколений, единство народов России (Президент Российской Федерации, 2022, п. 5).

Деструктивная идеология определяется в том же документе как «чуждая российскому народу и разрушительная для российского общества система идей и ценностей», включающая «культивирование эгоизма, вседозволенности, безнравственности», «отрицание идеалов патриотизма, служения Отечеству», «разрушение традиционной семьи с помощью пропаганды нетрадиционных сексуальных отношений» (Президент Российской Федерации, 2022, п. 14). В настоящей работе понятие «девиантная духовность» используется в значении, определенном Хагуровым (см. выше), а перечень ценностей, подвергающихся деструктивному воздействию, конкретизируется на основании нормативно-правовой рамки, заданной Указом № 809.

Из этого следует, что латентная пропаганда, мастерски маскируясь под развлечение («пропаганда в развлекательной форме»), навязывает деструктивные идеалы и формирует альтернативную, конкурирующую с традиционной мифологию. Вслед за теорией мягкой силы Дж. Ная, этот процесс можно описать в терминах культурной гегемонии А. Грамши. Киноиндустрия, контролируемая гегемоном, предлагает определенную картину мира, систему героев и антигероев, представления о добре и зле. Через многократное повторение (репетитивность) и эмоциональное вовлечение эти конструкции воспринимаются аудиторией, особенно молодежной, как «свои», «естественные» и «современные», что и приводит к латентному принятию обществом духовно девиантных паттернов как новой нормы (Малышко, 2024, с. 78).

**Целью** данной работы является анализ массового кинематографа как системного орудия ментальной войны, направленного на формирование девиантной духовности у подрастающего поколения. Исследование призвано выявить конкретные механизмы и нарративы, используемые для подрыва традиционных ценностей и насаждения деструктивных установок в подростковом сознании.

**Теоретическую рамку** исследования составляют концепция «мягкой силы» Дж. Ная (в интерпретации О.Г. Леоновой), теория культурной гегемонии А. Грамши, критический анализ культурной индустрии Франкфуртской школы (Т. Адорно, М. Хоркхаймер), теория социального научения А. Бандуры, концепции девиантной духовности и ценностной редукции Т.А. Хагурова, исследования В.В. Абраменковой и И.Я. Медведевой с Т.Л. Шишовой, посвященные феномену «культурной колонизации» и патологической социально-культурной ориентации подростков, типология киногероев А. Митты, а также данные возрастной нейробиологии Л. Стейнберга о специфике подростковой уязвимости.

Указанные теоретические подходы позволяют рассматривать массовый кинематограф как инструмент системного ценностного воздействия и обеспечивают междисциплинарную интерпретацию выявленных механизмов формирования девиантной духовности у конкретной страты общества.

## **МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ**

В основу методологии исследования положен смешанный дизайн (mixed-methods design), интегрирующий анализ структурных параметров кинопотребления (макроуровень) и направленный качественный анализ контента кинематографических нарративов (микроуровень).

Такой подход позволяет соотнести масштабы культурного присутствия массового кинематографа с его ценностно-смысловым содержанием для выявления устойчивых механизмов формирования девиантных мировоззренческих установок у подростков.

Исследование реализует междисциплинарный подход, объединяющий инструментарий социологии культуры, философской антропологии, меди-исследований и возрастной психологии. Для достижения поставленной выше цели был использован комплекс взаимодополняющих методов.

Сравнительно-исторический метод был применен для анализа эволюции кинематографа как инструмента идеологического и культурного воздействия. С его помощью была прослежена преемственность от институционализированных форм государственной пропаганды середины XX века до современных практик «мягкой силы» и поп-культурной экспансии, а также выявлена устойчивость базовых нарративных схем и ценностных акцентов в массовом кино различных эпох.

Аксиологический анализ был направлен на выявление и интерпретацию ценностных структур, транслируемых в кинематографических произведениях (представления о добре и зле, справедливости, насилии, свободе, успехе, смысле существования).

Основным аналитическим инструментом, обеспечившим переход от макропараметров к интерпретации смыслов, стал, как отчасти было отмечено выше, направленный качественный анализ контента (*directed qualitative content analysis*). Он был реализован через тематическое кодирование нарративов с опорой на заранее заданные теоретические категории. В отличие от количественного подхода, данная методика ориентирована не на подсчет частот, а на реконструкцию устойчивых смысловых и ценностных паттернов.

Понятие «девиантная духовность» было операционализировано через систему индикаторов, отражающих аксиологическую деформацию (см. Таблицу 1): нигилизм, моральный релятивизм, культ силы, гедонизм, десакрализация духовно-нравственных ценностей, легитимация насилия, антигерой как нормативная модель идентификации, отсутствие покаяния как нарративного элемента. В качестве единиц анализа использовались:

- смыслообразующие реплики персонажей;
- сюжетные эпизоды, артикулирующие ценностные установки.
- целостные сюжетные линии, формирующие нормативные модели поведения и идентификации.

Таблица 1

## Операционализация понятия «девиантная духовность» в рамках контент-анализа

Категория (индикатор)	Операциональное определение	Типовые нарративные / смысловые маркеры	Уровень фиксации
<b>Нигилизм / антиметафизика</b>	Отрицание трансцендентного измерения бытия, высшего смысла, справедливости и ответственности за пределами эмпирического существования	Реплики и сюжеты, утверждающие отсутствие смысла, кармы, загробной жизни, высшей справедливости; редукция человека к биологическому существованию	Реплика героя; сцена
<b>Моральный релятивизм</b>	Снятие нормативного различия между добром и злом; представление морального выбора как условного, ситуативного или несущественного	Формулы типа «у каждого своя правда», «цель оправдывает средства», «мораль — иллюзия», отсутствие этической оценки поступков героя	Сюжетная линия; сцена
<b>Культе силы / социал-дарвинизм</b>	Представление насилия и силы как естественного и эффективного механизма социального устройства и выживания	«Выживает сильнейший», человек человеку волк, легитимация убийства как рационального инструмента	Сюжет; повторяющийся мотив
<b>Гедонизм и успех любой ценой</b>	Подмена ценностей долга, ответственности и служения установками на эгоистичное существование, комфорт, удовольствие и индивидуальный успех	Финалы, в которых герой достигает комфорта/благополучия вне моральной оценки; успех как высшая цель. Человек — средство, для достижения успеха, а не цель (по Канту)	Финал фильма; сюжет
<b>Легитимация насилия</b>	Нормализация или эстетизация насилия без нравственной санкции, покаяния или возмездия	Насилие как зрелищный, «чистый» и оправданный инструмент; отсутствие негативных последствий для героя	Сцена; сюжет
<b>Десакрализация ценностей</b>	Ироническое или пренебрежительное изображение традиционных духовно-нравственных ценностей	Высмеивание милосердия, жертвенности, веры, семьи, долга; подача этих ценностей как «наивных» или «устаревших»	Реплика; сцена
<b>Антигерой как нормативная модель</b>	Конструирование антигероя как фигуры идентификации и подражания	Харизматичный герой-преступник/убийца, чьи действия приводят к успеху и не подвергаются этическому осуждению	Сюжетная линия

**Примечание**

*Единицей анализа выступала сцена (эпизод) как минимальная смысловая единица, содержащая завершённый ценностный посыл; при необходимости фиксировались ключевые реплики персонажей. Кодирование осуществлялось в рамках направленного качественного контент-анализа с опорой на заранее заданные теоретические категории.*

Table 1

**Operationalization of Deviant Spirituality as a Concept within the Framework of Content Analysis**

<b>Category (Indicator)</b>	<b>Operational Definition</b>	<b>Typical Narrative / Semantic Markers</b>	<b>Fixation Level</b>
<b>Nihilism/ Antimetaphysics</b>	Denial of the transcendental dimension of being, higher meaning, justice, and responsibility beyond empirical existence	Chorus and plots asserting the absence of meaning, karma, afterlife, and higher justice; reduction of man to biological existence	Hero's line; scene
<b>Moral Relativism</b>	Removal of the normative distinction between good and evil; presentation of moral choice as conditional, situational, or irrelevant	Formulas such as "everyone has their own truth," "the end justifies the means," "morality is an illusion," lack of ethical evaluation of the hero's actions	Storyline; scene
<b>Cult of Power / Social Darwinism</b>	Presentation of violence and force as a natural and effective mechanism of social organization and survival	"Survival of the fittest," "man is a wolf to man," legitimization of murder as a rational instrument	Plot; recurring motif
<b>Hedonism and success at any cost</b>	Replacement of the values of duty, responsibility, and service with attitudes toward a selfish existence, comfort, pleasure, and individual success	Finale in which the hero achieves comfort/well-being without moral judgment; success as the highest goal. Man is a means to success, not an end (according to Kant)	Film ending; plot
<b>Legitimization of violence</b>	Normalization or aestheticization of violence without moral sanction, repentance, or retribution	Violence as a spectacular, "pure," and justified instrument; absence of negative consequences for the hero	Scene; plot
<b>Desacralization of Values</b>	Ironic or dismissive portrayal of traditional spiritual and moral values	Ridiculing mercy, sacrifice, faith, family, and duty; presenting these values as "naïve" or "outdated"	Line; scene
<b>Antihero as a Normative Model</b>	Constructing the antihero as a figure of identification and emulation	Charismatic criminal/murderer whose actions lead to success and are not subject to ethical condemnation	Storyline

**Note**

*The unit of analysis was the scene (episode), the minimal semantic unit containing a complete value message; key character lines were recorded when necessary. Coding was conducted through targeted qualitative content analysis based on pre-defined theoretical categories.*

## **КРИТЕРИИ ОТБОРА МАТЕРИАЛА И ЛОГИКА РЕПРЕЗЕНТАТИВНОСТИ**

Отбор материала осуществлялся на основе подхода, сочетающего стратифицированный отбор и кейс-анализ. Это позволило, с одной стороны, выявить массово воспроизводимые паттерны, а с другой — детально рассмотреть концентрированное их выражение в типологических примерах.

Критериями отбора фильмов выступили:

- массовость и устойчивость присутствия произведений/франшиз в медиaprостранстве;
- доступность для российской аудитории через кинопрокат, цифровые платформы, стриминговые сервисы и онлайн-кинотеатры;
- принадлежность к жанрам и вселенным с высокой подростковой вовлеченностью;
- культурная цитируемость и воспроизводимость (мерчендайзинг, фан-культура, меметизация);
- потенциал символического моделирования мировоззренческих и поведенческих установок.

Стратифицированный отбор применялся к супергеройским франшизам и массовым жанрам, формирующим символический фон социализации. Кейс-анализ использовался для углубленного изучения произведений, в которых механизмы девиантной духовности артикулированы наиболее ярко; такие кейсы выполняют иллюстративную функцию, не подменяя анализ массовых тенденций.

Исследование не исходит из предположения о подростках как основной целевой аудитории данных фильмов, а анализирует их фактическую медиадоступность и потенциал символического моделирования в подростковой среде.

Дополнительно был проведен анализ статистических данных кинопроката в России за 1985–2024 годы (ЕАИС Минкультуры РФ, отраслевые источники), что позволило выявить динамику культурной экспансии и трансформации медиapредложения.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Пропаганда, как инструмент воздействия на сознание для достижения стратегических целей (деморализация, подмена ценностей, формирование лояльности), является константой конфликтов. Однако ее эффективность радикально возросла с развитием медиатехнологий. Если традиционные носители (устная передача, пресса, радио) имели ограниченный охват и воздействие, то появление кинематографа, а затем телевидения ознаменовало качественный скачок, предоставив беспрецедентные возможности для визуально-эмоционального влияния на массовую аудиторию. Как метко заметил известный идеолог нацистской пропаганды, контролируя СМИ, можно кардинально (по)влиять на человечество. А ложь, повторенная тысячу раз, обязательно станет правдой (Катасонов, 2024, с. 173). Сама же «пропаганда должна быть популярной, а не приятной интеллектуально. Поиск интеллектуальной правды не входит в задачи пропаганды» (Катасонов, 2024, с. 172).

Следующий этап — эпоха интернета и цифровых медиа — сделал информационное воздействие тотальным и интерактивным, создавая, согласно идеям Дж. Оруэлла, Р. Брэдбери, Ж. Бодрийяра, сложно отличимые от реальности медиаспектакли и «новоязычные» реальности, в которых правда растворяется в манипулятивных нарративах.

Как верно подчеркнул исследователь феномена лжи Е.Е. Несмеянов, сегодня «появились возможности в кратчайшее время распространить ложную и чрезвычайно опасную, провоцирующую информацию, приводящую к катастрофическим последствиям вплоть до масштабных военных действий» (Несмеянов, 2024, с. 4). Конца и края «увеличению критической массы обмана» не просто не видно, но «общество постоянно порождает все новые формы лжи, обмана и способы манипуляции общественным сознанием» (Несмеянов, 2024, с. 5).

Необходимо уточнить: ложь всегда является злом, причем самой распространенной его формой, «разрушающей духовную составляющую человеческого характера» (Катасонов, 2024, с. 169).

Эксперт по когнитивным войнам И. Лидер констатирует крайне негативную деградацию современной геополитики, «совершенно утратившей мораль», чьи технологии жестокости создают опасное положение для всего мирового сообщества. Он предупреждает, что «большинство людей» становится жертвами скрытой манипуляции, «ежедневной... обработки, заставляя становиться невольными участниками... агрессивных процессов» (Бодрийяр, 2016, с. 10). При этом пропаганда — «особый вид оружия» и «инструмент тотальной политики», позволяющий вести латентные войны и экономить ресурсы «на мировое господство» (Rogers, 1997, p. 104).

Так, уже в XXI веке появляются две новых формы ведения войны — когнитивная (Ковалев, 2023; Медушевский, 2023) и ментальная (Гулевская, 2024).

Отличие войны ментальной от когнитивной в том, что первая является собой онтологическую и социокультурную направленность — борьба за то, о чем думать, тогда как вторая — психологическую, поведенческую — как думать и, соответственно, как действовать (Макаров, 2023). Но в целом их задачи одинаковы — победа без прямого военного столкновения, «уничтожение духовно-нравственных ценностей, традиций и культурно-исторических основ государства, “стирание” национальной идентичности народа» (Макаров, 2023).

### **МАССОВЫЙ КИНЕМАТОГРАФ КАК ИДЕАЛЬНОЕ ОРУДИЕ ЛАТЕНТНОЙ ПРОПАГАНДЫ**

Среди современных медиа массовый кинематограф (включая его цифровые платформенные продолжения — Netflix, Disney+ и др.) занимает особое место как проводник идеологии, чья сила кроется в нескольких факторах.

Во-первых: в мощном эмоциональном воздействии (способности создавать глубокое сопереживание и идентификацию с персонажами и сюжетами). Во-вторых: в визуальной убедительности («показывании», а не рассказывании, что облегчает некритичное восприятие). В-третьих: в формате развлечения (маскировке пропагандистских посылов под досуг, отдых, удовольствие). И, в-четвертых: в доступности (глобальном охвате аудитории всех возрастов через кинотеатры, ТВ, стриминги).

Именно способность кино быть «пропагандой в развлекательной форме» (по выражению Э. Дэвиса, директора Управления военной информации США (OWI) в годы Второй мировой войны) делает его эффективным инструментом латентного воздействия. Кино не просто информирует — оно формирует чувства, ценности, картину мира, нередко минуя барьеры критического мышления: «Самый простой способ внедрить пропагандистскую идею в сознание большинства людей — облечь ее в развлекательную форму, чтобы они не осознавали, что подвергаются воздействию пропаганды» (Black, 1977). И еще: «Кинематограф может стать самым мощным инструментом пропаганды в мире, независимо от того, стремится он к этому или нет» (Black, 1977).

Поэтому абсолютно верное уточнение делает У.З. Артамонова: «Таким образом, культурно-развлекательные инструменты — в первую очередь кинофильмы — остаются наиболее устойчивым инструментом публичной дипломатии США» (Артамонова, 2022, с. 88).

### **ДЕТИ И ПОДРОСТКИ КАК КЛЮЧЕВАЯ МИШЕНЬ В МЕНТАЛЬНОЙ ВОЙНЕ**

Подрастающее поколение (дети и подростки) представляет собой наиболее уязвимую и стратегически важную мишень в ментальной войне. Их сознание находится в активной фазе формирования мировоззрения, системы ценностей, культурной и национальной идентичности. Для этого возраста характерны:

- высокая пластичность и восприимчивость, проявляющиеся в готовности усваивать новые модели и нормы;
- ограниченность критического мышления, вызывающая трудности в анализе скрытых манипулятивных посылов, отделении вымысла от реальности, понимании историко-культурного контекста;
- потребность в героях и идентификации, стимулирующие активный поиск образцов для подражания и групповой принадлежности;
- глубокая вовлеченность в медиасреду: кино, мультфильмы, сериалы, соцсети — неотъемлемая часть их досуга и социализации.

Уязвимость подросткового сознания к манипулятивному воздействию массового кинематографа имеет глубокую нейробиологическую и психосоциальную основу. Подростковый возраст характеризуется дисбалансом в развитии мозговых структур (Steinberg, 2008). Лимбическая система, отвечающая за эмоции, вознаграждение, социальную значимость и импульсивные реакции, развивается опережающими темпами по сравнению с префронтальной корой, ответственной за исполнительные функции, такие как контроль импульсов, критическое мышление, долгосрочное планирование, оценку рисков.

Этот дисбаланс делает подростков гиперчувствительными к эмоционально заряженным, харизматичным персонажам и сценам немедленного вознаграждения, которые являются визитной карточкой массового кинематографа, особенно боевиков и фильмов об антигероях. Одновременно незрелость префронтальной коры ограничивает способность к критической

оценке скрытых манипулятивных посылов и долгосрочных последствий воспринимаемых моделей поведения (Steinberg, 2008).

Восприимчивость подростков к киногероям напрямую объясняется теорией социального научения А. Бандуры (Bandura, 2001). В мире подростков поиск примеров для подражания — ключевая часть становления их как личностей в процессе формирования собственной идентичности. Массовый кинематограф, являясь мощным источником «символического моделирования», предоставляет им обширный каталог таких моделей — харизматичных героев и антигероев.

Следует отметить, что не только маленькие дети подвержены «викарному научению» (знаменитый эксперимент с куклой «Бобо»). Через механизмы «викарного научения» (опосредованного обучения через наблюдение за действиями и их последствиями) подростки усваивают не только конкретные модели поведения, но и ценности, установки, эмоциональные реакции, транслируемые видеоконтентом: «...ускоренный рост технологий доставки видео значительно расширил диапазон моделей, с которыми члены общества сталкиваются изо дня в день» (Bandura, 2001, p. 271).

Таким образом, в современной символической среде именно «электронная аккультурация» является основным механизмом конструирования социальной реальности и общественного сознания. Медиакоммуникации трансформируют работу социальных систем и выступают ключевым инструментом социополитических изменений (Bandura, 2001, p. 271).

Повторимся, эффективность этого научения многократно усиливается благодаря «эмоциональному вовлечению» и «идентификации» со значимыми персонажами, что является сильной стороной медиа. Увиденное подростками рискогенное поведение, но при этом приводящее к позитивным результатам, кратно увеличивает вероятность воспроизведения подобного: «Было установлено, что экранное насилие легко моделируется подростками во многом потому, что в большинстве фильмов оно получает положительное истолкование и вознаграждается» (Хагуров, 2025, с. 213).

А. Бандура считает, что это приводит к возникновению «растормаживающего эффекта», когда наблюдение безнаказанности модели (поведенческого образца) ослабляет внутренние запреты наблюдателя и усиливает у него склонность к подобному поведению. Существует и «ингибирующий эффект»: он проявляется, когда наблюдение наказания модели, напротив, подавляет у наблюдателя аналогичные реакции.

Учитывая ограниченность прямого жизненного опыта подростков, их представления о социальной реальности («образы реальности»)

в значительной степени формируются под влиянием медиа, включая кино (Bandura, 2001, p. 271). Немецкие классики знали об этом значительно раньше: «Чем плотнее и полноценнее с помощью технических средств воспроизводится известный из чувственного опыта окружающий мир, тем легче создать иллюзию, будто жизнь вокруг является непрерывным следствием той жизни, что знакома нам по виденному на экране» (Хоркхаймер, Адорно, 2016, с. 24). А в силу объективных причин, молодые поколения «могут не обладать достаточным уровнем знаний о мировой истории и международной политической обстановке для минимального критического восприятия клише, инкорпорированных в вымышленные сюжеты» (Артамонова, 2022, с. 88). Чем больше эти образы зависят от медиа, тем сильнее их влияние на установки и поведение (Bandura, 2001, p. 271).

Кумулятивный характер описанного воздействия теоретически обоснован в рамках культивационной теории Дж. Гербнера, современное развитие которой представлено в обзорной работе М. Моргана и Дж. Шенахана. Авторы показывают, что систематическое и многократное воздействие массовых медиа на аудиторию способствует постепенному усвоению транслируемых ценностей, норм и моделей поведения как «естественных», что особенно значимо для аудитории с ограниченным альтернативным опытом (Morgan & Shanahan, 2010). Данный механизм напрямую связан с описанной нами репетитивностью девиантных нарративов в массовом кинематографе.

Бандура утверждает, что наблюдение за моделью формирует когнитивный образ реакции, который, сохраняясь в долговременной памяти, впоследствии направляет действия человека: «Сохранению в значительной степени помогают символические преобразования смоделированной информации в коды памяти и когнитивное повторение закодированной информации» (Bandura, 2001, p. 272). Это только одна из четырех основных подфункций, управляющих наблюдательным обучением, каждая из которых содержит свои действующие влияющие факторы (Bandura, 2001, p. 273).

Еще одним фундаментальным механизмом эмоционального вовлечения в массовом кино, по мнению режиссера и теоретика кино А. Митты, является четкое определение для зрителя «центров Добра и Зла» в художественной вселенной фильма. Обычно центр Зла, что логично, помещается среди антагонистов, он — «центр врага, центр угрозы центру Добра» (Митта, 2007, с. 218). Как подчеркивает автор, «зрители всегда отождествляют себя с центром Добра» (Митта, 2007, с. 219, 222). Однако в современных «ментальных войнах» этот инструмент используется для ценностных подмен.

Так, в «Крестном отце» центром Добра объявляется преступная семья, сплоченная родственными узами, а Злом — те, кто ей угрожает. Оказывается,

это фильм не про преступников, а «про большую идеальную семью», в которой «мечтал бы оказаться каждый». А еще он — «о ценностях семьи — основы общества» (Митта, 2007, с. 220). Необходимо запомнить, массовая культура «достаточно мощна, чтобы по мере необходимости с помощью идеологии то высмеивать такие идеалы прошлого, как “образцовый отец” или “искренние чувства”, то снова использовать их в качестве козыря» (Хоркхаймер, Адорно, 2016, с. 65–66).

Подобные фильмы, когда зрителю приходится занять позицию меньшего зла в борьбе с бóльшим злом, особенно характерны для творчества К. Тарантино и Г. Риччи. В супергеройских фильмах Добро тождественно физической силе и «справедливой мести». Главный герой современного блокбастера — это сверхчеловек-«мессия», не имеющий аналогов и единственный способный спасти мир. Его исключительный статус позволяет ему нарушать правила, причем сюжет построен так, чтобы зритель ему в этом симпатизировал. Насилие является для такого героя основным инструментом, однако подается оно в рамках концепции «чистой войны» — без излишней натуралистичности (Р. Стол), что, вместе с моральной правотой героя, спасающего человечество, лишает зрителя желания его осуждать (Артамонова, 2022, с. 85).

Последнее время кинематографическая индустрия снимает фильмы (особенно про супергероев) настолько размытым способом, что «для установления центров Добра и Зла приходится тратить много сил» (Митта, 2007, с. 220). Под «размытостью» центров Добра и Зла понимается комплекс нарративных стратегий, целенаправленно усложняющих моральную навигацию зрителя.

Во-первых, морально-мотивационная амбивалентность антагониста: злодей наделяется психологически достоверной и вызывающей сочувствие мотивацией (например, Танос в «Мстителях: Война бесконечности» (2018) мотивирован экологической заботой о перенаселении Вселенной, а Киллмонгер в «Черной пантере» (2018) — борьбой с расовым угнетением).

Во-вторых, нравственная девиантность протагониста: герой совершает действия, выходящие за рамки конвенционального «героического» поведения — систематическое насилие, обман, манипуляция, самосуд — при сохранении зрительской симпатии. В-третьих, элиминация нравственных последствий: нарратив структурирован так, что зритель не видит страданий жертв насилия, раскаяния героя или возмездия за аморальные поступки.

В результате подобной «размытости» подросток, лишенный четких моральных ориентиров, вынужден самостоятельно конструировать нравственную оценку увиденного, к чему он нейробиологически не готов в силу незрелости префронтальной коры (Steinberg, 2008). Более того, как показывают

эмпирические данные, зрители с выраженными антисоциальными чертами (агрессивность, макиавеллизм, психопатия) демонстрируют повышенный интерес именно к морально амбивалентным персонажам (Greenwood et al., 2021), что свидетельствует о потенциальном усилении девиантных установок через механизм идентификации.

А в фильмах вроде «Убийцы», который мы разберем дальше, происходит тотальная деконструкция самих понятий: в них Зло представлено как «трезвая» и «свободная» истина. Следовательно, латентная пропаганда заключается не в отсутствии «центров Добра и Зла», а в их системном перепределении, заставляющем зрителя, особенно молодого и неокрепшего, эмоционально вставать на сторону девиантных и деструктивных моделей.

Если традиционная норма ориентирует детей и подростков на стремление к идеалу, духовное возрастание и четкое различие добра и зла, то девиантная духовность, насаждаемая через кинопропаганду, замещает эти нормы их «изнанкой»: нигилизмом, культом силы и гедонизма, релятивизацией морали, высмеиванием созидательного и социально значимого и т. д.

Так, сознательное подчинение себя злу формирует «отрицательную духовность» (Хагуров, 2025, с. 29), а в грубых суеверных формах — «патологическую духовность» (Хагуров, 2025, с. 33). Исследователь подчеркивает, что девиантность перестает быть маргинальной, когда общество начинает видеть в ней если не норму, то понятную, оправданную или даже привлекательную модель, а «стирание различий между добром и злом» приводит к расчеловечиванию (Хагуров, 2025, с. 14). В контексте ментальной войны массовый кинематограф может выступать как основной инструмент такой легитимации и нормализации духовно девиантных паттернов.

Отсюда следует, что сочетание нейробиологической готовности к сильному эмоциональному отклику и импульсивности с активным поиском идентичности через символические модели в медиа создает особую комбинацию для эффективного воздействия кинопропаганды на формирующееся мировоззрение и духовно-нравственные ориентиры подростка.

Уязвимость подросткового сознания имеет не только нейробиологическую, но и глубокую социокультурную основу. Как справедливо отмечают психологи И.Я. Медведева и Т.Л. Шишова, современная масскультура осуществляет «патологическую социально-культурную ориентацию», представляя девиантные модели поведения не просто как норму, «а как эталон модного поведения» (Медведева, 2025, с. 45).

Развязность, гебоидная агрессия, эмоциональная холодность, выраженный негативизм, лживость, эгоцентризм и другие черты, ранее

считавшиеся симптоматикой отклонений, сегодня романтизируются, что приводит к «расшатыванию» психики ребенка в процессе усвоения этих дефектных эталонов (Медведева, 2025, с. 45). Это создает почву для деформации базовых ценностей, в том числе семейных: дети, перенасыщенные агрессивными западными медиасюжетами, часто демонстрируют патологичное восприятие семьи (Медведева, 2025, с. 49).

Такой подход наносит удар по «коллективному бессознательному» культуры (Медведева, 2025, с. 38), вытесняя ее фундаментальные ориентиры, такие как русская концепция «подвижничества» — жизни в режиме подвига и самопожертвования (Медведева, 2025, с. 39).

Все вышеперечисленные факторы делают детей и подростков идеальными реципиентами для целенаправленного кинематографического воздействия, цель которого — в рамках ментальных войн — формирование девиантной духовности через подрыв традиционных ценностей и насаждение чуждых, деструктивных идеалов. Или, проще говоря, через «культурную интервенцию», под которой понимается переписывание содержания сознания молодежи (Абраменкова, 2006, с. 109).

### **КИНО И КОМИКСЫ КАК СИСТЕМНОЕ ОРУЖИЕ В ВОЙНЕ ЗА СОЗНАНИЕ**

История показывает системное использование массовой культуры как оружия в войне за сознание. В годы Второй мировой войны Управление военной информации США (Office of War Information, OWI), в частности, Bureau of Motion Pictures, выстраивало институционализированное взаимодействие с голливудскими студиями: формулировались рекомендации, критерии и желательные нарративные решения, соотносимые с задачами военного времени (мобилизация, легитимация политики, конструирование образов союзника/врага) (Black, 1977).

В ряде фильмов периода поздней холодной войны формировались клишированные образы «советского врага» и конфронтационной парадигмы. В частности, во франшизе «Рэмбо» сюжетно затрагивают советский контекст, преимущественно отдельные части (прежде всего, II и III).

Параллельно действовала индустрия комиксов. Еще в 1940-е К.И. Чуковский провел блестящий анализ, вскрыв их деструктивную роль: культивирование ненависти к семье, героизация насилия, моральное разложение и «оглупление» молодежи. Он убедительно связал это с военной

пропагандой, целью которой было создание «удобной» для армии массы холостых солдат (Чуковский, 1948). Выводы Чуковского на десятилетие опередили и скандал в самих США, который вызвала книга психиатра Ф. Вертэма «Соблазнение невинных» (1954) (Wertham, 1954). Данная ситуация привела к последующему введению «Кодекса комиксов», официально подтвердившему девиантное влияние подобной продукции.

Возникает парадокс: пока американское кино боролось с тоталитаризмом «во имя демократии», комиксы, по меткому выражению Чуковского, осуществляли планомерную моральную деградацию собственной молодежи. Этот исторический прецедент демонстрирует долгосрочную стратегию использования массовой культуры для формирования сознания, ценностей и установок у населения, сочетая внешнюю пропаганду с внутренней деструкцией.

Методы, выявленные Чуковским, находят прямое продолжение в современных технологиях ментальной войны, ведущейся через цифровые медиа и такие глобальные проекты, как кинематографическая вселенная Marvel и DC, целенаправленно воздействующие на подрастающие поколения.

Данная стратегия не является пережитком прошлого. Как показывает современное исследование, голливудские блокбастеры представляют собой утонченный инструментарий «попкорн-дипломатии» — ответвления публичной дипломатии США, целенаправленно продвигающего американоцентричную парадигму миропорядка под видом развлечения (Артамонова, 2022).

Эффективность данного инструментария обеспечивается тремя формами взаимодействия власти и киноиндустрии: 1) официальным сотрудничеством (например, поддержка Пентагоном, НАСА и ЦРУ фильмов «Железный человек», «Мстители», «Аквамен», «Черная пантера» и др. в обмен на «учет пожеланий партнера»); 2) полуофициальной мобилизацией (обращения Белого дома к Голливуду после 9/11 и др.); 3) самоцензурой производителей, ставшей результатом устоявшегося консенсуса (Артамонова, 2022, с. 80–83).

Следовательно, массовый кинематограф следует рассматривать не только как стихийный носитель «западных ценностей», но и как сферу, тесно связанную с институтами культурной политики и механизмами «мягкой силы», в рамках которых он может использоваться как инструмент ценностного воздействия.

## **СОВРЕМЕННЫЙ СУПЕРГЕРОЙСКИЙ ЭПОС КАК ОРУДИЕ КУЛЬТУРНОЙ ЭКСПАНСИИ**

Вселенные Marvel и DC представляют собой глобальную альтернативную мифологию (неомифологию), которая функционально конкурирует с традиционными культурными кодами и стремится их вытеснить. Обладая невероятной популярностью среди подрастающего поколения и подкрепленная тотальным мерчендайзингом (их мощь — в сочетании кино, игрушек, одежды, всевозможной брендированной продукции), она становится основным источником символического моделирования для формирования инокультурных ценностей в процессе «электронной аккультурации».

Как батарейка, подключенная к чужой сети, ребенок, играющий Бэтменами, Суперменами, Человеками-пауками, Барби, трансформерами и т. д., «заряжается» энергиями «инокультурного мира»: играя с такими фигурками, ребенок получает «как бы первый опыт культурной колонизации» (Абраменкова, 2006, с. 150, 84).

Воздействие осуществляется на двух уровнях:

1-й. Мягкое завоевание симпатий через «положительных» героев (Человек-паук, Бэтмен, Супермен, Капитан Америка и т. д.). Кинопродукция с данными персонажами эксплуатирует христианские архетипы (жертвенность, борьба добра со злом, «воскрешение» героев) для создания детской и подростковой эмоциональной привязанности. Подобная схема коррелирует с описанным Леоновой механизмом действия «мягкой силы». Речь идет не о прямом принуждении, а о создании «таинственной химии притяжения» (Леонова, 2018, с. 103). Киногерои, их стиль жизни, способы решения проблем и система морального выбора становятся для подростка привлекательным примером для подражания. Таким образом, девиантная духовность формируется через создание у зрителя ощущения, что он сам хочет тех же результатов и разделяет те же ценности, что и экранные кумиры.

Параллельно происходит легитимизация американской культуры как носителя «универсальных ценностей» (Артамонова) и вытеснения национальных героических архетипов (для России — это русские богатыри, святые, герои ВОВ). Дети усваивают идею, что «спасение» исходит от супергероя/технологий.

2-й. Внедрение девиантной духовности через антигероев (Джокер, Дэдпул, Веном и пр.). Доступные детям через медиа, эти персонажи нормализуют цинизм, насилие и моральный релятивизм, что для несформированной психики является инструкцией по растормаживанию агрессии. Антигерои становятся «иконами», «лучшими» примерами для подражания, а это, в свою

очередь, является проблемой девиантологической антропологии, «предметом которой выступает зло... которое расчеловечивает, дегуманизирует человека» (Хагуров, 2025, с. 46–47). Главным последствием этого процесса становится «утрата милосердия, эмпатии» и развитие «гипертрофированного эгоцентризма» (Хагуров, 2025, с. 46–47).

Эмпирические данные зарубежных исследований подтверждают аргументированность этих опасений. Д. Гринвуд и коллеги на выборке из 162 респондентов установили, что антисоциальные черты личности (агрессия, макиавеллизм, психопатия) являются наиболее значимыми факторами, определяющими склонность к антигеройским персонажам (Greenwood et al., 2021). При этом респонденты с более выраженной агрессивностью не только чаще смотрели антигеройский контент, но и демонстрировали повышенное наслаждение мотивами мести, ощущая большее сходство с любимым антигероем.

П. Йонасон и коллеги теоретически обосновали связь «темной триады» личностных черт с привлекательностью антигеройской популярной культуры (Jonason et al., 2012). С. Яничке и А. Рейни смоделировали сам процесс наслаждения антигеройскими нарративами, показав ключевую роль моральной неопределенности в поддержании зрительского вовлечения (Janicke & Raney, 2018). Эти данные свидетельствуют о том, что антигеройский контент не просто пассивно потребляется, но активно усиливает девиантные установки через механизм идентификации, описанный А. Бандурой.

Такой многофакторный и крайне незаметный (латентный) процесс вполне заслуживает определения «ценностной редукции» (Хагуров) как своеобразной формы зла, относящейся к духовной патологии. Под ценностной редукцией понимается процесс расчеловечивания человека в результате сведения «высших ценностей к низшим или обмен высших ценностей на низшие... духовного на материальное, вечного на временное, высокого на низкое» (Хагуров, 2025, с. 36–37).

Что касается использования религиозных сюжетов не для духовного просвещения, а для эмоционального вовлечения (Михельсон, 2024, с. 60), — супергеройская мифология выполняет функцию культурной экспансии (кстати, сравнимой с проблемой кокаколонизации (coca-colonization)). Осуществляется попытка подмены традиционных культурных кодов, что, в свою очередь, усугубляет разрыв с родной культурой и формирует комплекс неполноценности национальной идентичности.

Таким образом, эффектом функционирования этой двухуровневой системы становится ценностная редукция, осуществляющаяся через механизмы эмоционального вовлечения и подмены архетипов: это способствует

ослаблению связи молодежи с национальной идентичностью и формированию альтернативных культурных моделей.

Эффективность данного воздействия становится особенно очевидной при рассмотрении типологии персонажей, используемой в голливудской индустрии. Как отмечает А. Митта, американские сценаристы делят всех персонажей на четыре группы: «наши знакомые», «андердог», «потерянные души» и «идолы» (Митта, 2007, с. 76). Именно две последних группы наиболее востребованы в современных глобальных франшизах. «Потерянные души» (такие как Майкл Корлеоне или Джокер) — это «метафоры превращений» обычного человека в преступника, в результате которых «в каждом убийстве происходит двойное убийство — герой убивает и свой потенциал человечности» (Митта, 2007, с. 80).

«Идолы» же (супергерои) «пожирают безвыходные положения», они «не могут измениться», т. к. «выражают наше желание убежать от неразрешимых проблем» и «возвращают нам праздники детства»: «“Идолы” выступают в облике обычных людей, но их подлинная суть — существа, которые могут все» (Митта, 2007, с. 80).

Следовательно, представленная типология является не обычной классификацией, но определенным инструментом для целенаправленного формирования девиантной духовности. Культивация массовым кинематографом направлений «потерянной души» и «идола», создает для подростка ловушку ложной дилеммы: стать либо циничным разрушителем, либо инфантильным потребителем иллюзорного всемогущества. Эта дихотомия сознательно исключает третий путь — путь нравственного становления и ответственности, тем самым деформируя базовые культурные архетипы.

### **СТАТИСТИКА КУЛЬТУРНОЙ ЭКСПАНСИИ (1985–2025)**

Традиция использования кино в контексте нацеленности ряда его создателей в том числе на формирование в массовом сознании определенных ценностных установок не только сохранилась, но и многократно усилилась в современных условиях, найдя новые формы и каналы доступа к самым разным социальным стратам. Проникновение западной массовой культуры в российское кинопространство с начала 1990-х носило характер стратегической экспансии. Данные ученого С.Г. Кара-Мурзы фиксируют радикальный сдвиг в репертуаре московских кинотеатров. Он уверен, что

«принципиально отрицающая высокие ценности массовая культура в ее худшем варианте» с начала 90-х годов прошлого века накачивалась в сознание российского потребителя информации как средство психологической войны (Кара-Мурза, 2005, с. 413).

Финал перестройки привел к коллапсу выпуска отечественных художественных фильмов и переориентации оставшегося производства на иные культурные модели. Разворот в кинопрокате Москвы был стремительным: за восемь лет (1985–1993) доля российских фильмов сократилась вчетверо (с 74 % до 19 %), а американских — выросла почти в 19 раз (с 3 % до 56 %).

Как подчеркивает исследователь, произошла не только количественная подмена, но и качественная деградация контента: к 1991 году полностью исчезли «серьезные» фильмы морально-этической направленности (Кара-Мурза, 2005, с. 414). Это создало ценностный вакуум, насыщенный преимущественно западными культурными продуктами, ставшими основным источником нарративов для формирующегося сознания детей и подростков.

Динамика последующих десятилетий демонстрирует этапы культурной экспансии, ее институционального закрепления и последующего ограничения. Представленные в таблице 2 данные позволяют проследить изменения структуры кинопроката и соотношения стран-производителей в долгосрочной перспективе.

**Таблица 2**

**Структура кинопроката в России по странам производства (2000–2024), доля релизов, %**

Год	Российские	Американские	Другие западные	Иные
2000	10–12 %	60–65 %	25–30 %	<1 %
2010	15–18 %	45–50 %	35–40 %	2 %
2020	25–28 %	30–35 %	35–40 %	5 %
2022	72 %	0.5 %	10 %	17.5 %
2023	77 %	1.5 %	7 %	14.5 %
2024	78 %	1 %	6 %	15 %

**Table 2.**

**Structure of film distribution in Russia by country of production (2000–2024), share of releases, %**

Year	Russian	American	Other Western	Other
2000	10–12 %	60–65 %	25–30 %	<1 %
2010	15–18 %	45–50 %	35–40 %	2 %
2020	25–28 %	30–35 %	35–40 %	5 %
2022	72 %	0.5 %	10 %	17.5 %
2023	77 %	1.5 %	7 %	14.5 %
2024	78 %	1 %	6 %	15 %

Данные рассчитаны на основе статистики ЕАИС Минкультуры РФ и отраслевых аналитических отчетов, сформированных на данных ЕАИС (в том числе материалах портала «Кинобизнес», индекса «Кинопоиск Pro», «Бюллетеня кинопрокатчика»). В таблице представлены доли релизов в российском кинопрокате по группам стран производства. Показатели за 2000, 2010 и 2020 годы отражают репрезентативные точки соответствующих десятилетий и используются для выявления долгосрочной динамики структуры кинопроката. Данные за 2022–2024 годы приведены по фактическим годовым показателям и отражают трансформацию структуры проката в условиях внешних ограничений и изменения медиарынка.

Исходя из современной мировой ситуации, кинематографическую динамику можно условно разделить на следующие этапы:

1-й — этап активной культурной экспансии (1993–2010). Совокупная доля западного контента достигла пиковых значений (85–90 %), что сформировало медиасреду для целых поколений.

2-й — этап замедления экспансии и начавшегося импортозамещения (2010–2021). Наблюдается медленный, но устойчивый рост доли российского кино (с 15–18 % до 25–28 %) на фоне снижения влияния западного продукта.

3-й — этап ускоренной суверенизации (2022–2024). Резкий, скачкообразный рост доли отечественного кино до 72–78 % при маргинализации американского продукта (<1.5 %) в результате геополитических изменений.

4-й — этап персистенции влияния и консолидации суверенитета (2025 — по н. в.). Несмотря на прокатные изменения, основным вызовом становится латентное влияние ранее усвоенных культурных матриц («культурный гистерезис») и присутствие зарубежных нарративов через стриминговые сервисы и онлайн-кинотеатры.

Необходимо подчеркнуть, что описанные механизмы формирования девиантной духовности не являются исключительной прерогативой западной кинопродукции. Отечественный кинематограф и телевизионный контент также воспроизводят аналогичные паттерны. Сериал «Бригада» (2002, реж. А. Сидоров) романтизировал криминальную субкультуру 1990-х, а его главный герой Саша Белый (впрочем, как и многие другие герои сериала) стал для части молодежной аудитории привлекательной моделью идентификации, несмотря на очевидную деструктивность транслируемых ценностей.

Сериал «Трудные подростки» (2019–2024, 5 сезонов, реж. Р. Ильясов и др.), созданный при поддержке Института развития интернета, демонстрирует жизнь девиантных подростков, включая наркотики, беспорядочные

сексуальные связи, алкоголь и насилие, причем, по признанию критиков, «не грешит назидательным отношением» и «не стремится никого пожурить». Подобная подача формирует у целевой аудитории — подростков — восприятие девиантного поведения как «честной реальности», а не как отклонения, требующего нравственной оценки.

Описанные паттерны свидетельствуют о том, что механизмы «ценностной редукции» — сведения «высших ценностей к низшим, духовного к материальному, вечного к временному» (Хагуров, 2025, с. 36–37) — воспроизводятся не только в западной, но и в отечественной кинопродукции.

Однако принципиальное отличие состоит в масштабе, системности и институциональной обеспеченности процесса. Если отечественные примеры девиантных нарративов носят преимущественно разрозненный характер, возникают в контексте авторского высказывания или рыночной конъюнктуры и нередко встречают общественную и экспертную критику (показательна полемика вокруг «Бригады» в начале 2000-х), то голливудская индустрия функционирует как целостная система «мягкой силы», поддерживаемая государственными институтами (Пентагон, ЦРУ, НАСА — см.: Артамонова, 2022, с. 80–83), глобальной дистрибуцией и тотальным мерчендайзингом.

Кроме того, в российском контенте деструктивным нарративам нередко все же противопоставляется иной полюс: «Бригада» завершается гибелью героев; сериал «Слово пацана. Кровь на асфальте» (2023, реж. Ж. Крыжовников) показывает реальную историю казанских подростковых группировок конца 1980-х, в которой последствия криминальной субкультуры далеко не радужны; в «Трудных подростках» наставник-футболист пытается направить ребят на путь исправления.

Это соответствует описанному Бандурой «ингибирующему эффекту», когда наблюдение наказания модели подавляет у наблюдателя аналогичные реакции (Bandura, 2001). Однако даже наличие такого противовеса не гарантирует его эффективности.

В рассматриваемых же нами западных кейсах («Убийца», «Джокер», антигеройские франшизы Marvel/DC) девиантная философия подается как самодостаточная и не требующая альтернативы, а антигерой достигает успеха без возмездия, что активизирует «растормаживающий эффект» (Bandura, 2001). Именно эта системная разница — между разрозненными и институционально поддерживаемыми девиантными нарративами, между наличием и отсутствием нравственной санкции — делает голливудскую кинопродукцию предметом специального анализа в контексте ментальной войны.

Следует особо отметить качественный анализ НИИ киноискусства (1993), выявивший системную деформацию репертуара: «Большинство героев — представители периферийных социальных групп (преступники, наемные убийцы, проститутки и др.), носители ценностей криминальной микросреды... В целом герой-“маргинал” характерен для каждого второго фильма» (Кара-Мурза, 2005, с. 414).

В данном контексте вспоминается работа П. Сорокина «Социальная и культурная динамика», в которой появление патологической тематики как особого тренда в культуре и искусстве было ярко проанализировано еще в середине XX века. Если сравнить вывод, проведенный НИИ киноискусства с трудом Сорокина, мы увидим, что речь идет об одной и той же тенденции десакрализации и патологизации как методе (Сорокин, 1992, с. 455).

Отсюда следует, что дети 1990–2010-х годов воспитывались в среде, где каждый второй киногерой был носителем антисоциальных установок, а паттерны насилия, гедонизма и социального дарвинизма (выявленные Сорокиным как глобальный тренд) стали культурной нормой.

После 2022-го сохраняется «эффект культурного гистерезиса» — инерция усвоенных девиантных моделей, несмотря на кратное увеличение отечественного кино: «кинопродукция... оказывает косвенное воздействие на международное общественное мнение, эффект от которого накапливается многие годы» (Артамонова, 2022, с. 87). Поэтому даже при радикальном изменении статистики проката, главной задачей остается преодоление тридцатилетнего наследия «культурной колонизации», сформировавшего мировоззренческие и в некотором смысле духовные ориентиры у двух поколений россиян (Абраменкова, 2008, с. 150).

### **ЦИНИЗМ В КИНЕМАТОГРАФЕ КАК ПРИМЕР ДЛЯ ПОДРОСТКОВ**

Современный массовый кинематограф, особенно в жанре «взрослого» триллера или боевика (18+), активно эксплуатирует и романтизирует фигуру антигероя — профессионального убийцы, как правило, мизантропа, живущего вне морали. Так возникает культ профессиональных убийц — особого типа «героев». Фильмы наподобие «Отряд самоубийц» (2016), «Джокер» (2019, 2024), «Дэдпул» (2016), «Веном» (2018) и др. представляют таких персонажей как харизматичных, «свободных» от условностей, а их патологию — как силу.

Отдельные антигеройские фильмы (например, «Дэдпул») имеют преимущественно взрослую прокатную аудиторию: средний возраст зрителя оценивался примерно в 35 лет. Тем не менее культурный оборот образа антигероя выходит за рамки кинотеатральной аудитории и функционирует как часть медиасреды подростка (фрагменты, фан-контент, меметизация), что релевантно для анализа механизмов символического моделирования.

Особую опасность представляет подобный контент для подростков, ищущих модели идентификации в период формирования мировоззрения, о чем мы уже сказали выше. Поскольку осуществляется агрессивное навязывание особой материалистической философии жизни, в основании которой — полное неприятие и нежелание каких-либо моральных принципов, правил, законов (Катасонов, 2024, с. 169).

Уточним, что возрастной ценз 18+, как правило, не работает в отношении подростковой аудитории. Тем более, когда фильмы данной категории находятся в открытом доступе в интернете и на известных стриминговых сервисах и онлайн-киноплатформах, запретный плод нередко бывает сладок особенно.

Подчеркнем, что речь идет не о том, что подростки составляют «основную» кассовую аудиторию каждого упоминаемого нами фильма, а о том, что они являются уязвимым сегментом медиаконтакта. Часть подростков потребляет контент напрямую (особенно 12+/16+ франшизы); часть — через фрагменты, цитируемость, мемы, фан-культуру и алгоритмические рекомендации, что расширяет доступ к образам и нарративам за пределы формального прокатного «паспорта» фильма.

В качестве кейса, демонстрирующего концентрированную артикуляцию антигеройской «философии», рассмотрен фильм Д. Финчера «The Killer» (2023). Картина получила фестивальную премьеру и ограниченный кинотеатральный релиз перед выходом на Netflix. Для российской аудитории принципиален именно платформенный/онлайн-канал медиаконтакта, поскольку после 2022 года изменились траектории дистрибуции голливудского контента в РФ (приостановка релизов рядом студий), а влияние массового кино все чаще реализуется через стриминговые и цифровые сервисы.

Главный герой (М. Фассбендер) — высокопрофессиональный киллер — декларирует целую философию жизни, обращенную напрямую к зрителю. Его вступительный монолог является концентрированным манифестом девиантной духовности, состоящей из нигилизма, радикального материализма и цинизма:

Везения не существует, как и кармы, как и справедливости. Человек рождается, проживает жизнь и, в конце концов, умирает. А пока твори свою волю, таков да будет весь закон! Скептицизм часто ошибочно воспринимают за цинизм. Большинство людей просто не хотят верить, что загробная жизнь — холодная, бесконечная пустота. А я принял это. И принятая истина сделала меня свободным. . . В нашем мире человек человеку волк. Убей или будешь убитым. Выживает сильнейший. Разве это не заложено в нашу натуру? Находятся те, кто верит во врожденную людскую доброту. Хочется спросить, что именно навело их на эту мысль? С незапамятных времен немногие избранные всегда эксплуатировали массы, — это оплот цивилизации. Кровь — раствор, сцепляющий всю конструкцию. Любой ценой попадите в число избранных, а не в массы.

Разумеется, такой нарратив представляет цинизм не как духовное уродство, а как «резвость» и «свободу» — что особенно чревато для подростков, стремящихся к независимости и силе.

Как мы уже сказали ранее, эта подмена высших ценностей низшими соответствует тому, что Хагуров называет «ценностной редукцией» — процессом, при котором «духовное сменяется материальным, вечное — временным, высокое — низким» (Хагуров, 2025, с. 36–37). Более того, как подчеркивают Адорно и Хоркхаймер, в рамках культурной индустрии «развлечение само по себе возводится в ранг идеала, заменяет собой высшие блага» и даже вызывает ко всему духовному «отвращение среди масс путем еще более стереотипного, чем в оплаченных рекламных роликах, повторения» (Хоркхаймер, Адорно, 2016, с. 58). Именно поэтому зритель не воспринимает философию киллера как деструктивную — она подается через эстетически выверенный, «взрослый» и якобы «честный» нарратив.

В фильме использовано несколько опасных механизмов воздействия на подростковое сознание. Прежде всего — идентификацию с «сильной» фигурой. Герой представлен как дисциплинированный, умный, физически совершенный, контролирующий ситуацию. Его цинизм преподносится не как уродство души, а как «резвость» и «свобода» от «иллюзий» (веры, морали, сострадания). Для подростка, стремящегося к самостоятельности и силе, такой образ может быть крайне привлекателен.

Следующий механизм — системное отрицание базовых духовно-нравственных ценностей. Монолог героя последовательно осуществляет нападки на веру и идею трансцендентного. Отрицается золотое правило нравственности, высший смысл жизни, духовные ценности. Осуществляются нападки на моральные основы человеческого бытия. Отрицается справедливость, возможность бескорыстной доброты, ценности жизни и посмертной участи

души. Такой подход десакрализует мир, превращая его в механистическую машину, существующую по принципу случайности или торжества силы.

В который раз подтверждается мысль, что культурная индустрия превращает веру и истину в форму откровенной лжи, «духовность воспринимается как пустой треп», а суждения о ценностях — как реклама или «пустая болтовня» (Хоркхаймер, Адорно, 2016, с. 58, 64). Вечное и духовное сводится к ничто, а человек — исключительно к биологическому существованию.

Вместо всего созидательного в фильмах подобных «Убийце» проповедуется социал-дарвинизм («человек человеку волк», «убей или будешь убитым», «выживает сильнейший»), апология эксплуатации и культа силы («кровь — раствор цивилизации»). Происходит подмена понятий «успеха» и «свободы». Цинизм и аморальность выдаются за «истину» и обретенную «свободу». Путь насилия и беспринципности преподносится как единственно эффективный для попадания в «число избранных» (элиту).

Главным деструктивным элементом этого фильма является триумф зла. Фильм не показывает трагические последствия или внутреннюю опустошенность героя. Не происходит никакого покаяния. Напротив, финал демонстрирует его «победу». Избежав возмездия, главный герой-антигерой — классическая «потерянная душа» в терминах А. Митты — наслаждается жизнью (коктейль на берегу океана с любимой) (Митта, 2007, с. 79–80).

Однако, в отличие от «Крестного отца», где показана трагедия превращения, здесь деградация не показана — она дана как исходная, «принятая» данность. Его жизненные принципы не являются мучительным внутренним конфликтом, это законченный манифест «потерянной души», что делает персонажа не объектом критического осмысления, а готовой моделью для идентификации. Посыл предельно ясен: подобная философия работает, она приводит к комфорту и успеху. Для подростка, воспринимающего киноархивы как модели реальности, это прямой сигнал: «Будь как он — сильным, циничным, беспощадным — и ты победишь».

Добавим ко всем вышеизложенным идеям следующую мысль. Механизм воздействия кинематографа на подростковое сознание во многом соответствует описанному А. Грамши условию внедрения идей — «постоянному повторению» (Мальшко, 2024, с. 78). Девиантные духовные установки (например, оправдание эгоизма высшими целями или эстетизация насилия) транслируются не в единичных произведениях. Они кочуют из фильма в фильм, облекаясь в новые жанровые и сюжетные формы (фэнтези, супергеройское кино, молодежные драмы), тем самым становясь неотъемлемой частью медиаполя подростка и формируя у него устойчивые паттерны восприятия: «Внимание его уже настолько выдрессировано всеми прочими

известными ему кинолентами и кинопродюсерами, что сознание чисто автоматически переключается на тот режим, которого от него ожидают. Мощь индустриального производства затачивает под себя человека раз и навсегда» (Хоркхаймер, Адорно, 2016, с. 25).

Феномен антигеройской культуры приобрел в последнее десятилетие глобальный масштаб, выходящий за рамки кинематографа. Как показали И. Пруса и М. Бруммер в кейс-исследовании, посвященном Д. Трамбу, современный «век антигероев» характеризуется тем, что антигеройские персонажи стали нормой не только в популярной культуре, но и в политике, а общественный вкус к «бунтарскому, антиэстаблишментному посылу» стал вездесущим (Prusa & Brummer, 2022).

Авторы прямо констатируют, что американское общество было «подготовлено» к определенным политическим феноменам именно через культивируемый медиасредой «культ антигероизма». Этот вывод подтверждает тезис настоящей работы: системная легитимация девиантных моделей через массовый кинематограф имеет последствия, далеко выходящие за пределы индивидуального восприятия, и затрагивает социополитический уровень.

Фильм «Убийца», показывая зло, системно обесценивает добро, легитимизирует насилие и аморальность как эффективные стратегии и предлагает нигилистическую картину мира как единственно «взрослую», «свободную» и «правильную». Без критического осмысления и обсуждения со взрослыми (что маловероятно при массовом просмотре), подобный контент становится мощным инструментом формирования девиантной духовности — подмены традиционных идеалов стремления к добру, справедливости и смыслу — на культ силы, цинизма и успеха любой ценой. Вспомним мысль А. Митты: «Хорошо рассказанный фильм — это, помимо всего, еще и машина, производящая и излучающая в зал энергию, неслыханную энергию, заставляющую миллионы волноваться, плакать, смеяться» (Митта, 2007, с. 28).

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Проведенное исследование показывает, что массовый кинематограф в условиях современных ментальных войн функционирует не как нейтральный элемент развлекательной индустрии, а как системный механизм символического и ценностного моделирования, способный выступать инструментом латентного воздействия на формирование духовных ориентиров

подростающего поколения. Через механизмы культурной гегемонии, социального научения и электронной аккультурации глобальная кинопродукция способствует трансформации духовно-нравственных установок. При этом речь идет не о доказательстве существования централизованного заговора против отдельных стран, а о структурных эффектах функционирования глобальной культурной индустрии, которые в различных цивилизационных контекстах, особенно при несовпадении ценностных матриц, способны выступать фактором ценностной дестабилизации.

Особую эффективность этого воздействия обеспечивает сочетание эмоционального вовлечения, идентификации с харизматичными антигероями и повторяемости девиантных нарративов, маскируемых под развлечение. Подростковая аудитория оказывается особенно уязвимой вследствие нейробиологической незрелости префронтальной коры, высокой пластичности сознания и острой потребности в символических моделях идентичности. В результате формируется «девиантная духовность» — мировоззренческая модель, в которой добро и зло релятивизируются, а разрушительное поведение романтизируется и легитимизируется как признак силы, свободы и «взрослости».

Статистика кинопроката в России (1985–2024) наглядно демонстрирует этапы культурной экспансии, сформировавшей ценностные установки поколений. Даже после сокращения проката зарубежной продукции с 2022 года сохраняется «культурный гистерезис» — инерция усвоенных девиантных паттернов, требующая целенаправленной работы по духовно-нравственному восстановлению национальной идентичности.

И подобные примеры в отечественном кинематографе, особенно советского периода, уже существуют, их много. Особняком стоят киносказки выдающихся кинорежиссеров А. Роу и А. Птушко. В свое время, например, «Морозко» А. Роу, по признанию С. Спилберга, стал «предтечей многих киношедевров Голливуда».

Только в этом случае можно надеяться на восстановление целостности духовного пространства подрастающего поколения. Подобный вектор развития важен для всех народов, стремящихся сохранить свою духовную сущность и человеческое достоинство перед лицом глобализированного расчеловечивания. В конечном счете, это вопрос духовной безопасности — не отвлеченной, а конкретной: безопасности тех, чья картина мира сегодня формируется перед экраном.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Абраменкова, В.В. (2006). *Во что играют наши дети? Игрушка и АнтиИгрушка*. Москва: Яуза, Эксмо, Лепта Книга.
2. Абраменкова, В.В. (2008). *Социальная психология детства: Учебное пособие*. Москва: ПЕР СЭ.
3. Абраменкова, В.В., Елизаров, В.Г., Кондратьев, Ф.В., Кузнецов, М.Н., Понкин, И.В., Слободчиков, В.И. (2022). *Ментальная (когнитивная) война против детей России: Экспертизы и материалы по ярким примерам [Сборник]*. И.В. Понкин, сост. Москва: Буки Веди, РОО «Институт государственноконфессиональных отношений и права».
4. Артамонова, У.З. (2022). «Попкорн-дипломатия»: роль американских блокбастеров в вопросах миропорядка. *Анализ и прогноз. Журнал ИМЭМО РАН*, (3), 76–90. <https://doi.org/10.20542/afij-2022-3-76-90>, <https://www.elibrary.ru/wioaqq>
5. Бодрийяр, Ж. (2016). *Дух терроризма. Войны в заливе не было*. Москва: РИПОЛ классик.
6. Гулевская, Н.А., Гулевский, А.Н. (2024). К вопросу понимания ментальной войны. *Вестник Калмыцкого университета*, (1), 134–139. <https://www.elibrary.ru/zlyjbh>
7. Кара-Мурза, С.Г. (2005). *Манипуляция сознанием*. Москва: Эксмо.
8. Катасонов, В.Ю. (2024). *Трагедия «Фаустовой цивилизации». Размышления над книгой И. Сикорского «Незримая борьба»*. Москва: Издательский дом «Тион».
9. Ковалев, А.А. (2023). Пропаганда как ведущий метод когнитивной войны. *Государственное и муниципальное управление. Ученые записки*, (4), 176–184. <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-4-176-184>, <https://www.elibrary.ru/ofmupl>
10. Кубрак, Т.А., Латынов, В.В. (2019). *Психология кинодискурса: факторы выбора, восприятие, воздействие*. Москва: Институт психологии РАН. <https://www.elibrary.ru/vczoej>
11. Леонова, О.Г. (2018). Джозеф Най и «мягкая сила»: попытка нового прочтения. *Социально-гуманитарные знания*, (1), 101–114. <https://www.elibrary.ru/yplrpx>
12. Макаров, Е.Б. (2023). Ментальная и когнитивная войны: вопросы определения, цели и средства. *Информационные войны*, (2), 2–7. <https://www.elibrary.ru/rtgefl>
13. Малышко, Ю.А. (2024). Идея «культурной гегемонии» А. Грамши в работах франкфуртской школы (М. Хоркхаймер, Т. Адорно и Г. Маркузе). *Общество: политика, экономика, право*, (7), 76–81. <https://doi.org/10.24158/per.2024.7.9>, <https://www.elibrary.ru/vhficp>
14. Медведева, И.Я., Шишова, Т.Л. (2025). *Дети, куклы и мы. Руководство по кукло-терапии* (4-е изд.). Рязань: Зерна.

15. Медушевский, А.Н. (2023). Когнитивная война: социальный контроль, управление сознанием и инструмент глобального доминирования. Часть 1. *Вопросы теоретической экономики*, (2), 85–98. [https://doi.org/10.52342/2587-7666VTE\\_2023\\_2\\_85\\_98](https://doi.org/10.52342/2587-7666VTE_2023_2_85_98)
16. Митта, А. (2007). *Кино между адом и раем: кино по Эйзенштейну, Чехову, Шекспиру, Курасаве, Феллини, Хичкоку, Тарковскому...* Москва: АСТ, Зебра Е.
17. Михельсон, О.К., Поляков, Н.С. (2024). *Популярная культура и постсекулярная религиозность* (2-е изд.). Изд-во С.-Петерб. ун-та.
18. Несмеянов, Е.Е. (2024). *Ложь и ирония как феномены социально-политической и обыденной жизни современного общества (очерки)*. Ростов-на-Дону: Фонд науки и образования.
19. Оруэлл, Дж. (2025). *1984*. Москва: Блок-Принт.
20. Президент Российской Федерации. (2022, 9 ноября). *Указ № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей»*. <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502?erid=LjN8K8S> (10.08.2025).
21. Сорокин, П.А. (1992). *Человек. Цивилизация. Общество*. Москва: Политиздат.
22. Хагуров, Т.А. (2025). *Девантология — социология и психология зла: монография*. Москва: ИНФРА-М.
23. Хоркхаймер, М., Адорно, Т. (2016). *Культурная индустрия: просвещение как способ обмана масс*. Москва: Ад Маргинем Пресс.
24. Чуковский, К.И. (1948). Полный карман пошлости. *Литературная газета*, (60). <https://electro.nekrasovka.ru/books/6157487/pages/4> (7.09.2025)
25. Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3 (3), 265–299. [https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303\\_03](https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03)
26. Black, G.D., & Koppes, C.R. (1977). What to show the world: The Office of War information and Hollywood, 1942–1945. *The Journal of American History*, 64 (1), 87–105. <https://doi.org/10.7907/k0612-qpk97>
27. Greenwood, D., Ribieras, A., & Clifton, A. (2021). The dark side of antiheroes: Antisocial tendencies and affinity for morally ambiguous characters. *Psychology of Popular Media*, 10 (2), 165–177. <https://doi.org/10.1037/ppm0000334>
28. Janicke, S.H., & Raney, A.A. (2018). Modeling the antihero narrative enjoyment process. *Psychology of Popular Media Culture*, 7 (4), 533–546. <https://doi.org/10.1037/ppm0000152>
29. Jonason, P.K., Webster, G.D., Schmitt, D.P., Li, N.P., & Crysel, L. (2012). The antihero in popular culture: Life history theory and the dark triad personality traits. *Review of General Psychology*, 16 (2), 192–199. <https://doi.org/10.1037/a0027914>
30. Morgan, M., & Shanahan, J. (2010). The state of cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54, 337–355. <https://doi.org/10.1080/08838151003735018>

31. Prusa, I., & Brummer, M. (2022). Myth, fiction and politics in the Age of Antiheroes: A case study of Donald Trump. *Heroism Science*, 7 (1), 1–39. <https://scholarship.richmond.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1046&context=heroism-science>
32. Rogers, E.M. (1997). *A History of communication study: A biographical approach*. New York: The Free Press.
33. Steinberg, L. (2008). A Social neuroscience perspective on adolescent risk-taking. *Developmental Review*, 28 (1), 78–106. <https://doi.org/10.1016/j.dr.2007.08.002>
34. Wertham, F. (1954). *Seduction of the innocent: The influence of comic books on today's youth*. New York: Rinehart & Company.

## REFERENCES

1. Abramenkova, V.V. (2006). *Vo chto igrayut nashi deti? Igrushka i Antigrushka* [What are our children playing with? Toy and Anti-Toy]. Moscow: Yauza, Eksmo, Lepta Kniga. (In Russ.)
2. Abramenkova, V.V. (2008). *Sotsial'naya psikhologiya detstva: Uchebnoe posobie* [Social psychology of childhood: Textbook]. Moscow: PER SE. (In Russ.)
3. Abramenkova, V.V., Elizarov, V.G., Kondratiev, F.V., Kuznetsov, M.N., Ponkin, I.V., Slobodchikov, V.I. (Comp. I.V. Ponkin) (2022). *Mental'naya (kognitivnaya) voyna protiv detey Rossii: Ekspertizy i materialy po yarkim primeram: Sbornik* / [Mental (cognitive) war against the children of Russia: Examinations and materials on vivid examples: Collection]. Moscow: Buki Vedi. (In Russ.)
4. Artamonova, U.Z. (2022). "Popcorn-diplomatiya": rol' amerikanskikh blokbusterov v voprosakh miroportyadka ["Popcorn diplomacy": The role of American blockbusters in world order issues]. *Analiz i Prognoz. Zhurnal IMEMO RAN*, (3), 76–90. (In Russ.) <https://doi.org/10.20542/afij-2022-2-76-90>
5. Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Media Psychology*, 3(3), 265–299. [https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303\\_03](https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03)
6. Black, G. D., & Koppes, C. R. (1977). What to Show the World: The Office of War Information and Hollywood, 1942–1945. *The Journal of American History*, 64(1), 87–105. <https://doi.org/10.7907/k0612-qpk97>
7. Bodriyyar, Zh. (2016). *Dukh terrorizma. Voyny v zalive ne bylo* [The Spirit of Terrorism. The Gulf War Did Not Take Place]. Moscow: RIPOL klassik. (In Russ.)
8. Chukovskiy, K.I. (1948). "Polnyy karman poshlosti" ["A full pocket of vulgarity"]. *Literaturnaya Gazeta*, (60). (7.09.2025) <https://electro.nekrasovka.ru/books/6157487/pages/4> (In Russ.)

9. Greenwood, D., Ribieras, A., & Clifton, A. (2021). The dark side of antiheroes: Antisocial tendencies and affinity for morally ambiguous characters. *Psychology of Popular Media*, 10(2), 165–177. <https://doi.org/10.1037/ppm0000334>
10. Gulevskaya, N.A., & Gulevskiy, A.N. (2024). K voprosu ponimaniya mental'noy voyny [On the understanding of mental warfare]. *Vestnik Kalmytskogo Universiteta*, (1), 134–139. (In Russ.) <https://doi.org/10.53315/1995-0713-2024-61-1-134-139>
11. Hagurov, T.A. (2025). *Deviantologiya—sotsiologiya i psikhologiya zla: monografiya* [Deviantology—sociology and psychology of evil: monograph]. Moscow: INFRA-M. (In Russ.)
12. Horkhaymer, M. & Adorno, T. *Kul'turnaya industriya: prosveshchenie kak sposob obmana mass* / [The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception] (2016). Moscow: Ad Marginem Press. (In Russ.)
13. Janicke, S. H., & Raney, A. A. (2018). Modeling the antihero narrative enjoyment process. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(4), 533–546. <https://doi.org/10.1037/ppm0000152>
14. Jonason, P. K., Webster, G. D., Schmitt, D. P., Li, N. P., & Crysel, L. (2012). The antihero in popular culture: Life history theory and the dark triad personality traits. *Review of General Psychology*, 16(2), 192–199. <https://doi.org/10.1037/a0027914>
15. Kara-Murza, S.G. (2005). *Manipulyatsiya soznaniem* [Manipulation of Consciousness]. Moscow: Eksmo. (In Russ.)
16. Katasonov, V.Yu. (2024). *Tragediya "Faustovoy tsivilizatsii". Razmyshleniya nad knigoy I.Sikorskogo "Nezrimsaya bor'ba"* [The Tragedy of the "Faustian Civilization". Reflections on I. Sikorsky's book "The Invisible Struggle"]. Moscow: Izdatel'skiy dom "Tion". (In Russ.)
17. Kovalev, A.A. (2023). Propaganda kak vedushchiy metod kognitivnoy voyny [Propaganda as a leading method of cognitive warfare]. *Gosudarstvennoe i munitsipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski*, (4), 176–184. (In Russ.) <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2023-1-4-176-184>
18. Kubrak, T.A., & Latynov, V.V. (2019). *Psychology of cinema discourse: Factors of Choice, Perception, Impact*. Moscow: Institute of Psychology of RAS. (In Russ.)
19. Leonova, O.G. (2018). *Dzhozef Nay i "myagkaya sila": popytka novogo prochteniya* [Joseph Nye and "Soft Power": An Attempt at a New Reading]. (15.09.2025) <https://cyberleninka.ru/article/n/dzhozef-nay-i-myagkaya-sila-popytka-novogo-prochteniya> (In Russ.)
20. Makarov, E.B. (2023). *Mental'naya i kognitivnaya voyny: voprosy opredeleniya, tseli i sredstva* [Mental and cognitive warfare: issues of definition, goals and means]. (15.09.2025) <https://www.geopolitika.ru/article/mentalnaya-i-kognitivnaya-voyny-voprosy-opredeleniya-celi-i-sredstva> (In Russ.)

21. Malyshko, Yu.A. (2024). Ideya “kul’turnoy gegemonii” A. Gramsci v rabotakh frankfurtskoy shkoly (M. Horkhaymer, T. Adorno i G. Markuze) [The idea of A. Gramsci’s “cultural hegemony” in the works of the Frankfurt School (M. Horkheimer, T. Adorno and H. Marcuse)]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo*, (7), 76–81. (In Russ.) <https://doi.org/10.24158/pep.2024.7.9>
22. Medushevskiy, A.N. (2023). Kognitivnaya voyna: sotsial’nyy kontrol’, upravlenie soznaniem i instrument global’nogo dominirovaniya. Chast’ 1 [Cognitive warfare: social control, mind control and the instrument of global dominance. Part 1]. *Voprosy teoreticheskoy ekonomiki*, (2), 85–98. (In Russ.) [https://doi.org/10.52342/2587-7666VTE\\_2023\\_2\\_85\\_98](https://doi.org/10.52342/2587-7666VTE_2023_2_85_98)
23. Medvedeva, I.Ya., & Shishova, T.L. (2025). *Deti, kukly i my. Rukovodstvo po kukloterapii* [Children, dolls and us. A guide to doll therapy] (4th ed.). Ryazan: Zerna. (In Russ.)
24. Mikhelson, O.K., & Polyakov, N.S. (2024). *Populyarnaya kul’tura i postsekulyarnaya religioznost’* [Popular culture and post-secular religiosity]. Izd-vo S.-Peterb. un-ta. (In Russ.)
25. Mitta, A. (2007). *Kino mezhdum adom i raem: kino po Eyzenshteynu, Chekhovu, Shekspiru, Kurosawe, Fellini, Khichkoku, Tarkovskomu...* [Cinema between hell and heaven: cinema according to Eisenstein, Chekhov, Shakespeare, Kurosawa, Fellini, Hitchcock, Tarkovsky...]. Moscow: Zebra E. (In Russ.)
26. Morgan, M., & Shanahan, J. (2010). The state of cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54, 337–355. <https://doi.org/10.1080/08838151003735018>
27. Nesmeyanov, E.E. (2024). *Lozh’ i ironiya kak fenomeny sotsial’no-politicheskoy i obydennoy zhizni sovremennogo obshchestva (ocherki)* [Lie and irony as phenomena of the socio-political and everyday life of modern society (essays)]. Rostov-on-Don: Fond nauki i obrazovaniya. (In Russ.)
28. Oruell, Dzh. (2025). *1984: roman* [1984: a novel]. Moscow: Blok-Print. (In Russ.)
29. President of Russia. (2022, November 9). *Ukaz Prezidenta Rossiyskoy Federatsii ot 09.11.2022 №809 “Ob utverzhdenii Osnov gosudarstvennoy politiki po sokhraneniyu i ukrepleniyu traditsionnykh rossiyskikh dukhovno-nravstvennykh tsennostey”* [Decree of the President of the Russian Federation of November 9, 2022, No. 809 “On approval of the fundamentals of state policy for the preservation and strengthening of traditional Russian spiritual and moral values”]. (In Russ.) <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502?erid=LjN8K8S> (10.08.2025).
30. Prusa, I., & Brummer, M. (2022). Myth, fiction and politics in the Age of Antiheroes: A case study of Donald Trump. *Heroism Science*, 7(1), 1–39.
31. Rogers, E. M. (1997). *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. New York: The Free Press.
32. Sorokin, P.A. (1992). *Chelovek. Tsvilizatsiya. Obshchestvo* [Man. Civilization. Society]. Moscow: Politizdat. (In Russ.)

33. Steinberg, L. (2008). A Social Neuroscience Perspective on Adolescent Risk-Taking. *Developmental Review*, 28(1), 78–106. <https://doi.org/10.1016/j.dr.2007.08.002>
34. Wertham, F. (1954). *Seduction of the Innocent. The Influence of Comic Books on Today's Youth*. New York: Rinehart & Company.

#### СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

##### **КОНСТАНТИН АЛЕКСАНДРОВИЧ ЛУКЪЯНЕНКО**

старший преподаватель,  
кафедра православной культуры и теологии,  
Донской государственной технической университет,  
344000, Россия, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1

**ResearcherID: PMS-1803-2026**

**ORCID: 0000-0003-4806-5666**

**e-mail: dakos@inbox.ru**

#### ABOUT THE AUTHOR

##### **KONSTANTIN A. LUKIANENKO**

Senior Lecturer at the Department of Orthodox Culture  
and Theology,

Don State Technical University,  
1, Gagarina Square, Rostov-on-Don 344000, Russia

**ResearcherID: PMS-1803-2026**

**ORCID: 0000-0003-4806-5666**

**e-mail: dakos@inbox.ru**