

Научный руководитель:

Абдулаева Заира Эсенбулатовна

Завуч кафедры, кандидат философских наук, доцент
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный
медицинский университет» МЗ РФ

Рамазанов Арсен Абдулаевич, Студент

ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный
медицинский университет» МЗ РФ

ДЕСТРУКТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ОБЩЕСТВЕННУЮ МОРАЛЬ В КОНТЕКСТЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

Аннотация. Данная статья посвящена анализу влияния социальной среды и информационного пространства на формирование личности, общественных ценностей и морально-нравственных норм. Особое внимание уделено механизмам манипуляции общественным сознанием через СМИ, рекламу и массовую культуру, которые способствуют распространению потребительства, эгоцентризма, асоциально-девиантного поведения и морально-нравственной деградации.

Ключевые слова: Идеологическая пропаганда капитализма, манипуляция общественным сознанием, морально-нравственная деградация, методы и векторы информационного воздействия, культ финансового обогащения и потребительства, культ эгоцентризма и аморально-девиантных отношений.

Человек, по определению, является биосоциальной сущностью, что подтверждается многочисленными исследованиями в области социологии и психологии развития. Формирование личности, особенно в ранние годы, критически зависит от социального взаимодействия и культурного окружения. Речевые навыки, эмоциональный интеллект и базовые социальные компетенции закладываются в процессе социализации и пропущенные этапы развития мозга впоследствии сложно или невозможно компенсировать. Дети, лишенные социального взаимодействия, демонстрируют значительные отклонения в развитии и не достигают полноценной интеграции в общество, что подтверждается исследованиями так называемых «диких детей». Ребенок находится в состоянии полной зависимости от окружающей его среды. Несмотря на наличие субъективных факторов, таких как индивидуальные способности, генетическая предрасположенность и личная воля, каждый индивидуум, в первую очередь, является продуктом своей эпохи и отражает социальные нормы и ценности, преобладающие в обществе. Влияние информационного потока на формирование этих норм и ценностей требует особого внимания в контексте сохранения общественной морали [1].

Многие аспекты существования предопределены и не подлежат индивидуальному выбору, включая лингвистическую среду, социоэкономические параметры и культурные нормы. Индивиды имплицитно усваивают поведенческие модели и характерные черты ближайшего окружения, что подтверждается исследованиями в области социальной когнитивной теории. Независимо от этнической принадлежности, идентификация индивида с социокультурной средой, в которой он формируется, является закономерным явлением. Представитель определенной этнической группы, выросший в ином государстве, демонстрирует культурную и психологическую интеграцию в доминирующую национальную группу данного государства. Это также соответствует концепции аккультурации, где адаптация к новой культуре приводит к изменению исходных культурных характеристик. Данный процесс иллюстрирует значимость окружающей среды в формировании идентичности [2].



Вся совокупность человеческих знаний, охватывающая культурное наследие, традиции, обычаи, творчество, научные достижения и профессиональные компетенции, может быть уподоблена обширной базе данных вычислительной машины. На протяжении документированной истории, управление этой информационной базой неизменно находилось в ведении доминирующего класса. Данный контроль реализуется посредством институтов образования, механизмов цензуры и разнообразных религиозных доктрин. Господствующему классу исторически принадлежала монополия на формирование и трансляцию идеологии. Эта идеология определяет целеполагание и иерархическую структуру общественных отношений, а также распределение материальных благ, созданных трудящимися слоями населения. Философская мысль, характерная для конкретной исторической эпохи, является отражением доминирующей идеологии того времени. Классическими иллюстрациями этой закономерности служат, например, философские взгляды Аристотеля, оправдывающие институт рабства в Древней Греции. Другим примером является средневековая теологическая философия Фомы Аквинского, обосновывающая сословное устройство общества божественным предопределением [3].

На протяжении последних столетий капиталистическая модель доминирует в мировом масштабе, что обуславливает повсеместное распространение и трансляцию ее идеологических установок среди населения планеты. Активно культивируется почитание неприкосновенности частной собственности как фундаментального института, безоговорочное подчинение механизмам финансовой власти и безальтернативность модели наемного труда как основополагающих принципов экономической организации. Ключевым аспектом является концентрация средств массовой информации в руках правящего класса, что обеспечивает эффективный контроль над информационным потоком. Даже в случаях, когда СМИ находятся под управлением государства, их деятельность, как правило, направлена на защиту интересов капитала и поддержание существующего экономического порядка. Практически все средства массовой информации систематически укрепляют капиталистическую идеологию в сознании широких масс, формируя общественное мнение в соответствии с интересами правящей элиты. Критически важным представляется выявление причинно-следственных связей и глубинных целей, стоящих за данным информационным воздействием, с целью анализа его влияния на социально-экономические процессы и общественную структуру [4].

К сожалению, на современном этапе развития общества, деструктивное воздействие средств массовой коммуникации на общественные нормы и моральные устои не получает должного признания в высших эшелонах правящего класса. Дискуссии о СМИ зачастую перерастают в философские споры о «свободе художественного самовыражения». Однако, следует признать, что не существует абсолютно независимых творческих деятелей, стоящих вне социального контекста. В обществе, где доминируют рыночные отношения, представители интеллектуальной элиты неизбежно подвержены влиянию финансовых институтов и крупных инвесторов. Опубликованные работы творческих личностей финансируются доминирующей элитой, что обуславливает предварительный отбор и ограничение свободы самовыражения для широкой аудитории. Аргумент о добровольном потреблении информационного материала не учитывает механизм формирования спроса. Длительное воздействие «материалов определенного содержания» приводит к постепенному изменению эстетических предпочтений населения. Подобные материалы быстро набирают популярность и, как следствие, обеспечивают финансовую выгоду. Таким образом, современные продукты информационной пропаганды, маскируясь под «свободу творчества» и стремясь к рыночной прибыльности, снижают культурный и нравственный уровень населения, уничтожая морально-этические нормы и ценности. Спекуляции о «свободе творческого самовыражения» в действительности касаются свободы владельцев СМИ, позволяющих им безнаказанно манипулировать общественным мнением в целях извлечения прибыли [5].



Не требуется углубленного анализа для констатации деструктивного воздействия «современного псевдотворчества», характеризующегося аморальной девиантностью и непристойной вульгарностью, на когнитивные и эмоциональные процессы индивидуумов. Информационный продукт, продуцируемый подобными источниками, демонстрирует устойчивую тенденцию к увеличению степени бескультурной отвратительности и морально-нравственной деградации. Известные популярные персоны, включая телеведущих и блогеров, мерзопакостно транслируют детали частной интимной жизни широкой многомиллионной аудитории, что способствует размыванию границ между личным и общественным пространством. Учитывая динамику развития индустрии развлечений и стремление к усилению аморальной девиантности, возникает закономерный вопрос о последствиях подобной тенденции. В контексте систематического уничтожения понятий человеческой чести, совести и достоинства, дискуссии о «личной безопасности и свободе самовыражения» представляются несостоятельными. К сожалению, лишь незначительная часть общества осознает масштабы морально-этической деградации и целенаправленного снижения интеллектуального потенциала населения, что, в свою очередь, создает благоприятную почву для манипулирования общественным мнением и распространения деструктивных аморально-девиантных идеологий [6].

Тем не менее, сторонники эгоцентричного индивидуализма, демонстрируя крайнюю степень уверенности, утверждают, что прогрессирующая моральная и этическая деградация общества является проявлением «естественного отбора», подразумевая, что лица, не соответствующие определенным критериям, закономерно подвергаются негативным последствиям. Подобные индивиды, как правило, игнорируют вероятность взаимодействия с деградирующими элементами социума, полагая, что обладают некой формой защиты от их влияния. Они отстаивают идею о неотъемлемом «праве каждого индивида на деградацию», ссылаясь на принципы «свободы выбора». При этом, они предполагают, что индивиды способны самостоятельно идентифицировать ценную информацию среди общего потока дезинформации и негативного материала, что, по сути, равнозначно поиску ценных ресурсов в загрязненной среде. Однако, с объективной точки зрения, следует признать, что формирование сильного, безопасного и процветающего общества невозможно в условиях, когда граждане пренебрегают благополучием окружающих, а также при наличии целенаправленных действий, направленных на снижение уровня образованности и нравственности населения [7].

Деструктивные поведенческие модели, против которых социум обладает резистентностью, проникают в общественное сознание постепенно, посредством поэтапного внедрения. Изначально неприемлемое явление становится объектом непрерывной дискуссии в публичном пространстве. По мере привыкания общественного мнения к присутствию данной темы, осуществляется переход к следующей стадии. На данном этапе, неприемлемое явление, несмотря на свой радикальный характер, уже не считается немислимым, а впоследствии трансформируется в приемлемую норму. Этот процесс, известный как «нормализация девиации», демонстрирует, как повторяющееся воздействие может приводить к изменению восприятия и принятию ранее неприемлемых явлений. Данный механизм находит отражение в концепции «окна Овертона», описывающей постепенное изменение отношения общества к определенной идее. Изначально, идея находится за пределами «окна» и считается неприемлемой. Однако, путем манипуляций с общественным мнением, «окно» можно сдвинуть, постепенно делая ранее неприемлемое приемлемым. Подобная стратегия манипуляции общественным мнением подразумевает последовательное расширение границ допустимого, в результате чего изначально асоциально-девиантные идеи становятся господствующими в обществе. Это подтверждается исследованиями в области социальной психологии, демонстрирующими, что частое повторение информации, даже если она является ложной, способствует ее принятию [8].



В связи в этом следует поэтапно акцентировать внимание на распространенных методах информационного воздействия на общественное сознание, именуемых пропагандой: [9]

1. «Стереотипизация общественного сознания»: частое повторение информации, приводящее к формированию стереотипов и принятию лжи за истину.
2. «Фальшивая дилемма»: предоставление только двух вариантов выбора, один из которых преподносится как предпочтительный.
3. «Двойственный юмор»: использование юмора, который, с одной стороны, снижает эмоциональное напряжение, а с другой – притупляет и снижает восприятие зла и опасности, а также обесценивает моральные ценности.
4. «Пропагандистские клише»: шаблонные фразы, используемые в СМИ и публичных выступлениях для формирования лаконичного и запоминающегося образа событий и их участников.
5. «Гламурная лексика»: использование новой лексики для создания впечатления осведомленности и придания важности или новизны определенным концепциям.
6. «Блистательная неопределенность»: использование эмоционально привлекательных, но неопределенных слов, не несущих конкретного аргумента или анализа.
7. «Ссылка на авторитеты»: Цитирование (часто вне контекста) высказываний авторитетных фигур для поддержки или опровержения определенной позиции.
8. «Игра в простонародность»: убеждение аудитории в том, что говорящий разделяет их интересы и ценности, путем создания имиджа "своего человека", использующего типичный стиль речи целевой аудитории для завоевания доверия.
9. «Ложный перенос»: перенос позитивных или негативных качеств кого-либо или чего-либо на абсолютно сторонний объект или субъект пропаганды.
10. «Навешивание ярлыков»: создание негативного мнения о группах или идеях без анализа фактов путем использования эмоционально окрашенных терминов для вызывания страха или предубеждения.
11. «Антинаучная демагогия»: использование ораторских приемов, вводящих аудиторию в заблуждение с помощью ложных аргументов и логических ошибок.
12. «Большая ложь»: распространение настолько масштабной и невероятной лжи, что люди не могут поверить в возможность такого обмана из-за ее чрезмерности
13. «Фургон с оркестром и неизбежная победа»: призыв присоединиться к группе, чтобы действовать «как все», создавая иллюзию неизбежной победы и укрепляя уверенность уже присоединившихся.
14. «Манипуляция общественным сознанием»: управление поведением больших групп людей путем создания искаженной картины реальности, влияющей на их выбор и решения
15. «Управление общественным сознанием»: изменение мышления и поведения людей помимо их воли с помощью манипулятивных методов

Следует идентифицировать ключевые векторы информационного воздействия, испытываемого индивидуумом в текущей социокультурной среде. Все перечисленные векторы представляют собой критически важные формы информационного давления, оказывающие непосредственное негативное воздействие на психофизиологическое состояние и морально-этические принципы современного человека.

Первый вектор информационного воздействия заключается в продвижении **культуры финансового обогащения и потребительства (консюмеризма)**. Денежные средства позиционируются как доминирующий критерий оценки значимости объектов и явлений, становясь универсальным эквивалентом успешности и могущества. Происходит коммерциализация всех аспектов существования, когда даже нематериальные ценности подвергаются измерению в денежном выражении. Становится очевидным, что данный культ, по сути, представляет собой имплицитную идеологию, доминирующую в современном социуме. Этот феномен находит свое каждодневное отражение в различных формах человеческой деятельности и оказывает существенное воздействие на структуру ценностей и



мотивацию индивидуумов. Финансовый капитал в современных реалиях трансформировался в доминирующий фактор, определяющий жизненные стратегии. Стремление к обогащению становится императивом, обусловленным социально-экономической парадигмой, формирующей потребительское поведение и меркантильно-корыстные псевдоценности. Игровые модели, акцентирующие получение прибыли как конечную цель, активно внедряются в общественное сознание, стимулируя гедонистические устремления. Морально-этические принципы, препятствующие накоплению капитала, подвергаются девальвации, рассматриваясь как рудиментарные пережитки. Эффективным инструментом для подавления внутренних конфликтов, связанных с моральными дилеммами, является наращивание финансовой обеспеченности. Приветствуются и популяризируются стратегии быстрого обогащения, формирующие иллюзию доступности финансового благополучия. Такая тенденция, в свою очередь, способствует укреплению культа потребления и гегемонии финансового капитала в обществе [10].

Медицинские работники, ориентированные на получение прибыли, нередко ставят финансовую выгоду выше оказания качественной медицинской помощи, эксплуатируя пациентов в целях максимизации доходов. Управленцы, нацеленные на повышение эффективности, склонны к сокращению расходов, пренебрегая здоровьем и безопасностью потребителей, что противоречит принципам корпоративной социальной ответственности. Доминирование финансового капитала формирует общество, где успех определяется исключительно материальным благосостоянием, создавая дискриминацию в отношении лиц с ограниченными финансовыми возможностями. Доступность бесплатного образования, являющегося ключевым фактором социальной мобильности и развития человеческого капитала, неуклонно снижается, ограничивая возможности даже для наиболее талантливых индивидуумов. Современная общественная иерархия отводит доминирующие позиции лицам, аккумулирующим капитал посредством спекулятивных операций и коммерческой деятельности, а также деятелям спортивной и артистической сфер. Профессионалы, занятые в сферах созидательного и продуктивного труда, утратили былой социальный статус. Труд в производственной сфере воспринимается как менее престижный и не привлекает внимания широкой общественности. Трансформация индивидуумов в субъектов рыночных отношений, характеризующихся хищническим поведением, является определяющей чертой современной социально-экономической модели. Значительная часть населения не осознает своей зависимости от системы наемного труда, что, согласно теории «управляемого гедонизма», поддерживается путем культивирования стремления к материальному благополучию. Таким образом, поддержание стабильности системы, основанной на наемном труде, достигается путем постоянного стимулирования стремления к материальному обогащению, что отвлекает внимание от фундаментальных проблем социального неравенства [11].

К вышеизложенному следует добавить искусственно создаваемый **культ консюмеризма (потребительства)**. Модели поведения и деструктивные пристрастия внедряются в сознание посредством фундаментальных механизмов человеческой психики: имитации и формирования условных рефлексов. Индивид, следуя примеру, первоначально совершает определенное действие, а затем закрепляет его в виде автоматизированного навыка. Это явление, известное как социальное научение, оказывает значительное влияние на потребительские предпочтения и формирование зависимостей. Специализированные научно-исследовательские учреждения посвящены разработке передовых рекламных методик, обладая глубоким пониманием нарративной структуры и психологических триггеров, определяющих зрительское восприятие. При наличии финансовой заинтересованности, возможно целенаправленное внедрение определенных идеологических концепций в сознание целевой аудитории. Несмотря на отсутствие прямого принуждения к конкретным поведенческим моделям, массированное информационное воздействие оказывает скрытое влияние на формирование потребительских предпочтений, направляя аудиторию в русло, выгодное заказчику рекламной кампании. Подвергшись манипулятивному воздействию рекламной пропаганды, индивидуумы становятся зависимыми от раскрученных товаров и



услуг. Поэтому на сегодняшний день в роли эталонов для подражания выступают публичные фигуры, такие как актеры, артисты эстрады и прочие лидеры мнений. Наблюдается деформация традиционных представлений о здоровом питании, приводящая к потреблению продуктов, не соответствующих физиологическим потребностям организма. Одновременно, фармацевтическая индустрия получает значительную прибыль за счет лечения заболеваний, спровоцированных нездоровым образом жизни [12]

Второй вектор информационного воздействия заключается в продвижении **аморально-девиантного эгоцентризма и вульгарно-пафосного индивидуализма**. В общественное сознание внедряется нарциссические мысли об уникальности и исключительности каждой личности. Приоритет личных интересов ставится выше общественных, культивируется гедонистическая установка на немедленное удовлетворение потребностей и убеждение в собственной заслуженности благ. Эта идеология подкрепляет установку на максимизацию личной выгоды любой ценой, поощряет хищническую конкуренцию, игнорирование интересов других индивидов и пренебрежение общественными нормами и моральными принципами. Формируется системное убеждение о полном отсутствии каких-либо моральных обязательств перед человеком перед обществом. Данная тенденция также находит отражение в концепции «общества спектакля» Ги Дебора, в котором подчёркивается, что подлинные человеческие отношения подменяются имитациями, образами, создавая иллюзию свободы, за которой скрывается манипуляция сознанием. Такая информационная тенденция, согласно исследованиям социальных психологов, ведет к фрагментации общества, росту социального неравенства и атомизации индивидуумов, поскольку акцент на личной выгоде подрывает коллективные ценности и социальную солидарность. Под лозунгом «защиты индивидуальности и прав человека» скрывается тенденция, облегчающая манипулирование разрозненными индивидуумами. Управлять дезинтегрированной массой эгоцентричных личностей проще, чем сплоченным коллективом с сильными социальными связями. Отсутствие солидарности, принципа «один за всех и все за одного», в сочетании с неблагоприятными социально-экономическими условиями, стимулирует эгоистичное мышление, ориентированное исключительно на личную выгоду. Происходит деструкция эмпатии и альтруизма, базовых компонентов социального взаимодействия. Подобная дегуманизация проявляется в циничном отношении к нуждающимся, когда отказ в помощи становится обыденностью, а исключение «проблемных и неудобных» членов общества из системы социальной поддержки воспринимается как допустимая практика. Отсутствие развитой социальной поддержки и механизмов взаимопомощи усугубляет эту тенденцию, делая индивида беззащитным перед лицом трудностей [13].

В обществе повсеместно наблюдается продвижение концепции, где доминирует принцип «человек человеку волк», что способствует формированию агрессивной поведенческой модели, воспринимаемой как норма. Средства массовой информации, включая криминальные репортажи и развлекательные программы, изобилуют сценами насилия. Наблюдается тенденция к демонстрации натуралистичных изображений насилия, включая изображения телесных повреждений. Различные виды развлечений, такие как боевые виды спорта и интерактивные компьютерные игры, где пользователь выступает в роли совершающего насилие, способствуют внедрению агрессивных моделей поведения. Подобная информация, воздействуя на подсознание индивидуума, формирует восприятие агрессии как приемлемой реакции даже в незначительных конфликтных ситуациях. Параллельно с этим происходит увеличение ожиданий агрессивного поведения со стороны окружающих, что влечет за собой рост чувства страха и незащищенности. Данные тенденции коррелируют с увеличением уровня тревожности в обществе, подтверждая взаимосвязь между потреблением материала, содержащего насилие, и восприятием окружающего мира как потенциально опасного [14].

Третий вектор информационного воздействия заключается в продвижении **девиантных аморально-интимных отношений**, эксплуатирующее сильный половой инстинкт, характерный для обывательского сознания. Устранение табу на обсуждение и



визуализацию интимных отношений приводит к уничтожению чувства естественной стыдливости, которое ошибочно интерпретируется как признак отсталости или ханжества. Интимные связи редуцируются до уровня развлечения или досуга, приобретая черты соревновательности или охоты. Удовлетворение плотских желаний позиционируется как наивысшая ценность, что противоречит традиционным моральным нормам, где целомудрие рассматривается как добродетель. Помимо этого, современная общественно-экономическая формация оказывает деструктивное воздействие на межличностные связи, трансформируя их в товарно-денежные отношения. Информационное пространство, доминирующее в социуме, позиционирует мужчину в роли приобретателя, ориентированного на потребление женской привлекательности, в то время как женщина выступает субъектом, осуществляющим управление продажами собственной искусственно преувеличенной аморальности. Данная тенденция проявляется в распространенных психологических техниках манипулирования. Мужчины стремятся к овладению навыками воздействия на женщин с целью получения интимной близости, а женщины, в свою очередь, осваивают приемы манипулирования, мотивированные меркантильно-корыстными интересами. В контексте подобного подхода, институт брака представляется мужчинам как нежелательное явление, требующее избегания, в то время как для женщин брачные отношения трансформируются в коммерческий проект. Семья и дети нередко репрезентируются в информационном пространстве как источник проблем и обременений. Результаты подобной информационной стратегии находят отражение в демографических показателях. Согласно статистике, наблюдается снижение количества заключаемых браков и увеличение числа разводов, что свидетельствует о кризисе института семьи. Кроме того, фиксируется высокая частота аборт и снижение коэффициента рождаемости, что свидетельствует о депопуляции. Помимо этого, сохраняется высокая заболеваемость инфекциями, передающимися половым путем. Отмечается значительное увеличение случаев педофилии, что отражено в статистических данных правоохранительных органов. Информация о насильственных преступлениях, направленных против несовершеннолетних, регулярно появляется в средствах массовой информации, становясь, к большому сожалению, привычным явлением. Однако, общественное сознание недостаточно осознает, что распространенность педофилии и иных аморальных девиаций является следствием деструктивной трансформации культуры, характеризующейся уничтожением моральных устоев и популяризацией информационного материала, имеющего откровенно аморально-похабный характер. Эта псевдокультурная революция, выражающаяся в девальвации традиционных морально-нравственных ценностей, создает благоприятную почву для распространения асоциально-девиантного поведения, в том числе насилия над детьми [15].

В эпоху глобальной информационной открытости, молодое поколение подвергается интенсивному воздействию со стороны массовой псевдокультуры, транслирующей аморальные и девиантные ценности, а также неформально-субкультурные образцы. Возрастные ограничения, адресованные молодежи, зачастую стимулируют интерес к запрещенной информации, провоцируя ее распространение. Данный процесс аморализации проникает даже в сферу детской культуры, включая игрушки и анимационные фильмы, оказывая негативное воздействие на формирование морально-нравственных ценностей подрастающего поколения. В последнее время широко обсуждается вопрос об интеграции полового воспитания в структуру образовательной программы. Однако, согласно эмпирическим исследованиям, обучающиеся, получившие подобное образование, демонстрируют тенденцию к более раннему началу половой активности. Подобная акселерация в сфере половых отношений безусловно оказывает деструктивное воздействие на психосоциальное развитие подростков. Раннее вовлечение в половую активность потенциально лишает индивида возможности полноценного переживания детства и юности, смещая фокус внимания на аспекты, связанные с половой жизнью, что, согласно концепциям гуманистической психологии, препятствует формированию зрелых и глубоких психоэмоциональных связей и обесценивает понятие любви как проявления высокого и многогранного человеческого чувства [16].



Четвертый вектор информационного воздействия заключается в **деструктивной трансформации сознания индивидуума**, проводящего существенную часть времени в виртуальном пространстве социальных сетей и интерактивных компьютерных играх. При этом наблюдается редукция опыта реальной жизни, параллельно с развитием средств коммуникации и сокращением непосредственного межличностного взаимодействия. Специалисты в области психиатрии и психологии указывают на феномен "цифровой деменции", характеризующийся снижением когнитивных функций вследствие чрезмерного использования цифровых технологий. Данный феномен усугубляется массивным воздействием антинаучной и иррациональной информации. Происходит подмена рационального восприятия реальности мистическим, стимулируется поиск «абстрактных форм духовности», однако это не приводит к повышению морально-нравственного уровня общества. Напротив, наблюдается регресс к примитивным, инстинктивным формам поведения, что указывает на потенциальную связь между информационным воздействием и деградацией морально-нравственных ценностей. Истинно-человеческая культура перманентно подвергается деградации под воздействием деструктивной деятельности субкультурно-неформальных организаций и течений, распространяющих аморально-девиантную пропаганду. Лингвистическое разнообразие и аутентичность национальных языков уничтожается через процессы искажения, извращения и деформации. Уникальные культурные особенности и этнонациональная самобытность ускоренно вытесняются и заменяются фальсифицированными и лицемерными конструкциями, что приводит к гомогенизации культурного пространства. Современные кинематографические произведения псевдоисторического жанра зачастую изобилуют нарративами самоуничтожения и фальсификации исторических фактов, что приводит к формированию у зрителей ложных представлений о прошлом. Музыкальные произведения, благодаря эмоционально привлекательной мелодичности и ритмической структуре, обходят критическое восприятие и оказывают подсознательное влияние на аудиторию, погружая человека в состояние одурманивания. Таким образом, социальные сети, телевидение, музыкальная и киноиндустрия все чаще демонстрируют тенденцию к вторичному и некачественному копированию аморально-безнравственных и вульгарно-пафосных образцов, что свидетельствует о кризисе оригинальности и культурной деградации [17].

Пятый вектор информационного воздействия заключается в продвижении **идеи отказа от трезвого образа жизни**. Механизм культивирования самоотравления отличается простотой и особой эффективностью. Методика стимулирования самоинтоксикации базируется на систематическом культивировании позитивных ассоциаций с употреблением одурманивающих веществ, что приводит к искажению восприятия реальности и подмене естественного состояния трезвости в общественном сознании. Самоотравление преподносится как норма, в результате чего у подрастающего поколения формируется ложное представление об алкоголе как о необходимом элементе взрослой жизни. Подобное программирование общественного мнения имеет разрушительные последствия, внося значительный вклад в демографический кризис. Исследования показывают, что значительная доля преступлений совершается в состоянии алкогольного опьянения. Преступность, совершаемая под воздействием психоактивных веществ, перегружает пенитенциарную систему. Коммерческие структуры извлекают огромную прибыль из продажи алкогольной и табачной продукции, получая в свое распоряжение более управляемое и эксплуатируемое население. Лица, не адаптировавшиеся к социально-экономическим условиям, подвергаются процессу самоликвидации, финансируя собственное уничтожение. При этом организаторы данного процесса остаются в рамках правового поля, поскольку алкоголь и табак легализованы. Это процесс представляет собой сложную форму социального паразитизма, при которой у населения отнимаются финансовые ресурсы, здоровье и продолжительность жизни. Значительное снижение когнитивных способностей индивида препятствует критическому осмыслению процессов эксплуатации [18].



В контексте сложившихся социально-экономических реалий и доминирующей информационной среды, возникает закономерный вопрос о формирующемся типе личности. Представляется, что существующая система ориентирована на создание низкоквалифицированного работника, чьи интересы ограничены исключительно финансовой прибылью. Этот индивид характеризуется эгоизмом-индивидуализмом, морально-нравственной деградацией, агрессивным поведением, подверженностью страху и интоксикации. В то же время, востребованность в интеллектуально развитых, образованных, сознательных, морально-нравственных, идейно-принципиальных личностях, способных к созидательной деятельности, снижается. Исторически сложилось, что для эксплуатации и присвоения результатов чужого труда применяются методы обмана, деморализации и отравления сознания. Современная информационная пропаганда эффективно интегрируется в эту модель, способствуя поддержанию требуемого состояния общества. Общество подвергается интенсивной морально-нравственной деградации посредством целенаправленного информационного воздействия и других форм агрессивной обработки сознания. Контролирующие органы демонстрируют терпимость к деятельности организаций и лиц, вовлекающих молодежь в аморальную девиантность, пренебрегая существующими нормативно-правовыми актами, что является характерным признаком диктатуры капитала. В условиях капиталистической системы индивид рассматривается исключительно как источник рабочей силы и средство производства, что свидетельствует о его порабощении. Данная форма эксплуатации будет сохраняться до тех пор, пока широкие слои населения не осознают классовую природу социальных явлений [19].

Социально-экономический базис определяет характер средств массовой информации и их идеологическую направленность, ориентированную на поддержание существующего порядка. Это приводит к формированию общественного мнения, выгодного правящему классу. Неважно, какие благонамеренные речи и декларации о возвеличивании «традиционных морально-нравственных семейных ценностей» произносятся с высоких трибун, важна практическая реализация заявленных принципов. Все заявления о «духовном возрождении» в текущих социально-экономических условиях представляются не более чем лицемерной демагогией или наивным заблуждением. Для достижения высокого уровня общественной морали и нравственности, необходимо обеспечить всестороннее развитие личности, включающее качественное бесплатное образование, физическое развитие и культурное воспитание, а также создание условий для реализации индивидуального потенциала. Без обеспечения указанных условий любые декларации о «моральном прогрессе» теряют свою состоятельность, превращаясь в пустые лозунги, не подкрепленные реальными действиями. Не следует ожидать внезапного подъема в производстве морально-ориентированных произведений искусства, будь то кино, литература или музыка, направленных на развитие позитивных качеств личности и повышение культурного уровня населения. Подобная тенденция может потенциально привести к росту образованности населения, что, в свою очередь, может выявить системные недостатки и социальную несправедливость существующей общественно-экономической формации. Образованное и морально-нравственно зрелое население, вероятно, станет инициатором перемен, стремясь к устранению угнетения и несправедливости. Во избежание подобного сценария, вероятно, будет продолжена стратегия снижения интеллектуального уровня населения, его дезинформации и манипулирования сознанием. Следствием станет дальнейшая деградация населения, отвлечение внимания от ключевых проблем, усиление депрофессионализации во всех секторах экономики и приближение общественно-экономической формации к очередному краху, что подтверждается историческими моделями циклических кризисов [20].

Список литературы:

1. Выготский Л.С. «Мышление и речь: психологические исследования» 1934
2. Бандура А. «Социальные основы мысли и действия: социальная когнитивная теория»

1986



3. Грамши А. «Тюремные тетради. Т. 3», 1959
4. Альтюссер Л. «Идеология и идеологические аппараты государства» 1970
5. Маркузе Г. «Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества» 1964
6. Адорно Т., Хоркхаймер М. «Диалектика просвещения. Философские фрагменты», глава «Культуриндустрия. Просвещение как обман масс» 1947
7. Энгельс Ф. «Анти-Дюринг» 1877
8. Овертон Д. «Окно Овертона»
9. Бернейс Э. «Пропаганда» 1928
10. Веблен Т. «Теория праздного класса». 1899
11. Харви Д. «Краткая история неоллиберализма» 2007
12. Бодрийяра Ж. «Общество потребления: его мифы и структуры» 1970
13. Лэш К. «Культура нарциссизма» 1979
14. Лоренц К. «Агрессия, или так называемое зло» 1963
15. Постман Н. «Развлекаемся до смерти: общественный дискурс в эпоху шоу-бизнеса» 1985
16. Постман Н. «Исчезновение детства» 1994
17. Бридл Д. «Новый темный век: Технологии и конец будущего» 2018
18. Хаксли О. «О дивный новый мир» 1932
19. Маркс К. «Капитал. Критика политической экономии» 1867
20. Маркс К., Энгельс Ф. «Немецкая идеология» 1846

