

На правах рукописи



Суслов Иван Владимирович

Реидеологизация цифрового общества

5.7.7. Социальная и политическая философия

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени доктора философских наук

Саратов
2025

Работа выполнена в ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия»

Научный консультант доктор философских наук, профессор Тихонова Софья Владимировна

Официальные оппоненты:

Некита Андрей Григорьевич, доктор философских наук, профессор, ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого», профессор кафедры философии и социологии;

Храпов Сергей Александрович, доктор философских наук, доцент, ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет имени В.Н. Татищева», профессор кафедры философии, культурологии и социологии;

Шиповалова Лада Владимировна, доктор философских наук, доцент, АНОО ВО «Европейский университет в Санкт-Петербурге», директор, профессор Центра практической философии «Стасис».

Ведущая организация: ФГБУН «Институт философии Российской академии наук».

Защита состоится «30» января 2026 г. в 13.00 ч. на заседании диссертационного совета 24.2.392.04 на базе ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» по адресу: 410012, Россия, Саратов, ул. Астраханская, 83, корп. XI, ауд. 515.

С диссертацией можно ознакомиться в Зональной научной библиотеке ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» и на сайте университета: <https://www.sgu.ru/research/dissertation-council/24-2-392-04/reideologizaciya-cifrovogo-obschestva>

Автореферат разослан «__» _____ 2025 года

Ученый секретарь
диссертационного совета

Малкина Светлана Михайловна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Современная эпоха характеризуется кардинальными социально-политическими и технологическими изменениями, обусловленными процессами цифровизации и деглобализации, что создает качественно новые условия для функционирования и трансформации идеологии.

Переход к цифровому обществу создает новые каналы распространения идеологических посланий, меняя структуру производства и потребления смыслов. Формирование и продвижение идеологии все чаще происходит в децентрализованных сетевых структурах, где традиционные акторы – государства и политические партии – теряют монополию на контроль над информацией. Революция в коммуникативных технологиях, связанная с процессами цифровизации, приводит к возникновению экранной культуры, в контексте которой идеологические коды, послания приобретают визуальные формы.

Протекающая в настоящий момент деглобализация, фрагментирующая мировое экономическое и социокультурное пространство, создает предпосылки для возникновения новых идеологических проектов. В условиях распада глобальных экономических связей и культурного униформизма начинают формироваться макрорегионы, в каждом из которых должны быть выработаны собственные идеологические стратегии, направленные на поддержку культурно-идеологического суверенитета и легитимирующие собственно процессы деглобализации.

Философский анализ идеологических процессов становится необходимым для понимания новых механизмов воздействия на массовое сознание и формирования политических идентичностей. Молодежь, являясь основной аудиторией и активным участником сетевых платформ, приобретает статус субъекта актуализации политических смыслов, что требует исследование особенностей их вовлечения в идеологические дискуссии. В условиях цифровизации повышается роль творческой элиты, моделирующей идеализированные формы взаимодействия между обществом и властью, превращая культуру в инструмент политической социализации молодых поколений.

Современные общества в условиях заката глобализационного проекта, политических кризисов, геополитических конфликтов и культурной неопределенности демонстрируют растущую потребность в переосмыслении структурирующих человеческую жизнь ценностей и смыслов, что объясняет феномен актуализации вопросов идеологии в публичном дискурсе или другими словами реидеологизации.

Дискуссии, связанные с выработкой новой идеологии, разворачиваются и в современной России, политическое руководство которой стремится к организации на постсоветском пространстве независимого и самобытного макрорегиона, обладающего политико-культурным суверенитетом и экономической автаркией.

Необходимость деидеологизации общественной жизни, официально утвержденная в Конституции 1993 года, доминировала в российском научном и публичном дискурсе в течение первого постсоветского десятилетия. Однако в начале XXI века происходит постепенное укрепление позиций сторонников реидеологизации социально-политического и культурного пространства России.

А.В. Рубцов отмечает, что идеологический уклон в сторону осторожной идеократии произошел в 2010-2011 годы. Прогрессивный модернизм быстро уступил место традиционализму, с акцентом на уникальную духовность и моральные ценности. Изменился и язык идеологии: такие понятия как модернизация, инновация, экономика знаний, человеческий капитал были заменены духовностью, традициями, скрепами, идентичностью и культурными кодами.

Изменение в классификации научных специальностей в России, связанное с введением новой категории «Социальная и политическая философия», отражает усиление статуса политической философии как самостоятельной и значимой области исследований. Этот шаг свидетельствует о признании необходимости комплексного анализа политико-идеологических процессов с учетом их философских оснований и социальной динамики.

Реидеологизация современного социально-политического пространства актуализирует задачу философского переосмысления роли и сущности идеологии в условиях цифровизации и глобальных изменений, без которого невозможно решить политическую задачу, включающую разработку эффективных идеологических стратегий, способных помочь социуму и конкретному человеку ответить на текущие вызовы современности.

Таким образом, научная актуальность изучения феномена реидеологизации обусловлена:

1. усилением влияния цифровых технологий на политическую коммуникацию, актуализирующего необходимость философского осмысления механизмов адаптации идеологии к новой социо-технической реальности;
2. растущей важностью изучения идеологических процессов в условиях глобальных и региональных конфликтов, сопровождаемых процессами деглобализации;
3. эволюцией форм реактуализации идеологических кодов публичного дискурса в медиа пространстве.

Исследование процессов реидеологизации требует определения факторов, логики, субъектов, технологий и ключевых трендов современной трансформации идеологических систем в цифровом пространстве, а также предложения концептуальных подходов к их осмыслению.

Степень научной разработанности проблемы. Попытки дать однозначное определение понятию «идеология» в философской науке до сих пор являются безуспешными, а многочисленные дебаты лишь усложняют его понимание. Вдобавок, ни одна из дисциплин — политология, история, социология или философия — не обладает монополией на изучение феномена идеологии, что затрудняет его концептуализацию.

Систематизация знаний и онтологическое осмысление идеологии предпринимались в разные исторические периоды развития философской мысли. Впервые термин «идеология» был введен в начале XIX века французским философом Дестютом де Траси, охарактеризовавшим его как науку о создании, выражении и распространении идей. Долгое время термин «идеология» использовался в двух значениях: как наука об идеях и как догматическая, оторванная от реальности теория. В качестве самостоятельной науки идеология так и не оформилась, однако, представление о ней как о ложном знании, требующем разоблачения, стало преобладающим в социально-философских теориях XIX века.

В марксизме идеология трактуется как форма ложного сознания, отражающая интересы определенного класса, но выдающая их за универсальную истину. Идеология как инструмент манипуляции со стороны господствующего класса имеет экономическое основание. Согласно историческому материализму, общественное бытие определяет общественное сознание, а идеология, являясь его формой, не только отражает, но и изменяет социальную реальность.

В.И. Ленин дополнил марксистское понимание идеологии, введя концепцию «научной идеологии», под которой понимал марксизм как объективно верное учение. В советской философии этот тезис стал основополагающим: марксистско-ленинская идеология провозглашалась единственно научной, а все другие идеологические течения объявлялись иллюзорными социальными мифологиями, враждебными коммунистической доктрине, что нашло отражение в работах таких исследователей, как Н.Б. Биккенин, А.К. Уледов, Т.И. Ойзерман, В.Ж. Келле, М.В. Яковлев.

К. Манхейм утверждал, что идеология — это продукт мышления правящих элит, тогда как утопия исходит от угнетенных социальных групп и способна стать господствующей. Идеология перестала ограничиваться партийной пропагандой, а пронизывает информационное пространство и деятельность социальных институтов, что формирует массовое сознание, определяя восприятие заданных социальных ролей и общественных отношений как «естественных». А. Грамши описывал этот процесс через концепцию «культурной гегемонии», Франкфуртская школа — как «культурную индустрию», а Л. Альтюссер — как «идеологические аппараты государства». Концепция ложного сознания получила дальнейшее развитие в концепции Г. Маркузе, рассматривавшего идеологию как рациональный механизм отчуждения, при этом её иллюзорность коренилась в самой социальной действительности.

Однако в социальном познании наметились и следующие альтернативные парадигмы, которые косвенно были связаны с концептом «коллективных/социальных представлений» Э. Дюркгейма и С. Московичи. Т. Парсонс акцентировал внимание на функциональной роли идеологии, определяя её как систему ценностей, обеспечивающую когнитивную ориентацию и социальную интеграцию. У. Матц видел в идеологии механизм регулирования политических отношений, а К. Гирц анализировал её как

культурную модель, структурирующую социальные процессы через символические корреляции.

В середине XX века концепции гиперидеологизации Франкфуртской школы была противопоставлена теория деидеологизации (Р. Арон, Д. Белл, С. Липсет), согласно которой в демократических обществах роль идеологий снижается. Однако уже через несколько десятилетий те же авторы разработали теорию реидеологизации, отмечая новый виток идеологического противостояния в мире.

В конце XX века в политической философии идеология продолжает оставаться объектом изучения (Р. Будон, Т. Иглтон, М. Фриден). Исследования сосредоточены на эволюционной динамике идеологии (А.И. Соловьев) и функционировании в нормативно-символических системах (Дж. Шварцмантель). В рамках фрейдомарксизма С. Жижек трактует идеологию как нечто интимное и спонтанное, пронизывающее повседневное восприятие реальности.

В России в первые годы после распада Советского Союза термин «идеология» также стал восприниматься как устаревший и утратил популярность как в академической среде, так и в общественно-политическом дискурсе. За исключением отдельных исследователей (А. Зиновьев, Ю. Волков, А. Панарин, Н. Козин), большинство отечественных ученых и политиков сознательно избегало не только самого термина, но и связанных с ним концепций, особенно в публичных выступлениях.

Кроме того, ведутся исследования роли идеологии в современном мире и обсуждаются перспективы формирования новой российской идеологической концепции. К числу авторов, занимающихся этими вопросами, относятся Б.С. Славин, В.Н. Кузнецов, А.И. Демидов, В.С. Мартынов, Л.Г. Фишман, С.В. Тихонова, А.Г. Дугин.

Сегодня наиболее актуальным направлением является рассмотрение идеологии через призму возможностей господствующих институтов воспроизводить систему культурных ценностей, понятий и символов, легитимирующих существующий социальный порядок (С. Холл, А. Гоулднер). Важную роль в изучении идеологических процессов играют герменевтические и социосемантические подходы (Ю. Хабермас, Дж. Б. Томпсон, Т. Ван Дейк), позволяющие подчеркнуть, что идеология проявляется в культуре, языке и коммуникационных практиках (А.Р. Тузиков, К.С. Гаджиев, А.В. Жукоцкая, И.Д. Невважай). Значительное внимание уделяется изучению мифологической составляющей идеологии. Среди авторов, занимающихся данной проблематикой, можно отметить А.Г. Иванова, Г.И. Мусихина, А.Н. Кольева и С.В. Тихонову, анализирующих присутствие мифологических элементов в структуре идеологии, а также процесс рационализации мифологии в рамках идеологических конструкций. О.Ю. Малинова, В.Г. Скочилова изучают символические аспекты идеологических конструкций.

Стремительная цифровизация общественных отношений актуализирует рассмотрение таких феноменов как идеология и медиакратия в публичном интернет-пространстве (Е.О. Сониная, М.М. Назаров, А.А. Трунов, С.В.

Тихонова, Д.А. Давыдов). Трансформация информационного пространства детерминирует переход общественного мнения в состояние «постправды», что в свою очередь влияет на представления о будущем (С.И. Мозжилин, А.В. Рязанов) и прошлом (Д.С. Артамонов, С.В. Тихонова), активно формирующихся в виртуальном медиапространстве (Е.Н. Шапинская, Г.И. Зверева, А.П. Романова, М.М. Федорова), в котором происходит модернизация социально-культурной сферы под влиянием технологического прогресса в современных коммуникационных процессах, детерминирующего формирование нового цифрового общества, исследуется Е.В. Листвиной, М.О. Орловым, С.А. Даниловым.

Философская проблематика цифровизации, связанная с системно-коммуникативным измерением общества и трансформацией онтологических оснований современности, раскрывается в трудах А.Ю. Антоновского. Е.О. Труфанова трактует цифровое общество как пространство, в котором радикально изменяются формы идентичности, коммуникации и субъектности.

Культурно-идеологический анализ современности проводится в работах А.В. Павлова, С.А. Либермана, Н.Б. Афанасова, А.Г. Некиты и С.А. Маленко, показывающих, как визуальные коды массовой культуры становятся инструментами идеологического воздействия. Общий исследовательский горизонт в анализе массовой культуры состоит в выявлении скрытых форм идеологизации, конструирующих представления о власти, субъективности, будущем, не прибегая к прямой политической пропаганде.

Политико-идеологические и социально-философские аспекты цифровизации раскрываются в исследованиях С.А. Храпова, О.Ф. Русаковой, Л.Г. Фишмана, М.В. Яковлева, К.Ю. Аласании и Е.Н. Моцелкова, анализирующих современные технологии политической мобилизации, управления массовым сознанием и конструирования национальной идентичности. Особое внимание уделяется проблеме цифрового авторитаризма, трансформации ценностного ядра общества и политики памяти в условиях цифровой эпохи.

В современной российской социальной философии продолжается рассмотрение идеологии в канве бытийных процессов. Здесь представления об идеологии также весьма неоднородны. В онтологическом срезе идеологию либо буквально возводят в ранг доминирующей силы общественного развития, либо вовсе отрицают ее (А.А. Кара-мурза, П.С. Гуревич). В гносеологическом подходе чаще всего наблюдается политизация этого феномена духовной жизни (Ю.М. Резник), и, как следствие, утилитарно-прагматичное моделирование идеологической сферы бытия. Идеология чаще всего понимается как сугубо конъюнктурное образование и обрастает множеством стереотипов, штампов, что сводит ее к средству манипулирования сознанием человека (Э.Ю. Соловьев, В.М. Межуев, А.А. Гусейнов).

Анализ степени разработанности темы и совокупности связанных с ней проблемных вопросов позволяет сделать вывод о том, что проблемы политико-идеологической эволюции общественных систем косвенно обозначались в различных исследованиях. Однако в настоящее время существует

необходимость концептуализации в едином исследовательском поле социально-философских и методологических оснований процессов реидеологизации в современном цифровом пространстве.

Несмотря на накопленный аналитический материал, сохраняется ряд концептуальных пробелов. Не хватает системного осмысления взаимосвязи онтологических, культурных и политико-управленческих измерений, анализа динамики формирования новых идеологий и их интеграции в социальные структуры цифрового общества, а также философского рассмотрения ценностного содержания цифровой идеологии, что актуализирует необходимость выявления внутренних закономерностей цифровой идеологической трансформации, определение влияния цифровой среды на структуру субъектности, медиапрактики и социально-политическое пространство современного общества, а также сформировать системное понимание темпоральной, культурной и технологической динамики реидеологизации.

Объект исследования – реидеологизация как социально-политический процесс, обусловленный переходом к цифровому обществу.

Предмет исследования – особенности, механизмы и последствия реидеологизации политико-ориентированных коммуникаций и медиапрактик цифрового общества.

Целью исследования является выявление субъектов, форм и технологий реидеологизации в условиях цифровой трансформации современного социально-политического пространства.

Для достижения поставленной цели предполагается решение следующих **задач**:

- выявить методологические возможности социально-философского подхода к анализу процессов реидеологизации в современном социально-политическом пространстве.
- охарактеризовать реидеологизацию как процесс адаптации идеологических систем к социально-культурным и технологическим изменениям, раскрыв и интерпретировав ее существенные признаки и факторы.
- обосновать цифровую идеологию как самостоятельный концепт современной социальной и политической философии.
- объяснить роль медиаактивности политиков как фактора легитимации и делегитимации, адаптации и актуализации идеологических смыслов в общественно-публичные дискурсы.
- концептуализировать цифровой субъект реидеологизации, опираясь на социально-философские концепции сетевого общества, фиджитал-реальности, алгоритмической идентичности.
- обозначить способы, факторы формирования и трансляции идеологических кодов через художественные и медийные практики творческой элиты цифрового общества.
- проблематизировать визуализацию как технологию идеологического воздействия в ситуации перехода от прямой пропаганды к постмодернистской игре с идеологическими кодами современности.

- определить актуальные темпоральные режимы конструирования смыслов в условиях современного кризиса проектной функции идеологии и утраты будущего как конструкта, а также тренда на реполитизацию прошлого.
- выявить результаты и факторы идеологической метафоризации посредством интеграции в политико-коммуникативное пространство фантастических визуальных нарративов.
- выделить и оценить противоречия, риски и перспективы формирования и продвижения государственной идеологии в современной России в условиях фрагментированного массового сознания.
- реконструировать механизмы инструментализации советской ностальгии в медиапространстве социально-эпистемических арен современных российских идеологических дискуссий.
- выявить основополагающие факторы идеологической социализации молодежи в современной цифровой среде.

Методология и методы диссертационного исследования представлены совокупностью общих принципов и установок философско-методологического анализа, адаптированных для достижения поставленной цели. В процессе диссертационного исследования применялся комплекс формально-логических методов общенаучной группы, включающий анализ, синтез, индукцию, дедукцию и абстрагирование, позволяющие выявить внутренние связи и отношения между исследуемыми объектами, а также определить их роль и способы интеграции в социальную реальность, уточняя характер их функциональной реализации в рамках процессов реидеологизации.

Исследование основано на синтезе методологических стратегий классической, неклассической и постнеклассической рациональности, что обеспечило целостный анализ реидеологизации в широком историко-социокультурном контексте. В качестве методологического вектора выбрана научная рациональность, позволяющая интегрировать субъект-объектный, субъект-субъектный и объект-объектный подходы в исследовании особенностей коммуникационных процессов цифровой эпохи.

Формирование методологии было связано с калибровкой социальной философии, предполагающей инструментализацию социальных категорий для анализа непосредственных феноменов социального бытия. Конструирование социально-философского метода предполагает модификацию коммуникационного метода для исследования процессов реидеологизации, в рамках которого общество интерпретируется как динамическая структура, воспроизводящаяся через процессы социальной коммуникации. Индивиды в цифровом обществе конструируют социальную реальность и наделяют её смыслом посредством медиатизированных коммуникативных практик (М. Маклюэн, Ю. Хабермас, С.В. Тихонова).

Теория сетевых структур и актантов (М. Кастельс, Б. Латур) позволяет рассмотреть цифровую среду как пространство гибких, децентрализованных взаимодействий, в котором распространяются и трансформируются идеологические смыслы, что предполагает анализ формирования новых форм идеологической коммуникации и их влияния на восприятие политических

процессов. В ситуации становления сетевого общества происходит переход идеологических структур в распределенное состояние полицентричности. Субъектами, производящими идеологию оказываются государственные институты, цифровые платформы, медиа-корпорации и сами пользователи.

Методологическая основа работы базируется на принципах критической теории (Т. Адорно, М. Хоркхаймера, Ю. Хабермаса, Г. Маркузе), определяющих идеологию как механизм господства и контроля, что позволяет анализировать цифровые платформы, алгоритмы и медиатехнологии как идеологические аппараты (Л. Альтюссер), транслирующие смыслы и формирующие паттерны восприятия идеологизированного контента. Использование в диссертационном исследовании концепции постидеологического общества (Ф. Фукуяма, С. Жижек, П. Слотердайк) указывает на кризис традиционных идеологических макронаративов, уступающих место гибридным идеологическим формам, подразумевающим, что аудитория, осознавая манипулятивную природу идеологических процессов, продолжает в них вовлекаться.

В диссертационном исследовании идеология рассматривается не как статичная система взглядов, а в постструктуралистской традиции (Ж. Бодрийяр) как подвижная и фрагментированная структура, претерпевающая постоянные модификации в условиях цифровой среды. Идеологические конструкции (превращаясь в симулякры) теряют свою референциальную привязку и начинают функционировать в режиме самореференции, что проявляется в феномене цифровых мифологем, конструирующих политическую реальность.

Пространственный подход, опирающийся на концепцию пространственного характера социального бытия, применяется для анализа культурных практик конструирования идеологических установок в социокультурном контексте (П. Бурдьё, Э. Гидденс, В.П. Рожков, В.Б. Устьянцев, Д. Харви, А. Аппадурай). Концепции культурных нарративов и политического мифотворчества (Р. Жирар, К. Гирц, Э. Лакло), бытующих в социальном пространстве, применяются к исследованию механизмов идеологической репрезентации в цифровой медиа среде.

Научная новизна диссертационного исследования может быть выражена следующими положениями:

1. Впервые апробировано направление комплексного социально-философского анализа процессов реидеологизации цифрового общества. Интеграция дискурсов классической социальной философии (Маркса, Маннгейма, Альтюссера) с медиатеориями (Маклюэна, Бодрийяра) позволила обосновать, что не рациональные концепты, а визуальные коды и символы, способные к быстрой мобилизации коллективного сознания, становятся основным форматом выражения идеологии в основанном на механизмах симуляции и гиперреальности цифровом обществе.

2. Доказано, что в процессе реидеологизации происходит адаптация системы идеологического воздействия на массовое сознание к технологическим инновациям изменяющим условиям общественно-политической жизни.

Показано, что развитие коммуникационных технологий изменяет формы распространения идеологического контента, переопределяя природу и значимость идеологии в политических процессах.

3. Проведена систематизация различных исследовательских подходов к определению концепта цифровая идеология. Предложена авторская концепция «гибридной цифровой идеологии», являющейся результатом постоянной пересборки и адаптации идеологических нарративов в связи с цифровизацией коммуникационных процессов.

4. Проанализирован процесс возвращения идеологических смыслов в общественную повестку через медиаактивность политиков в цифровой среде, которая одновременно способствует кризису официальных идеологических макронарративов. Доказано, что феномен «гражданской бдительности» граждан, связанный с контролем этических стандартов публичной массовой коммуникации, является фактором усиления процессов реидеологизации российского политического пространства.

5. Произведена интерпретация цифрового субъекта реидеологизации как производного от алгоритмической логики и сетевой онтологии, отличного от автономного и рационального агента коммуникации; продемонстрирован механизм производства идеологических нарративов в рамках цифровых платформ, наделённых элементами машинного агентства.

6. Охарактеризованы стратегии идеологической артикуляции творческой элиты, выступающей в роли ключевого агента формирования и трансляции идеологических кодов в условиях становления цифрового общества. Показано, что цифровизация публичного пространства размывает границы между частным и публичным, способствуя превращению представителей творческой элиты в производителей новых идеологических смыслов и субъектов политической мобилизации.

7. Визуализация впервые определена как ключевая стратегия формирования идеологических нарративов, определяющая актуальную форму реидеологизации цифрового общества. Проблематизирована концепция идеологического влияния визуальных нарративов в условиях массового распространения сатирических, пародийных и гротескных образов власти. Исследована роль визуализации в формировании «просвещённого ложного сознания» (П. Слотердайк) в эпоху постидеологии.

8. Впервые апробируется темпоральный подход к изучению идеологии в цифровую эпоху, рассматривающий перераспределение временных акцентов — от проектности будущего к сакрализации прошлого в контексте процессов реидеологизации; уточняется процедура темпоральной реконфигурации современных идеологических проектов.

9. Выявлены социокультурные факторы, влияющие на мифологизацию массового сознания в условиях цифровизации. Проанализирована роль фантастических персонажей как инструментов идеологического кодирования и репрезентации современных политических конфликтов. Установлена специфика использования идей мультикультурализма, социальной справедливости и политкорректности в

фантастических произведениях.

10. Впервые систематизированы философские подходы к пониманию реидеологизации в постсоветской России. Охарактеризован процесс перехода постсоветской России 2010–2020-х годов от состояния деидеологизации к поиску эффективной идеологической модели. Введено различие доктринальных и ценностных идеологий сосуществующих в цифровом обществе.

11. Обозначены ключевые стратегии реконструкции образа советского прошлого в цифровом обществе и их влияние на формирование идеологических нарративов. Показано, что советская ностальгия, балансируя в российском цифровом пространстве между мифологизацией и критическим осмыслением прошлого, является ключевым фактором реидеологизации. Предложена методология исследования реидеологизации в цифровую эпоху, учитывающая интеграцию количественных и качественных методов, а также потенциал цифровой гуманитаристики для анализа больших объемов данных.

12. Выявлена трансформация молодежи от пассивного потребителя идеологического контента к ситуативному участнику политико-коммуникационных процессов, что подрывает традиционные иерархические модели политической социализации. Обоснована связь между аллократией и формированием политической инфантильности, а также ситуативности и идеологической фрагментированности молодежного сознания, что демонстрирует структурное влияние цифровых коммуникаций на процесс реидеологизации молодежи.

Положения, выносимые на защиту:

1. В рамках методологических поворотов (интрепретитивного, визуального и коммуникативного), совершенных в XX веке в социально-философском познании, были открыты теоретические ресурсы, позволяющие исследовать процессы реидеологизации общественно-политического пространства в эпоху кризиса больших идеологических проектов модерна. В современных условиях становления цифрового общества реидеологизация происходит преимущественно в визуально-символических формах, обеспечивающих в процессе политических коммуникаций устойчивый обмен идеологическими смыслами между элитами и массами. Идеология в условиях цифровизации является неотъемлемой частью визуального дискурса: идеологическое воздействие в цифровом обществе осуществляется через эмоционально-узнаваемые образы, а не через имплицитно обладающие аналитической глубиной текстовые сообщения. Семиотический анализ становится ключевым инструментом философской критики идеологического воздействия в эпоху цифровых медиа.

2. Процессы адаптации идеологических систем к изменениям в коммуникационных технологиях прослеживаются на разных этапах цивилизационного развития: от Галактики Гуттенберга и массовой печати до цифрового общества. Распространение грамотности и аудиовизуальных медиа в конце XIX века привело к проникновению в массовое сознание идеологических концепций, ранее доступных только элите, что обусловило укрепление

классических идеологий (либерализма, консерватизма, социализма). Переход общества на цифровой этап развития, сопровождающийся переформатированием коммуникационных стратегий взаимодействия власти и общества, приводит к трансформации идеологии в сторону большей интерактивности, демократичности (доступности) и фрагментированности. Технологический прогресс в сфере коммуникаций, обеспечив массовый доступ к сложным идеологическим концептам в упрощённо-визуальной, символическо-мифологической или меметической форме, является основным фактором современной реидеологизации, актуализированной кризисом классических идеологий, экзистенциальной неуверенностью массового сознания, а также процессами (де)глобализации и геополитическими конфликтами.

3. Цифровая идеология является самостоятельным этапом в развитии идеологий, сменившим виртуальную идеологию эпохи киберкультуры. Понятие «цифровая идеология» следует рассматривать в двояком смысле: как официальная доктрина цифровизации и как совокупность сетевых субидеологий, возникающих как результат сочетания алгоритмического управления интернет-пространства с массовой анархической генерацией смыслов. В формирующейся «динамической идеологической среде» производство идеологических смыслов становится полицентричным, сетевым, мультимодальным и высоко-интерактивным. Современные цифровые платформы, с одной стороны, навязывают идеологические смыслы, с другой стороны, создают условия для их децентрализованного формирования массовыми пользователями, что приводит к радикальному изменению субъектности в идеологических процессах. Под влиянием перехода коммуникаций в цифровой формат переопределяется позиция субъекта и объекта реидеологизации. Развитие искусственного интеллекта и алгоритмических систем управления информацией приводит к тому, что идеология перестаёт быть исключительно продуктом человеческого творчества, а становится гибридным феноменом, формируемым на пересечении человеческого и машинного мышления.

4. Субъекты реидеологизации цифрового общества комбинируют телеологическую субъектность политического актора и спонтанную субъектность актанта, приобретающего статус актора в контексте его вовлечения в идеологические коммуникации. Адаптация и трансформация идеологических макронаративов в медиаповестке, рутинизирующая и интегрирующая идеологические смыслы в повседневные коммуникативные практики, могут быть определены как форматы реидеологизации цифрового общества. Политики, выступая активными участниками медиапространства, играют роль трансляторов идеологических смыслов. Публичная медиаактивность либо усиливает доверие к государственным идеологическим установкам, либо способствует их кризису и формированию общественного недоверия. Внедрение цифровых технологий в политическую коммуникацию приводит к появлению общественной (гражданской) «цифровой бдительности», усиливающей динамику идеологического контроля российского социально-политического пространства. Этические провалы политических элит в

публичных коммуникациях способствуют изменению идеологической повестки, актуализируя запрос на справедливость и социальную ответственность. Политики как традиционный субъект, производящий идеологический контент, предоставляют массам/общественности (традиционно являющимся объектом идеологического просвещения) смыслы, обсуждение которых в медиапространстве усиливает процессы реидеологизации, производя очевидно незапланированные идеологические эффекты.

5. Цифровой субъект реидеологизации формируется в условиях существования децентрализованных сетей, алгоритмических систем и фиджитал-реальности, стирающих онтологическую чёткость границы между онлайн и офлайн. Переход к фиджитал-реальности означает технологическое сращение онлайн и офлайн-режимов, с последующей трансформацией социальной реальности, в которой традиционный субъект (человек, интернет-пользователь) переводится в состояние объекта наблюдения, предсказания и управления. Алгоритмы персонализации, рекомендации и таргетирования становятся ключевыми механизмами формирования алгоритмической идентичности — формы субъективности, не поддающейся анализу в терминах, предлагающихся классическими теориями идеологии. Цифровые платформы, функционируя в рамках медиатехнологического поля, выступают в роли новых агентов идеологического производства, обладающих способностью изменять политико-идеологические установки пользователя без его явного согласия или осознания. Идеология в цифровую эпоху перестает использовать дискурсивную форму вербальных аргументов и превращается в инфраструктурную практику управления вниманием интернет-пользователей, встроенную в логику кода, интерфейса и алгоритма. Возникают такие риски скрытой идеологизации через технологические интерфейсы как монополизация информационных потоков, фильтрация альтернативных взглядов, фрагментация публичной сферы и эрозия этической рефлексии.

6. Творческая элита благодаря своим профессиональным навыкам в области символического производства влияет на формирование и трансляцию идеологических кодов в обществе и претендует на роль ключевого субъекта реидеологизации цифрового общества. Цифровизация, превращая социальные сети, видеоблоги в новые каналы распространения идеологических смыслов, изменяет формы и степень идеологической артикуляции творческой элиты, повышая ее значимость в пространстве публичного политического дискурса. Представители творческой элиты, традиционно формулировавшие идеологические высказывания в художественных произведениях или во время офлайн-акций, с развитием медиапространства оказываются под давлением ожиданий цифрового коллективного объекта (поклонников, подписчиков в соцсетях), оказывающего идеологизирующее влияние на своих кумиров. Размывание границ между частным и публичным пространством в цифровую эпоху, связанное с трансформацией медиаполя, в котором традиционные медиаструктуры уступают место горизонтальным сетевым сообществам, способствует институционализации новых форм политического воздействия,

превращая деятелей искусства в субъект, а искусство в инструмент формирования идеологической повестки. В публичной деятельности оппозиционно настроенных деятелей искусства наблюдается отказ от рациональных политических аргументов в пользу эмоциональных реакций.

7. Современные медиа-технологии способствуют возвращению общества к архаическому мифическому мышлению, в котором сложные политические концепции заменяются упрощенными нарративами, подданными с помощью визуальных образов. Визуальная форма медиа контента превращается в эффективный инструмент идеологического влияния, оказывая более мощное воздействие на массовое подсознание, чем текстовая информация. Зритель усваивает идеологические концепты, с одновременным эмоциональным вовлечением в их воспроизведение. Постмодернистское осознание манипулятивной природы политического дискурса сопровождается его пассивным принятием, что ведет к снижению критической субъектности зрителя, для которого цинизм и скептицизм заменяют политическую активность. В цифровую эпоху пропаганда отказывается от трансляции однозначных идеологических установок в пользу активного использования иронии, пародирования, встраивая идеологические послы в развлекательные, исторические и фантастические сюжеты массовой культуры. В условиях кризиса традиционных идеологий визуализация становится технологией тестирования таких новых идеологических конструкторов, как концепции постгуманизма, технократии и цифровой идентичности, формируя новые конструкции социального консенсуса.

8. Современная идеология утрачивает проектный характер, а будущее перестаёт выступать в роли телоса. Темпоральная перспектива идеологической деятельности характеризуется реполитизацией прошлого, основанной на ностальгических конструкторах. Исторический кинематограф в условиях цифрового гиперпроизводства смыслов становится инструментом конструирования коллективных идентичностей и норм. Исторический жанр, по своей сути, оказывается формой репрезентации настоящего через симуляцию прошлого, заменяя утопии будущего ностальгическими фантазмами. Темпоральный режим идеологии капиталистического реализма основывается на фетишизации прошлого и отказа от будущего, которое представляется либо в рамках катастрофического сценария, либо как продолженное настоящее, в котором отсутствует альтернатива рыночно-капиталистическим отношениям.

9. Цифровые технологии радикально изменили процессы идеологизации массовой культуры, трансформируя формы кодирования и стратегии трансляции ключевых политических нарративов. Алгоритмы стриминговых платформ формируют иллюзию выбора, на деле предлагая контент, соответствующий идеологическим и культурным стандартам корпораций, что приводит к унификации глобального медиапространства. Доминирование в современной массовой культуре фантастических и фэнтезийных жанров способствует метафоризации идеологических коммуникаций, позволяющей в аллегорической форме обсуждать такие сложные социальные проблемы как мультикультурализм, неравенство и экологические кризисы,

репрезентирующие страхи общества перед технологическим прогрессом, кризисами глобализации и социальной нестабильностью. Тем самым формируется «комиксный» способ восприятия политической реальности, упрощающий сложные социальные и идеологические вопросы до уровня стереотипных мифологизированных нарративов.

10. Реидеологизация в современной России проявляется как государственный проект и многоуровневый философский дискурс, включающий отсылки к гуманизму, интегрирующей роли культуры, коммунитаризму и идеи духовной автономии философии. В период 2010–2020-х годов происходит переход от конституционно закреплённой деидеологизации к реидеологизации, требующий формирование гибкой, медийно эффективной идеологической модели, основанной на ценностной мобилизации и проявляющей адаптивность к фрагментированному цифровому пространству и (как следствие) массовому сознанию. Успешная реидеологизация обязана наполнять публичный дискурс эмоционально заряженными символами, не связанными жесткими рамками традиционных идеологических доктрин. Новая концепция интегрирующей идеологии должна отражать переход от теоретически насыщенных конструкций к медийно-эмоциональному режиму формирования политического сознания в условиях цифровой среды.

11. Советская ностальгия в российском медиапространстве является значимым фактором реидеологизации, обеспечивающим переосмысление настоящего через идеализацию прошлого. Дискуссии о советском прошлом отражают внутренние идеологические противоречия российского общества, включая антисоветизм, советский патриотизм и имперский дискурс. Цифровая гуманитаристика предоставляет новые инструменты для анализа процессов реидеологизации, позволяя изучать динамику медиапредставлений и влияние пользователей на формирование историко-идеологических нарративов. В современном российском медиапространстве наблюдается двойственный процесс: деполитизация отдельных аспектов советского наследия (эстетика, быт) и реполитизация вопросов идеологии и власти, что отражает поиск общественного консенсуса между прошлым и настоящим. Процессы реидеологизации связаны с неоднозначностью восприятия советского эстетического и этического наследия (реакций на советскую культуру и кинематограф), выраженной в форме межпоколенческих различий. Осмысление «советского» в медиапространстве представлено двумя основными стратегиями: 1) создание мифологизированных и идеализированных образов СССР, отвечающих доминирующему общественному запросу на эмоционально-интеллектуальный поиск идеалов для подражания в прошлом и 2) идеологические споры вокруг негативных интерпретаций советского государственного опыта и антропологического типа («хомо советикус»).

12. Реидеологизация молодежи в цифровом обществе характеризуется ситуативным и фрагментарным характером интеграции политической информации в развлекательный контент, подаваемый в эмоционально окрашенной форме. Блогеры и цифровые лидеры мнений выступают ключевыми субъектами реидеологизации, оперируя скандальными и

провокационными нарративами, которые формируют гибридные идеологические установки. Гибридизация молодежного сознания проявляется в сочетании скептицизма, лояльности и патриотических установок, что ведет к размыванию традиционных границ между классическими идеологиями. В цифровом пространстве меняется традиционно иерархическая субъект-объектная форма политической социализации. Социально-психологические особенности молодёжи, которая традиционно воспринималась объектом идеологических усилий, начинают определять характер и структуру, предлагаемого ей идеологического контента, что связано с алгоритмической логикой рекомендательных механизмов цифровых платформ и придает молодёжи статус значимого другого для субъектов, создающих идеологические смыслы.

Теоретическая и практическая значимость работы заключается в развитии и уточнении концептуальных подходов к изучению процессов реидеологизации в условиях цифрового общества. В результате исследования сформирован новый взгляд на трансформацию идеологических структур, выходящий за рамки классических интерпретаций идеологии как стабильной системы взглядов и ценностей. Синтез критической теории, постструктурализма и медиа-исследований позволяет расширить понимание механизмов формирования, распространения и функционирования идеологических конструкторов в современной цифровой среде.

Работа вносит вклад в развитие социальной и политической философии, расширяя понимание роли цифровых технологий в формировании общественного сознания и управления массовыми представлениями. Исследование демонстрирует, что реидеологизация не является исключительно процессом «возвращения» к традиционным идеологическим парадигмам, а представляет собой сложную переструктуризацию идеологического пространства, включающую элементы гибридизации, децентрализации и алгоритмического контроля.

Особую теоретическую ценность представляет анализ мифологизации политики и роли симулякров в формировании современной идеологической реальности. Введение концепции цифровых мифологем и их влияния на массовое сознание позволяет с нового ракурса рассмотреть современные процессы легитимации власти, конструирования идентичности и политической мобилизации.

Практическая значимость исследования заключается в возможностях его применения в различных сферах анализа идеологических процессов и политических коммуникаций. Полученные выводы могут быть использованы в политической аналитике и стратегическом планировании для понимания механизмов управления общественным сознанием, прогнозирования идеологических трендов и противодействия манипулятивным технологиям в цифровой среде. Результаты диссертации могут найти применение в образовательных программах по философии, политологии и социологии.

Достоверность результатов диссертации подтверждается логической обоснованностью выдвигаемых положений, обеспечивается опорой на

социально-философские исследования ведущих зарубежных и отечественных ученых по заявленной проблематике, а также определяется подробно разработанной автором социально-философской методологией исследования процессов реидеологизации цифрового общества. Доказательством достоверности результатов служит внимательное отношение к используемому понятийному аппарату, а также существенная научная новизна достигнутых результатов.

Апробация результатов исследования. Основные положения и результаты диссертационного исследования представлены и обсуждены на конгрессах, форумах и конференциях различного уровня: Борисовские чтения. IV Международная конференция «Современная наука и новые общественные вызовы» (Самара, СГТУ, 11-12 сентября 2025), V Всероссийская научно-практическая кинематографическая конференция «Кино как действительность: эмоции и кинематограф» (Санкт-Петербург, Социологический институт РАН — филиал ФНИСЦ РАН, 2 - 3 июля 2025), V Всероссийская научная конференция «Утопические проекты в истории культуры» на тему «Социализм между утопией и антиутопией» (Ростов-на-Дону, ЮФУ, 24-26 октября 2024), XV международная конференция Школы философии и культурологии факультета гуманитарных наук НИУ ВШЭ «Культура в эпоху цифровизации» (Москва, 24-26 октября 2024); Международная научная конференция «Мифологии, идеологии и утопии в современном мире» (Санкт-Петербург, Социологический институт РАН - филиал ФНИСЦ РАН, 17 - 18 октября 2024); Всероссийская научно-практическая конференция «Советское прошлое и современное российское общество: культурные концепты, актуальные практики, социальные эффекты» (Липецк, РАНХиГС, 6 октября 2023); III Всероссийская научная конференция «Кино в цифровую эпоху» (Челябинск, ЮУрГУ, 5-7 июля 2023); Научная конференция «Биополитические технологии власти: теория, идеология, институциональные практики» (Великий Новгород, НГУ, 18 - 19 апреля 2023); Communication Strategies in Digital Society Seminar (семинар «Коммуникационные стратегии в цифровом обществе», Санкт-Петербург, ЛЭТИ, 12 апреля 2023); Международная научная конференция «Пронизывающая темпоральность» (Саратов, СГТУ, 16 сентября 2022; всероссийская конференция «Нормативность в философии киноискусства» (Волгоград, ВолГУ, 3-4 июня 2022); Всероссийская научно-практическая конференция «Деструктивная сущность радикальной идеологии и профилактика распространения экстремистской идеологии в образовательных организациях» (Пятигорск, ПГУ, 14-16 декабря 2021); Международная конференция «Политика памяти в сети» (Санкт-Петербург, ЕУ СПб, 29-31 октября 2021); Международный научный форум конфликтологов «Управление региональными конфликтами в условиях цифровизации современного общества: методология и практики реализации» (Казань, КФУ, 20-21 ноябрь 2020). Основное содержание работы отражено в 51 публикациях автора общим объемом около 29 печатных листов, из них 1 монография в соавторстве и 1 коллективная монография, 15 статей в журналах из Перечня российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы

основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук и 7 статей в изданиях, входящих в базы данных Web of Science, Scopus. Диссертация обсуждалась на кафедре философии ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия».

Структура диссертации определяется логикой исследования. Диссертационное исследование состоит из введения, четырех глав (двенадцати параграфов), заключения, списка литературы из 616 источников (включая 218 на иностранных языках). Всего в тексте диссертационного исследования 384 страницы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** автором раскрывается актуальность избранной темы, выделяются объект и предмет исследования, определяется степень разработанности проблемы; обозначаются цель и задачи исследования; характеризуется научная новизна, выносятся положения на защиту, обосновывается теоретическая и практическая значимость работы; приводятся методология исследования, степень достоверности и апробация результатов.

Первая глава диссертации «Феномен реидеологизации: философские основания и социально-исторические трансформации» посвящена философскому осмыслению трансформации идеологии в условиях цифрового общества. На основе анализа классических и современных теорий предлагается понимание идеологии как социально-политического медиафеномена. Особое внимание уделяется историческим основаниям формирования феномена «цифровой идеологии», обуславливающего переход на качественно новый этап развития идеологического мышления.

В **параграфе 1.1 «Идеология в ракурсе методологических поворотов социально-философского знания»** рассматривается эволюция понятия «идеология» в политической и социальной философии XIX–XXI вв. от ее критического понимания как формы ложного сознания к интерпретации идеологии как медиатизированного феномена. В классической традиции (К. Маркс, Ф. Энгельс) идеология наделяется негативными коннотациями и осмысливается как надстроечный механизм, обслуживающий интересы господствующего класса, маскирующего реальные отношения эксплуатации. В работах К. Маннхейма и Л. Альтюссера происходит существенный методологический сдвиг: утверждается тезис о возможности идеологии определять деятельность структур социального воспроизводства, «интерпеллировать» индивидов в качестве конкретных субъектов социального порядка.

В середине XX в. на фоне оптимизма индустриальной эпохи формируется концепция деидеологизации (Р. Арон, Д. Белл, С. Липсет), в соответствии с которой идеологические системы утрачивают влияние, уступая место технократическому прагматизму и рациональной экспертизе. Однако бурные политические события 1960–1970-х гг. (движения за

гражданские права, феминизм, студенческий радикализм) опровергли тезис о «конце идеологии». Д. Белл признал ограниченность своей гипотезы, а С. Липсет уточнил, что речь шла не об исчезновении идеологического мышления, а лишь о снижении его утопического радикализма, свидетельствуя об устойчивости идеологии как символического механизма коллективного самоопределения.

Развитие интерпретативного поворота в социально-философском знании позволило переосмыслить идеологию, определив ее как элемент культуры и способ символического упорядочивания политического опыта. К. Гирц трактует идеологию как культурную систему, которая посредством символических инструментов закрепляет властные отношения, а исследование дискурсивных практик (Т. ван Дейк) переводит внимание социальной и политической философии на анализ языка (в широком семиотическом смысле) как медиума идеологического воздействия. Дж. Балкин предлагает рассматривать идеологию как «культурное программное обеспечение», определяющее когнитивные рамки восприятия истины и справедливости, что расширяет междисциплинарность философского инструментария и тезауруса.

Визуальный и коммуникативный повороты конца XX в. в социально-философском познании радикально меняют ракурс анализа идеологии. «Иконический поворот» в развитии философии, опиравшийся на труды Р. Барта и Ж. Бодрийяра, позволил выявить зависимость общественного сознания от визуальных форм репрезентации реальности, доминирующих в современных медиа. Р. Барт показывает, что визуальные сообщения функционируют как знаковые системы, воспроизводящие идеологические структуры; Ж. Бодрийяр вводит понятие «гиперреальности», в которой знаки и симулякры заменяют собой социальные факты. Реальность становится производной от медиа, а идеология — сетью визуально-символических кодов, определяющих восприятие и поведение индивидов.

С переходом к медиатизированному обществу (Дж. Томпсон) идеология теряет форму цельной доктрины и проявляется фрагментарно: в потоках цифровых сообщений, мемах, визуальных нарративах, распространяемых в социальных медиа. Новые формы выражения идеологического содержания усиливают идеологическое воздействие за счёт эксплуатации механизмов визуальной узнаваемости образов и эмоционального вовлечения в коммуникативные процессы интернет-пользователей.

Таким образом, анализ эволюции подходов к понятию идеология позволил зафиксировать существенное расширение возможностей социально-философского анализа. Интеграция дискурсов классической социальной философии (Маркс, Маннхейм, Альтюссер) с медиатеориями (Маклюэн, Бодрийяр, Томпсон) позволяет утверждать, что в цифровом обществе происходит реидеологизация или другими словами возвращение идеологического. Визуальные коды, медиаобразы (а не рациональные концепты) определяются в качестве доминирующих форматов

идеологического воздействия, способных осуществлять быструю мобилизацию коллективного сознания. Семиотический анализ выступает основным инструментом социально-философского осмысления «идеологического» в эпоху цифровых медиа, позволяя раскрыть механизмы производства и циркуляции смыслов, формирующих новую символическую реальность цифрового общества.

В параграфе 1.2 «Цивилизационно-темпоральная динамика реидеологизации: философско-исторический подход» реидеологизация предстает в философско-историческом измерении как процесс адаптации идеологических систем к социально-культурным и технологическим изменениям, отражающий эволюцию форм легитимации власти, способов коммуникации и механизмов воздействия на массовое сознание.

В традиционных обществах идеология имела религиозно-онтологический характер: социальный порядок воспринимался как естественный и предзаданный. Сакральные формы легитимации обеспечивали устойчивость иерархий и сакрализировали власть как проявление высшего замысла. С конца эпохи Средневековья начинается постепенная секуляризация идеологического сознания, сопровождаемая ростом автономии разума и становлением нового понимания человека как субъекта политического действия. В эпоху Просвещения произошла институционализация рационально-идеологического конфликта, превратившего идеологию в инструмент критики и преобразования общества, закрепив ее в дискурсивном поле, образуемом на пересечении науки, морали и политики.

В Новое время формируется публичная сфера (Ю. Хабермас) легитимной борьбы мнений, что повышает политическую динамичность социума. Либерализм, консерватизм и марксизм образовали три классические идеологические традиции, структурирующие пространство модерна. Марксистская теория впервые обратила внимание на идеологию как инструмент гегемонии и средство поддержания социального порядка через производство согласия. А. Грамши уточнил, что власть утверждается не только принуждением, но и утверждением элитой культурной гегемонии над сознанием масс.

На рубеже XIX–XX веков идеологические дискуссии выходят за пределы узкого интеллектуального круга и становятся массовым феноменом. Широкое распространение грамотности, развитие печати, газет, плакатов и кинематографа превращает идеологию в инструмент коллективной мобилизации. Ведущую роль начинает играть устная агитация на митингах и демонстрациях, ориентирующаяся на аффективно-телесную, эмоциональную природу идеологического воздействия через коллективные ритуалы, собрания, жесты и символы.

Распространение тиражируемых текстов и изображений (листовок, афиш, газет), затем и аудиовизуальных потоках радио и кино превращает идеологию в элемент повседневности. Идеологические послания утрачивают индивидуальное авторство и оказываются продуктом коллективных

коммуникационных практик, создаваемых редакторами, дикторами, режиссёрами.

Функции контроля делегируются индустрии развлечений (Т. Адорно, М. Хоркхаймер), а Г. Дебор фиксирует превращение идеологии в спектакль, подменяющий политическую реальность серией управляемых образов. Ж. Бодрийяр вводит понятие симулякра (знака, медиаизображения), создающего новую (гиперреальную) среду существования идеологии.

Провал универсалистских нарративов XX века, сопровождавшийся кризисом модернистских утопий, породил представление о «конце идеологии» (Д. Белл). Однако дальнейшие исследования (Г. Маркузе, Ю. Хабермас, Ж. Бодрийяр) показали, что идеология адаптировалась к новым формам коммуникации, приобретя латентный характер и закрепившись в структурах повседневного языка, рекламы и массовой культуры.

С переходом к цифровому этапу цивилизационного развития начинается реидеологизации, обусловленная становлением медиа в качестве активных производителей и модификаторов реальности (М. Маклюэн, В. Постер). В условиях сетевого общества (М. Кастельс) идеологическое воздействие связывается с конкуренцией за внимание интернет-пользователей и формированием эмоциональных паттернов восприятия информации. Идеология цифровой эпохи характеризуется фрагментарностью, интерактивностью и визуальной насыщенностью; выражается через образы, мемы, апеллирующие к чувству эмоциональной сопричастности, а не к рациональному убеждению.

Таким образом, технологический прогресс в сфере коммуникаций выступает главным фактором современной реидеологизации, обеспечивая массовый доступ к идеологическому контенту, переводя его из сложных теоретических доктрин в упрощённо-визуальные, символическо-мифологические и меметические формы. Современная реидеологизация является реакцией на кризис классических идеологий, экзистенциальную неуверенность массового сознания и вызовы глобализирующегося мира.

В параграфе 1.3 «**Цифровая идеология в структуре политической коммуникации**» отмечается, что понятие «цифровое общество» обозначает качественно новый этап социальной эволюции, наступление которого вызвано такими факторами онтологической трансформации общественного бытия как технологические инновации. В.Б. Устьянцев и Д.С. Артамонов справедливо отмечают необходимость перехода к цифровой фазе философии истории, позволяющей выявить трансисторические закономерности изменений в способах коммуникации, восприятия и воспроизводства социальной реальности. Для социальной и политической философии это означает формирование новых исследовательских горизонтов, прежде всего в отношении природы и форм идеологии.

Введение концепта «цифровая идеология» позволяет отразить фундаментальные сдвиги в характере идеологического производства, распространения и усвоения смыслов в цифровом обществе. До условного «Великого разрыва» (массового перехода социальных институтов,

коммуникации и культуры в онлайн-пространство), ускоренного развитием социальных сетей, электронного государства и пандемийной дистанционностью, в общественном и научном дискурсе доминировал термин «виртуальная идеология» (И.А. Быков), выражающий такие мировоззренческие установки киберкультуры как сетевой индивидуализм, антииерархичность, технооптимизм и либертарианскую веру в самоорганизацию цифровых сообществ. В эссе Р. Барбрука и Э. Камерона «Калифорнийская идеология» ранняя цифровая эпоха была определена как утопическое пространство идеологической свободы.

Цифровая идеология может также обозначать официальные государственные и корпоративные доктрины, в которых цифровизация понимается как стратегический приоритет общественного развития, предполагающий изменение модели государства от «сильного» к «сервисному».

Параллельно формируется определение цифровой идеологии как совокупности сетевых субидеологий, зависимых от пользовательской активности, медиапрактик и алгоритмических фильтров. Виртуальные сообщества и цифровые платформы могут быть определены как субъекты децентрализованного производства идеологических смыслов (включая радикальные и экстремистские), распространяемые в субкультурах и альтернативных медиа. Таким образом, цифровая идеология предстает как полицентричная система смыслов, в которой идеологические нарративы взаимодействуют, конкурируют и перерабатываются в ходе сетевого обмена.

В цифровом обществе политическая коммуникация (которая отождествляется с политикой, согласно концепции Л.Н. Тимофеевой) приобретает онтологическую автономность: алгоритмы, платформы и интерфейсы выступают активными участниками идеологических процессов, задавая рамки восприятия информации, что требует обращения социально-философского познания к теориям объектно-ориентированной онтологии и акторно-сетевому подходу, фиксирующим многоуровневую агентность медиа. Трансформация идеологических нарративов в компактные (удобные для трансляции), визуально насыщенные, эмоционально узнаваемые форматы (мемы, клипы, сторис, посты) изменяет структуру и повышает эффективность воздействия политического сообщения.

Появление гибридной цифровой идеологии представляет собой результат адаптации идеологических нарративов к цифровизации коммуникационных процессов. Гибридность цифровой идеологии проявляется в сочетании централизованных алгоритмических механизмов управления и децентрализованной массовой генерации смыслов, что создает условия для одновременного сосуществования официальных идеологических доктрин и неформальных пользовательских контрнарративов.

Современные цифровые платформы, с одной стороны, навязывают пользователям идеологические коды посредством алгоритмической фильтрации и рекомендательных систем, а с другой — создают возможности для децентрализованного идеологического творчества, что приводит к

трансформации субъектности идеологических процессов: участниками смыслопроизводства становятся сетевые сообщества, медиаботы, инфлюенсеры и алгоритмы. Сетевое, мультимодальное и высоко-интерактивное производство и циркуляция смыслов способствует формированию динамической идеологической среды.

Развитие искусственного интеллекта и систем автоматизированного управления информацией ведёт к тому, что идеология перестаёт быть исключительно продуктом человеческого мышления и превращается в гибридный феномен человеческого и машинного разума. Таким образом, цифровая идеология должна рассматриваться как самостоятельный этап эволюции идеологического сознания.

Во второй главе **«Субъекты реидеологизации в цифровом обществе»** рассматриваются идеологические смыслы в медиаповестке; реидеологизация в условиях цифровой медиактивности определяется как трансформация механизмов артикуляции, трансляции и институционализации идеологических нарративов. Анализ субъектности в цифровом обществе позволяет ответить на ключевой вопрос: кто и каким образом производит и распространяет идеология в условиях цифровой конвергенции. Границы субъектности процессов реидеологизации расширяются, включая индивидуальных пользователей, сетевые сообщества и медиаплатформы.

В параграфе 2.1 **«Идеологические смыслы в медиаповестке: публичная деятельность политиков как фактор реидеологизации»** отмечается, что цифровизация коммуникационных процессов радикально меняет субъектность идеологического процесса. В цифровом обществе границы между субъектом и объектом идеологического воздействия приобретают свойство проницаемости: граждане, пользователи сетей, журналисты и блогеры наряду с политиками вовлекаются в процесс продуцирования, интерпретации и распространения идеологических смыслов. Таким образом, субъекты реидеологизации сочетают в себе черты телеологического актора — носителя осознанной политической цели, и актанта — спонтанного участника коммуникации, приобретающего идеологический статус в силу своей включённости в сетевое взаимодействие.

В цифровом пространстве можно выделить три типа субъектов реидеологизации: институциональные (государство, политики, официальные институты), которые легитимируют или дискредитируют идеологемы; креативные (журналисты, артисты, лидеры мнений), формирующие символический контекст и визуальные образы идеологии; массово-коммуникативные (пользователи социальных сетей), задающие медиатренды и создающие альтернативные режимы смыслообразования. Цифровые эхокамеры (среды самовоспроизводства согласованных мнений и эмоционально устойчивых позиций) усиливают эффект идеологической селекции и вытеснения альтернативных интерпретаций.

Медиаактивность становится ключевой формой идеологической субъектности институциональных (государство, политики) акторов политического процесса, приобретая функции адаптации и актуализации

идеологических смыслов в общественно-политическом дискурсе. Цифровизация публичной сферы и возросшая медиактивность политиков приводит к появлению феномена гражданской цифровой бдительности, который является одним из ключевых факторов современной реидеологизации. Пользователи социальных сетей формируют специфическую форму «социального надзора» и морального контроля поведения представителей власти. Неэтичное поведение политиков, демонстративное потребление или циничные высказывания вызывают мгновенные волны общественного возмущения, выступая в роли катализатора идеологического резонанса. Сетевые реакции интернет-пользователей на коммуникативные неудачи представителей политической элиты способствуют усилению общественного внимания к таким идеалам и ценностям как справедливость, равенство, социальная ответственность, которые обретают новую идеологическую актуальность в цифровом обществе.

Реидеологизация сопровождается рутенизацией идеологических смыслов, то есть их возвращением в горизонт обыденных, повседневных смыслов, в рамках которых происходит обсуждение особенностей масс-элитных коммуникаций. Таким образом, демонстрация неуважения политической элиты к массам, неэтичные поступки, циничные заявления в медиапространстве являются фактором реидеологизации общества, возрождающей дискурс справедливости и социального равенства.

В параграфе 2.2 «Гибридизация субъектности в цифровом обществе: от сетей к алгоритмам» утверждается, что современное цифровое общество формируется как нелинейная, ризоматическая структура (Ж. Делёз, Ф. Гваттари), в которой власть и знание распределяются между множественными акторами — людьми, платформами и алгоритмами. Сетевая онтология (М. Кастельс, Б. Латур) задаёт новое понимание субъектности: человеческое действие соотносится с машинным агентством, а производство идеологических смыслов осуществляется в гибридных, техносоциальных конфигурациях.

Цифровой субъект реидеологизации возникает как результат интеграции человека и алгоритма в единую систему генерации и циркуляции смыслов. Если в классических моделях идеология предполагала наличие автономного и рационального актора, способного к осознанию, производству и интерпретации идеологических кодов, то в условиях сетевой и фиджитал-реальности алгоритмы персонализации и рекомендательные механизмы предсказывают, направляют и модифицируют поведение пользователя, формируя то, что Дж. Чейни-Липпольд называет «алгоритмической идентичностью» или формой субъективности. Человек превращается в объект наблюдения, прогнозирования и управления, а его поведение в цифровом пространстве оказывается алгоритмически предопределено.

Алгоритмическая фильтрация информации, основанная на принципах персонализации и таргетирования, формирует «фильтрующие пузыри» (новый механизм идеологического контроля), ограничивающие когнитивное разнообразие и закрепляющие пользователей в узком идеологическом

диапазоне. В результате возникает алгоритмическая паранойя (Т. Маккуиллан) — состояние недоверия к цифровым системам, подозреваемым в предвзятости и манипуляции.

Управление вниманием — это ключевой инструмент идеологического влияния в цифровом обществе: алгоритмы, ориентированные на максимизацию вовлечённости, приоритизируют эмоционально насыщенные, конфликтные и визуально притягательные сообщения. Идеологическая власть реализуется через аффективное программирование восприятия и постоянный эмоциональный резонанс.

Алгоритмизация идеологического контроля особенно наглядно проявляется в сфере потокового и рекомендательного контента. Стриминговые платформы, создавая иллюзию персонализированной свободы выбора, управляют предпочтениями пользователей через статистические модели и механизмы предсказательной аналитики. В результате культурные и политические коды, транслируемые через развлекательный контент, гомогенизируют глобальное идеологическое пространство, закрепляя либеральные и потребительские ценности, вытесняя альтернативные нарративы. Возникают такие риски скрытой идеологизации посредством технологических интерфейсов как монополизация информационных потоков, фильтрация альтернативных взглядов.

Таким образом, концептуализация цифрового субъекта реидеологизации требует выхода за пределы традиционных теорий идеологии, предполагает обращение исследовательского внимания на онтологию сетей, акторно-сетевой подход, теории фиджитал-реальности и философию алгоритмической власти.

В параграфе 2.3 «Творческая элита как цифровой агент реидеологизации» анализируется влияние цифровизации общественного пространства на трансформацию артистов, писателей, музыкантов, режиссёров, блогеров в производителей и трансляторов идеологических смыслов, осуществляющих воздействие на общественное сознание посредством художественных и коммуникационных практик.

Политическое влияние творческой элиты определяется широтой фанатского сообщества, в котором формируется специфическая модель аффективной лояльности. Публичная активность (участие в акциях, комментарии к текущим событиям), отраженная в социальных сетях может рассматриваться как акт идеологической артикуляции. Во-первых, артисты предлагают интерпретации современной политики, формируя общественные реакции на значимые события; во-вторых, в художественные формы облекается выражение несогласия и критики власти; в-третьих, обращение к политическим темам позволяет подтверждать собственную публичную значимость и поддерживать связь с аудиторией.

Цифровая медиатизация, усиливая идеологическое влияние творческой элиты, изменяет характер её субъектности. Если в индустриальную эпоху артикулированные идеологические позиции транслировались преимущественно через художественные произведения, театральные и литературные формы, то в цифровую эпоху идеологическое воздействие

реализуется в повседневных медиапрактиках — постах, сторис, комментариях, визуальных образах. При этом публика (подписчики, зрители, фанаты) активно участвует в процессе реидеологизации, мобилизуя представителей элиты, формируя их ожидания, образы и границы допустимого поведения. Такое давление цифрового коллективного субъекта создаёт эффект взаимной реидеологизации: массовая аудитория морально предписывает, навязывает кумирам необходимость политической позиции.

Отказ деятелей искусства от рациональных политических аргументов в пользу эмоциональных высказываний приводит к формированию эмоциональных сообществ и смещению идеологического дискурса в аффективную плоскость мобилизации чувств.

Таким образом, творческая элита в цифровом обществе выступает как ключевой субъект реидеологизации, способный влиять на структуру идеологических кодов массового сознания. Высокая степень доверия и эмоциональной вовлечённости аудитории, позволяет представителям культурной сферы формировать новую эстетико-политическую повестку, воздействуя на политическое воображаемое и ценностные ориентации современного общества.

В третьей главе «Технологии реидеологизации современности» исследуются особенности визуализации идеологических кодов в массовом кинематографе; анализируется потенциал кинематографа как инструмента идеологической трансляции и производства коллективного сознания, конструирования образов власти; описываются темпоральные режимы позднего капитализма, в условиях, когда современная идеология утрачивает проективную функцию, заменяя образ будущего повторяющимся настоящим.

В параграфе 3.1 «Визуализация идеологических кодов в ситуации постмодерна» анализируется трансформация технологий идеологического воздействия в современную эпоху доминирования экранной культуры. В отличие от модернистских форм передачи информации, основанных на тексте, доктрине и прямом убеждении, постмодернистская визуализация в кино, сериалах, рекламе и цифровом контенте действует через аффект, эмоцию и эстетическое переживание.

Постмодернистская визуальная культура характеризуется отказом от прямой пропаганды в пользу сатирических, пародийных и гротескных форм, которые замещают политическую аргументацию иронической рефлексией, формируя просвещённое ложное сознание. Зритель осознаёт манипулятивность визуальных сообщений, но продолжает их потреблять, что приводит к трансформации иронии и скептицизма в формы соучастия, поддерживающих идеологическую систему. Цинизм и рефлексивная дистанция подменяют критическую субъектность, делая идеологию одновременно осознанной и неустранимой. Западная культура после распада СССР и кризиса универсальных идеологий в фильмах и сериалах вроде «Плутовства», «Южного парка» и «Карточного домика» вырабатывает визуальные формы циничной рефлексии, в которых политика представляется как спектакль.

Визуальная форма медиаконтента сильнее воздействует на массовое подсознание, чем текстовая информация, поскольку задействует дорациональные, эмоциональные и телесные механизмы восприятия. Современные технологии возвращают общество к архаическому мифическому мышлению, заменяя сложные политические концепты упрощёнными визуальными нарративами. Через повторяемые образы героев, врагов, справедливости и возмездия формируются новые мифы власти и социального порядка. Американский политический кинематограф продвигает мономиф народовластия, в соответствии с которым разоблачение коррупционных политиков и участие в выборах выступают ритуалами символического очищения, поддерживающими иллюзию демократической сопричастности.

Визуализация выступает технологией тестирования таких новых идеологических конструктов как постгуманизм, технократия, цифровая идентичность. Пропаганда в постидеологическую эпоху утрачивает прямолинейность и догматизм, но сохраняет эффективность за счёт эстетизации формы. В цифровую эпоху визуальные идеологические коды рециркулируют и трансформируются в сетевом пространстве (в мемах, клипах, нарезках), образуя полифоническую структуру идеологического высказывания, что делает визуализацию одной из главных стратегий современной реидеологизации, объединяющей в себе массовое производство, индивидуальную интерпретацию и алгоритмическое распространение.

Таким образом, визуализация идеологических кодов в ситуации постмодерна представляет собой универсальный способ идеологического воздействия, объединяющий эстетическое и политическое, возвращая общество к мифическому способу мышления и усвоения смыслов через эмоциональное соучастие, а не рациональное осмысление. Визуальность в цифровом обществе становится технологией формирования коллективного идеологического сознания.

В параграфе 3.2 «Темпоральные режимы идеологического проектирования позднего капитализма» утверждается, что современная идеология переживает кризис проектной функции: если модерн был временем утопий, ориентированных на будущее, то поздний капитализм характеризуется исчерпанием горизонта ожидания. Будущее утрачивает статус телоса, перестаёт быть целью исторического движения и превращается в зону риска и прогнозируемой катастрофы. Как считает М. Фишер, господствующая культура «капиталистического реализма», фиксирует безальтернативное развитие человечества.

Ностальгия и симулякры прошлого заменяют проективное мышление, придавая современности вневременные характеристики. Если в классических идеологических системах время было направлено вперёд к идеалу, революции, утопии, то в цифровую эпоху происходит темпоральная реконфигурация: будущее утрачивает приоритетный статус, а прошлое сакрализуется и реполитизируется.

Современные идеологии обращаются к прошлому как к источнику

символической легитимации. Возникает феномен ретро-идеологии, в рамках которой история перерабатывается и упрощается в соответствии с текущими политическими потребностями. Ностальгические нарративы вытесняют рефлексию о будущем, подменяя её эмоциональным возвращением к «золотому веку».

Исторический жанр, насыщенный идеологическими коннотациями, функционирует как форма репрезентации настоящего через создание аффективной связи между коллективной идентичностью и прошлым, которая компенсирует отсутствие идеалов будущего.

Особенно показательно различие восточных и западных стратегий темпоральных режимов идеологического проектирования. В Китае и Индии историческое кино служит инструментом саморефлексии перспектив и достижений социокультурной модернизации. На Западе, напротив, преобладает стратегия деконструкции истории, акцентирующая травматический опыт прошлого и критику современности.

Визуальные тексты современной культуры от антиутопий и киберпанка до сериалов вроде «Чёрного зеркала» и фильмов о постапокалипсисе артикулируют страхи и утраты настоящего через образы будущего, но делают это без проектного импульса. Темпоральный режим современного идеологического проектирования можно определить как режим «продлённого настоящего». Реидеологизация предполагает сакрализацию прошлого и нормализацию настоящего, а не проектирование будущего.

В параграфе 3.3 «Метафоризация идеологического пространства» анализируется влияние фактора цифровизации на трансляцию идеологических смыслов с помощью интеграции в пространство развлечения метафорических визуальных нарративов.

Развитие цифровых технологий позволяет фантастике и фэнтези стать доминирующими жанрами современной визуальной культуры, что преобразует формы кодирования и стратегии трансляции политических нарративов, репрезентации актуальных социальных тревог, надежд, конфликтов. Апеллируя к мифологическим архетипам и коллективному бессознательному, фантастические образы переводят сложные политические и этические вопросы современности в символический и эмоциональный регистр, тем самым обеспечивая их массовое восприятие.

Фантастика формирует особый язык идеологической коммуникации: фигуры монстров, супергероев, мутантов и киборгов выступают как метафоры социальных и политических процессов, воплощают страхи перед терроризмом, пандемиями, кризисами идентичности и экологическими катастрофами. Одновременно эти же образы содержат утопический потенциал, символизируя борьбу за справедливость, равенство и признание инаковости. Фантастические нарративы позволяют поверхностно артикулировать новые ценностные координаты мультикультурализма, политкорректности и инклюзии.

Метафоризация идеологического пространства проявляется также в репрезентации политических фигур и национальных символов. В

постсоветском культурном контексте особую роль играет образ Ленина — фигура, прошедшая путь от сакрального символа до объекта иронии и цифровой пародии. Тело вождя, превращённое в постоянный медийный объект, становится примером идеологического «долгого тела» — визуальной метафоры исторической памяти.

В западной массовой культуре укрепляются геополитические мифологемы, нередко репрезентирующие Россию как угрозу через зооморфную метафору «русского медведя». Эти визуальные клише являются элементами популярной геополитики, а массовая культура выступает инструментом «мягкой силы» и культурной вепонизации. Таким образом, идеологическая метафоризация используется как эффективная технология достижения победы в глобальной идеологической борьбе за интерпретацию мира.

В цифровую эпоху именно фантастика метафорически кодирует политическую реальность, тем самым формируя «комиксный» способ ее восприятия, укрепляя тенденцию к редукции сложных социальных и идеологических вопросов до уровня мифологических нарративов визуально привлекательной и эмоциональной битве добра и зла.

В четвертой главе **«Реидеологизация социально-политического пространства в современной России»** раскрываются философские подходы к анализу тенденций идеологических трансформаций в России в 2012–2025 годах, а также взаимоотношение идеологии и исторической памяти в контексте формирования гражданского единства; рассматривается влияние цифровой трансформации на формы идеологической активности, молодёжи.

В параграфе 4.1 **«Процессы реидеологизации в постсоветской России: идеи, дискурсы, тренды»** утверждается, что с начала XXI века в нашей стране активизируется философское осмысление феномена реидеологизации, сопровождаемое напряжёнными дебатами о допустимых формах, целях и границах государственной идеологии. После десятилетия деидеологизации, закреплённой в Конституции 1993 года, наблюдается возврат интереса к идеологии как инструменту национальной консолидации. Поправки к Конституции и рост геополитической напряжённости усилили интерес к государственной идеологии, выявив, однако, риск институционального разрыва между властью и обществом. А.В. Полосин формулирует концепцию «пентабазиса» — пяти ценностных опор, способных структурировать идеологическое поле без жёсткой доктринальности.

А.Г. Дугин и В.Н. Кузнецов связывают возвращение государственной идеологии с задачами укрепления исторической памяти и национальной идентичности. Представители Института философии и права УрО РАН настаивают на этическом фундаменте будущей идеологии, определяя ее как политическую доктрину и систему моральной интеграции общества. А.В. Рубцов фиксирует переход в государственных публичных заявлениях от модернизационного к традиционалистскому дискурсу, а исследования ИСПИ РАН свидетельствуют о размывании политико-мировоззренческих

ориентиров в массовом сознании.

В постсоветский период наблюдается расхождение между доктринальными и ценностными видами идеологии (А.И. Демидов). Первые, связанные с политическим контролем и государственным проектом, предполагают усиление идеологического давления на общество, о чём предупреждают А.А. Кара-Мурза и Э.А. Соловьёв. Вторые (ценностные) опираются на принципы гуманизма (Ю.Г. Волков), культуры (А.Л. Маршак), солидаризма (Л.Г. Фишман) и духовной автономии философии (А.А. Гусейнов).

С конца 2010-х годов в общественно-политическом дискурсе оказывается заметной тенденция к переходу от теоретически насыщенных идеологических конструкций к медийно-эмоциональным формам выражения смыслов. Политический язык упрощается, в коммуникациях начинают доминировать символы и нарративы, рассчитанные на быстрый эмоциональный отклик, что снижает рациональную глубину дискурса, но усиливает его мобилизационный потенциал. Цифровая идеология оказывается способной выполнять интегративную функцию, создавая у граждан ощущение ценностной сопричастности и включенности в общенациональный проект развития.

Таким образом, реидеологизация в современной России проявляется как государственный проект, стремящийся к институционализации ценностного единства. Отечественный социально-философский дискурс должен быть ориентирован на определение рисков, тенденций, перспектив адаптации традиционных идеологических форм к динамичным условиям бытования цифровой среды. Перспектива формирования эффективной государственной идеологии связана не с возвращением к жёстким доктринам, а с разработкой гибкой системы ценностной мобилизации, способной действовать в условиях фрагментированного массового сознания и сетевой коммуникации.

В параграфе 4.2 «Социально-эпистемические арены идеологических дискуссий о советском прошлом» рассматривается как советское наследие становится ресурсом идеологической мобилизации, одновременно используемым как официальным дискурсом, так и его оппонентами.

Образ СССР в массовом сознании остаётся противоречивым: постперестроечная критика соседствует с ностальгией по позднему социализму, а отрицание тоталитарных практик с идеализацией социальной стабильности. Социологические исследования фиксируют устойчивую позитивную оценку «застойного» периода и негативное восприятие 1990-х годов, что свидетельствует об аксиологической ресоветизации или другими словами переоценке прошлого и настоящего в категориях социальной справедливости, порядка и единства.

Развитие цифровых технологий радикально трансформировало механизмы воспроизводства исторической памяти. Социальные сети, видеоплатформы и блоги превратились в медиа арены, в рамках которых

воспоминание становится формой идеологического участия. Цифровая гуманитаристика, опирающаяся на анализ больших массивов данных, выявляет закономерности репрезентации советского наследия. Г. Дженкинс указывает, что цифровая культура участия делает пользователей соавторами исторических нарративов, тем самым расширяя границы общественного обсуждения прошлого.

В исследованиях Р.Н. Абрамова, Ю.В. Зевако, Д.О. Хлевнюк, Н.Н. Зубановой, С.В. Тихоновой, Д.С. Артамонова рассматривается роль посвящённых советскому прошлому медиапроектов в формировании интерпретаций истории альтернативных официальной государственной политики памяти. Интернет-дискуссии выявляют столкновение трёх идеологических направлений: антисоветизма, советского патриотизма и патриотизма державного типа. При этом наблюдается двойственная тенденция — деполитизация отдельных элементов советского наследия (эстетика, быт) и реполитизация вопросов идеологии и власти, указывающая на поиск нового общественного консенсуса, способного соединить прошлое и настоящее без отказа от конструктивной критики достижений советской цивилизации.

Ностальгия по СССР существует в двух формах: рефлектирующей и реставрирующей. Рефлектирующая ностальгия связана с эмоционально-интеллектуальным осмыслением прошлого, его мифологизацией и идеализацией, что соответствует общественному запросу на символическую компенсацию травм, связанных с распадом советского государства. Реставрирующая ностальгия, напротив, стремится к буквальному восстановлению образов и моделей прошлого, что усиливает идеологическую поляризацию и эмоциональную вовлеченность при обсуждениях в цифровом публичном пространстве проблемных вопросов советской истории.

Инструментализация советской ностальгии в цифровом обществе проявляется в использовании эстетических кодов (архивных изображений, визуальной стилистики, советского брендинга) для легитимации различных политических нарративов. Ностальгические сообщества, YouTube-каналы, Telegram-группы и TikTok-видео являются площадками переосмысления советского без которого невозможно представить конструирование современной идентичности. «Советское» реконструируется как символическая альтернатива настоящему.

Советская ностальгия, таким образом, является значимым фактором реидеологизации, обеспечивая эмоционально-ценностную рамку для общественного самопонимания, позволяя переосмыслить настоящее через идеализацию прошлого и простимулировать публичные дебаты о ценностях, справедливости и идентичности.

В параграфе 4.3 «Идеологическая акселерация российской молодежи» демонстрируется как социально-психологические особенности молодёжи (бинарное мышление, открытость новому, чувствительность к мифам и цифровая социализация) делают её одновременно уязвимой к манипуляциям и генератором идеологических трендов, что особенно значимо

в условиях конфликта России с коллективным Западом после начала СВО.

Цифровые платформы усилили протестный потенциал: даже пассивное наблюдение может рассматриваться как форма гражданского участия. Молодёжь не различает онлайн- и офлайн-реальности, а потребление политического контента является основным форматом ее вовлечённости в современные политические процессы под влиянием познавательной, эмоциональной и оценочной мотивации. Алгоритмы, управляющие подачей информации в цифровом пространстве, усиливают случайную политизацию молодежи, снижая эффективность классических моделей социализации.

Популярность «новой искренности» в молодежной среде отражает недоверие к официальной информации и запрос на подлинность. Соцсети и видеоплатформы воспринимаются как достоверный источник информации из-за ее персонализации, что снижает критическое восприятие контента, а юмористический стиль подачи информации снижает барьеры вовлечения молодежи в политико-новостную повестку. Молодёжь обсуждает коррупцию, неравенство, экологию, но больше ориентируется на харизматичных фигурах с патриотическим окрасом — каналы Д. Медведева и Е. Мизулиной популярны не из-за содержания, а благодаря эпатажному образу и стилю подачи информации, что иллюстрирует парадокс цифрового патриотизма: эмоциональность важнее рациональности.

Цифровая трансформация гражданской активности радикально меняет модели взаимодействия власти и общества. Исследования моделей цифровой коммуникации младших зумеров выявляют три тенденции: центральную роль алгоритмов в потреблении информации, амбивалентность идеологических установок и рост цифровых форм участия при поверхностном восприятии политического содержания.

Молодёжь интересуется политикой при условии доступной и увлекательной подачи, что сопровождается формированием ситуативного и фрагментарного характера идеологической вовлечённости. Современная российская молодёжь тяготеет к каналам с патриотической, лояльно-критической и скептической риторикой, ценит харизматичность подачи. В современных условиях наблюдается не классическая политическая активизация, а специфическая аполитизация: политика воспринимается как развлекательный дискурс, а участие сводится к лайкам и реакциям.

В **Заключении** представлены основные выводы и обозначены перспективы дальнейших исследований по теме диссертации.

Основное содержание работы отражено в следующих публикациях:

Статьи в изданиях, входящих в Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук, посвященных избранной проблеме исследования

в изданиях, отнесенных к категории К-1, К-2 и индексируемых в RSCI

1. Суслов, И.В. Базовые субъекты реидеологизации в цифровом

обществе / И.В. Суслов // Общество: философия, история, культура. – 2025. – № 3(131). – С. 59-64.

2. Суслов, И.В. Цифровая идеология как система политических коммуникаций / И.В. Суслов, С.В. Тихонова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2025. – Т. 25, № 1. – С. 14-19. (доля автора 0,25 п.л.).

3. Суслов, И.В. Техномедиа как средство конструирования отношения к здоровью и болезни / И.В. Суслов, Н.В. Гришечкина // Общество: философия, история, культура. – 2025. – № 2(130). – С. 68-74. (доля автора 0,3 п.л.).

4. Суслов, И.В. Цифровая идеология: к проблеме определения / И.В. Суслов, С.В. Тихонова // Цифровой ученый: лаборатория философа. – 2024. – Т. 7, № 4. – С. 110-124. (доля автора 0,4 п.л.).

5. Суслов, И.В. Как идеологи определяют идеологию: А.Г. Дугин / И.В. Суслов, С.В. Тихонова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2024. – Т. 24, № 4. – С. 394-399. (доля автора 0,3 п.л.).

6. Суслов, И. В. Феномен советских ностальгических дискуссий в российском медиапространстве / И.В. Суслов, С.В. Тихонова // Гуманитарный вектор. – 2024. – Т. 19, № 4. – С. 91-99. (доля автора 0,6 п.л.).

7. Гришечкина, Н.В., Суслов, И.В. Реидеологизация российского общества: основные тезисы философской позиции / Н.В. Гришечкина, И.В. Суслов // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. 2024. – Т. 24. – № 3. – С. 269-273 (доля автора 0,3 п.л.).

8. Суслов, И.В. Антисоветская этика и эстетика фильма М. Захарова "Убить дракона" в дискуссиях на цифровых площадках / И.В. Суслов // Logos et Praxis. – 2023. – Т. 22, № 1. – С. 35-43.

9. Суслов, И.В. Цифровая идентичность: между анонимностью и возможностями правового регулирования / И.В. Суслов // Цифровой ученый: лаборатория философа. – 2023. – Т. 6, № 1. – С. 69-75.

10. Суслов, И.В. Разговоры о советском прошлом на цифровых кухнях / И.В. Суслов, З.З. Кныжова // Дискурс-Пи. – 2022. – Т. 19, № 2. – С. 138-153. (доля автора 1 п.л.).

11. Суслов, И.В. Религиозные риски и стратегии стабилизации в дискурсе региональных информационных агентств Нижнего Поволжья / И.В. Суслов // Дискурс-Пи. – 2020. – Т. 17, № 1(38). – С. 153-164.

12. Суслов, И.В. Уровень и характер межконфессиональной напряженности в Нижнем Поволжье / И.В. Суслов // Logos et Praxis. – 2020. – Т. 19, № 2. – С. 83-91.

в изданиях, отнесенных к категории К-3

13. Суслов, И.В. Как философ превращает философию в идеологию: Мишель Онфре / И.В. Суслов, С.В. Тихонова // Abyss (Вопросы философии, политологии и социальной антропологии). – 2025. – № 1(31). – С. 176-183. (доля автора 0,4 п.л.).

14. Гришечкина Н.В. Идеологизация кинематографа: методологические схемы расшифровки социального знания / Н.В. Гришечкина, И.В. Суслов // Социальное время. – 2024. – № 2(38). – С. 25-40. (доля автора 0,4 п.л.)

15. Суслов, И.В. Социально-мифологические метафоры медиапамяти / И.В. Суслов // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Философия. – 2024. – Т. 6, № 3. – С. 56-60.

Коллективные монографии

16. Образ СССР в фокусе математического моделирования: опыт цифровой гуманитаристики / Д.С. Артамонов, В.А. Балаш, А.Г. Иванов [и др.]. – Саратов: Издательство Саратовского университета, 2024. – 244 с. (доля автора 1,5 п.л.).

17. Управление региональными конфликтами в условиях цифровизации современного общества: методология и практики реализации / В.А. Авксентьев, Б.Г. Ахметкаримов, А.В. Баранов [и др.]; под редакцией Н.А. Шибановой. – Казань: Издательство Казанского университета, 2021. – 632 с. (доля автора 1,5 п.л.).

Статьи в изданиях, входящих в базы данных Web of Science, Scopus

18. Суслов, И.В. Политический мономиф американского кинематографа в эпоху доминирования визуальных способов повествования / И.В. Суслов, З.З. Кныжова // Наука телевидения. – 2025. – Т. 21, № 1. – С. 33-56. (доля автора 1 п.л.)

19. Суслов, И.В. Конструирование образа СССР в традиционных печатных медиа (на примере «Аргументов и фактов»): опыт статистического и качественного анализа коммуникационных стратегий / И.В. Суслов, С.В. Тихонова, В.А. Балаш // Медиалингвистика. – 2024. – Т. 11, № 2. – С. 224-236. (доля автора 0,8 п.л.).

20. Плотникова, М.В., Суслов И.В. Оскал империи: моделирование образа русского медведя в зарубежных поликодовых медиатекстах / М.В. Плотникова, И. В. Суслов // Galactica Media: Journal of Media Studies. – 2024. – Т. 6, № 4. – С. 107-144. (доля автора 0,5 п.л.).

21. Суслов, И.В. Мифологизация времени в современной медийной среде / И.В. Суслов // Galactica Media: Journal of Media Studies. – 2023. – Т. 5, № 3. – С. 329-340.

22. Проект «НМДНИ»: исследование социальной рецепции / АА. Целыковский, И.В. Суслов, А.Г. Иванов, С.П. Сидоров // Galactica Media: Journal of Media Studies. – 2023. – Т. 5, № 1. – С. 136-161. (доля автора 0,5 п.л.).

23. Knyzhova, Z.Z. Liberal ethics and rhetoric of russian regional political elite: neo-institutional approach / Z.Z. Knyzhova, I.V. Suslov // European proceedings of social and behavioural sciences: International Scientific and Practical Conference «State and Law in the Context of Modern Challenges» (SLCMC 2021), Саратов, 17 июня 2021 года / Editor(s): Sergey Afanasyev,

Alexander Blinov, Sergey Belousov. Vol. 122. – Саратов: European Publisher, 2022. – Р. 304-309. (доля автора 0,25 п.л.).

24. Суслов, И.В. Советские вожди в западном медиапространстве / И.В. Суслов, Д.С. Артамонов, А.Р. Файзлиев // Научный диалог. – 2022. – Т. 11, № 9. – С. 143-162. (доля автора 1 п.л.).

Публикации в других изданиях

25. Суслов, И.В. Идеология и политика в американском игровом кинематографе / И.В. Суслов, З.З. Кныжова, С.П. Сидоров // Вопросы медиабизнеса. – 2025. – Т. 4, № 1. – С. 36-45. (доля автора 0,7 п.л.)

26. Иванов, А.Г. Игры, в которые играют люди: общее и особенное при проведении XXII Олимпиады (Москва-1980 vs Сочи-2014) / А. Г. Иванов, И. В. Суслов // Вопросы медиабизнеса. – 2025. – Т. 4, № 1. – С. 46-56. (доля автора 0,5 п.л.)

27. Суслов, И.В. Фантастическая телесность политического процесса (на примере кинематографического материала) / И.В. Суслов // Corpus Mundi. – 2024. – Т. 5, № 2(14). – С. 44-56.

28. Суслов, И.В. Феномен инакомыслия в коммуникативной парадигме Юргена Хабермаса / И.В. Суслов // Наука, технологии и ценности в неустойчивом мире: Сборник научных статей IV Конгресса Русского общества истории и философии науки, Москва, 27–29 сентября 2024 года. – Москва: Русское общество истории и философии науки, 2024. – С. 298-301.

29. Суслов, И.В. Феномен ресоветизации массового сознания в медиапространстве / И.В. Суслов // Утопические проекты в истории культуры: материалы V Всероссийской (с международным участием) научной конференции на тему «Социализм между утопией и антиутопией», Ростов-на-Дону, 24–26 октября 2024 года. – Ростов-на-Дону - Таганрог: Южный федеральный университет, 2024. – С. 92-95.

30. Шубина, А.Е. Герои и антигерои поколения Альфа и Z / А.Е. Шубина, И.В. Суслов // Идентичность России: формирование гражданской ответственности молодежи в контексте регионального опыта: Сборник докладов по материалам Всероссийской научно-практической конференции, Саратов, 25 октября 2024 года. – Саратов: Саратовская государственная юридическая академия, 2024. – С. 70-74. (доля автора 0,2 п.л.)

31. Суслов, И.В. Телесные репрезентации Ленина в постсоветских идеологических играх / И.В. Суслов // Corpus Mundi. – 2023. – Т. 4, № 2(12). – С. 92-119.

32. Суслов, И.В. «Мёртвые правят живыми»: Ленин как агент, объект и технология биополитики / И.В. Суслов // Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований. – 2023. – № 3(4). – С. 66-93.

33. Кузнецова, И.О. Гражданский активизм Российской молодежи: региональный аспект / И.О. Кузнецова, И.В. Суслов // Вестник Саратовской государственной юридической академии. – 2023. – № 6(155). – С. 269-277. (доля автора 0,4 п.л.).

34. Суслов, И.В. Конструирование образа СССР в традиционных

медиа: количественные методы анализа / И.В. Суслов // Уральский социологический форум к 100-летию Л.Н. Когана: Культура, личность, общество в условиях перемен: новые вызовы, проблемы, перспективы: Материалы XXVI Международной конференции памяти профессора Л.Н. Когана, Екатеринбург, 01 декабря 2023 года. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2023. – С. 499-508.

35. Суслов, И.В. Парадоксы исторических параллелей: аномальные образы советских вождей в зарубежном медиапространстве / И. В. Суслов // Мир человека: нормативное измерение - 8.0. Аномальное: Сборник трудов конференции, Саратов, 08–10 июня 2023 года. – Саратов: Саратовская государственная юридическая академия, 2023. – С. 306-314.

36. Суслов, И.В. Политизация творческой элиты в цифровом публичном пространстве (анализ политико-культурных кодов и нарративных схем) / И.В. Суслов // Южно-российский журнал социальных наук. – 2022. – Т. 23, № 3. – С. 67-79.

37. Суслов, И.В. Теоретические модели политического инакомыслия / И.В. Суслов // Вестник Поволжского института управления. – 2022. – Т. 22, № 2. – С. 73-82.

38. Предметное поле Российской молодежной политики / Е. И. Пашинина, З.З. Кныжова, И.В. Суслов, И. В. Бабаян // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2022. – № 2. – С. 74-94. (доля автора 0,4 п.л.).

39. Суслов, И.В. Символический интеракционизм: дореволюционная и советская архитектура как медиа в восприятии новых генераций молодежи / И.В. Суслов // Среднерусский вестник общественных наук. – 2022. – Т. 17, № 5. – С. 15-30.

40. Суслов, И.В. Петр I в Европейском медиадискурсе / И. В. Суслов // Учёные записки АГУ им. В. Н. Татищева. История. «Каспийский регион в имперском пространстве. К 350-летию со дня рождения Петра I Великого» : материалы VII Международной научной конференции, Астрахань, 06–07 октября 2022 года. – Астрахань: Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева, 2022. – С. 73-75.

41. Кныжова, З.З. Этапы трансформации культуры коммуникаций власти и общества в эпоху цифровой публичной политики / З.З. Кныжова, И.В. Суслов // Южно-российский журнал социальных наук. – 2021. – Т. 22, № 1. – С. 34-46. (доля автора 0,6 п.л.).

42. Кныжова, З.З. Цинизм и неучитывость региональной политической элиты в контексте структурно-биографического анализа / З. З. Кныжова, И. В. Суслов // Среднерусский вестник общественных наук. – 2021. – Т. 16, № 1. – С. 121-139. (доля автора 0,9 п.л.).

43. Бичанина, З.И. Социализация как стратегия в молодежной политике советского и постсоветского периодов / З.И. Бичанина, И.В. Суслов // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2021. – Т. 27, № 4. – С. 82-88. (доля автора

0,4 п.л.).

44. Сулова, О.С. Технократический и антропологический подходы к исследованию цифрового неравенства в контексте городской повседневности / О.С. Сулова, И.В. Сулов // Социальный урбанизм: время и пространство городской жизни: Сборник научных трудов по итогам Международной научно-практической онлайн конференции, посвященной 90-летию СГТУ имени Гагарина Ю.А. и 85-летию Почетного работника СГТУ В.Н. Ярской-Смирновой, Саратов, 25–26 сентября 2020 года. – Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А., 2021. – С. 295-299. (доля автора 0,3 п.л.).

45. Слобожникова, В.С. Влияние религиозного фактора на политическую идентичность в Нижнем Поволжье / В.С. Слобожникова, А.А. Маковский, И.В. Сулов // Южно-российский журнал социальных наук. – 2020. – Т. 21, № 3. – С. 64-77. (доля автора 0,5 п.л.).

46. Сулов, И.В. (Де)секуляризация культурной сферы как фактор политической дестабилизации Нижнего Поволжья / И.В. Сулов // Социальные риски в современном обществе: Материалы Всероссийской научно-практической онлайн-конференции с международным участием, Мурманск, 03–04 декабря 2020 года. – Красноярск: Научно-инновационный центр, 2020. – С. 251-254.

47. Кныжова, З.З. Потенциал и перспективы политической мобилизации в Интернет-пространстве: обзор эмпирических исследований в мировом и российском контексте / З.З. Кныжова, И.В. Сулов // Власть. – 2019. – Т. 27, № 5. – С. 59-66. (доля автора 0,4 п.л.).

48. Кныжова, З.З. Политический фактор медийных дискуссий: публичный конфуз регионального чиновника / З.З. Кныжова, И.В. Сулов // Коммуникология. – 2019. – Т. 7, № 3. – С. 79-93. (доля автора 0,7 п.л.).

49. Кныжова, З.З. Коммуникативные компетенции и медийные конфузы региональных политических элит / З.З. Кныжова, И.В. Сулов // Коммуникативная культура: история и современность: материалы IX Международной научно-практической конференции, Новосибирск, 01 ноября 2019 года. – Новосибирск: Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, 2019. – С. 115-120. (доля автора 0,3 п.л.).

50. Сулов И.В. Становление и эволюция инакомыслия как социокультурного феномена // Обсерватория культуры. – 2009. – № 6. – С. 95-101.

51. Сулов, И.В. Повседневность постмодерна / И.В. Сулов // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2008. – Т. 11, № 1. – С. 212-216.