

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
2026

Работа выполнена в ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия»

Научный консультант доктор философских наук, доктор юридических 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;

Коваль Екатерина Александровна, доктор философских наук, Средне-Волжский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Всероссийский государственный университет юстиции (РПА Минюста России)», профессор кафедры уголовного права и процесса

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

Защита состоится «12» мая 2026 г. в 12.00 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-0>

Автореферат разослан «__» _____ 2026 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 контексты для функционирования и трансформации идеологии.

Переход к цифровому обществу сопровождается появлением новых каналов распространения идеологических посланий, меняя структуру производства и потребления смыслов. Формирование и продвижение идеологии происходит в децентрализованных сетевых структурах, а 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.

Деглобализация, фрагментирующая мировое политico-экономическое и социокультурное пространство, является предпосылкой для появления новых идеологических проектов. В условиях распада глобальных экономических связей и культурного униформизма начинают формирование 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 исследования особенностей ее вовлечения в идеологические дискуссии. Цифровизация социального пространства повышает роль творческой элиты, моделирующей идеализированные формы взаимодействия между обществом и властью, превращая культуру в инструмент политической социализации молодых поколений.

Современные общества в эпоху заката глобализационного проекта, политических кризисов, геополитических конфликтов и культурной неопределенности демонстрируют потребность в переосмыслинении 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 постепенно укрепляются позиции 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.

Введение новой категории «социальная и политическая философия» в российской классификации научных специальностей отражает усиление статуса политической философии как самостоятельной и значимой области исследований. Этот шаг свидетельствует о признании важности комплексного анализа политico-идеологических процессов с учетом их философских оснований и социальной динамики.

Реидеологизация современного социально-политического пространства актуализирует задачу философского переосмыслиения роли и сущности идеологии в ситуации 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, актуализирующему необходимость философского осмыслиения механизмов адаптации идеологии к новой социотехнической реальности;
- 2) растущей важностью изучения идеологических процессов в условиях глобальных и региональных конфликтов, сопровождающих процессы деглобализации;
- 3) эволюцией форм реактуализации идеологических кодов публичного дискурса в медиапространстве.

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 осмыслиению.

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 ее 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, отражая и изменяя 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 единственной научной, а все другие идеологические течения объявлялись иллюзорными социальными мифологиями, враждебными коммунистической доктрине, что нашло отражение в работах таких исследователей, как Т.И. Ойзерман, В.Ж. Келле, М.В. Яковлев, Н.Б. Биккенин, А.К. Уледов.

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 ее иллюзорность коренилась в самой социальной действительности.

Однако в социальном познании наметились и 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 ее как систему ценностей, обеспечивающую когнитивную ориентацию и социальную интеграцию. У. Матц видел в идеологии механизм регулирования политических отношений, а К. Гирц анализировал ее как культурную модель, структурирующую социальные процессы.

В середине XX века концепции гиперидеологизации Франкфуртской школы была противопоставлена теория деидеологизации (Р. Арон, Д. Белл, С. Липсет), согласно которой в демократических обществах роль идеологии 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» 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 самого термина 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 сквозь 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, А.А. Дыдрова 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 исследуют символические аспекты идеологических конструкций.

Стремительная цифровизация общественных отношений актуализирует рассмотрение таких феноменов, как идеология и медиакратия, в публичном интернет-пространстве (Е.О. Сонина, М.М. Назаров, А.А. Трунов, С.В. Тихонова, Д.А. Давыдов). Трансформация информационного пространства детерминирует переход общественного мнения в состояние «постправды», что

влияет на представления о будущем (С.И. Мозжилин, А.В. Рязанов) и прошлом (Д.С. Артамонов, С.В. Тихонова, А.Н. Фортунатов), активно формирующиеся в виртуальном медиапространстве (Е.Н. Шапинская, Г.И. Зверева, А.П. Романова, М.М. Федорова, Е.А. Коваль), где происходит модернизация социально-культурной сферы под воздействием технологического прогресса в современных коммуникационных процессах, формирующих новое цифровое общество, что 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, И.И. Кузнецова, 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. Мощелкова, 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 наблюдается политизация этого феномена духовной жизни (Ю.М. Резник) и, как следствие, утилитарно-прагматичное моделирование идеологической сферы бытия. Идеология 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. 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 осмыслиения взаимосвязи онтологических, культурных и политico-управленческих измерений, анализа динамики формирования новых идеологем и их интеграции в социальные структуры цифрового общества, а также философского рассмотрения ценностного содержания цифровой идеологии, что актуализирует важность выявления внутренних закономерностей цифровой идеологической трансформации, определения влияния цифровой среды на структуру субъектности, медиапрактики и социально-политическое пространство современного общества, а также формирования системного понимания 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 политico-ориентированных коммуникаций и медиапрактик цифрового общества.

Целью исследования выступает 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 медиактивности 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 ситуации 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 политico-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 современных российских идеологических дискуссий;
- выявить основополагающие факторы идеологической социализации молодежи в современной цифровой среде.

Методология и методы докторской диссертации представлены совокупностью общих принципов и установок философско-методологического анализа, адаптированных для достижения поставленной цели. В процессе докторской диссертации применялся комплекс формально-логических методов общенациональной группы, включающий анализ, синтез, индукцию, дедукцию и абстрагирование, позволяющие выявить внутренние связи и отношения между исследуемыми объектами, 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 в процессах социальной коммуникации. Индивиды в цифровом обществе конструируют социальную реальность и наделяют ее 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. Становление сетевого общества сопровождается переходом идеологических структур в распределенное состояние полицентричности. Субъектами, производящими идеологию, оказываются государственные

институты, цифровые платформы, медиакорпорации и сами пользователи.

Методологическая основа работы базируется на принципах критической теории (Т. Адорно, М. Хоркхаймер, Ю. Хабермас, 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 макронarrативов, 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 постструктураллистской 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, используется для анализа культурных практик конструирования идеологических установок в социокультурном контексте (П. Бурдье, Э. Гидденс, В.П. Рожков, В.Б. Устьянцев, Д. Харви, А. Аппадураи). Концепции культурных нарративов и политического мифотворчества (Р. Жирар, К. Гирц, Э. Лакло), бытующих в социальном пространстве, применяются к исследованию механизмов идеологической презентации в цифровой медиасреде.

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 (К. Маркса, К. Маннхайма, Л. Альтюссера) с медиатеориями (М. Маклюэна, Ж. 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 условия общественно-политической жизни. Показано, что развитие коммуникационных технологий приводит к трансформации 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 способствует кризису официальных идеологических макронарративов. Доказано, что феномен «гражданской бдительности» граждан, связанный с контролем этических стандартов публичной масс-элитной 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, наделенных 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 при массовом распространении сатирических, пародийных и гротескных образов власти. Исследована роль визуализации в формировании «просвещенного ложного сознания» (П. Слотердейк) в эпоху постидеологии.

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

9. Выявлены социокультурные факторы, влияющие на мифологизацию массового сознания в условиях цифровизации. Проанализирована роль фантастических персонажей в идеологическом кодировании и презентации 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 потенциал цифровой гуманитаристики (интеграцию количественных и качественных методов) для анализа больших объемов данных.

12. Выявлена трансформация молодежи от пассивного потребителя идеологического контента к ситуативному участнику политико-коммуникационных процессов, что требует пересмотра традиционных иерархических моделей политической социализации. Обосновано наличие структурного влияния цифровых коммуникаций (алгократии) на процесс реидеологизации молодежи, сопровождающейся формированием политической инфантильности и идеологической фрагментированности молодежного сознания.

Положения, выносимые на защиту:

1. В рамках методологических поворотов (интерпретативного, 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. Идеология в условиях цифровизации является неотъемлемой частью визуального дискурса: идеологическое воздействие в цифровом обществе осуществляется через эмоционально-узнаваемые образы, а не в форме имплицитно обладающих аналитической глубиной текстовых сообщений. Реидеологизация цифрового общества происходит преимущественно в визуально-символических формах, обеспечивающих в процессе политических коммуникаций устойчивый обмен идеологическими смыслами между элитами и массами. 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 Гутенберга» 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). Переформатирование коммуникационных стратегий взаимодействия власти и общества в процессе перехода на цифровой этап развития 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 упрощенно-визуальной, символико-мифологической или меметической форме, является основным фактором современной реидеологизации, актуализированной кризисом классических идеологий, экзистенциальной неуверенностью массового сознания, процессами (де)глобализации и геополитическими конфликтами.

3. Цифровая идеология выступает самостоятельным этапом в развитии идеологий, сменившим виртуальную идеологию эпохи киберкультуры. Понятие «цифровая идеология» следует рассматривать в двояком смысле: как официальную доктрину 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 переопределется позиция субъекта и объекта реидеологизации. Развитие искусственного интеллекта и алгоритмических систем управления информацией приводит к тому, что идеология перестает 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. Трансляция идеологических макронarrативов в медиаповестке, в результате которой происходит рутенизация и интеграция идеологических смыслов в повседневные коммуникативные практики, может быть определена как механизм 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 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. Появление децентрализованных сетей и алгоритмических систем стирает онтологическую четкость границы между онлайном и офлайном, что способствует возникновению цифрового субъекта реидеологизации. Технологическое сращение онлайн и офлайн-режимов трансформирует социальную реальность, чей 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 влиять на политico-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 алгоритмического кода и интерфейса. Возникают такие риски скрытой идеологизации через технологические интерфейсы, как монополизация информационных потоков, фильтрация альтернативных взглядов, фрагментация публичной сферы и эрозия этической рефлексии.

6. 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, определяя деятелей искусства в субъект, а искусство – в инструмент формирования идеологической повестки. Творческая элита благодаря своим профессиональным навыкам в области символического производства влияет на формирование и трансляцию идеологических кодов и претендует на роль ключевого субъекта реидеологизации цифрового общества. Цифровизация каналов распространения идеологических смыслов (социальные сети, видеоблоги) изменяет формы и степень идеологической артикуляции творческой элиты, повышая ее значимость в пространстве публичного политического дискурса. В публичной деятельности оппозиционно настроенных деятелей искусства наблюдается отказ от рациональных политических аргументов в пользу эмоциональных реакций. Представители творческой элиты, традиционно формулировавшие идеологические высказывания в художественных произведениях или во время онлайн-акций, с развитием медиапространства оказываются под давлением ожиданий цифрового коллективного объекта (поклонников, подписчиков в соцсетях), оказывающего идеологизирующее влияние на своих кумиров.

7. Современные медиатехнологии способствуют возвращению общества к архаическому мифическому мышлению, замене сложных политических концепций упрощенными нарративами, поданными с помощью визуальных

образов. Визуальная форма медиаконтента оказывает более мощное идеологическое 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 использования иронии, пародирования, встраивая идеологические посылы в развлекательные, исторические и фантастические сюжеты массовой культуры. Визуализация в эпоху кризиса традиционных идеологий является технологией тестирования таких новых идеологических конструктов, как концепции постгуманизма, технократии и цифровой идентичности, формируя новые конструкции социального консенсуса.

8. Современная идеология утрачивает проектный характер, а будущее перестает выступать в роли телоса. Темпоральная перспектива реидеологизации характеризуется реполитизацией прошлого, основанной на ностальгических конструктах. 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, а место утопий будущего занимают ностальгические фантазмы. Темпоральный режим реидеологизации основывается на фетишизации прошлого и отказе от будущего, которое представляется либо в рамках катастрофического сценария, либо как продолжение настоящего, в котором отсутствует альтернатива рыночно-капиталистическим отношениям.

9. Цифровые технологии радикально изменили процессы идеологизации массовой культуры, трансформировав 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 мультикультураллизм, 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 закрепленной деидеологизации к реидеологизации, требующий создание 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 цифровой среде.

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. Реидеологизация происходит в условиях неоднозначного восприятия советского эстетического и этического наследия в различных поколениях. Осмысление «советского» в медиапространстве представлено двумя основными стратегиями: 1) создание мифологизированных 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, формирующими гибридные идеологические установки. Гибридизация молодежного идеологического сознания проявляется в сочетании скептицизма, лояльности и патриотизма, что ведет к размыванию традиционных границ между классическими идеологиями. В цифровом пространстве меняется традиционно иерархическая субъект-объектная форма политической социализации. Социально-психологические особенности молодежи, 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 молодежи 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 медиаисследований позволяет расширить понимание механизмов создания, распространения и функционирования идеологических конструктов 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.

Особой теоретической ценностью обладает анализ мифологизации политики и роли симулякром в создании современной идеологической реальности. Введение концепции цифровой мифологизации, влияющей 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 при выборе 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: Международная

научная конференция «Философские идеи в массовой культуре» (Москва, ГАУГН, 11–12 декабря 2025); Борисовские чтения. IV Международная конференция «Современная наука и новые общественные вызовы» (Самара, СГТУ, 11–12 сентября 2025 г.), V Всероссийская научно-практическая кинематографическая конференция «Кино как действительность: эмоции и кинематограф» (Санкт-Петербург, Социологический институт РАН – филиал ФНИСЦ РАН, 2–3 июля 2025 г.), V Всероссийская научная конференция «Утопические проекты в истории культуры» на тему «Социализм между утопией и антиутопией» (Ростов-на-Дону, ЮФУ, 24–26 октября 2024 г.), XV международная конференция Школы философии и культурологии факультета гуманитарных наук НИУ ВШЭ «Культура в эпоху цифровизации» (Москва, 24–26 октября 2024 г.); Международная научная конференция «Мифология, идеологии и утопии в современном мире» (Санкт-Петербург, Социологический институт РАН – филиал ФНИСЦ РАН, 17–18 октября 2024 г.); Всероссийская научно-практическая конференция «Советское прошлое и современное российское общество: культурные концепты, актуальные практики, социальные эффекты» (Липецк, РАНХиГС, 6 октября 2023 г.); III Всероссийская научная конференция «Кино в цифровую эпоху» (Челябинск, ЮУрГУ, 5–7 июля 2023 г.); Научная конференция «Биополитические технологии власти: теория, идеология, институциональные практики» (Великий Новгород, НГУ, 18–19 апреля 2023 г.); Communication Strategies in Digital Society Seminar (семинар «Коммуникационные стратегии в цифровом обществе», Санкт-Петербург, ЛЭТИ, 12 апреля 2023 г.); Всероссийская конференция «Нормативность в философии киноискусства» (Волгоград, ВолГУ, 3–4 июня 2022 г.) Международная конференция «Политика памяти в сети» (Санкт-Петербург, ЕУ СПб, 29–31 октября 2021 г.); Международный научный форум конфликтологов «Управление региональными конфликтами в условиях цифровизации современного общества» (Казань, КФУ, 20–21 ноября 2020 г.). 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. 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 638 источников (включая 219 на иностранных языках). Всего в тексте диссертационного исследования 386 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** автором раскрывается актуальность избранной темы, выделяются объект и предмет исследования, определяется степень научной

разработанности проблемы, обозначаются цель и задачи исследования, характеризуется его научная новизна, формулируются основные положения, выносимые на защиту, обосновывается теоретическая и практическая значимость работы, приводятся сведения о методологии исследования, степени его достоверности и об апробации 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, обуславливающим 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 веков: от критического восприятия ее 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. Маннхайма и Л. Альтюссера происходит существенный методологический сдвиг: утверждается тезис о возможности идеологии определять деятельность структур социального воспроизводства, «интерpellировать» индивидов в качестве конкретных субъектов социального порядка.

В середине XX века 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 годов (движения за гражданские права, феминизм, студенческий радикализм) опровергли тезис о «конце идеологии». Д. Белл признал ограниченность своей гипотезы, С. Липсет же уточнил, что речь шла не об исчезновении идеологического мышления, а лишь о снижении его утопического радикализма, что свидетельствует 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 в качестве культурной системы, которая посредством символьских 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 в качестве «культурного программного обеспечения», определяющего когнитивные рамки восприятия истины и справедливости, что расширяет междисциплинарность философского инструментария и тезауруса.

Визуальный и коммуникативный повороты конца XX века в социально-философском познании радикально меняют ракурс анализа идеологии. «Иконический поворот» в развитии философии, опиравшийся на труды Р. Барта и Ж. Бодрийара, позволил выявить зависимость общественного сознания от визуальных форм презентации реальности, доминирующих в современных медиа. Р. Барт показывает, что визуальные сообщения функционируют как знаковые системы, воспроизводящие идеологические структуры; Ж. Бодрийяр вводит понятие «гиперреальность», 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 счет 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 исследования. Интеграция дискурсов классической социальной философии (К. Маркс, К. Маннхейм, Л. Альтюссер) с медиатеориями (Г. Маклюэн, Ж. Бодрийяр, Дж. Томпсон) дает возможность утверждать, что в цифровом обществе происходит реидеологизация или, другими словами, возвращение идеологического компонента в общественную жизнь. 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 осмысливания идеологии в эпоху цифровых медиа, позволяя раскрыть механизмы производства и циркуляции смыслов, формирующих новую символическую реальность цифрового общества.

В параграфе 1.2 «Цивилизационно-tempоральная 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 сакрализовали власть, представляющую собой проявление высшего замысла. С конца эпохи Средневековья начинается постепенная секуляризация идеологического сознания, сопровождающаяся 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, образующемся 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. Представители марксистской теории впервые обратили внимание на идеологию как на инструмент гегемонии и средство поддержания социального порядка через производство согласия. А. Грамши уточнил, что власть устанавливается 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), а затем и аудиовизуальных потоков радио и кино превращает идеологию в элемент повседневности. Идеологические послания утрачивают индивидуальное авторство и оказываются продуктом коллективных коммуникационных практик, создаваемых редакторами, дикторами, режиссерами.

Функции контроля делегируются индустрии развлечений (Т. Адорно, М. Хоркхаймер), фиксируется превращение идеологии в спектакль, подменяющий политическую реальность серией управляемых образов (Г. Дебор). 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 реидеологизация, 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 упрощенно-визуальные, символико-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 таким фактором онтологической трансформации общественного бытия, как технологические инновации. В.Б. Устьянцев и Д.С. Артамонов справедливо указывают на необходимость перехода к цифровой фазе философии истории, позволяющей выявить трансисторические закономерности изменений в способах коммуникации, восприятия и воспроизведения 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» дает возможность 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), выражавший 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 дефиниция цифровой идеологии как

совокупности сетевых субидеологий, зависимых от пользовательской активности, медиапрактик и алгоритмических фильтров. Виртуальные сообщества и цифровые платформы могут быть определены в качестве субъектов децентрализованного производства идеологических смыслов (включая радикальные и экстремистские), распространяемые в субкультурах и альтернативных медиа. Таким образом, цифровая идеология предстает как полицентрическая 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.

Возникновение 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 сосуществования официальных идеологических доктрин и неформальных пользовательских контрапротивов.

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 высокоинтерактивное производство и циркуляция смыслов способствуют формированию динамической идеологической среды.

Развитие искусственного интеллекта и систем автоматизированного управления информацией ведет к тому, что идеология перестает быть исключительно продуктом человеческого мышления и превращается в гибридный феномен человеческого и машинного разума. Таким образом, цифровая идеология должна рассматриваться в качестве самостоятельного этапа 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 идеологию 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. Соответственно, субъекты реидеологизации сочетают в себе чертыteleологического актора – носителя осознанной политической цели, и актанта – спонтанного участника коммуникации, приобретающего идеологический статус в силу своей включенности 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 самовоспроизведения согласованных мнений и эмоционально устойчивых позиций) усиливают эффект идеологической селекции и вытеснения альтернативных интерпретаций.

Медиактивность 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 приводят 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 предметов роскоши или циничные высказывания вызывают мгновенную волну общественного возмущения, выступая в роли катализатора идеологического резонанса. Сетевые реакции интернет-пользователей на коммуникативные неудачи представителей политической элиты способствуют усилинию общественного внимания к таким идеалам и ценностям, как справедливость, равенство, социальная ответственность, которые приобретают новую идеологическую актуальность в цифровом обществе.

Реидеологизация сопровождается рутинизацией 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) задает 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 вовлеченности, 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, режиссеров, 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 ее 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 создает 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 смешению 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 вовлеченности 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 эффект, 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 просвещенное ложное сознание. Зритель осознает манипулятивность визуальных сообщений, но продолжает их потреблять, что приводит к трансформации иронии и скептицизма в формы соучастия, поддерживающие 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 упрощенными визуальными нарративами. Через повторяемые образы героев, врагов, справедливости и возмездия формируются новые мифы власти и социального порядка. Американский политический кинематограф продвигает мономиф о народовластии, в соответствии с которым разоблачение коррумпированных политиков и участие в выборах есть не что иное, как ритуалы символического очищения, поддерживающие 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 счет 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, перестает 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 вперед 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 ретроидеологии, в рамках которой история перерабатывается и упрощается в соответствии с текущими политическими потребностями. Ностальгические нарративы вытесняют рефлексию о будущем, подменяя ее 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 «Черного 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 «продленного 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, презентации 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, воплощающие 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 презентации 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, превращенное 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 о визуально привлекательной и эмоционально окрашенной 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 молодежи.

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 напряженными дебатами о допустимых формах, целях и границах государственной идеологии. После десятилетия деидеологизации, закрепленной в Конституции 1993 года, наблюдается возврат интереса к идеологии как инструменту национальной консолидации. Поправки к Конституции и рост geopolитической напряженности 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 жесткой 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 политico-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 чем предупреждают А.А. Кара-Мурза и Э.А. Соловьев. Вторые (ценостные) 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 жестким доктринальным, 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 остается 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 воспроизведения исторической памяти. Социальные сети, видеоплатформы и блоги превратились в медиаарены, 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 посвященных советскому прошлому медиапроектов в формировании интерпретаций истории, альтернативных официальной государственной политике памяти. Интернет-дискуссии выявляют столкновение трех 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 переосмыслиния 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 простилировать публичные дебаты о ценностях, справедливости и идентичности.

В параграфе 4.3 «**Идеологическая акселерация российской молодежи**» демонстрируется как социально-психологические особенности молодежи (бинарное мышление, открытость новому, чувствительность к мифам и цифровая социализация) делают ее одновременно уязвимой к манипуляциям и генератором идеологических трендов, что особенно важно в условиях конфликта России с коллективным Западом после начала СВО.

Цифровые платформы усилили протестный потенциал: даже пассивное наблюдение может рассматриваться как форма гражданского участия. Молодежь не различает онлайн- и офлайн-реальности, а потребление политического контента является основным форматом ее вовлеченности 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. Молодежь обсуждает коррупцию, неравенство, экологию, но больше ориентируется на харизматичные фигуры 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.

Молодежь интересуется политикой при условии доступной и увлекательной подачи, что сопровождается формированием ситуативного и фрагментарного характера идеологической вовлеченности. Современная российская молодежь 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. Цифровизация и деидеологизация: эволюция политической социализации зумеров / И.В. Суслов, З.З. Кныжова // Дискурс-Пи. – 2025. – Т. 22, № 2. – С. 108-125. (доля автора 0,5 п.л.).
2. Суслов, И.В. Базовые субъекты реидеологизации в цифровом обществе / И.В. Суслов // Общество: философия, история, культура. – 2025. – № 3 (131). – С. 59–64.
3. 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.).
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. 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. Сер.: 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 : Изд-во Сарат. ун-та, 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 ред. Н.А. Шибановой. – Казань : Изд-во Казан. ун-та, 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. Оскол 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 / А.А. Целыховский, 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. Knuzhova, Z.Z. Liberal ethics and rhetoric of russian regional political elite: neo-institutional approach / Z.Z. Knuzhova, 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. Суслов, И. В. Реидеологизация российского общества: картография политico-философских позиций / И. В. Суслов, Ю. Я. Дубровина // Гражданин. Выборы. Власть. – 2025. – № 4(38). – С. 110-118 (доля автора 0,25 п.л.).
27. 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.).

28. Суслов, И.В. Идеологические трансформации российского общества: философская рефлексия / И. В. Суслов // Философское осмысление историографических и перспективных задач современного публичного права : Сборник научных трудов по итогам Второй Международной конференции, посвященной 80-летию Победы в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг., Екатеринбург, 10 ноября 2025 года. – Екатеринбург: Институт философии и права УрО РАН, 2025. – С. 350-363.
29. "Eternal Youth": the Ethics of an Ideological Alliance Between Youth and Artificial Intelligence / D. S. Artamonov, I. D. Nevvazhay, I. V. Suslov [et al.] // 2025 IEEE Ural-Siberian Conference on Biomedical Engineering, Radioelectronics and Information Technology (USBEREIT), Yekaterinburg, 12 мая – 13 2025 года. – Yekaterinburg: IEEE, 2025. – Р. 312-316 (доля автора 0,1 п.л.).
30. Суслов, И.В. Фантастическая телесность политического процесса (на примере кинематографического материала) / И.В. Суслов // Corpus Mundi. – 2024. – Т. 5, № 2 (14). – С. 44–56.
31. 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). – М.: Русское общество истории и философии науки, 2024. – С. 298–301.
32. 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.
33. Шубина, А.Е. Герои и антигерои поколения Альфа и Z / А.Е. Шубина, И.В. Суслов // Идентичность России: формирование гражданственности 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.).
34. Суслов, И.В. Телесные репрезентации Ленина в постсоветских идеологических играх / И.В. Суслов // Corpus Mundi. – 2023. – Т. 4, № 2 (12). – С. 92–119.
35. Суслов, И.В. «Мертвые правят живыми»: Ленин как агент, объект и технология биополитики / И.В. Суслов // Индустрии впечатлений. Технологии социокультурных исследований. – 2023. – № 3 (4). – С. 66–93.
36. 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.).
37. 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, 1 декабря 2023 года). – Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2023. – С. 499–508.

38. 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, 8–10 июня 2023 года). – Саратов : Саратовская государственная юридическая академия, 2023. – С. 306–314.

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

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

41. 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.).

42. Суслов, И.В. Петр I в европейском медиадискурсе / И.В. Суслов // Ученые 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, 6–7 октября 2022 года). – Астрахань : Астраханский государственный университет имени В.Н. Татищева, 2022. – С. 73–75.

43. 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.).

44. Кныжова, З.З. Цинизм и неучтивость 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.).

45. 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.).

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

47. Кныжова, З.З. Потенциал и перспективы политической мобилизации в интернет-пространстве: обзор эмпирических исследований

в мировом и российском контексте / 3.3. Кныжова, И.В. Суслов // 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. Суслов // 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. Суслов // Коммуникативная культура: история и современность: материалы IX Международной научно-практической конференции (Новосибирск, 1 ноября 2019 года). – Новосибирск: Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, 2019. – С. 115–120 (доля автора 0,3 п.л.).

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

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