

УДК 130.2:7.011.3

DOI: 10.18413/2408-932X-2026-12-2-1-0

Рязанов А. В.¹,
Цельковский А. А.²

**Между модернизацией и архаизацией:
медиа как агент мифотворчества и формирования
политической культуры в современной России**

¹Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, ул. Астраханская, д. 83, г. Саратов, 410012, Россия;
alexandr.ryazanov@gmail.com

²Липецкий государственный технический университет,
ул. Московская, д. 30, г. Липецк, 398055, Россия;
alts1085@mail.ru

Аннотация. Динамика политической культуры современной России характеризуется противоречием между стремлением к модернизации и тенденциями архаизации. В этом процессе ключевую роль играют различные медиа средства, превратившиеся в один из главных инструментов конструирования социальной реальности. Актуальность исследования, таким образом, обусловлена необходимостью осмысления амбивалентной природы медиа, которые выступают не просто каналом передачи информации, но агентом современного мифотворчества. Цель исследования – проанализировать, как мифотворческие практики медиа влияют на формирование политической культуры в России, колеблющейся между необходимостью модернизации и тяготением к архаизации. Основная гипотеза заключается в том, что медиа выполняют двойственную функцию: с одной стороны, они могут выступать проводником архаизации, консервируя традиционные, иррациональные модели поведения через создание упрощенных политических мифов. С другой стороны, они же предоставляют платформы для новых солидарностей и критического дискурса, работая на модернизацию политического сознания. Таким образом, исследование раскрывает диалектическую роль медиа как фактора, одновременно способного и затруднять, и стимулировать переход к более сложным формам политической культуры.

Ключевые слова: модернизация; архаизация; миф; мифологизация; политическая культура; медиа; медиаобраз; ностальгия

Для цитирования: Рязанов, А. В. и Цельковский, А. А. (2026), «Между модернизацией и архаизацией: медиа как агент мифотворчества и формирования политической культуры в современной России», *Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования*, 12(2), 107-118. DOI: 10.18413/2408-932X-2026-12-2-1-0

A. V. Ryazanov¹
A. A. Tselykovsky²

**Between modernization and archaization: media as an agent
of myth-making and political culture formation in modern Russia**

¹N.G. Chernyshevsky Saratov National Research State University,
83 Astrakhanskaya St., Saratov, 410012, Russia;
alexandr.ryazanov@gmail.com

²Lipetsk State Technical University,
30 Moskovskaya St., Lipetsk, 398055, Russia;
alts1085@mail.ru

Annotation. The dynamics of the political culture of modern Russia is characterized by a contradiction between the desire for modernization and the trends of archaization. Various media tools play a key role in this process, which have become one of the main tools for constructing social reality. The relevance of the research, therefore, is due to the need to understand the ambivalent nature of media, which act not just as a channel for transmitting information, but as an agent of modern myth-making. The purpose of the study is to analyze how myth-making media practices influence the formation of political culture in Russia, fluctuating between the need for modernization and the tendency towards archaization. The main hypothesis is that the media perform a dual function: on the one hand, they can act as a vehicle for archaization, preserving traditional, irrational patterns of behavior through the creation of simplified political myths. On the other hand, they also provide platforms for new solidarity and critical discourse, working to modernize political consciousness. Thus, the study reveals the dialectical role of the media as a factor that can both complicate and stimulate the transition to more complex forms of political culture.

Keywords: modernization; archaization; myth; mythologization; political culture; media; media image; nostalgia

For citation: Ryazanov, A. V. and Tselykovsky, A. A. (2025), "Between modernization and archaization: media as an agent of myth-making and political culture formation in modern Russia", *Research Result. Social Studies and Humanities*, 12(2), 107-118. DOI: 10.18413/2408-932X-2026-12-2-1-0

Введение

Политическая культура современной России характеризуется сосуществованием двух ключевых векторов: декларативного курса на технологическую и институциональную модернизацию и доминирующих в реальной практике процессов социокультурной архаизации. В этих процессах медиа предстают ключевым элементом, который не просто отражает, а активно формирует политическую реальность, задавая рамки ее восприятия. При этом в цифровую эпоху мифотворчество, составляющее важнейшую компоненту политической культуры, приобретает принципиально новые системные характеристики, трансформируясь из стихийного культурно-исторического процесса в технологически опосредованную и целенаправленную практику конструирования реальности.

Современные медиа, и в особенности цифровые платформы, становятся ключевым агентом этого процесса в силу своей тотальной проницаемости, высокой скорости циркуляции символов и способности к алгоритмической персонализации контента. Они не ограничиваются пассивной ретрансляцией существующих мифологем, а активно продуцируют новые, используя механизмы вирусного распространения, создания информационных пузырей и непрерывного потока упрощенных нарративов. Визуальные форматы и клиповое восприятие способствуют не критическому осмыслению, а мгновенному эмоциональному усвоению мифологических конструктов, которые начинают восприниматься как неотъемлемая и объективная часть информационной среды. Еще М. Маклюэн в середине прошлого века обратил внимание на мифологизацию социально-политической реальности посредством медиа. Он отмечал, что «миф есть мгновенное целостное видение сложного

процесса, который обычно растягивается на большой промежуток времени. Миф представляет собой сжатие, или импловзивное свертывание всякого процесса, и сегодня мгновенная скорость электричества сообщает мифическое измерение даже самому простому промышленному исоциальному действию. Мы живем мифически» (Маклюэн, 2014: 31). Об этом же писал Н. Луман, исследуя процессы коммуникации в структуре информационного общества: «“Новая мифология”, о появлении которой тщетно ностальгировали романтики, была сотворена развлекательными формами массмедиа» (Луман, 2005: 94).

Таким образом, медиа эволюционируют из канала коммуникации в активного создателя новой мифологии, где архетипические образы обретают актуальное цифровое воплощение. В этом контексте политическая культура все в большей степени формируется под влиянием конкуренции и смены коллективных образов и символов, а не на основе рационального публичного дискурса. Современный миф утрачивает функцию исключительно сакрального повествования о прошлом, превращаясь в эффективный инструмент оперативного управления общественным сознанием в настоящем и проектирования желаемых социальных и политических сценариев будущего. Его воспроизводство становится конвейерным, а укоренение – максимально быстрым благодаря интегрированности медиа во все сферы повседневности, что придает всей социокультурной динамике ярко выраженный мифологический характер.

От мифа к медиаобразу

В современном обществе мифы выполняют важнейшую функцию инструмента коллективной идентификации, обеспечивая устойчивость социокультурного пространства и выступая фундаментом политической культуры. Цифровые медиа коренным образом трансформировали механизмы мифотворчества: если традиционные мифы складывались на протяжении жизни многих поколений, то сегодня мифологические нарративы конструируются и тиражируются практически мгновенно. Подобная динамика порождает двойственный эффект: с одной стороны, открываются беспрецедентные возможности для общественной консолидации, а с другой – возрастают риски фрагментации идентичности под воздействием множества конкурирующих дискурсов.

Современная мифология, в частности, разрабатывалась Р. Бартом еще в середине двадцатого века. Исследователь трактовал современный миф как семиотическую систему, функционирующую в массовой культуре. По Барту, мифом может стать любой дискурс. Он отмечал: «Поскольку миф – это слово, то мифом может стать все, что покрывается дискурсом» (Барт, 2008: 352). Сходных воззрений придерживается К. Флад, рассматривающий современные мифы как идеологические конструкты, посредством которых решаются различные политические задачи. По его мнению, «мифологическим можно назвать любой политический текст в той степени, в какой он идеологически окрашен» (Флад, 2004: 41). То есть современные мифы можно определить как рационализированные и выраженные в символической форме архаические мифы, конструируемые и транслируемые в рамках какого-либо идеологического дискурса.

Стереотипизация и архетипизация, присущие современному мифу, упрощают сложную, многомерную реальность до набора универсальных символов-архетипов («герой», «враг», «предатель», «осажденная крепость»). Это упрощение, в свою очередь, провоцирует архаизацию, так как вытесняет рациональный, дискурсивный поиск компромисса и заменяет его иррациональными, основанными на эмоциях моделями поведения. Современные медиа, как главный фактор мифотворчества в цифровую эпоху, катализируют этот процесс, обеспечивая мгновенное и повсеместное тиражирование таких упрощенных образов. В результате политическая культура отходит от сложных модернизационных практик, основанных на рациональности, и скатывается к архаичным иррациональным формам консолидации через противопоставление «своих» и «чужих», где доминируют поиск «врага»

и сиюминутная мобилизация, а не стратегическое планирование. Таким образом, медиамифотворчество, программируя определенное социальное поведение через устойчивые стереотипы, не просто отражает, а активно конструирует архаизированную политическую реальность, подменяя рациональный дискурс.

Современная медиасреда, в силу своей интерактивности, визуальной насыщенности и способности к мгновенному тиражированию, стала идеальным пространством для производства медиаобразов, которые функционируют по законам современного мифотворчества. В этой связи необходимо подробнее остановиться на понятии медиаобраза.

В современной научной литературе понятие «медиаобраз» появилось приблизительно в то же время, что и исследования схожего с ним понятия «имидж», заимствованного из английского языка. Попытки четкого разведения этих понятий можно наблюдать вплоть до настоящего времени, и прийти к согласию в их трактовках окончательно не удалось. Тем более, что они по-разному используются среди представителей различных социальных и гуманитарных дисциплин. Так, Е.Г. Малышева и Ю.Е. Русакова полагают, что, «в отличие от образа, который складывается преимущественно стихийно, имидж – это целенаправленно созданный образ, соответствующий эталону, принятому в социуме, поэтому имидж воспринимается в контексте социума. Понятия “медиаобраз” и “имидж”, несомненно, коррелируют друг с другом. Медиаобраз как некий медиаконструкт, объект в преломлении медиа влияет на создание имиджа субъекта или объекта. Вместе с тем именно медиаобраз, созданный в медиапространстве, во многом определяет имидж той или иной публичной персоны, территории и т. п.» (Малышева, Русакова, 2024: 85).

В постмодернистской теории Ж. Бодрийера имидж и реальность (будь то реальность социальных отношений или эмпирического пространства) не имеют различного онтологического статуса, иначе говоря, не существует различия между имиджем и реальностью (Назаров, 2003). Правда, следует помнить, что речь идет лишь о теории. На практике разница все же есть. Любой предмет или субъект онтологически нагружен, он изначально самоценен и встроен в систему реальности, независимой о нас. Имидж объекта, предмета, явления одновременно и виртуален, и симулятивен. Он виртуален, поскольку не онтологичен, а симулятивен, так как пытается продемонстрировать то, чего нет. А если что-то и есть, то он присутствует в реальном объекте в меньшем количестве (качестве), нежели демонстрируется за счет сформированного специалистами имиджа (медиаобраза).

Л.В. Хочунская трактует медиаобраз как «закодированное в медийном тексте ценностное представление автора о медиаобъекте, имеющее диалогический (полилогический) характер и вызывающее ценностную реакцию адресата» (Хочунская, 2013: 93). То есть в представлении исследователя медиаобраз является информационным посланием, кодирующим какие-либо ценности. Медиаобраз в этом отношении представляет собой субъективную и ангажированную интерпретацию, несущую определенную идеологическую или эмоциональную оценку. По мысли А.В. Морущак, медиаобраз представляет собой «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ» (Морущак, 2012: 95). То есть медиаобраз предстает как комплексное ментальное образование, которое формируется в сознании потребителя медиа. Указание на «эмоциональные и рациональные представления» подчеркивает, что этот образ апеллирует не только к логике, но и, в большей степени, к эмоциям, что объясняет его эффективность в формировании устойчивых ассоциаций. Таким образом, акцент смещается с производства образа на его усвоение.

Стоит обратить внимание, что медиаобразы, согласно приведенным определениям, содержат как рациональные компоненты, так и эмоционально-аффективные. Эта особенность делает их одним из значимых компонентов мифотворческой практики и политического дискурса. К примеру, А.Н. Гуреева и П.А. Киреева, анализируя процесс конструирования

медиаобраза государства, отмечают, что «медиа не только перестали ограничиваться информационным посредничеством воздействия государства на общество, но и стали преобразовывать всю политическую коммуникацию и принципиальным образом менять роли и значения всех акторов» (Гуреева, Киреева, 2022: 29). Исследователи, таким образом, фиксируют переход медиа из пассивного канала передачи информации в активного творца политической реальности. Медиа больше не просто трансляторы готовых сообщений от государства к обществу, а самостоятельный актер, который активно формирует само пространство политической коммуникации. Это кардинально меняет роли всех участников процесса. Государство вынуждено не просто информировать, а «продавать» образы и мифы, подстраиваясь под логику медиа. Общество, в свою очередь, становится не потребителем фактов, а аудиторией, вовлеченной в символический обмен и интерпретацию постоянно конструируемых смыслов.

Исходя из сказанного, медиаобраз можно определить как эмоционально окрашенный и сложный семиотический конструкт, формируемый средствами массовой коммуникации для репрезентации того или иного объекта, явления или исторического периода. В отличие от исторического понятия, медиаобраз не столько отражает реальность, сколько конструирует ее, опираясь на систему символов, стереотипов и культурных кодов, актуальных для текущей ситуации. Его ключевой функцией является воздействие на аудиторию, формирование определенного эмоционального отношения и ценностных установок. В современном информационном обществе медиаобразы становятся ключевым инструментом мифотворчества, влияющим на специфику политической культуры.

Между архаизацией и модернизацией

Россия в цивилизационном отношении представляет собой уникальный тип общества и, по мнению ряда отечественных исследователей, может быть отнесена к периферийным цивилизациям. Как отмечает И.Г. Яковенко, для подобных обществ характерен устойчивый дефицит собственных цивилизационных ресурсов, который невозможно быстро компенсировать ни за счет заимствований, ни посредством внутренней мобилизации в ограниченные исторические сроки. Вследствие этого формируется относительно нестабильная социальная система, в структуре которой сохраняются значительные слои архаических элементов, подвергшихся слабой или неполной переработке (Яковенко, 2008). В таком случае можно предположить, что процессы модернизации, происходящие в российских реалиях, имеют собственные специфические особенности: за ними всегда скрываются те или иные архаические черты. И в досоветский, и в советский периоды, и в период после существования СССР определенные архаические черты в государственной структуре, в ее экономике, в управлении народным хозяйством, тем более, если речь идет об областях и национальных республиках, безусловно могут быть обнаружены. Политическая культура современной России в этом отношении не является исключением. Хотя архаизирующие характеристики, несомненно, присутствующее в современной России, официальными медиа отмечаются редко. Даже само слово «архаизация», имеющее явно отрицательные коннотации, почти не упоминается, особенно в сравнении с «модернизацией».

Так, А.П. Ситников, Г.С. Пшегусова и И.П. Чернобровкин, анализируя трансформационные процессы российского общества, трактуют архаизацию как процесс воспроизводства элементов социальных и политических отношений прошлого в целях консервации существующего порядка и удержания власти. В условиях ценностной ломки и кризиса, вызванного постсоветскими трансформациями, по мысли исследователей, происходит объективация архаизации на ценностно-смысловом уровне. Способность воспринимать сложную реальность утрачивается, и она подменяется упрощенными мифологическими схемами. Исследователи отмечают, что в условиях архаизации «отличительными особенностями политической культуры и политического поведения

российских граждан становятся наиболее простые и эмоционально выразительные действия, связанные с проявлением преувеличенного восторга в адрес политических лидеров и неадекватной ненависти к “чужим”, в которых видятся враги нации и государства» (Ситников, Пшегусова, Чернобровкин, 2019: 4). В этом процессе медиа становятся основным актором формирования архаичных политических практик через упрощенные и эмоционально насыщенные образы.

М.М. Лебедева совместно с рядом других исследователей определяют политическую архаику как возврат к неформальным институтам и практикам, основанным на потестарности, криминале, религии, родственности и клановости, что происходит в условиях слабости формальных государственных институтов. Как замечают исследователи: «Информационные технологии, особенно Web 2.0, действительно стимулируют демократизацию, но при слабости государственных институтов могут не просто отбросить государство назад в авторитаризм, а “информализировать” или архаизировать его, провоцируя гражданские войны и разрушение всех государственных институтов» (Лебедева, Харкевич, Зиновьева, Копосова, 2016: 32). Подобная точка зрения позволяет говорить об амбивалентной роли медиа: будучи инструментом модернизации коммуникации, в определенных социокультурных условиях они становятся катализатором архаизации, разрушая модернизационный потенциал политической культуры и замещая формальные институты неформальными (или формальными) мифологизированными практиками.

Важно обратить внимание на то, что в ситуациях нестабильности архаизация может обретать адаптивный характер, выступая механизмом выживания системы. В действие вступают старые, подчас считавшиеся уже утраченными способы регуляции человеческих отношений и социальные практики, доказавшие свою эффективность в прошлом. В новых условиях они способны обеспечить если не процветание социума, то хотя бы поддержание жизнедеятельности на необходимом уровне. Следовательно, архаизация представляет собой способ реорганизации социальной системы, направленный на обеспечение выживаемости социума и воспроизводство апробированных историческим опытом практик.

Парадокс современной российской политической культуры заключается в том, что процессы архаизации, активно подпитываемые медийным ностальгическим дискурсом, разворачиваются параллельно с декларируемым курсом на модернизацию. При этом модернизационные процессы в российской политической культуре также имеют свою специфику. В частности, О.Ю. Керимов по этому поводу замечает, что политическая модернизация в российской политической культуре не может быть сведена к единой линейной модели, ориентированной исключительно на западные образцы, а должна учитывать цивилизационную специфику и исторически сложившиеся особенности политической системы. Для России, с ее многонациональным укладом и традиционно сильной ролью государства в управлении общественными процессами, наиболее адекватной автор признает многолинейную модель модернизации, допускающую самостоятельное развитие с сохранением цивилизационной идентичности. К примеру, автор замечает: «власть тяготеет к административным методам управления, но и общество сохранило определенный уровень патернализма» (Керимов, 2021: 271). Подобные особенности создают благоприятную почву для медиамифотворчества, поскольку патерналистские ожидания общества легко реализуются через соответствующие медиаобразы, а архаичные модели восприятия политики закрепляются в массовом сознании.

Ностальгический дискурс: медиаобразы и политические практики

Медиасреда, продуцируя эмоционально насыщенные и упрощенные медиаобразы, активно замещает сложную, многомерную политическую реальность набором архетипических символов и стереотипов. Эти образы, функционируя как элементарные единицы современных политических мифов, апеллируют не к рациональному анализу,

а к коллективным эмоциям и бессознательным паттернам, таким как поиск «героя» или идентификация «врага». В результате политическая культура отходит от дискурсивных практик, основанных на критическом осмыслении, и скатывается к архаичным формам консолидации. Таким образом, медиа, превращая политику в борьбу мифологизированных образов, способствуют вытеснению рационального диалога и утверждению иррациональных, эмоционально-мобилизационных моделей политического поведения, что и является архаизацией политической культуры.

Российский официальный дискурс использует модернизационную риторику, апеллируя к технологическому прорыву, инновациям и суверенному развитию, что создает образ устремленности в будущее. Однако на практике медиа, будучи главными проводниками этого дискурса, наполняют его архаичными мифологемами – культом традиционных ценностей, образом «осажденной крепости», сакрализацией власти и поиском внешних врагов. В результате модернизационный проект парадоксальным образом реализуется через архаизирующие социальные практики и мифологическое сознание, где коллективная идентичность строится не на образах будущего, а на идеализации и мифологизации образов прошлого, что и консервирует архаичные основания политической культуры. Архаизация политической культуры происходит посредством мифологизации и идеализации образов прошлого, транслируемых медиадискурсом. Мифологизированное прошлое становится основой для конструирования политической практики.

В этой связи уместно обратиться к феномену ностальгии, представляющей собой, фактически, разновидность современного мифотворчества. Ностальгия является не просто эмоциональной тоской по прошлому, а мощным инструментом конструирования настоящего. Ностальгия как форма мифотворчества, при которой историческая реальность подвергается селекции и идеализации, превращается в лишенный противоречий сакральный образ «золотого века». Этот искусственно созданный медиадискурсом идеал, будь то имперское или советское величие, становится нормативным ориентиром и оправданием для современных политических практик. Таким образом, происходит подмена рационального проектирования будущего стремлением реконструировать мифологизированное прошлое, что и является сутью архаизации, блокирующей подлинную модернизацию.

Отметим, что российскими исследователями ностальгия характеризуется как «эмоционально-психологический и социально обусловленный феномен, одна из форм исторической памяти, проявляющаяся в эмоциональной, психологической, культурной актуализации прошлого личного и социального опыта в его соотношении с наличествующим настоящим» (Ностальгия по советскому, 2011: 18). При этом необходимо различать несколько видов социального феномена ностальгии. К примеру, С. Бойм выделяла рефлексирующую (критическую) и реставрирующую ностальгию. Рефлексирующая ностальгия преимущественно локализована в медиасреде и отличается способностью к критическому осмыслению прошлого, которое предстает в ней в качестве сложного и незавершенного опыта, открытого для рефлексии. Реставрирующая ностальгия, напротив, нацелена на символическое и институциональное воспроизводство идеализированного образа прошлого в современной общественно-политической реальности, при этом его противоречия и историческая неоднозначность сознательно выносятся за скобки. Данный тип ностальгии чаще всего проявляется в официальных государственных нарративах, где элементы ушедших эпох используются как инструмент символической мобилизации (к примеру, политическая риторика о «возрождении СССР»). С. Бойм в этой связи отмечает: «Реставрирующая ностальгия проявляет себя в тотальной реконструкции монументов прошлого, в то время как рефлексирующая ностальгия тяготеет к руинам, патине времени, мечтам об иных местах и других эпохах» (Бойм, 2021: 120).

Именно рефлексующая ностальгия позволяет создавать более сложные и эмоционально достоверные медиаобразы, которые участвуют в мифологизации, предлагая аудитории бегство от настоящего в идеализированное, лишенное конфликтов прошлое. Конструируя мифологизированные образы прошлого, дезориентированное коллективное сознание обретает ценностную и смысловую опору в настоящем.

Медиа, культивируя рефлексующую ностальгию, создают эмоционально привлекательный фон, идеализирующий прошлое через личные истории и эстетику «утраченного времени». Эта почва, лишенная критического осмысления системных противоречий, становится чрезвычайно восприимчивой для последующего внедрения реставрирующей ностальгии, которая трансформирует общую тоску в конкретный политический проект «возвращения к истокам».

Таким образом, медийный ностальгический дискурс формирует у аудитории запрос на восстановление мифологизированного прошлого, который затем удовлетворяется через архаизирующие политические практики – сакрализацию традиционных институтов и поиск утраченного «величия». В результате происходит легитимация архаизации, которая преподносится не как разрыв с современностью, а как «естественное» возвращение к подлинной, идеализированной идентичности, что и блокирует модернизационный потенциал политической культуры.

Ярким примером, демонстрирующим архаизацию политической культуры и активную роль медиа в этом процессе, служит феномен ностальгии по советскому прошлому. Как уже было показано, для современной российской медиапрактики характерен преимущественно рефлексующий тип ностальгии. Его формирование началось еще в 1990-е годы с появлением первых медиапроектов, посвященных СССР, когда ностальгические настроения были еще тесно сопряжены с коммуникативной памятью (по Я. Ассману). С течением времени количество и разнообразие таких проектов возрастало, охватывая как легкие развлекательные жанры, так и серьезные аналитические форматы.

Телевизионный контент, такой как передачи «Старая квартира», «Какие наши годы», «Лучшие годы нашей жизни» и им подобные, целенаправленно конструирует идеализированный медиаобраз СССР, выступая мощным катализатором реставрирующей ностальгии. Данный процесс получает тотальное распространение в цифровой среде, где многочисленные сообщества в социальных сетях тиражируют и закрепляют этот мифологизированный образ. Таким образом формируется единый медиадискурс, который подготавливает почву для актуализации мифологизированного образа советского прошлого в современной политической практике.

К советской эпохе активно обращается российский кинематограф. Темы Великой Отечественной войны, спортивных побед и освоения космоса служат основой для конструирования героического нарратива о «великом прошлом», который становится новым мифом происхождения для современной России. Несмотря на возможность критического изображения отдельных аспектов советской системы, общий посыл этих фильмов сводится к безусловному прославлению достижений советской эпохи, что обеспечивает эмоциональную легитимацию текущей политики через апелляцию к историческому величию. Данный кинематографический дискурс, транслируя идеализированный образ мобилизационного общества, ориентированного на прорыв и противостояние с внешним миром, формирует запрос на воспроизводство аналогичных моделей в настоящем. Массовый кинематограф выступает важнейшим инструментом медиамифотворчества, который, эксплуатируя ностальгию, подменяет сложный исторический анализ эмоционально заряженными символами, способствуя архаизации политической культуры. Эта коллективная тоска, сформированная на уровне массового сознания, затем инструментализируется

властными структурами, которые переводят ее в плоскость конкретных политических практик.

Рефлексирующая ностальгия, культивируемая медиа, служит питательной средой для реставрирующей, находящей свое воплощение в риторике о «возрождении величия», воссоздании исторических институтов и легитимации текущего курса через апелляцию к мифологизированным образцам прошлого. Этот переход от эмоциональной памяти к политической программе и является ключевым механизмом архаизации, подменяющим проектирование будущего реконструкцией утраченного идеала.

Активизация реставрирующей ностальгии приходится на 2000-е годы. Одним из первых знаковых шагов в этом направлении стало утверждение нового государственного гимна. В его основе была оставлена музыка советского гимна, созданная А.В. Александровым, тогда как новый текст подготовил С.В. Михалков – соавтор прежней версии гимна СССР. В официальном дискурсе подобное решение интерпретировалось как стремление символически связать различные этапы российской истории в единую и непрерывную историческую траекторию.

В последующие годы наблюдается институционализация отдельных советских практик в системе наград и званий. В качестве примера можно привести звание «Герой Труда Российской Федерации» (2013 год) – аналог звания «Герой Социалистического Труда», существовавшего в 1938-1991 годах и присуждавшегося за выдающиеся достижения в сфере труда. В 2021 году был введен почетный знак «За успехи в труде», отсылающий к одноименной награде позднесоветского периода (1986-1991 гг.). Кроме того, в общественно-политический оборот было возвращено звание «Мать-героиня», также имеющее прямой исторический прецедент в советской наградной системе.

В 2022 году в России была создана новая общенациональная детско-подростковая структура – «Движение первых». Среди ее ключевых задач декларируется формирование патриотических установок у молодого поколения. Хотя в постсоветский период в России уже предпринимались попытки институционализации молодежной активности (движения «Наши», «Идущие вместе» и т. д.), символическое значение даты основания (столетие Всесоюзной пионерской организации), программные ориентиры и само наименование новой организации позволяют интерпретировать ее как своего рода преемницу советской пионерской традиции.

Власть, легитимируя свой курс через апелляцию к историческим образцам, не просто заимствует советскую символику, но и реанимирует присущую ей мобилизационную логику, ориентированную на коллективные, а не индивидуальные достижения. Таким образом, происходит буквальное воплощение мифологизированного прошлого в институциональной практике, где архаичные знаки отличия становятся инструментом конструирования несоветской идентичности. Этот процесс наглядно демонстрирует, как ностальгический медиамиф трансформируется в конкретные политические решения, ведущие к архаизации социально-политических отношений.

Обращение к советскому мифологическому наследию проявляется не только в осмыслении текущей политической и социальной реальности, но и в формировании представлений о стратегических перспективах страны. Иными словами, советский опыт начинает выступать в качестве одного из возможных ориентиров при моделировании будущего устройства России. Подобная тенденция получила выражение, в частности, в аналитическом докладе «Образы будущего для России: сценарии, развилки и оценки», подготовленном «Фондом прогрессивной политики» в 2022 году. В документе были предложены несколько вариантов дальнейшей социально-политической эволюции государства, отражающих различные направления потенциального развития. В качестве одного из базовых сценариев авторы обозначили проект «СССР 2.0». Данный вариант

предполагает формирование автономной политической системы с доминирующей ролью государства в экономике, наличием официальной идеологии и механизмов цензуры.

Проект «СССР 2.0», предлагающий воссоздание закрытой политической системы, государственной идеологии и плановой экономики, является чистым выражением реставрирующей ностальгии, перешедшей из области медиадискурса в сферу конкретных политических программ. Само появление такого сценария, легитимированного экспертным сообществом, сигнализирует о том, что архаизирующий тренд, подпитываемый медиамифотворчеством, достиг уровня стратегического планирования, где будущее видится не как инновационный прорыв, а как возвращение к мифологизированным основам.

Фактически образ будущего подменяется мифологизированным и идеализированным образом прошлого. Данная подмена блокирует способность политической культуры к адаптации и инновациям, поскольку будущее конструируется не через проектирование новых моделей, а через рекомбинацию старых, заведомо ограниченных шаблонов. Это приводит к нарастанию когнитивного диссонанса, когда реальные вызовы глобализированного мира игнорируются в пользу мифологизированных представлений о социально-политическом идеале. Таким образом, политическая культура, ориентированная на реставрацию мифологизированного прошлого, утрачивает потенциал для развития и оказывается неспособной адекватно реагировать на вызовы современности.

Заключение

Проведенное исследование позволяет утверждать, что медиа в современной России выступают ключевым агентом мифотворчества, которое парадоксальным образом сочетает модернизационную риторику с архаизирующими практиками. Транслируемые медиа эмоционально насыщенные образы и упрощенные мифологические конструкции подменяют сложную политическую реальность набором архетипических символов, апеллирующих к коллективным эмоциям. Особую роль в этом процессе играет ностальгический дискурс: культивируемая медиа рефлексующая ностальгия создает эмоционально привлекательный образ идеализированного прошлого, который затем инструментализируется властью в формате реставрирующей ностальгии, воплощающейся в конкретных политических практиках и институтах. Возвращение советских символов, наградных систем и организационных форм наглядно демонстрирует, как мифологизированное прошлое становится нормативной моделью для настоящего. Кульминацией этой тенденции становится проекция советского мифа на будущее, где образ желаемого социально-политического устройства конструируется через рекомбинацию архаичных элементов. В результате политическая культура, ориентированная на реставрацию мифологизированного прошлого, утрачивает модернизационный потенциал, блокируя способность общества адекватно реагировать на вызовы современности.

Литература

Бойм, С. (2021), *Будущее ностальгии*, пер. с англ. Стругач, А., Новое литературное обозрение, Москва.

Гурева, А. Н. и Киреева, П. А. (2022), Формирование медиаобраза государства в контексте медиатизации политической коммуникации, *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 6, 28–56. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2022.2856; EDN: YHNWGV

Ильин, В. В. и Ахиезер, А. С. (2000), *Российская цивилизация: содержание, границы, возможности*, Изд-во Московского университета, Москва. EDN: WNTNLB

Керимов, О. Ю. (2021), «Модернизация политической системы и модели политической модернизации: российские особенности», *Государственное и муниципальное управление. Ученые записки*, 3, 267–271. DOI: 10.22394/2079-1690-2021-1-3-267-271; EDN: JCXTZU

- Лебедева, М. М., Харкевич, М. В., Зиновьева, Е. С. и Копосова, Е. Н. (2016), «Архаизация государства: роль современных информационных технологий», *Полис. Политические исследования*, 6, 22–36. DOI: 10.17976/jpps/2016.06.03; EDN: WYJPUJ
- Луман, Н. (2005), *Реальность массмедиа*, перевод с немецкого Антоновский, А. Ю., Кильдюшов, О. В. (ред.), Праксис, Москва. EDN: PWYQPR
- Маклюэн, М. (2014), *Понимание Медиа: Внешние расширения человека*, пер. с англ. Николаев, В. Г., 4-е изд., Кучково поле, Москва.
- Мальшева, Е. Г. и Русакова, Ю. Е. (2024), «Образ, медиаобраз, медиаобраз региона vs имидж, медиаимидж, имидж региона: понятийно-терминологический аппарат современных российских исследований», *Вестник МГПУ. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование»*, 2, 76–94. DOI: 10.25688/2076-913X.2024.54.2.06; EDN: SIDZJD
- Марущак, А. В. (2012), «Политико-социальный образ России в американском медиапространстве», *Журналистский ежегодник*, 1, 94–96. EDN: PJBAPJ
- Назаров, М. М. (2003), *Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследование*, Аванти плюс, Москва. EDN: YDPNXR
- Ностальгия по советскому* (2011), Резанова, З. И. (отв. ред.), Изд-во Томского университета, Томск. EDN: TYAFPL
- Пелипенко, А. А. и Яковенко, И. Г. (1998), *Культура как система: Структурная морфология культуры, Единство онто- и филогенеза. Изоморфизм мышления и историко-культурной феноменологии*, Языки русской культуры, Кошелев, Москва. ISBN 5-7859-0047-5
- Ситников, А. П., Пшегусова, Г. С. и Чернобровкин, И. П. (2019), «Архаизация российского общества в динамике ценностной трансформации», *Социально-гуманитарные знания*, 7, 45–52. EDN: QTRRFP
- Флад, К. (2004), *Политический миф. Теоретическое исследование*, перевод с английского Георгиев, А. Г., Прогресс-Традиция, Москва. EDN: SDTFSL
- Хочунская, Л. В. (2013), «Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект», *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика*, 2, 91–95. EDN: QBWSYD
- Яковенко, И. Г. (2008), *Познание России: цивилизационный анализ*, Наука, Москва. EDN: TMOWJN

References

- Boym, S. (2021), *Budushcheye nostalgii* [The Future of Nostalgia], translated from English by Strugach, A., Novoe literaturnoe obozrenie, Moscow, Russia (in Russ.).
- Flood, C. (2004), *Politicheskii mif. Teoreticheskoye issledovaniye* [Political Myth. A Theoretical Study], Translation from English by Georgiev, A. G., Progress-Traditsiya, Moscow, Russia (in Russ.). EDN: SDTFSL
- Gureeva, A. N. and Kireeva, P. A. (2022), “Formation of the media image of the state in the context of mediatization of political communication”, *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika* [Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism], 6, 28–56 (in Russ.). DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2022.2856; EDN: YHNWGV
- Hochunskaya, L. V. (2013), “Media Image Phenomenon: Socio-Psychological Aspect”, *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 2, 91–95 (in Russ.). EDN: QBWSYD
- Plyin, V. V. and Akhiezer, A. S. (2000), *Rossiyskaya tsivilizatsiya: soderzhaniye, granitsy, vozmozhnosti* [Russian civilization: content, boundaries, possibilities], Moscow University Publishing House, Moscow, Russia (in Russ.). EDN: WNTNLB
- Kerimov, O. Yu. (2021), “Modernization of the political system and models of political modernization: Russian features”, *State and Municipal Management. Scholar Notes*, 3, 267–271 (in Russ.). DOI: 10.22394/2079-1690-2021-1-3-267-271; EDN: JCXTZU
- Lebedeva, M. M., Kharkevich, M. V., Zinovieva, E. S. and Koposova, E. N. (2016), “State Archaization: The Role of Information Technologies”, *Polis. Political Studies*, 6, 22–36 (in Russ.). DOI: 10.17976/jpps/2016.06.03; EDN: WYJPUJ
- Luhmann, N. (2005), *Realnost massmedia* [The Reality of the Mass Media], Translated from German by Antonovsky, A. Yu., in Kildyushov, O. V. (eds.), Praksis, Moscow, Russia (in Russ.). EDN: PWYQPR

Malysheva, E. G. and Rusakova, Yu. E. (2024), “Representation, Media Representation, Media Representation of the Region Vs Image, Media Image, Image of The Region: Conceptual and Terminological Metatext in Modern Russian Research”, *MCU Journal of Philology. Theory of Linguistics. Linguistic Education*, 2, 76–94 (in Russ.). DOI: 10.25688/2076-913X.2024.54.2.06; EDN: SIDZJD.

Marushchak, A. V. (2012), “Political and social image of Russia in the American media space”, *Journalistic Yearbook*, 1, 94–96 (in Russ.). EDN: PJBAPJ

McLuhan, M. (2014), *Ponimaniye Media: vneshniye rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: The Extensions of Man], translated from English by Nikolaev, V. G., 4th ed., Kuchkovo pole, Moscow, Russia (in Russ.).

Nazarov, M. M. (2003), *Massovaya kommunikatsiya i obshchestvo. Vvedeniye v teoriyu i issledovaniye* [Mass Communication and Society. Introduction to Theory and Research], Avanti plus, Moscow, Russia (in Russ.). EDN: YDPNXR

Pelipenko, A. A. and Yakovenko, I. G. (1998), *Kultura kak sistema: Strukturnaya morfologiya kultury, Yedinstvo onto- i filogeneza. Izomorfizm myshleniya i istoriko-kulturnoy fenomenologii* [Culture as a System: Structural Morphology of Culture, Unity of Ontogenesis and Phylogenesis. Isomorphism of Thought and Historical-Cultural Phenomenology], *Yazyki russkoy kul'tury*, Koshelev, Moscow, Russia (in Russ.). ISBN 5-7859-0047-5

Rezanova, Z. I. (ed.) (2011), *Nostalgia po sovetkomu* [Nostalgia for the Soviet Union], Tomsk University Press, Tomsk, Russia (in Russ.). EDN: TYAFPL

Sitnikov, A. P., Pshegusova, G. S. and Chernobrovkin, I. P. (2019), “Archaization of Russian society in the dynamics of value transformation”, *Sotsialno-gumanitarnyye znaniya* [Social and Humanitarian Knowledge], 7, 45–52 (in Russ.). EDN: QTRRFP

Yakovenko, I. G. (2008), *Poznaniye Rossii: tsivilizatsionnyy analiz* [Understanding Russia: A Civilizational Analysis], Nauka, Moscow, Russia (in Russ.). EDN: TMOWJN

*Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для деклараций.
Conflict of Interests: the authors have no conflict of interests to declare.*

ОБ АВТОРАХ:

Рязанов Александр Владимирович, доктор философских наук, профессор кафедры теоретической и социальной философии, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, ул. Астраханская, д. 83, г. Саратов, 410012, Россия; alexandr.ryazanov@gmail.com

Цельковский Алексей Андреевич, кандидат философских наук, доцент кафедры философии и социальных коммуникаций, Липецкий государственный технический университет, ул. Московская, д. 30, г. Липецк, 398055, Россия; alts1085@mail.ru

ABOUT THE AUTHORS:

Alexander V. Ryazanov, Doctor of Philosophy, Professor, Department of Theoretical and Social Philosophy, N.G. Chernyshevsky Saratov National Research State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov, 410012, Russia; alexandr.ryazanov@gmail.com

Alexey A. Tselykovsky, Candidate of Philosophy, Associate Professor, Department of Philosophy and Social Communications, Lipetsk State Technical University, 30 Moskovskaya St., Lipetsk, 398055, Russia; alts1085@mail.ru