

DOI 10.35775/PSI.2026.131.2.009

УДК 32.323

**А.Е. ДАВТЯН**

аспирант кафедры социологии управления  
факультета государственного управления  
МГУ имени М.В. Ломоносова,  
Россия, г. Москва  
E-mail: arscorpd@bk.ru

## ПОПУЛИЗМ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

*В данной статье исследуются трансформации политических коммуникаций, которые выступают ключевым условием развития современного популизма. С переходом к информационному обществу и усилением роли средств массовой информации как посредника между политическими акторами и обществом – коренным образом изменилась система вовлечения акторов и трансляция их запросов, что позволило популистским акторам обходить традиционные институциональные каналы и развивать прямые формы вовлечения граждан в политический процесс.*

*Исследование опирается на теоретические концепции, включая теорию публичной сферы Юргена Хабермаса, в рамках которой демонстрируется изменчивость публичной сферы, теорию перформативного стиля популизма Бенаджамина Моффитта, описывающий, как популизм проявляется через публичные выступления и медийные практики, Касса Мудде со своей поддержкой о знаковой роли популизма в политике.*

*Анализ показывает, что цифровая среда значительно способствует индивидуализации властных связей, демонстрируя как алгоритмы, отбирая информацию, делают политику более эмоциональной, что может иметь негативные последствия. Эти процессы способствуют трансформации традиционных моделей легитимации власти и формируют новые принципы публичной политики, отбрасывая привычные формы борьбы за власть и выдвигая новых акторов политического пространства, вооруженными информационными технологиями.*

*Научная новизна исследования заключается в том, что цифровая трансформация политических коммуникаций создает благоприятную основу для роста популизма, предоставляя ему новые инструменты и каналы связи, однако сам популизм, используя эти возможности, активно формирует и ускоряет дальнейшее расширение использования цифровых технологий в политике в своих узко значимых интересах.*

**Ключевые слова:** популизм, политические коммуникации, цифровая среда, публичная сфера, социальные сети, информационные технологии, персонализация политики.

**Введение.** С началом XXI века глобальное сообщество проявляет растущее беспокойство по поводу перехода к полноценной информационной системе

общественных отношений. Намеченная тенденция представляет собой явное преимущество для популизма, так как современные информационные технологии предоставляют беспрецедентные возможности для быстрого и масштабного воздействия на общественное сознание и электоральные предпочтения. Влияние на общественное мнение теперь может осуществляться не только через традиционные средства массовой коммуникации, но и посредством глобальной сети интернет.

Информационная система общественных отношений, находящаяся в стадии становления, характеризуется высокой степенью интерактивности и возможностью мгновенного распространения информации. Это создает благоприятные условия для популяризации идей и концепций, а также для формирования общественного мнения в интересах определенных политических акторов. Интернет, как глобальная платформа для обмена информацией, играет ключевую роль в этом процессе, обеспечивая доступ к обширным информационным ресурсам и способствуя формированию виртуальных сообществ с общими интересами и ценностями.

Расширение цифровых коммуникаций приводит к глубокой перестройке публичной сферы, а политическое влияние все в большей степени определяется логикой медиа, а не институциональным порядком. Социальные сети предоставляют возможность мгновенного распространения информации, «нивелируя традиционные механизмы фильтрации и контроля» [17. С. 32], ранее выполнявшиеся партиями, парламентами и журналистским сообществом. Публичность становится не пространством рациональной дискуссии, а «ареной конкурирующих перформансов» [8. С. 41], где внимание аудитории является главным политическим ресурсом.

Таким образом, переход к информационной системе общественных отношений представляет собой сложное и многогранное явление, имеющее как положительные, так и отрицательные последствия. С одной стороны, это открывает новые возможности для демократизации и повышения уровня информированности граждан. С другой стороны, это создает риски, связанные с манипуляцией общественным мнением и усилением влияния популистских движений. В условиях глобализации и стремительного развития информационных технологий, изучение этих процессов приобретает особую актуальность и требует глубокого анализа и осмысления.

В этих условиях популизм обретает уникальные возможности для мобилизации. Популистские лидеры напрямую обращаются к «народу», минуя посредников, «формируя образ подлинного представительства и эмоциональной сопричастности» [19. С. 56]. Политическая повестка становится преимущественно конфликтной и персонализированной, где каждый лидер пытается выгладеть носителем «голоса общества» и выразителем его обиды на элиты.

Важнейшей составляющей популизма на сегодняшний день является медиа. По мнению Бенджамина Моффита, «существующие сейчас работы концентрируются, главным образом, на старых медиа: телевидении, которое было главным

для популистов до недавнего времени, радио и газетах» [16. С. 123]. Однако главный вопрос заключается в том, как популисты осуществляют свою деятельность в новых медиа и социальных сетях, поскольку именно они являются лучшими вариантами для той повестки, которую несут ежедневно популисты.

Как следствие, трансформация политических коммуникаций не только сопровождает рост популизма, но и сама конструирует условия его эффективности.

Цель исследования заключается в анализе цифровой трансформации политических коммуникаций и определении ее влияния на распространение популизма как особого способа политической мобилизации. Для этого необходимо: изучить теоретические подходы к медиатизации политики и изменениям в публичной сфере; определить роль социальных сетей в усилении популистской риторики; описать особенности популистского стиля общения в условиях алгоритмического управления информацией.

В данной статье рассматривается возможность теоретического синтеза подходов к изучению медиатизации власти и популизма. Такой синтез позволит интерпретировать популизм как результат перехода к алгоритмически управляемой публичной сфере.

В данной статье рассматривается возможность теоретического синтеза подходов к изучению медиатизации власти и популизма. Такой синтез позволит интерпретировать популизм как результат перехода к алгоритмически управляемой публичной сфере. Особое внимание уделяется механизмам, с помощью которых цифровые платформы формируют новые виды политической субъектности и перераспределяют властные полномочия между различными институтами, средствами массовой информации и широкой аудиторией.

Следует подчеркнуть, что в работах российских и зарубежных авторов, опубликованных в последние годы, освещается широкий спектр вопросов близких к данной предметной области [1; 4; 5; 6; 7; 9; 10; 12; 13; 14; 15; 18].

Однако проблему медиатизации власти и популизма нельзя назвать однозначно исчерпанной. В силу многих объективных обстоятельств изучение обозначенной темы продолжает сохранять высокий уровень актуальности.

**Трансформация публичной сферы.** В сфере политических коммуникаций действительно произошли трансформации, связанные с переходом от традиционных средств массовых коммуникаций к новым медиа и интернет-площадкам.

В сфере политических коммуникаций наблюдается значительное переосмысление парадигмы, связанное с трансформацией традиционных средств массовой информации (СМИ) и переходом к новым медиаформатам и цифровым платформам. Эти изменения привели к формированию принципиально иной коммуникативной среды, которая оказывает значительное влияние на политический дискурс и формирование коалиционных правительств.

Один из авторитетных исследователей в области политической науки Кас Мудде утверждает, что современные медиа, включая традиционные и цифровые платформы, играют ключевую роль в поддержке популистских движений.

Цифровые социальные сети, в частности, предоставляют популистам беспрецедентные возможности для мгновенного распространения своих идей и концепций, минимизируя временные и пространственные барьеры.

В отличие от традиционных форм медиа, таких как печатные издания или телевидение, где популистские идеи могли быть представлены через яркие и резонансные выступления, цифровые платформы позволяют популяризировать эти идеи через смартфоны и другие мобильные устройства. Это создает новые формы взаимодействия между популистами и их аудиторией, где одобрение и поддержка выражаются через лайки, комментарии и репосты, формируя своего рода виртуальную легитимность.

Таким образом, традиционные демократические институты и их элементы становятся все менее популярными. Этому сильно способствует деятельность популистов, которые постоянно «душат» политическую систему. Современный популизм углубляет кризис традиционных демократических институтов, вытесняя их новыми системами коммуникации и каналами распространения информации.

Эти трансформации в политической коммуникации могут иметь далеко идущие последствия, включая возможность легитимного формирования коалиционных популистских правительств. Изменение политического дискурса под влиянием новых медиаформатов также заслуживает внимания, так как оно отражает глубокие изменения в способах восприятия и интерпретации политической информации в обществе.

Риторика популистов прямо обращается к интернету, поскольку в современном мире именно всемирная паутина является верным союзником в реализации планов и идей. Кроме этого, стоит отметить, что в отличие от СМИ, социальные сети более удобная площадка для популистов, потому что отсутствуют ограничения на передачу информации. В любой день, вне зависимости от времени и дня недели, при помощи сетей осуществляется публикация нужного контента, в силу чего, «традиционные СМИ уже уходят на второй и более план» [8. С. 67].

В условиях цифровой трансформации медиапространства интернет приобрел ключевую роль в арсенале популистских стратегий. Социальные сети, как современные платформы цифрового общения, предоставляют популистам уникальные возможности для эффективного продвижения своих идей. В отличие от традиционных медиа, функционирующих в рамках строгих редакционных политик и регуляторных ограничений, социальные сети характеризуются более либеральной средой для распространения контента. Это позволяет популистам оперативно и без цензурных преград доносить свои сообщения до широкой аудитории.

Таким образом, социальные сети становятся предпочтительной платформой для популистских коммуникативных стратегий. Этот феномен отражает более широкие тенденции в эволюции медиаэкосистемы.

Сегодня актуально наблюдать за снижением качества политической коммуникации, которая выражается в персонализации электоральной политики. В XXI веке свойственно голосовать не за партию, а за кандидата. Имеется в виду, что вырисовывается такая тенденция, что политики стараются персонализировать партию под себя, а не себя под партию. Во главе стоит их личность, а потом уже партия, ее программа и запросы избирателей. Электоральный выбор смещается от партийных программ к личностным характеристикам лидеров.

Так, победа Дональда Трампа на президентских выборах в США в 2016 году была обеспечена его способностью использовать Twitter как основной канал прямой мобилизации: к 2020 году его аудитория превышала 87 млн подписчиков, что создавало эффект постоянного цифрового присутствия. Аналогичным образом, электоральный успех Владимира Зеленского в Украине в 2019 году базировался не на партийных структурах, а на медийном образе, сформированном в популярном телепроекте и масштабированной коммуникации в социальных сетях. В Европе персонализированные движения, такие как «La République En Marche!» Эмманюэля Макрона, демонстрируют, что партия конструируется «под лидера», а не наоборот. К этой же логике можно отнести политические проекты Сильвио Берлускони в Италии и Виктора Орбана в Венгрии, когда устойчивость власти обеспечивается харизмой лидера и его контролем над цифровым вниманием. Подобного рода примерами мы подтверждаем выводы Б. Моффитта о том, что популизм в XXI веке выступает не столько идеологией, сколько перформативным стилем коммуникации, где личность лидера становится главным носителем политического смысла и инструментом мобилизации.

До появления и широкого применения интернета и медиа популистами достигалось господство в основном через средства массовой информации. СМИ становятся инструментом воздействия популистов на электорат, выполняют функцию некоего навигатора, который подсказывает гражданам определенный алгоритм действий, по которому нужно действовать, чтобы популист одержал победу или были выполнены поставленные цели. Никто и не скрывает, что СМИ и сейчас обладает огромным «манипулятивным потенциалом, который, в свою очередь, активно используются политиками» [3. С. 119].

В общем и целом, инновационность коммуникаций интернет-среды и коммуникаций связывается с их интерактивностью и «предоставлением членам партии и ее активистам доступа к подготовке и обсуждению политических решений» [2. С. 48], что повысит уровень адаптивности партий к изменяющимся условиям. К этому популисты хорошо подготовлены и стоит отметить, что обычные политики, скорее всего, все еще не особо владеют спецификой работы с социальными сетями, поскольку если проанализировать количество их публикаций и выставленных историй, комментариев и ответов на вопросы, то становится очевидным, что качество работы популистов с медиатехнологиями находится на другом уровне, намного выше, чем у обычных политиков. Анализ роли интернета, который предстает в качестве двигателя демократии является важным

направлением в политической науке. Это позволило Л. Гроссману заметить, что с развитием новых коммуникативных технологий наступает новая, третья великая эпоха демократии.

В своем исследовании на тему «Интернет и демократия» Михаил Вершинин подвергает анализу популистскую концепцию, согласно которой интернет предоставляет гражданам «возможность индивидуального воздействия на правительство и его политику». В рамках данной работы автор детально рассматривает теоретические и практические аспекты данной гипотезы, опираясь на современные исследования в области политической науки, социологии и информационных технологий.

Автор акцентирует внимание на том, что интернет, как глобальная коммуникационная платформа, создает новые каналы для публичного выражения мнений и мобилизации гражданского общества. Он также отмечает, что, несмотря на значительные возможности для демократизации, интернет может также стать инструментом для манипулирования общественным мнением и усиления поляризации политических дискуссий.

Цифровые коммуникации трансформируют политические коммуникации и позволяют популистам решить проблему дистанцирования себя или своей популистской партии со своими сторонниками и избирателями. При использовании цифровых коммуникаций «на смену электронным приемным приходят технологии партийных медиаплатформ, а на смену политике информирования – политика вовлечения граждан» [11. С.77].

**Закключение.** Популизм становится все более актуальной практикой в политике, поскольку популистские партии активно применяют социальные сети в процессе своей деятельности. В отличие от традиционных лидеров, популисты постоянно и непрерывно рассказывают своему электорату о своих делах, мгновенно реагируют на новые проблемы и вызовы, которые волнуют народ. Теперь это происходит не так как раньше. Им не нужно тратить много времени на многочасовые собрания и встречи, выяснять и консолидировать различные позиции в ходе дискуссий.

Можно отметить, что работа с популистскими лидерами удобнее и комфортнее для среднестатистического обывателя, потому что используются новые коммуникационные технологии, яркие лозунги. Часто у лидеров присутствует отчетливая харизма и владение ораторским искусством, что дает им однозначные преимущества.

Новый популизм развивается в контексте современных массовых коммуникаций, которые позволяют ему расширять сферу влияния в публичном пространстве. Интернет и новые технологии дают политикам-популистам не общаться с журналистами и представителями средств массовой коммуникации, а выражать свою точку зрения напрямую избирателям. Таким образом, популисты сами могут контролировать ход событий и контекст разговора, стирая барьеры между электоратом и политиком.

Этот новый популизм необходимо исследовать, поскольку методы его борьбы и технологии, применяемые в работе с электоратом, — все это выходит за границы практик старых демократий, которые претерпевают кризис своих представительных систем. Им на смену приходит кибердемократия, которая вооружена современными массовыми коммуникациями и новыми акторами в партийной системе в лице популистов.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. **Айрапетян Д.А.** Институциональные перспективы перехода к посткапитализму: трансформация государства как субъекта власти в эпоху цифро-сетевых технологий // Вопросы политологии. 2024. № 7.
2. **Бродовская Е.В., Карзубов Д.Н., Лукушин В.А.** Анализ эффективности цифровых коммуникаций КПРФ на старте избирательной кампании 2021 г. // Власть. 2021. № 4.
3. **Гуторов В.А.** СМИ как актер политического процесса: эволюция западных концептуальных подходов во второй половине XX в. (ч. 2) // Известия Уральского федерального университета. Сер. 3. Общественные науки. 2013. № 4 (121).
4. **Калакутский А.В.** Информационные технологии и их роль в политическом управлении // Вопросы политологии. 2024. № 5.
5. **Крюкова Е.В.** Влияние социальных медиа на политические массовые настроения россиян: аксиологический аспект // Вопросы политологии. 2025. № 12.
6. **Кубанцева Е.В.** Индекс цифровой независимости как инструмент оценки суверенитета государства в условиях цифрового неокOLONиализма // Вопросы политологии. 2026. № 1.
7. **Лисничая М.А.** Качественный подход к изучению роли соцсетей в электоральном процессе: фокус-групповой анализ // Вопросы политологии. 2025. № 12.
8. **Маццолени Дж.** Медиатизация политики. Москва: Аспект-Пресс, 2014.
9. **Медведев Н.П.** Современные выборы и проблемы цифровизации общественно-политической жизни // Вопросы политологии. 2025. № 12.
10. **Москвичев В.Р., Ершова Л.В.** Цифровые медиа как фактор трансформации политического лидерства в XXI веке // Вопросы политологии. 2026. № 1.
11. **Мухаметов Д.Р.** Политические партии в цифровой реальности. Партии сетевого контроля и сетевой координации // Обозреватель – Observer. 2021. № 2 (373).
12. **Потапов Д.В.** Политические технологии как средство манипулирования сознанием и поведением избирателей в страновых транзитах // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2025. № 10.

13. **Серохвостов В.В.** Возможности и угрозы применения искусственного интеллекта в политическом имиджмейкинге // Вопросы политологии. 2025. № 12.
14. **Силкин В.В.** Информационная безопасность в условиях «новой социальной нормальности»: риски, модели и метрики // Евразийский Союз: вопросы международных отношений. 2025. № 1.
15. **Сулейманов Э.А.** Современные реалии процесса медиатизации политического пространства // Вопросы политологии. 2025. № 1.
16. **Суманев И.А.** Популизм и его теоретическое осмысление: рецензия на книгу Benjamin Moffitt. The Global Rise of Populism. Performance, Political Style and Representation. Stanford, 2016. 207 p. // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2019. Т. 13. № 4.
17. **Хабермас Ю.** Структурные изменения публичной сферы. Москва: Весь Мир, 2001.
18. **Шкурина С.С.** Влияние информационно-коммуникационных технологий на современные общественно-политические процессы // Региональное и муниципальное управление: вопросы политики, экономики и права. 2025. № 2.
19. **Castells M.** Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age. Cambridge: Polity Press, 2012.

#### **A.E. DAVTYAN**

Postgraduate student, Department  
of Sociology of Management, Faculty of Public Administration,  
Lomonosov Moscow State University,  
Moscow, Russia

## **POPULISM IN THE CONTEXT OF THE DIGITAL TRANSFORMATION OF POLITICAL COMMUNICATIONS**

*This article examines the transformations of political communications that serve as a key condition for the development of contemporary populism. With the transition to an information society and the growing role of mass media as an intermediary between political actors and the public, the entire system of actor engagement and the transmission of their demands has undergone fundamental changes. These shifts have enabled populist actors to bypass traditional institutional channels and to develop more direct forms of citizen involvement in the political process.*

*The study draws on several theoretical approaches, including Jürgen Habermas's theory of the public sphere, which highlights its dynamic and shifting nature; Benjamin Moffitt's theory of the performative style of populism, which explains how populism is enacted through public*

*performances and media practices; and Cas Mudde's perspective on the central and defining role of populism in contemporary politics.*

*The analysis shows that the digital environment significantly contributes to the individualization of power relations, demonstrating how algorithms, through selective information filtering, make politics more emotional – sometimes with negative consequences. These processes transform traditional models of legitimizing power and form new principles of public policy, displacing familiar forms of political struggle and bringing forward new actors equipped with information technologies.*

*The scientific novelty of the study lies in demonstrating that the digital transformation of political communications creates a favourable foundation for the rise of populism by providing it with new tools and channels. At the same time, populism itself, exploiting these opportunities, actively shapes and accelerates the further expansion of digital technologies in politics in pursuit of its narrowly defined interests.*

**Key words:** *populism, political communication, digital environment, public sphere, social networks, information technologies, mediatization, personalization of politics.*