

Секция «24.8 Политико-психологические особенности политических процессов в современной России и в мире»

**Трансформация политического лидерства в цифровой среде:  
политико-психологические аспекты восприятия и легитимации власти.**

**Научный руководитель – Пищева Татьяна Николаевна**

***Попов Матвей Валериевич***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра социологии и психологии политики, Москва, Россия

*E-mail: mvp7917@gmail.com*

В условиях цифровизации XXI века происходит системная трансформация политических процессов, затрагивающая не только институциональные механизмы власти, но и политико-психологические основания политического лидерства. Цифровая среда становится ключевым пространством формирования политического имиджа лидеров, выстраивания коммуникации с электоратом и поддержания легитимности власти [5; 8]. В современной политической науке данные процессы анализируются в рамках междисциплинарного подхода, объединяющего политологию, политическую психологию и исследования цифровых медиа [1; 2].

В классических теориях политическое лидерство рассматривалось как совокупность институциональных ролей, формальных полномочий и рациональных программных установок [8]. Однако в условиях цифровой медиареальности лидерский образ всё чаще выступает как медиальный конструкт, обладающий самостоятельным политическим влиянием и способный функционировать вне жёстких институциональных рамок [6]. Это отражает тенденцию к усилению роли коммуникационных стратегий и символических ресурсов в процессе формирования и воспроизводства политической власти [7].

**Объект исследования** - политическое лидерство в условиях цифровизации.

**Предмет исследования** - политико-психологические механизмы формирования и легитимации образа политического лидера в цифровой коммуникационной среде.

**Методология исследования** включает теоретический анализ научных концепций цифрового лидерства, сравнительный анализ практик политической коммуникации в различных политических режимах, а также интерпретацию данных социологических исследований медиапотребления и политического восприятия [1; 7].

Основные результаты исследования: 1. **Роль цифровой среды в трансформации политического лидерства.**

Цифровые коммуникации радикально изменили характер политической информации: традиционные средства массовой информации утратили монополию на распространение политических смыслов, уступив место социальным сетям и сетевым платформам [1; 2]. Высокий уровень интернет-вовлечённости населения усиливает значение визуальных, эмоциональных и символических компонентов политической коммуникации, что напрямую влияет на восприятие лидерского образа и его устойчивость [7].

2. **Политико-психологические эффекты цифровизации.**

В цифровой среде усиливаются три ключевых эффекта: персонализация власти, при которой лидер воспринимается через индивидуальные характеристики, а не институциональные функции [8]; эмоционализация политического восприятия, вытесняющая рациональные аргументы [8]; а также формирование иллюзии непосредственной близости между лидером и гражданами, что повышает вовлечённость аудитории, но одновременно создаёт условия для манипуляции массовым сознанием [7].

### 3. Цифровая репрезентация политического лидерства в российском контексте.

В Российской Федерации цифровые каналы политической коммуникации используются преимущественно для воспроизводства стабильного и институционально контролируемого образа политического лидера [6]. Коммуникация осуществляется через систему государственных и аффилированных медиа, что позволяет минимизировать неконтролируемые интерпретации и поддерживать согласованную политическую повестку. Существенную роль в этом процессе играет концепция цифрового суверенитета, предполагающая регулирование национального информационного пространства [4].

#### 4. Сравнение с либерально-демократическими практиками.

В либеральных демократиях цифровое лидерство характеризуется высокой степенью поляризации и конкуренцией альтернативных нарративов [7]. Социальные сети выступают пространством символического соперничества, что усиливает фрагментацию общественного восприятия и усложняет процессы консенсусной легитимации политической власти [5].

Выводы: 1. Цифровизация трансформирует политическое лидерство из институционально фиксированного феномена в динамический медиальный процесс.

2. Легитимность политической власти в цифровую эпоху в значительной степени зависит от устойчивости медиального образа лидера и его способности контролировать цифровую повестку [7].

3. Политико-психологические механизмы - персонализация, эмоционализация и идентификация - становятся ключевыми ресурсами политической власти [8].

4. Цифровая среда одновременно расширяет возможности политической мобилизации и усиливает риски манипулятивного воздействия на массовое сознание [3].

Проведённый анализ позволяет рассматривать цифровую трансформацию не как вспомогательный технологический процесс, а как фактор, радикально изменяющий политико-психологические основания власти. Политическое лидерство в цифровую эпоху утрачивает статичность и институциональную замкнутость, превращаясь в непрерывный процесс символического и коммуникативного воспроизводства легитимности, что обуславливает необходимость комплексного междисциплинарного анализа.

### Источники и литература

- 1) Володенков С. В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. - М.: Издательство Московского университета; Проспект, 2015. - 272 с.
- 2) Володенков С. В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления: навстречу цифровому обществу. - М.: Проспект, 2021. - 416 с.
- 3) Ким О. Л., Фугалевич Е. В., Кокорева В. Н. Цифровые коммуникации органов государственной власти и общества: вопросы повышения эффективности // Вестник экономики, права и социологии. - 2025. - № 4. - С. 61-67.
- 4) Кулакова Т. А., Волкова А. В. Цифровой суверенитет и политико-административные режимы // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. - 2023. - Т. 39, вып. 1. - С. 92-105.
- 5) Манойло А. В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. - М., 2007.
- 6) Перепелкин В. А., Крыштановская О. В. Цифровая элита и традиционные политики // Цифровая социология. - 2025. - Т. 8, № 2. - С. 17-26.

- 7) Стукал Д. К., Шилина А. Н., Ахременко А. С. Социальные медиа как альтер эго реальности: о чем говорит аффективная политическая поляризация? // Вестник РУДН. Серия: Политология. - 2025. - Т. 27, № 3. - С. 430-443.
- 8) Шестопап Е. Б. Политическая психология. - М.: Инфра-М, 2002.