

**Гаращук Дмитро**  
*аспірант*

*Державний університет «Житомирська політехніка»*  
<https://orcid.org/0009-0004-9878-4110>

**Сергєєв Вячеслав**

*доктор політичних наук, доцент*  
*Державний університет «Житомирська політехніка»*  
<https://orcid.org/0000-0001-7859-0408>

## Безпекові виклики популізму в цифрову епоху: від політичної гіперреальності до несвідомого політичного споживацтва

**Анотація.** У статті досліджено вплив цифрових технологій на популізм і визначено основні механізми його функціонування у цифровому середовищі. Розглянуто трансформацію традиційних моделей політичної комунікації під впливом соціальних медіа, алгоритмічного поширення контенту та змін у політичному сприйнятті громадян. Визначено, що цифровий популізм базується на підсиленій бінарності та спрощеному дискурсі, гейміфікації політичної взаємодії та алгоритмічному посиленні маніпулятивних наративів, що створюють сприятливе середовище для його поширення. Проаналізовано концепцію політичної гіперреальності як адаптовану до цифрової епохи трансформацію ідей Жана Бодрієра. Досліджено шляхи створення альтернативної політичної реальності в медіапросторі. Розглянуто трансформацію двоступеневої моделі комунікації Лазарсфельда у модель опосередкованого контролю та координування політиками інформаційних кампаній через мережі інфлюенсерів і цифрових лідерів думок. Особливу увагу приділено феномену політичного споживацтва у цифрову епоху, що формується в умовах заполітизованого інформаційного простору, а також ролі контрибуторства у поширенні популістських наративів. Визначено, що низький поріг входу у політичну взаємодію та алгоритмічна селекція контенту сприяють поляризації суспільства та посиленню радикальних настроїв. Розкрито основні безпекові виклики цифрового популізму, зокрема вплив феномена занепаду правди, що спричиняє ерозію фактологічного дискурсу, підірив довіри до демократичних інститутів та формування екстремально поляризованого політичного простору. Запропоновано перспективи подальших досліджень у сфері цифрового популізму, спрямовані на виявлення механізмів протидії маніпулятивним технологіям та розробку стратегій збереження демократичного дискурсу в цифрову епоху.

**Ключові слова:** цифровий популізм; політична гіперреальність; контрибуторство; занепад правди; інформаційна безпека.

**Актуальність теми.** Популізм як політичне явище традиційно відігравав важливу роль у політичних процесах різних країн, використовуючи прості та емоційно забарвлені меседжі для мобілізації громадян. Однак цифровізація суспільства докорінно змінила способи поширення популістських ідей, створивши нові механізми політичної комунікації, що суттєво посилили їхній вплив. Соціальні мережі, алгоритмічно керовані інформаційні потоки та персоналізований контент сприяють швидкому поширенню спрощених наративів, що часто підривають довіру до демократичних інституцій і традиційних медіа.

Особливої актуальності набуває питання впливу цифрового популізму на суспільну поляризацію та інформаційну безпеку. Створення паралельних інформаційних реальностей, посилення емоційно заряджених меседжів та гейміфікація політичного процесу змінюють природу політичної взаємодії, що може призводити до ерозії демократичних механізмів.

Додатковий виклик полягає у тому, що цифровий популізм стає не просто методом окремих політичних сил, а новою нормою політичної конкуренції, змушуючи навіть традиційні партії адаптувати його методи для залучення виборців. Це ставить під загрозу засади демократичного дискурсу, що дедалі більше трансформується у боротьбу за увагу через алгоритмічно підсилені меседжі.

З огляду на це, вивчення феномену цифрового популізму та його безпекових викликів є вкрай важливим для розуміння сучасних політичних процесів. Аналіз цих тенденцій дозволяє оцінити потенційні загрози для стабільності демократичних інститутів та виробити механізми їхньої адаптації до умов цифрової епохи.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Популізм як політичне явище є предметом активного академічного дослідження, зокрема в контексті його адаптації до цифрової епохи. Класичні дослідження популізму, такі як роботи Каса Мадде [24] та Маргарет Канован [9], розглядають його як «тонку ідеологію», що протиставляє «чистий народ» і «корумповану еліту». Ернесто Лаклау [18] пропонує дискурсивний підхід до популізму, розглядаючи його як метод мобілізації через створення політичних антагонізмів, тоді як Ян-Вернер Мюллер [25] наголошує на антиелітарності та ексклюзивному характері популістського представництва.

З розвитком цифрових медіа популізм отримав нові механізми комунікації, що привернуло увагу дослідників до його трансформації у сучасному інформаційному середовищі. Бенджамін Моффіт [23] вводить концепцію «популізму як політичного стилю», що базується на перформативності, емоціях та видовищності. Інші дослідники аналізують вплив соціальних мереж на популістські кампанії [6, 14], зазначаючи, що цифрові платформи сприяють поширенню спрощених і конфронтаційних наративів, які підсилюються алгоритмічними механізмами.

Концепція політичної гіперреальності, що впливає з робіт Жана Бодрієра [3], також знайшла нове застосування в аналізі цифрового популізму. Дослідники зазначають, що сучасні популістські рухи активно використовують створення альтернативних інформаційних реальностей, де вигідні для них наративи набувають більшої ваги, ніж фактичні події [2].

Ще одним важливим напрямом досліджень є вплив алгоритмічної селекції на радикалізацію політичного дискурсу. Зокрема, Лазер [20], Міхель і Хіменес-Мартінес [22] у своїх працях аналізують, як цифрові інформаційні бульбашки сприяють поляризації суспільства, посилюючи конфлікти між групами з протилежними поглядами. Роботи Бергмана [5], Санчеса та Мідлмаса [30] демонструють, що цей процес може мати довгострокові наслідки, оскільки підвищена поляризація збільшує ймовірність радикальних дій та політичного насильства.

У сфері аналізу політичного споживацтва та контрибуторства важливими є дослідження Тофлера [34] щодо просюмеризму, а також сучасні праці Палтрін'єрі та Еспості [29], Ертца та інших [12], які описують нові механізми політичної взаємодії в цифрову епоху. Ново Васкес і Вісенте [27], Шаффор та інші [31] досліджують трансформацію політичного консюмеризму, демонструючи, як бойкот і контрбойкот у цифровому середовищі перетворюються на вибір інформації, що сприяє закріпленню спрощених наративів та інформаційних бульбашок.

Окрему увагу дослідники приділяють занепаду правди як структурному виклику для демократичних суспільств [15]. Втрата довіри до традиційних джерел інформації, заміна фактологічного дискурсу емоційними аргументами та підрив наукового знання створюють передумови для поширення популістських стратегій і дестабілізації політичних інститутів.

Таким чином, останні дослідження підтверджують, що цифровий популізм є багатограним феноменом, що впливає на політичні інститути, громадську думку та інформаційну безпеку. Подальші дослідження мають бути спрямовані на аналіз довгострокових наслідків алгоритмічного управління інформацією, механізмів протидії інформаційній маніпуляції та способів збереження демократичних процесів у цифрову епоху.

**Метою статті** є дослідження механізмів цифрового популізму та його впливу на політичну динаміку в умовах цифровізації суспільства. Аналіз зосереджується на трансформації традиційних форм політичної комунікації під впливом соціальних мереж, алгоритмічного управління контентом і змін у сприйнятті політичної реальності. Особливу увагу зосереджено на вивченні того, як цифровий популізм сприяє бінаризації суспільного дискурсу, посиленню поляризації та радикалізації політичних процесів. Досліджується роль політичного споживацтва та контрибуторства у формуванні інформаційного середовища, а також їхній вплив на масову мобілізацію виборців. Окремо розглянуто безпекові виклики, що випливають із цифрового популізму, зокрема підрив довіри до демократичних інституцій, поширення політичної гіперреальності та наслідки занепаду правди для політичної культури.

**Викладення основного матеріалу.** Популізм є феноменом, що історично набував різних форм, але його фундаментальні риси залишаються незмінними. Згідно з визначенням Каса Мадде, популізм є «тонкою ідеологією», що поділяє суспільство на дві антагоністичні групи – «чистий народ» і «корумповану еліту», що знаходяться в стані непримиренного конфлікту [24]. Популізм може проявлятися як у лівій, так і в правій ідеологічних формах, адаптуючись до соціально-політичного контексту [9]. Інші дослідники розглядають популізм у різних концептуальних вимірах. Ернесто Лаклау визначає його як дискурсивний феномен, у якому «порожні означники» наповнюються політичним змістом залежно від соціального контексту [18]. Бен Стенлі [32] аналізує популізм як політичний стиль, що базується на емоційній мобілізації та використанні спрощених символічних репрезентацій. Водночас Ян-Вернер Мюллер [25] підкреслює антиелітарний характер популізму та його прагнення до ексклюзивного представництва «народу». Традиційний популізм функціонував у межах структурованих політичних систем, покладаючись на масові зібрання, пресу та телебачення для поширення своїх ідей.

Проте цифровізація суспільства змінила фундаментальні умови політичної комунікації, що, на думку деяких дослідників, можна розглядати як еволюцію популізму в нову форму, умовно позначену як «цифровий популізм». Соціальні медіа, алгоритмічне поширення інформації та децентралізація медійного простору створили передумови для радикальної трансформації популістського дискурсу. Якщо традиційний популізм потребував посередництва масмедіа, то цифровий популізм характеризується безпосереднім зв'язком між політичними акторами та громадянами через соціальні платформи [14]. Це дозволяє популістам обходити традиційні механізми перевірки фактів і формувати альтернативну політичну реальність.

Однією з головних рис цифрового популізму є його здатність використовувати алгоритмічні механізми для підсилення емоційного впливу. Дослідження показують, що платформи надають пріоритет контенту, який викликає сильні емоції, такі як гнів чи страх, що сприяє поширенню популістських наративів. Таким чином, популістські меседжі, що подають складні соціально-політичні проблеми у спрощеній, бінарній формі, отримують перевагу в інформаційному просторі [21]. Окрім цього, бінарність дозволяє популістським акторам ефективніше мобілізувати аудиторію, оскільки вона знижує когнітивне навантаження на індивідів і полегшує швидке прийняття політичних позицій. У цьому контексті використання категорій «друг» і «ворог», «народ» і «еліта» спрощує сприйняття соціальних процесів, що сприяє формуванню стійких когнітивних схем, які складно піддаються змінам навіть за умов нових фактів чи альтернативних пояснень [35].

Зміни в інформаційному середовищі, зумовлені цифровізацією, формують нові умови для функціонування популізму, роблячи його більш динамічним і адаптивним. Відсутність необхідності у традиційних посередниках комунікації дозволяє популістам поширювати власні інтерпретації подій, формуючи альтернативні реальності, що не піддаються традиційному спрощуванню чи раціональному аналізу. Це призводить до поступового підриву довіри до політичних інститутів та професійної журналістики, що є однією з центральних загроз демократичним процесам у цифрову епоху.

Таким чином, цифровий популізм не лише модифікує комунікаційні стратегії, але й суттєво впливає на політичну динаміку, створюючи нові виклики для демократичних інститутів. Він сприяє зміцненню дихотомічного мислення, поглибленню поляризації суспільства та ослабленню механізмів демократичної відповідальності.

Розвиток цифрового популізму супроводжується не лише зміною механізмів політичної мобілізації, а й трансформацією самої природи політичного сприйняття. У цьому контексті значну роль відіграє феномен гіперреальності, що формує політичну реальність не через факти та події, а через їхні медійні симулякри, які набувають самостійного існування у суспільній свідомості

Концепція «гіперреальності», розроблена Жаном Бодріаром, описує ситуацію, в якій межа між реальністю та її репрезентацією настільки розмивається, що симулякр як сконструйований медіаобраз заміщує саму реальність [3]. У такій системі інформація вже не відображає реальні події, а створює власний світ знаків і символів, які сприймаються як єдина об'єктивна дійсність. Цифрова епоха підсилює цей процес, оскільки мережеві технології дозволяють політичним акторам створювати нові інформаційні конструкції, які не лише визначають сприйняття політичних подій, а й впливають на їхню інтерпретацію навіть серед безпосередніх учасників.

«Політична гіперреальність» – це трансформація концепції Бодріара в умовах цифрової медіаекосистеми, де політичні події та явища набувають віртуального характеру, а їхня інтерпретація важливіша за емпіричний зміст. На відміну від традиційної гіперреальності, що виражалася у масових медіа ХХ століття, у цифрову епоху цей феномен досяг нового рівня складності. Мережева структура інформаційного простору дозволяє створювати такі симулякри, які не просто дублюють політичну реальність, а й активно змінюють її сприйняття через візуальні, наративні та алгоритмічні механізми [36]. У цій новій реальності політичні події перестають бути самодостатніми, а їхня значущість визначається рівнем резонансу у цифровому просторі. Це створює парадоксальну ситуацію, коли політична симуляція починає домінувати над фактичними подіями, витісняючи їх із суспільної уваги або змінюючи їхнє трактування. Популісти, розуміючи цей механізм, активно його використовують, формуючи альтернативні версії реальності, які можуть не мати зв'язку з емпіричною дійсністю, але залишаються політично ефективними.

Одним із основних механізмів функціонування політичної гіперреальності у цифрову епоху є візуалізація та вірусність контенту. Соціальні мережі змінюють способи сприйняття політичної інформації: замість аналітичного тексту пріоритет надається образам, коротким відео, мемам та емоційно забарвленим заголовкам. Завдяки алгоритмічному поширенню та механізмам взаємодії контент із максимальним емоційним зарядом отримує пріоритет над традиційними формами політичного дискурсу [28].

Ще одним важливим механізмом є ефект резонансу та інформаційного повторення. У цифрову епоху повідомлення можуть циркулювати у різних інформаційних середовищах без конкретного джерела або необхідності верифікації. Це створює умови для багаторазового повторення певних тез, які починають

сприйматися як об'єктивна істина просто завдяки їхній частоті появи в інформаційному полі [10]. Крім того, соціальна фільтрація та алгоритмічна селекція сприяють тому, що користувачі отримують інформацію, яка відповідає їхнім упередженням, а не фактичному стану речей. Це створює «цифрові інформаційні бульбашки», завдяки яким суспільні групи отримують взаємовиключні картини реальності, що підсилює суспільну поляризацію та зміцнює популістські нарративи

Політична гіперреальність має значні наслідки для демократичних інститутів, оскільки вона підриває довіру до традиційних джерел інформації: професійних медіа, академічних експертів та державних інституцій. Виборці дедалі частіше реагують не на реальні політичні події, а на створені у медіапросторі образи, що робить політичний процес більш видовищним і менш керованим через раціональні механізми прийняття рішень.

Прикладом цього феномена стала кампанія Дональда Трампа 2020 року, під час якої була створена альтернативна політична реальність навколо нібито сфальсифікованих виборів. Попри численні розслідування, які не виявили доказів масових порушень, рух «#ЗупинімоКрадіжку» («#StopTheSteal») сформував у свідомості значної частини виборців стійке переконання у тому, що результати виборів були підроблені. Ця інформаційна стратегія мала цілком реальні наслідки у вигляді штурму Капітолія 6 січня 2021 року [11].

Аналогічні механізми використовувалися під час кампанії Brexit, де простий і символічний слоган «Повернімо контроль» («Take back control») створив образ боротьби за національний суверенітет, що переважив аргументовані дискусії про економічні наслідки виходу з ЄС [16]. В Угорщині жорстка антимігрантська риторика Орбана сформувала образ постійної загрози з боку мігрантів, який залишався актуальним у суспільній свідомості навіть після спаду міграційної кризи [17].

Політична гіперреальність зміцнюється за рахунок ефекту первинності: люди схильні довіряти першій отриманій інформації навіть за умови, якщо вона згодом спростовується [33]. Окрім цього, інформаційний шум у цифрових медіа створює умови, за яких громадяни не можуть відрізнити достовірну інформацію від маніпулятивних нарративів, що ще більше ускладнює демократичний процес.

Цифровізація суспільства та трансформація інформаційного простору радикально змінили взаємодію громадян із політикою. Якщо в традиційному розумінні політична участь була пов'язана з активними діями, такими як голосування, участь у протестах або підтримка політичних партій, то у цифрову епоху політична залученість значно змінилася. Політична інформація більше не є чимось окремим від повсякденного життя: вона інтегрована у медіапотоки, соціальні мережі, розважальний контент і навіть персоналізовану рекламу.

Заполітизованість інформаційного простору стала новою реальністю. Користувачі, незалежно від своїх бажань, постійно піддаються політичному впливу через алгоритмічно підібраний контент, навіть якщо свідомо не шукають політичної інформації [10]. Це створює феномен «політичного споживацтва», за якого громадяни, самі того не усвідомлюючи, опиняються в ситуації постійного впливу політичних нарративів, що формують їхнє сприйняття реальності.

На відміну від політичного консюмеризму, який передбачає свідомий вибір громадян щодо підтримки або бойкоту певних політичних ідей, брендів чи ініціатив, політичне споживацтво є несвідомим процесом. Інформаційне переваження та постійний потік медіаповідомлень змушують громадян взаємодіяти з контентом, який може мати політичну природу, навіть якщо вони цього не прагнуть. Соціальні медіа спрощують цю взаємодію: лайки, коментарі, репости та пасивний перегляд контенту вже є формою залучення, яка формує алгоритмічний розподіл інформації та посилює певні нарративи [8].

Політичне споживацтво посилюється також через неможливість «відключитися» від інформаційного простору. Користувачі соціальних мереж опиняються у ситуації, коли вони не можуть повністю уникнути політичного контенту, навіть якщо не мають до нього інтересу. Це пов'язано із двома основними механізмами [1]:

1. Алгоритмічним підбором контенту, який пропонує користувачам новини та політичні дискусії відповідно до їхніх попередніх уподобань або взаємодій;
2. Інформаційним перенасиченням, яке змушує громадян взаємодіяти зі спрощеними, емоційно насиченими повідомленнями, що мають вищі шанси на вірусне поширення.

Таким чином, цифрова епоха створює передумови для пасивного залучення громадян у політичний процес, де вони стають частиною інформаційних кампаній, навіть якщо не мають наміру брати активну участь у цьому. Це є фундаментальним зрушенням у політичній взаємодії суспільства, що формує новий рівень взаємозв'язку між політичним контентом та масовою аудиторією.

У традиційній політичній культурі існувало чітке розмежування між політично активними громадянами та тими, хто зберігав індивідуальність щодо політичних процесів. Однак у цифрову епоху цей поділ поступово зникає. Користувачі соціальних мереж, навіть якщо вони не є активними учасниками політичних дискусій, все одно сприяють поширенню політичних нарративів через взаємодію з контентом.

Феномен «контрибуторства», який можна умовно вважати сучасною трансформацією просюмерства, полягає у тому, що громадяни не лише споживають інформацію, а й стають її поширювачами, часто несвідомо.

Контрибуторство виражається у двох основних формах:

- свідоме контрибуторство – коли громадяни навмисно беруть участь у поширенні політичних ідей, підтримуючи ті чи інші наративи через соціальні мережі;
- несвідоме контрибуторство – коли взаємодія з контентом (лайки, репости, коментарі) запускає алгоритмічне поширення інформації серед інших користувачів, незалежно від намірів самого учасника.

Завдяки алгоритмічним механізмам соціальних платформ навіть найменша взаємодія з політичним контентом може суттєво вплинути на його поширення. Це означає, що контрибутори, навіть не маючи наміру брати участь у політичних кампаніях, фактично сприяють формуванню та посиленню інформаційного середовища. Цей механізм створює новий рівень політичної мобілізації, де межа між активною та пасивною політичною участю розмивається. Контрибутори стають частиною інформаційної екосистеми, що живить популістські рухи, сприяючи поширенню їхніх наративів незалежно від їхньої первинної політичної позиції [29].

Одним із головних факторів, що сприяють залученню громадян до контрибуторства, є гейміфікація політичної взаємодії. Політики, особливо популісти, використовують елементи гейміфікації для створення низькопорогових механізмів залучення, що роблять політичну участь легкою, розважальною та емоційно привабливою [7].

Серед основних гейміфікованих стратегій можна виокремити:

- використання мемів та вірусного контенту для мобілізації молодіжної аудиторії;
- залучення до флешмобів та хештег-кампаній, які дозволяють користувачам відчувати себе частиною спільної боротьби;
- нагороди за цифрову активність – символічні статуси, бейджі або лічильники переглядів, що мотивують користувачів поширювати контент.

Ці стратегії ефективно працюють у цифровому середовищі, оскільки вони створюють ілюзію політичної активності, яка не вимагає глибокого аналізу чи раціонального осмислення. У результаті громадяни стають частиною політичних процесів, навіть не усвідомлюючи цього, а популісти отримують додатковий ресурс для мобілізації.

Окремий аспект контрибуторства – політичний консюмеризм, який у цифровому середовищі також зазнав трансформації. Традиційні форми бойкоту та контрбойкоту (buycott) поширилися в інформаційному просторі, де громадяни почали «купувати» або «відмовлятися» від політичного контенту [27].

Замість споживання матеріальних товарів політичний консюмеризм у цифрову епоху набув форми інформаційного вибору, де громадяни визначають, які медіаресурси підтримувати, які новини читати та які меседжі поширювати. Це створює нову політичну динаміку, яка формує сприйняття політичної реальності та підсилює поляризацію суспільства.

Формування нової політичної динаміки у цифрову епоху, де навіть несвідома взаємодія з інформацією стає частиною масового політичного процесу, потребує відповідних механізмів ефективного управління комунікацією. Якщо раніше традиційні медіа відігравали роль головного фільтра інформації, то сьогодні інформаційні потоки дедалі більше залежать від внутрішньої логіки цифрових платформ. За цих умов трансформація механізмів комунікації стала невід'ємним компонентом політичної мобілізації, що дозволяє популістам швидше залучати прихильників та ефективніше адаптувати свої стратегії.

Однією з основних змін є трансформація класичної «двоступеневої моделі комунікації», запропонованої Полом Лазарсфельдом [19], у «модель опосередкованого контролю». Якщо у традиційній системі інформація надходила до масової аудиторії через незалежних лідерів думок, які адаптували її до соціального контексту, то у цифрову епоху ці лідери стають частиною контрольованих інформаційних мереж.

Політики, особливо популісти, використовують це для координації наративів, залучаючи блогерів, інфлюенсерів та мікроавторитетів, які не лише ретранслюють інформацію, а й активно впливають на її зміст, поширюючи контент, що відповідає стратегічним завданням кампанії [37]. Ці інфлюенсери часто не є незалежними суб'єктами: їхня заангажованість визначається фінансовими вигодами, доступом до політичних привілеїв або прагненням зміцнити власний соціальний капітал.

Значну роль у цьому відіграє монетизація контенту, яка створює економічну мотивацію для просування певних політичних ідей. Соціальні платформи винагороджують популярний контент через рекламні механізми, а вірусність і висока емоційність популістських меседжів забезпечують їм широку аудиторію. У результаті інфлюенсери мають прямий фінансовий інтерес у просуванні політично зарядженого контенту, навіть якщо він базується на дезінформації.

Цей механізм посилюється завдяки алгоритмічним механізмам соціальних платформ, які сприяють поширенню контенту з максимальним емоційним впливом. Популісти виграють у цій системі завдяки своїй здатності формулювати прості та видовищні повідомлення, що добре інтегруються у цифрову екосистему. Їхні меседжі стають не просто інформацією, а частиною політичної гейміфікації, що залучає громадян до взаємодії через лайки, коментарі, репости та участь у віртуальних акціях. Це формує нову модель політичної мобілізації, в якій кожен користувач навіть несвідомо стає частиною інформаційного ланцюга [8].

Водночас легкість і доступність цифрових платформ як інструментів поширення політичної інформації створює нову загрозу: відсутність відповідальності за контент та його наслідки. Інфлюенсери, які масово поширюють політичні меседжі, часто не усвідомлюють рівня свого впливу або не несуть юридичної відповідальності за маніпуляції та дезінформацію. Це створює ситуацію безконтрольного поширення політичних наративів, де міфи, змови та відверті маніпуляції можуть мати такий самий статус, як і перевірені факти.

Трансформація механізмів політичної комунікації дозволяє популістам створювати потужні інформаційні кампанії, що не лише змінюють громадську думку, а й формують паралельні політичні реальності, де вигаданий наратив набуває більшого значення, ніж факти. Це створює серйозний виклик для демократичних інститутів, оскільки система, що мала б забезпечувати плюралізм і баланс інформаційних потоків, натомість працює на користь тих, хто найкраще адаптувався до її логіки.

Розвиток цифрових технологій не лише посилив вплив популізму, а й створив умови, за яких його методи стали основною стратегією політичної боротьби. Популісти використовують бінарні структури, спрощені наративи та емоційно забарвлені повідомлення для мобілізації електорату, що в умовах «занепаду правди» (truth decay) створює серйозні виклики для демократичних суспільств [13].

Феномен розпаду правди, тобто ерозія фактологічного дискурсу, виражається у зменшенні ролі об'єктивних фактів у формуванні суспільної думки та політичних рішень. Поширення дезінформації, алгоритмічне посилення хибних наративів та знецінення експертного знання підривають довіру до демократичних інституцій і традиційних ЗМІ, що створює сприятливе середовище для популістів. У такій ситуації політики, які дотримуються раціонального дискурсу, програють тим, хто експлуатує страхи, емоції та конспірологічні теорії.

Одним із ключових викликів цифрового популізму є формування радикально поляризованого суспільства. Популісти конструюють публічний дискурс у форматі «ми проти них», що не лише спрощує складні політичні питання, а й зводить політичну конкуренцію до боротьби антагоністичних таборів.

Алгоритми соціальних мереж сприяють цьому процесу, підсилюючи емоційно заряджений контент та створюючи цифрові інформаційні бульбашки, завдяки яким люди отримують лише ту інформацію, яка підтверджує їхні вже сформовані переконання [20]. У результаті:

- політичні противники дедалі більше сприймаються як екзистенційні вороги, а не як опоненти у демократичному процесі;
- компроміс стає неможливим, оскільки будь-яка взаємодія з іншою стороною розглядається як зрада власної групи;
- посилюється ризик радикалізації, адже зростаюча напруга між групами може перерости у політичне насильство.

Демократичні інститути, які традиційно відігравали роль арбітра у політичних конфліктах, поступово втрачають цей статус, оскільки занепад правди підриває довіру до них. Судові рішення, журналістські розслідування та навіть виборчі процеси сприймаються через призму політичної боротьби, що робить будь-яку форму врегулювання конфлікту дедалі менш ефективною.

Ще одним безпековим викликом є масова адаптація популістських стратегій традиційними політичними акторами. Якщо популізм є найефективнішим способом мобілізації виборців, то навіть ті політики, які не дотримуються популістської ідеології, змушені використовувати його методи.

З погляду теорії ігор політичний процес у цифрову епоху набуває характеристик нестабільної рівноваги: якщо одна сторона використовує емоційну маніпуляцію, конспірологію та спрощені наративи, то її опоненти опиняються перед вибором або програвати вибори, або пристосовуватися до нових правил гри. У результаті традиційні політичні партії також починають використовувати алгоритмічні маніпуляції, спрощений дискурс та бінарні опозиції для утримання влади [26].

Цей процес вже можна спостерігати у багатьох демократіях:

- у США навіть помірковані політики змушені використовувати соціальні мережі та реагувати на емоційні тригери виборців через загрозу втрати підтримки у поляризованому суспільстві [4];
- у Європі праві та ліві партії запозичують методи популістів, адаптуючи свою комунікацію до цифрових алгоритмів, що підсилюють радикальні меседжі [22];
- у Латинській Америці соціальні мережі стали основним каналом політичної мобілізації, що створює умови для домінування популістських партій [38];

Основна небезпека полягає в тому, що цей процес може стати незворотним: якщо весь політичний простір трансформується під впливом популістських стратегій, то відновити раціональну політичну дискусію буде надзвичайно складно. Попит на емоційно заряджену, конфліктну політику створює відповідну пропозицію, що у перспективі може призвести до повної видозміни традиційних демократичних норм.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Цифровий популізм становить серйозну загрозу для демократичних суспільств, оскільки він не лише трансформує комунікаційні механізми, а й змінює природу політичної взаємодії. Занепад правди створює середовище, у якому бінарні опозиції, емоційна мобілізація та алгоритмічно підсилені дезінформаційні кампанії стають основними елементами політичної боротьби.

Безпекові ризики цього процесу містять:

- поляризацію суспільства, що ускладнює демократичне врядування;
- радикалізацію політичного дискурсу, що може призвести до відкритого насильства;
- підрив довіри до демократичних інститутів, що робить політичну систему нестабільною;
- масову адаптацію популістських стратегій традиційними політичними акторами, що руйнує раціональний політичний процес.

Зупинити ці тенденції буде надзвичайно складно, оскільки вони вже закріпилися у цифровому середовищі та стали новою нормою політичної комунікації. Однак усвідомлення цих ризиків є першим кроком до пошуку рішень, які можуть забезпечити стійкість демократичних інститутів у цифрову епоху.

Аналіз цифрового популізму, його механізмів та безпекових викликів демонструє, що цей феномен є не лише політичною стратегією, а й частиною більш глибокої трансформації суспільно-політичної взаємодії у цифрову епоху. Враховуючи масштаби та динаміку цих змін, подальші дослідження можуть бути сфокусовані на кількох основних напрямках.

По-перше, необхідно здійснити подальшу операціоналізацію поняття «цифрового популізму» та його складових, щоб чітко визначити його межі як самостійного феномену, відмінного від класичних форм популізму. Це передбачає емпіричне вивчення того, наскільки цифрові комунікаційні технології змінюють саму природу популістської риторики, її ефективність та вплив на політичні інститути.

По-друге, варто поглибити аналіз алгоритмічного впливу на політичні процеси та досліджувати, як соціальні медіа та персоналізовані системи рекомендацій сприяють політичній поляризації, формуванню когнітивних бульбашок та радикалізації громадян. Це питання особливо актуальне у контексті вивчення інформаційного суверенітету держав та впливу цифрових корпорацій на демократичні процеси.

По-третє, необхідні подальші дослідження щодо гейміфікації політичної взаємодії, особливо у молодіжних аудиторіях. Політична мобілізація через цифрові інструменти стає дедалі більше схожою на розважальний контент, що змінює мотивацію громадян до політичної участі та може сприяти деградації суспільного дискурсу.

По-четверте, важливим напрямом залишається вивчення адаптації традиційних партій до популістських комунікаційних стратегій. Чи відбуватиметься подальше зміщення політичного мейнстріму у бік популістських методів? Які механізми здатні стримати цю тенденцію? Які довгострокові наслідки матиме поступова зміна характеру політичного дискурсу?

По-п'яте, основним напрямом подальших досліджень є пошук механізмів протидії цифровому популізму та безпековим загрозам, які він створює для демократичних суспільств. Сюди належить аналіз можливих регуляторних заходів, які, з одного боку, забезпечать захист інформаційного простору від маніпуляцій, а з іншого – не обмежать свободу слова.

Зрештою, цифровий популізм – це не лише проблема сучасної політики, а й структурна зміна інформаційного середовища, що модифікує спосіб комунікації, політичної участі та функціонування демократичних інститутів. Подальші дослідження у цій сфері мають не тільки пояснювати ці трансформації, але й пропонувати стратегічні рішення для збереження демократичної стійкості у цифрову епоху.

#### References:

1. Ahmad Ghani, A.N.H. and Rahmat, H. (2023), «Confirmation Bias in Our Opinions on Social Media: A Qualitative Approach», *Journal of Communication, Language and Culture*, Vol. 3, pp. 47–56, doi: 10.33093/jclc.2023.3.1.4.
2. Basu, S. (2021), «Social Reality or Digital Hyperreality: Mapping the «Cyborgian» Present», in Pal, A. K. (ed), *Changing Paradigm in New Media*, Nitya Publications, pp. 76–89.
3. Baudrillard, J. (1994), *Simulacra and Simulation*, University of Michigan Press.
4. Benkler, Y., Faris, R. and Roberts, H. (2018), *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*, Oxford University Press, New York.
5. Bergmann, E. (2020), «Populism and the Politics of Misinformation», *Safundi*, Vol. 21, pp. 251–265, doi: 10.1080/17533171.2020.1783086.

6. Blassnig, S., Ernst, N., Büchel, F., Engesser, S. and Esser, F. (2019), «Populism in Online Election Coverage: Analyzing Populist Statements by Politicians, Journalists, and Readers in Three Countries», *Journalism Studies*, Vol. 20, pp. 1110–1129, doi: 10.1080/1461670X.2018.1487802.
7. Bossetta, M. (2022), «Gamification in Politics», in Ceron, A. (ed), *Elgar Encyclopedia of Technology and Politics*, Edward Elgar Publishing, pp. 304–308.
8. Boulianne, S. (2022), «Socially Mediated Political Consumerism», *Information, Communication & Society*, Vol. 25, pp. 609–617, doi: 10.1080/1369118X.2021.2020872.
9. Canovan, M. (1999), «Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy», *Political Studies*, Vol. 47, pp. 2–16, doi: 10.1111/1467-9248.00184.
10. Daherman, Y., Taufiq, I., Moekahar, F. and Haryadi, O. (2024), «Hyperreality of #pilpres2024 in Digital Political Advertisements on Social Media Based on Artificial Intelligence», *Journal of Law and Sustainable Development*, Vol. 12, Article e2419, doi: 10.55908/sdgs.v12i1.2419.
11. Dempsey, S., Li, J., Witkovsky, B., Wang, Y., Friedland, L.A., Wagner, M.W. and Shah, D.V. (2024), «Manufacturing January 6: How Republican County Parties Mobilized Anger to Promote #StopTheSteal», *Politics & Society*, doi: 10.1177/00323292241279671.
12. Ertz, M., Cao, X. and Barragán Maravilla, J.M. (2024), «The Prosumer», *Encyclopedia*, Vol. 4, pp. 1263–1278, doi: 10.3390/encyclopedia4030082.
13. Garaschuk, D.V. (2024), ««Truth Decay» and Populism: Eroding Democracy in the 21st Century», *International and Political Studies*, pp. 65–78, doi: 10.32782/2707-5206.2024.37.6.
14. Gerbaudo, P. (2018), «Social Media and Populism: An Elective Affinity», *Media, Culture & Society*, Vol. 40, pp. 745–753, doi: 10.1177/0163443718772192.
15. Kavanagh, J. and Rich, M.D. (2018), *Truth Decay: An Initial Exploration of the Diminishing Role of Facts and Analysis in American Public Life*, RAND Corporation.
16. Kettell, S. and Kerr, P. (2022), «The Ghost in the Machine: Brexit, Populism, and the Sacralisation of Politics», *Politics, Religion & Ideology*, Vol. 23, pp. 23–40, doi: 10.1080/21567689.2022.2061959.
17. Kostuchkov, S., Garaschuk, D., Serhieiev, V. and Volkova, K. (2024), «Religious Symbolism in Rhetoric of Right Populist Parties», *Occasional Papers on Religion in Eastern Europe*, Vol. 44, doi: 10.55221/2693-2229.2538.
18. Laclau, E. (2005), *On Populist Reason*, Verso.
19. Lazarsfeld, P.F., Berelson, B. and Gaudet, H. (1948), *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, Columbia University Press.
20. Lazer, D., Baum, M., Benkler, Y., Berinsky, A.J., Greenhill, K.M., Menczer, F. and others (2018), «The Science of Fake News», *Science*, Vol. 359, pp. 1094–1096, doi: 10.1126/science.aao2998.
21. Mahl, D., Zeng, J., Schäfer, M.S., Egert, F.A. and Oliveira, T. (2024), ««We Follow the Disinformation»: Conceptualizing and Analyzing Fact-Checking Cultures Across Countries», *The International Journal of Press/Politics*, doi: 10.1177/19401612241270004.
22. Mihelj, S. and Jiménez-Martínez, C. (2020), «Digital Nationalism: Understanding the Role of Digital Media in the Rise of 'New' Nationalism», *Nations and Nationalism*, Vol. 27, pp. 331–346, doi: 10.1111/nana.12685.
23. Moffitt, B. (2016), *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*, Stanford University Press.
24. Mudde, C. (2004), «The Populist Zeitgeist», *Government and Opposition*, Vol. 39, pp. 541–563, doi: 10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x.
25. Müller, J.-W. (2016), *What Is Populism?*, University of Pennsylvania Press.
26. Noury, A. and Roland, G. (2020), «Identity Politics and Populism in Europe», *Annual Review of Political Science*, Vol. 23, pp. 421–439, doi: 10.1146/annurev-polisci-050718-033542.
27. Novo Vázquez, A. and Vicente, M.R. (2024), «What Drives Buycotters, Boycotters and Dualcotters? An Analysis of Political Consumerism in Spain», *Empiria. Revista de metodología de ciencias sociales*, pp. 187–213, doi: 10.5944/empiria.62.2024.42015.
28. Palau-Sampio, D. (2023), «Pseudo-Media Disinformation Patterns: Polarised Discourse, Clickbait and Twisted Journalistic Mimicry», *Journalism Practice*, Vol. 17, pp. 2140–2158, doi: 10.1080/17512786.2022.2126992.
29. Paltrinieri, R. and Esposti, P. (2013), «Processes of Inclusion and Exclusion in the Sphere of Prosumerism», *Future Internet*, Vol. 5, pp. 21–33, doi: 10.3390/fi5010021.
30. Sanchez, G.R. and Middlemass, K. (2022), «Misinformation Is Eroding the Public's Confidence in Democracy», *Journal of Democracy*.
31. Scheffauer, R., Medina, L. and Gil De Zúñiga, H. (2024), «Clarifying the Relationship Between Political Consumerism and Political Persuasion Over Time», *Political Research Quarterly*, Vol. 77, pp. 1246–1261, doi: 10.1177/10659129241266823.
32. Stanley, B. (2008), «The Thin Ideology of Populism», *Journal of Political Ideologies*, Vol. 13, pp. 95–110, doi: 10.1080/13569310701822289.
33. Susmann, M.W. and Wegener, D.T. (2023), «How Attitudes Impact the Continued Influence Effect of Misinformation: The Mediating Role of Discomfort», *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 49, pp. 744–757, doi: 10.1177/01461672221077519.
34. Toffler, A. (1980), *The Third Wave*, Morrow.
35. Tversky, A. and Kahneman, D. (1974), «Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases: Biases in Judgments Reveal Some Heuristics of Thinking Under Uncertainty», *Science*, Vol. 185, pp. 1124–1131, doi: 10.1126/science.185.4157.1124.



36. Yanchenko, K. (2023), «Making Sense of Populist Hyperreality in the Post-Truth Age: Evidence from Volodymyr Zelensky's Voters», *Mass Communication and Society*, Vol. 26, pp. 509–531, doi: 10.1080/15205436.2022.2105234.
  37. Yaşa, H. and Birsen, H. (2024), «Do Influencers View Themselves as Opinion Leaders? An Examination of Influencers and Social Media Content», *Vivat Acad.*, doi: 10.15178/va.2024.157.e1545.
  38. Zúñiga, H.G. de, Koc-Michalska, K. and Römmele, A. (2020), «Populism in the Era of Twitter: How Social Media Contextualized New Insights into an Old Phenomenon», *New Media & Society*, Vol. 22, pp. 585–594, doi: 10.1177/1461444819893978.
- 

**Garaschuk D., Serhieiev V.**

**Security challenges of populism in the digital age: from political hyperreality to involuntary political consumption**

**Abstract.** The article examines the impact of digital technologies on populism and identifies the key mechanisms of its functioning in the digital environment. It explores the transformation of traditional political communication models under the influence of social media, algorithmic content distribution, and changes in citizens' political perceptions. It is established that digital populism is based on amplified binary oppositions, discourse simplification, the gamification of political interaction, and algorithmic amplification of manipulative narratives, creating a favorable environment for its expansion. The concept of political hyperreality is analyzed as an adaptation of Jean Baudrillard's ideas to the digital age. The study investigates how alternative political realities are constructed in the media space. The transformation of Paul Lazarsfeld's two-step communication model into a model of mediated control is examined, illustrating how politicians, particularly populists, coordinate information campaigns through networks of influencers and digital opinion leaders. Particular attention is given to the phenomenon of political consumerism in the digital era, shaped by the politicized information space, and the role of contributorship in spreading populist narratives. It is determined that the low entry threshold for political engagement and algorithmic content selection contribute to societal polarization and the intensification of radical sentiments. The article identifies the main security challenges posed by digital populism, particularly the impact of truth decay, which leads to the erosion of fact-based discourse, the undermining of trust in democratic institutions, and the formation of an extremely polarized political landscape. Prospects for further research on digital populism are proposed, focusing on identifying mechanisms to counter manipulative technologies and developing strategies to preserve democratic discourse in the digital era.

**Keywords:** digital populism; political hyperreality; contributorship; truth decay; information security.

---

Стаття надійшла до редакції 03.02.2025.