

---

# ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Научный журнал

Выпуск 3 (72). 2021. Том 11

Журнал «Вопросы национальных и федеративных отношений» включен в перечень рецензируемых научных изданий ВАК, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по политическим и историческим наукам

МОСКВА, 2021

# ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Научный журнал

**Вячеслав Александрович  
МИХАЙЛОВ**

Председатель Совета, д.и.н., профессор,  
зав. кафедрой национальных и федеративных  
отношений РАНХ и ГС при Президенте РФ

## Редакционный Совет

**Рамазан Гаджимурадович  
АБДУЛАТИПОВ**

д.ф.н., постоянный представитель Российской Федерации  
при Организации Исламского сотрудничества

**Любовь Федоровна  
БОЛТЕНКОВА**

д.ю.н., профессор РАНХ и ГС при Президенте РФ

**Владимир Иванович  
ВАСИЛЕНКО**

д.п.н., профессор Российской академии народного  
хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

**Владимир Александрович  
ВОЛОХ**

д.п.н., профессор Государственного университета  
управления

**Вадим Витальевич  
ГАЙДУК**

д.п.н., профессор Башкирского государственного  
университета

**Леокадия Михайловна  
ДРОБИЖЕВА**

д.и.н., руководитель Центра исследования  
международных отношений Института Социологии  
ФНИСЦ РАН

**Владимир Юрьевич  
ЗОРИН**

д.п.н., руководитель Центра по научному взаимодействию  
с общественными организациями, СМИ и органами  
государственной власти ИЭА РАН

**Раушан Мухахановна  
КАНАПЬЯНОВА**

д.п.н., профессор кафедры международного  
культурного сотрудничества МГИК

**В. Микаэль  
КАССАЕ НЫГУСИЕ**

д.и.н., профессор кафедры теории и истории  
международных отношений Российского  
университета дружбы народов

**Геннадий Яковлевич  
КОЗЛОВ**

д.и.н., профессор Рязанского государственного  
университета им. С.А. Есенина

**Игорь Георгиевич  
КОСИКОВ**

д.и.н., главный научный сотрудник Института  
этнологии и антропологии РАН

**Николай Павлович  
МЕДВЕДЕВ**

д.п.н., профессор Российского университета  
дружбы народов

**Марина Николаевна  
МОСЕЙКИНА**

д.и.н. профессор, заведующая кафедрой истории России  
Российского университета дружбы народов

**Александр Данилович  
НАЗАРОВ**

д.и.н., профессор, зам. руководителя кафедры  
по научной работе Московского авиационного института  
к.п.н., ответственный редактор

**Дарья Вячеславовна  
ПЕРКОВА**

**Александр Васильевич  
ПОНЕДЕЛКОВ**

д.п.н., профессор, заведующий кафедрой политологии  
и этнополитики Южно-Российского института  
управления – филиал РАНХ и ГС при Президенте РФ

**Дмитрий Егорович  
СЛИЗОВСКИЙ**

д.и.н., профессор кафедры истории России Российского  
университета дружбы народов

**Шукран Саидовна  
СУЛЕЙМАНОВА**

д.п.н., профессор Российской академии народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ

**Жибек Сапарбековна  
СЫЗДЫКОВА**

д.и.н., профессор, заведующая кафедрой стран  
Центральной Азии и Кавказа Института стран Азии  
и Африки Московского государственного университета имени  
М. В. Ломоносова, заместитель главного редактора журнала

## Редакционная коллегия

**Главный редактор – СУЛЕЙМАНОВА Ш.С.,**  
д.п.н., профессор РАНХиГС

## Члены ред. коллегии:

Волох В.А. (зам. главного редактора),  
Сыздыкова Ж.С. (зам. главного редактора),  
Перкова Д.В. (ответственный редактор),  
Болтенкова Л.Ф., Дробижева Л.А.,  
Слизовский Д.Е.

## УЧРЕЖДЕН

ООО «Издательство  
«Наука сегодня»

## ЖУРНАЛ ВКЛЮЧЕН

## В ПЕРЕЧЕНЬ ВАК РФ

Журнал зарегистрирован  
Федеральной службой по надзору  
в сфере массовых коммуникаций,  
связи и охраны культурного  
наследия

Регистрационный номер  
ПИ № ФС77-47487  
от 25 ноября 2011 г.

Журнал издается ежемесячно

Журнал включен в базу РИНЦ  
(Российский индекс научного  
цитирования)

Включен в каталог  
Ulrich's Periodicals Directory

Пятилетний импакт-фактор  
журнала: 1,006

Адрес редакции:  
115598, г. Москва, ул. Загорьевская,  
д. 10, корп. 4, цокольный этаж,  
помещение I, комната 7-1, офис 4  
Тел.: (910) 463-53-42

www.etnopolitolog.ru

E-mail: etnopolitolog@yandex.ru

Мнение авторов может  
не совпадать с мнением редакции.  
При перепечатке ссылка  
на журнал обязательна.

Научные статьи, публикуемые  
в журнале подлежат обязательному  
рецензированию.

Ответственный редактор

*Перкова Д.В.*

Компьютерная верстка

*Анциферова А.С.*

Подписано в печать 25.03.2021.

Формат 60×84/8. Объем 24,3.

Печать офсетная.  
Тираж – 1000 экз.  
(1-й завод – 500 экз.)  
Заказ № 0000

Отпечатано в типографии

ООО «Белый ветер»

115054, г. Москва, ул. Щипок, 28

Тел.: (495) 651-84-56

ISSN 2226-8596 (print)

12 выпусков в год и

2 выпуска в год переводной (англ.) версии

Языки: русский, английский

<http://etnopolitolog>

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ

Включен в каталог периодических изданий Ульрих (Ulrich's Periodicals Directory: <http://www.ulrichsweb.com>)

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ Российской научной электронной библиотеки, Electronic Journals Library Cyberleninka

Подписной индекс издания в каталоге агентства Роспечать 70114

### Цели и тематика

Журнал *ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ* – периодическое международное рецензируемое на-учное издание в области политических исследований. Журнал является международным как по составу редакционного совета и редколлегии, так и по авторам и тематике публикаций.

Научный журнал издается с 2011 года в издательстве «Наука сегодня». С 2018 года издается переводная (англ.) версия журнала. С момента своего создания, журнал ориентировался на высокие научные и этические стандарты и сегодня является одним из ведущих политологических журналов России.

Цель журнала – способствовать научному обмену и сотрудничеству между российскими и зарубежными политологами.

Журнал предназначен для публикации результатов фундаментальных и прикладных научных исследований. Тематическая направленность журнала отражается в следующих постоянных рубриках: «Отечественная история, этнология и этнография», «История международных отношений и мировой политики», «История и философия политики», «Политические институты, процессы и технологии», «Политическая культура, этнополитика и идеологии», «Политические проблемы международных отношений и глобализации».

Формат публикаций: научные статьи, обзорные научные материалы, материалы круглых столов, научные рецензии, научные сообщения, посвященные исследовательским проблемам в сфере политики и политологии.

В своей деятельности редакционный совет и редколлегия журнала руководствуется принципами, определяемыми ВАК России для научных журналов, в том числе: наличие института рецензирования для экспертной оценки качества научных статей; информационная открытость издания; наличие и соблюдение правил и этических стандартов представления рукописей авторами.

Целевой аудиторией журнала являются российские и зарубежные специалисты-политологи, а также аспиранты и магистры, обучающиеся по направлениям политология, государственное и муниципальное управление и международные отношения.

Журнал строго придерживается международных стандартов публикационной этики, обозначенных в документе *COPE (Committee on Publication Ethics)* <http://publicationethics.org>

Полные сведения о журнале и его редакционной политике, требования о подготовке и публикации статей, архив (выпуски с 2011 года) и дополнительная информация размещена на сайте: <http://etnopolitolog.ru>

Электронный адрес: [etnopolitolog@yandex.ru](mailto:etnopolitolog@yandex.ru)

ISSN 2226-8596 (print)

12 issues a year plus

2 issues a year of the translated (eng.) version

Languages: Russian and English

<http://etnopolitolog>

Included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation

Included in the Ulrich's Periodicals Directory

Materials of the journal are placed on the RSCI platform of the Russian scientific electronic library – Electronic Journals Library Cyberleninka

Subscription index of the journal in the Rospechat Agency catalogue is: 70114

### Objectives and themes

Academic journal “*Issues of National and Federative Relations*” is an international peer-reviewed scientific periodical in the field of political studies. The journal has an international character because of the composition of its Editorial Board, its editors, its contributing authors and topics of its publications.

The scientific journal is published since 2011 at the “Publishing House “Science Today”. Translated (eng.) version of the journal is published since 2018. Since its inception, the journal was guided by high scientific and ethical standards and today it is one of the leading political science journals in Russia.

The purpose of the journal is to promote scientific exchange and cooperation between Russian and foreign political scientists.

The journal is intended for the publication of the results of fundamental and applied scientific research. Thematic focus of the journal is reflected in the following permanent headings: “Domestic history, ethnology and ethnography”, “History of international relations and world politics”, “History and philosophy of politics”, “Political institutions, processes and technologies”, “Political culture, ethno-politics and ideologies”, “Political problems of international relations and globalization.”

Format of publications: scientific articles, reviews, scientific materials, materials of round tables, scientific reviews, scientific reports devoted to research problems in the field of politics and political science.

The Editorial Board and the editors of the journal in their activities are guided by the principles defined by VAK of Russia for scientific journals, including: presence of the institute of peer review for the expert quality assessment of scientific articles; information openness of the publications; availability and compliance with the rules and ethical standards for the submission of manuscripts by the authors.

The target audience of the journal is Russian and foreign specialists-political scientists, as well as graduate students and masters in the fields of political science, state and municipal management and international relations.

The journal strictly adheres to the international publishing standards and publication ethics identified in the *COPE (Committee on Publication Ethics)* document. <http://publicationethics.org>.

Full details of the journal and its editorial policy, requirements to the preparation and publication of articles, archive (issues since 2011) and additional information are available on the website: <http://etnopolitolog.ru>

E-mail address: [etnopolitolog@yandex.ru](mailto:etnopolitolog@yandex.ru)

# СОДЕРЖАНИЕ

---

## ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ, ЭТНОЛОГИЯ И ЭТНОГРАФИЯ

<i>Емельянова А.А.</i> Сезонность браков мещан в Москве в первой половине XIX в. (на материале Никитского сорока) .....	702
<i>Занозин Н.В.</i> Формирование и развитие номенклатуры Горьковского обкома партии в послевоенный период (1945-1953 гг.) .....	709
<i>Кузнецов В.Н.</i> Значение предпринимательства в развитии внутренней торговли на Северо-Западе России во второй половине XIX века.....	719
<i>Емельянова Е.А., Погорелов С.С.</i> Политика советской власти в отношении русской православной церкви на Кубани в 1920-1940 годы XX века .....	730
<i>Бровченко И.Ю.</i> Практический аспект православно-католического диалога в политике современности .....	735
<i>Ванькина Е.А.</i> К вопросу о выборах мировых судей в провинциальных уездах Российской империи .....	744
<i>Евстратов М.В.</i> Подготовка младшего командного состава РККА в период реорганизации 1939-июнь 1941 гг. некоторые аспекты.....	753
<i>Ильясов Л.М.</i> Древние и средневековые культовые сооружения Чечни .....	762
<i>Крупская О.А.</i> Польский вопрос и особенности русско-польских отношений в XIX веке .....	771
<i>Титерина В.К.</i> Динамика внешнеполитического курса России в конце XVII начале XVIII вв. ....	777
<i>Чичерин Р.Г.</i> Образ США в российском политическом руководстве времен правления Б.Н. Ельцина.....	782
<i>Пищук М.Д.</i> «Год первый»: Госкомнац России и его деятельность по защите русскоязычного населения на постсоветском пространстве в 1992 году .....	791
<i>Шиматюк О.А.</i> Формирование энергетического диалога между Европейским Союзом и Российской Федерацией в 1990-2000-х гг. ....	801
<b>ТЕОРИЯ, ФИЛОСОФИЯ И ИСТОРИЯ ПОЛИТИКИ</b>	
<i>Болтенкова Л.Ф.</i> Библия как источник права (часть шестая).....	810
<b>ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕГИОНАЛИСТИКА И ЭТНОПОЛИТИКА</b>	
<i>Никлаус А.А.</i> Роль культурного самоопределения территориальных меньшинств в процессе формирования внутрирегионального пространства государств: отечественный и европейский опыт .....	826

---

**Цветкова О.В.** Нацестроительство и языковая политика в современной России (по материалам этносоциологического исследования)..... 835

#### ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

**Рубан Л.С.** Влияние внешних факторов на развитие Российской Федерации в условиях новой социальной реальности..... 844

**Попов С.И., Ершов Н.А., Омерович А.Р.** Протестный потенциал как инструмент предвыборной кампании (Часть II: Выборы в Государственную Думу 2021 года. Прогнозы) ..... 853

**Алсалиби Риваа Мухаммад Салем.** Этнические группы на страницах социальных сетей в России ..... 859

**Шихер Н.Д.** Институциональные формы государственно-конфессионального взаимодействия в современной России ..... 874

**Линдо А.В.** Политика трудовой миграции в регионах: сетевая теория в контексте принятия политических решений ..... 884

#### ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ, ВНЕШНЕЙ И МИРОВОЙ ПОЛИТИКИ

**Моисеев А.В., Шангараев Р.Н.** Межгосударственное сотрудничество по снижению рисков глобальных ядерных угроз: концепции и практика..... 892

**Альжаруан Мохд Хиер Джаруан.** Иранские международные альянсы в контексте сирийского кризиса: российско-иранские отношения ..... 900

**Шолкова М.А.** Деятельность Японии в сфере миротворчества..... 905

**Семенова О.В.** Моделирование во внешнеполитической деятельности ..... 910

**Абахра Мушир Ибрагим Хасан, Шехада Мо Мин Т.Ф.** Распространение демократии как метод внешней политики США на Ближнем Востоке ..... 916

**Новикова К.А.** Эволюция фактора социальных медиа в протестах на территории Испании ..... 925

**Бирюков П.Э.** Реализация национальных интересов России в международных транспортных коридорах..... 933

**Капитонов А.А.** Влияние итогов президентских выборов 2020 года в США на реализацию целей в области устойчивого развития в национальном и глобальном измерениях ..... 943

**Полтавцева О.Н.** Новые медиа и политическая коммуникация в Италии. Сильвио Берлускони, Беппе Грилло, Матео Сальвини ..... 961

---

<i>Овчинников Д.С., Шпак М.С., Нечай Е.Е.</i> Северный поток-2: политические противоречия коммерческого проекта.....	966
<b>РАЗМЫШЛЕНИЯ НАД ПРОЧИТАННЫМ</b>	
<i>Медведев Н.П.</i> К вопросу о сущности понятия «нациестроительство». Размышления над прочитанным .....	974
<b>КОНФЕРЕНЦИИ</b>	
<i>Караев Т.М.</i> Конференция, посвященная наследию осетинского поэта и мыслителя К.Л. Хетагурова «Весь мир – мой храм» .....	981
<b>НАШИ АВТОРЫ</b> .....	985
<b>ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ</b> .....	992

## **НОВЫЕ МЕДИА И ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ИТАЛИИ. СИЛЬВИО БЕРЛУСКОНИ, БЕППЕ ГРИЛЛО, МАТТЕО САЛЬВИНИ**

*В данной статье рассматривается природа политической коммуникации в Италии, многие аспекты которой были сформированы С. Берлускони. Успех медиамагната на выборах в 1994 году обусловлен использованием традиционного средства массовой информации – телевидения. Современные тенденции в итальянской политике характеризуются внедрением новых медиа, которые приходят на смену традиционным. Новые медиа могут усиливать политическую конкуренцию за счет снижения барьера для входа в политику и возможности организации сбора пожертвований онлайн. Итальянская Республика стала первой западной демократией, в которой благодаря новым медиа произошло возникновение политической партии «Движение 5 звезд». Политический успех лидера партии «Лига» М. Сальвини также обусловлен активным использованием новых медиа, таких как Facebook и Twitter. Во многом благодаря монополизации медиа современные политики в Италии становятся брендами, размывая границы между политической и поп-культурой.*

**Ключевые слова:** *Грилло, Facebook, Берлускони, Италия, новые медиа, политическая коммуникация, Сальвини, Twitter.*

Итальянская Республика имеет богатую историю с точки зрения использования медиа в контексте политической коммуникации. В 1994 году к власти пришел медиамагнат Сильвио Берлускони, который создал правополитическую партию «Вперед, Италия!», а затем трижды возглавлял правительство. «Италия – страна, которую я люблю. Здесь мои корни, мои надежды, мои горизонты. Именно здесь я учился у отца и на протяжении всей жизни предпринимательскому ремеслу. Именно здесь я и проникся страстью к свободе. Я решил бороться и заниматься общественными делами, потому что я не хочу жить в нелиберальной стране, где правят незрелые группы и люди, связанные с политическим прошлым», – так звучало «послание

итальянцам» политика [2]. В 1999 году на выборах в Европейский парламент за С. Берлускони проголосовало 6 млн избирателей [8. Р. 325-328]. Невероятный успех итальянского политика был обусловлен использованием средств массовой информации, в частности телевидения, для конструирования привлекательного политического имиджа. Берлускони не был новатором в области использования медиа, однако ему удалось продемонстрировать колоссальные возможности телевидения в качестве инструмента влияния на общественное мнение и задать общую политическую тенденцию, которая будет использоваться в дальнейшем в Италии. С именем Берлускони связывают появление феномена харизматичного и эффектного «политика-знаменитости» [14]. Благодаря присутствию не только в новостях и на политических дебатах, но и в развлекательных программах, в рекламе и в мыльных операх, С. Берлускони обрел популярность, получил титул «героя телекультуры» [1] и стал «иконой вещательного телевидения» [12. Р. 305-322].

С повсеместным внедрением новых коммуникационных технологий, на смену традиционным медиа в Италии приходят новые медиа. Р. Ньюман описывает данную категорию как «новый формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контента» [9]. Создавая аккаунты в социальных сетях политические деятели и партии в Италии стали активно продвигать собственные интересы в онлайн-пространстве. С одной стороны, новые медиа способствуют усилению политической конкуренции ввиду снижения затрат на проведение политической агитации и избирательной кампании. С другой стороны, с помощью создания официальной страницы в социальной сети политик может осуществлять сбор пожертвований со стороны избирателей. «В течение первого месяца в Twitter политики собирают от 1% до 3% общей суммы двухлетней традиционной кампании», – отмечается в исследовании влияния новых медиа на политическую конкуренцию М. Петровой, А. Сен и П. Йилдирим [10]. Таким образом, снижается барьер входа в политику для новых участников, происходит возникновение новых политических партий, которые отказываются от традиционной формы финансирования в пользу сбора средств онлайн.

Итальянская Республика стала первой демократией на Западе, где благодаря новым медиа возникла политическая партия. В 2009 году актер и комик Беппе Грилло основал движение «5 Звезд» и в 2012 году участвовал в выборах, набрав 25,54% голосов [3]. Главной особенностью продвижения партии стало то, что для агитации Б. Грилло использовал интернет, где набирал миллионы просмотров, комментариев, организовывал митинги и встречи офлайн со своими последователями по всей Италии. Movimento 5 stelle стала победителем на Парламентских выборах в 2018 году, благодаря популярности у аудитории и тенденции всеобщей усталости итальянских граждан

от традиционных партий. Вслед за Берлускони, Грillo стал очевидным примером успешного использования медиа для продвижения политических интересов и стал «политической иконой онлайн-медиа» [12. Р. 305-322].

Рост популярности новых медиа в Итальянской Республике связан с периодом недовольства политической ситуацией и последствиями глобального кризиса. В 2013 году появляется еще одна не менее значимая фигура в итальянской политике. Речь идет о Маттео Сальвини, который являясь лидером партии «Лига», в 2018 году одновременно стал Министром внутренних дел и заместителем премьер-министра Италии. П. Гербаудо пишет, что новые медиа «позволяют ему быть услышанным, минуя каналы СМИ, критиковать коррумпированный экономический и политический истеблишмент» [6. Р. 745-753]. Отмечая асимметричность осуществления коммуникации традиционных средств массовой информации между отправителем и получателем информации Дж. Маццолени и Р. Бачиарти выделяют структурные особенности новых медиа, позволяющие выстроить интерактивное взаимодействие с аудиторией [7. Р. 1-10]. М. Сальвини известен резкими высказываниями и публикациями в Facebook и Twitter, «умело используя социальные сети для демонизации своих оппонентов и разжигания опасений по поводу мародерства мигрантов» [4]. На своей странице в Twitter политик часто прибегает к таким формулировкам, как: «остановите вторжение» [11], «защищайте границы» [16] и использует хештег – #стопиммиграция (итал. stopimmigrazione) [15]. «Твиты Сальвини вытеснили работу агентств печати и доходят напрямую до электората», – подчеркивает М. Манчини [13]. Данная стратегия оказалась оправдана. В 2019 году партия Сальвини «Лига», активно выступающая за независимость Северной Италии, так называемой Падании со столицей в Милане, получила наибольшее количество голосов на выборах в Европарламент в 2019 году. Таким образом, выстроенная на социальной дезориентации кризиса глобализацией, кампания М. Сальвини в новых медиа обеспечила ему реальную поддержку электората и политический успех. А. Франци и А. Мадрон называют Сальвини «брендом», который становится все больше и больше, «монополизируя новые медиа, радио и телешоу» [5]. Повторяя успех Сильвио Берлускони, основанный на продвижении с помощью телевидения, М. Сальвини становится «политиком-знаменитостью» современности, стирая границы между поп-культурой и культурой политики.

История политической коммуникации в Италии связана с активным использованием медиа в качестве инструмента продвижения и влияния на общественное мнение. Пришедшие на смену традиционным средствам массовой информации, новые медиа, такие как Facebook и Twitter, позволяют снизить затраты на проведение избирательной кампании и осуществить сбор пожертвований. Монополизируя новые медиа, современные итальянские политики становятся брендами, размывая границы между популярной и политической культурой в стране.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. *Augé M.* (2000). *Il senso degli altri. Attualità dell'antropologia.* Torino: Bollati Boringhieri.
2. *Barbacetto G.* (2014). Berlusconi, 20 anni fa la discesa in campo. Con la regia di Craxi e Dell'Utri // <http://www.ilfattoquotidiano.it/2014/01/26/berlusconi-20-anni-fa-la-discesa-in-campo-con-la-regia-di-craxi-edellutri/857831/>.
3. *Bianchini E.* (2012). Movimento Cinque Stelle, boom di voti. Grillo: "Ci vediamo in Parlamento". *il Fatto Quotidiano.*
4. *Donadio R.* (2019). "The new populist playbook". *The Atlantic*, 5 September 2019.
5. *Franzi A., Madron A.* (2019). *Matteo Salvini. Italy, Europe and the New Right.* goWare; 1st edition.
6. *Gerbaudo P.* (2018). "Social media and populism: an elective affinity?". *Media, Culture and Society*, 40/5.
7. *Mazzoleni G., Bracciale R.* (2018). "Socially mediated populism: the communicative strategies of political leaders on Facebook". *Palgrave Communications*, 4.
8. *Mazzoleni G.* (2000). A Return to Civic and Political Engagement Prompted by Personalized Political Leadership? *Political Communication*, 17(4).
9. *Neuman W. Russell* "The Internet and Four Dimensions of Citizenship" *The Oxford Handbook of American Public Opinion and the Media*, Robert Y. Shapiro and Lawrence R. Jacobs. (eds.) New York University Press, 2011.
10. *Petrova M., Sen A., Yildirim P.* (2020). Social Media and Political Contributions: The Impact of New Technology on Political Competition. *Management Science*, forthcoming // SSRN // <https://ssrn.com/abstract=2836323>.
11. ROMA, PARLAMENTARI LEGA IN PIAZZA CONTRO IL GOVERNO // Matteo Salvini // Facebook // <https://www.facebook.com/salviniofficial/videos/632028091055182>.
12. *Ruggiero C.* (2012). "Forecasting in the politics of spectacle, from Berlusconi to Grillo: the narrative of impolite politics." *Bulletin of Italian Politics* 4, No. 2.
13. *Sarti M.* Salvini è un grande comunicatore? Sì, ma ha copiato tutto da Berlusconi // *Linkiesta.it* // <https://www.linkiesta.it/2018/06/salvini-e-un-grande-comunicatore-si-ma-ha-copiato-tutto-da-berlusconi/>.
14. *Schneider B.B.* (2014). *Berlusconi Between Politics and Popular Culture.* A dissertation submitted in partial satisfaction of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Italian Studies in the Graduate Division of the University of California, Berkeley.
15. Sono tre gli immigrati fermati con l'accusa di aver ucciso e fatto a pezzi la povera PAMELA // Matteo Salvini // Twitter // <https://twitter.com/matteosalvinimi/status/962385481370685440>.
16. Stop invasione // Matteo Salvini // Facebook // <https://www.facebook.com/salviniofficial/posts/10156011359713155>.

---

**O.N. POLTAVTSEVA**

*Postgraduate student, Faculty of Political Science  
Lomonosov Moscow State University,  
Moscow, Russia*

## **NEW MEDIA AND POLITICAL COMMUNICATION IN ITALY. SILVIO BERLUSCONI, BEPPE GRILLO, MATTEO SALVINI**

*This article aims to explain the nature of political communication in Italy, contending that some of its elements have been relevant during media mogul Berlusconi's rise to power. Television was the tool to explain Berlusconi's success. Academic attention to new media has sharply increased in recent years, because Italy moves away from a television-dominated society to an Internet-based one. New media can intensify electoral competition by reducing the barriers for entrants to raise money online. The Italian Republic has become first big democracy in the West where new media gave birth to the Five Star Movement party. The leader of the Lega M.Salvini also has built his success using new media such as Facebook and Twitter. By monopolizing media politicians in Italy have become brands where the boundary between political culture and pop culture can't be distinguished.*

**Key words:** *Grillo, Facebook, Berlusconi, Italy, new media, political communication, Salvini, Twitter.*