

---

## ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ИЗБИРАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ В РОССИИ

П.Н. Карпов

Кафедра сравнительной политологии  
Российский университет дружбы народов  
*ул. Миклухо-Маклая, 10а, Москва, Россия, 117198*

В статье представлен комплексный анализ потенциала и текущих проблем внедрения интернет-технологий в российском избирательном процессе. В частности, рассмотрены возможности применения сети в рамках информационной и организационной составляющих избирательной процедуры, изучены текущие проблемы и оценены перспективы применения Web-технологий в вопросах обеспечения электронного голосования и гражданского контроля за избирательным процессом в нашей стране. Важным аспектом работы является анализ эволюции и развития ключевых направлений использования интернет-технологий в рамках избирательных кампаний.

**Ключевые слова:** интернет-технологии, избирательный процесс, выборы, электронное голосование, Центральная избирательная комиссия (ЦИК), избирательная кампания.

В современных условиях и в особенности в практике развитых государств, Интернет представляется важной и в некоторых случаях уже неотъемлемой компонентой избирательного процесса. Развитие интернет-технологий в последние годы открывает все более широкие возможности инфраструктурного и информационно-агитационного плана в рамках организации и осуществления составляющих избирательного процесса.

Несомненно, современные тенденции в данной сфере находят свое отражение в российских реалиях, когда Сеть характеризуется бурным развитием как в количественном аспекте — увеличение числа пользователей, так и в качественном — восприятие Интернета развивается от сугубо развлекательного характера к источнику социально-политической информации и средству политического участия.

Обращаясь к мировому опыту роли интернет-технологий в избирательном процессе, в частности, и в политической коммуникации в целом, с одной стороны можно утверждать, что в современном мире глобальная Сеть формирует новые возможности действенного контроля гражданского общества над государством. Являясь гораздо менее поддающейся административному контролю (чем традиционные методы взаимодействия избирателей и государства) системой, Интернет представляет достаточно широкие границы для становления относительно независимых коммуникационных процессов между общественностью и государством по социально-политическим и иным вопросам.

Как показывает зарубежный опыт, web-технологии способствуют более тесной коммуникации избирателей с партиями и кандидатами, формируют возможности более эффективного проявления своих предпочтений и выдвижения требо-

ваний, создают условия для объединения граждан по политическим и иным социальным интересам.

Однако, с другой стороны, интернет-технологии становятся все более совершенным и многоопционным инструментом манипуляции сознанием избирателей со стороны государственного аппарата, партий и кандидатов.

Тем не менее, необходимо отметить, сегодня в политической науке редко встречается комплексное рассмотрение интернет-опосредованной коммуникации в избирательном процессе, что обусловлено рядом причин.

Во-первых, применение интернет-технологий в избирательной процедуре пока не является повсеместным и не кроет под собой колоссального многолетнего опыта, что в особой мере актуально для российских социально-политических реалий. В этой связи данный вопрос в основном сводится к теоретическому анализу и прогностическому планированию.

Во-вторых, пользователи Интернета достигают критической массы лишь в нескольких современных государствах, следовательно, традиционные способы политической коммуникации доминируют в избирательных кампаниях большинства стран, а интернет-технологии рассматриваются лишь как дополнение к ним.

В-третьих, интернет-опосредованная политическая коммуникация в силу своей природы, а также динамичного развития и новаторства представляет собой опасность для традиционных институтов власти, в особенности в развивающихся странах. Поэтому «интернетизация» политической сферы органами государственной власти осуществляется достаточно медленно, упуская инициативу в этом процессе в пользу негосударственных и, как правило, оппозиционных субъектов политики, что, в свою очередь, порождает, к примеру, в российских условиях маргинализацию политического Интернета. А это приводит к тому, что политическая наука не уделяет интернет-опосредованным политическим коммуникациям в избирательном процессе должного внимания.

Однако многие современные исследователи сходятся во мнении, что глобальная Сеть обладает рядом ключевых преимуществ, способных значительно повысить уровень эффективности избирательного процесса в нашей стране. В частности, среди них выделяют следующие функциональные достоинства Интернета: средство информирования общества о процессе выборов; инструмент сбора, обмена и распространения информации; средство снижения расходов на проведение выборов за счет относительно низкой по сравнению с другими техническими средствами себестоимости; средство эффективной организации процесса выборов посредством обеспечения условий регистрации избирателей и голосования на расстоянии [12. С. 57].

Таким образом, использование интернет-технологий в избирательном процессе следует рассматривать с нескольких ключевых позиций:

— информирование населения об их правах как избирателей, правилах голосования, а также обеспечение доступа к информации о кандидатах и партиях, о ходе и результатах голосования и к иным данным;

— использование интернет-технологий при избирательной процедуре: в мероприятиях государства по организации и проведению выборов, в том числе обес-

печение возможностей удаленного голосования и информационного обмена (например, между избирательными комиссиями и внутри них), а также в рамках организации обратной связи избирателей и общественного контроля хода голосования;

— использование интернет-технологий в избирательных кампаниях, т.е. их использование политическими партиями и независимыми кандидатами в агитационных целях.

Интернет сегодня позволяет применять широкий диапазон средств информирования населения об избирательном процессе. Ключевыми и наиболее распространенными средствами в этой сфере в России представляются сайты избирательных комиссий, специальные информационные онлайн-ресурсы, а также электронные СМИ, которые зачастую дублируют в Интернете информационный контент, размещенный также на традиционных каналах информирования населения: телевидение, радио, пресса. Мы умышленно не относим сюда интернет-ресурсы политических партий и кандидатов, так как в большинстве случаев информирующая функция данных сайтов имеет агитационный окрас и в большей мере относится к вопросу использования интернет-технологий в рамках избирательных кампаний.

Одним из ключевых информационных ресурсов избирательного процесса сегодня представляется сайт Центральной избирательной комиссии РФ, который за последние несколько лет был заметно улучшен в пользу большей информативности и ориентации на избирателей. Помимо стандартного информационного набора (информации о партиях и кандидатах, избирательных правах, данных прошедших выборов, новостных упоминаний и стенограмм официальных мероприятий) ресурс наполнен видеоконтентом, обновляемой информацией по уровню явки по ходу голосования, интерактивной возможностью поиска своего избирательного участка и своего имени в списке избирателей, кроме того, имеется опция личного кабинета (для получения оперативной информации и новостей), специальный молодежный раздел, приемная для обратной связи и версия сайта для слабовидящих пользователей.

Таким образом, можно заключить, что центральный информационный ресурс выборов — сайт Центральной избирательной комиссии во многом соответствует требованиям современной формы Интернет коммуникации в сфере избирательного процесса, что представляется достаточно положительной тенденцией применения Интернет технологий в этом направлении.

Тем не менее, сайт ЦИК на текущем этапе по-прежнему является источником информации, в первую очередь для экспертных кругов и журналистов, в то время как массовая доля непрофессионального интернет-сообщества доверяет в значительной степени социальным медиа и иным информационным ресурсам, а также информации от непосредственных свидетелей с мест голосования, публикуемой в интернет-блогах.

Говоря о применении Интернета в рамках организации и подготовки процесса голосования, ключевую роль следует отнести возможностям электронной

почты. Ключевой задачей в организации интернет-коммуникации в данном контексте представляется обеспечение информационной безопасности электронной корреспонденции, в целях сохранности данных и более эффективной коммуникации.

Наиболее интересным и, по оценкам многих специалистов, перспективным в рамках рассматриваемого блока проблем представляется изучение возможностей электронного голосования. В исследованиях, статьях и статистических материалах применяется термин «электронное голосование», который зачастую трактуется в двух значениях: использование электронных устройств для голосования на избирательных участках и дистанционное голосование с использованием Интернета и мобильной связи. В контексте предмета исследования в данной статье наиболее важным нам представляется рассмотрение вопросов применения Интернета как средства удаленного голосования граждан на выборах.

Рассматривая опыт использования интернет-технологий в России и мире, можно констатировать, что эксперименты по переносу участков для голосования в Интернет уже начали проводиться или широко обсуждаются на государственном уровне.

Первые эксперименты в этом направлении уже были проведены в США в рамках федеральной Программы содействия выборам (Federal Voting Assistance Program) в ноябре 2000 г., когда с помощью Интернета онлайн проголосовали 84 избирателя, находившихся за границей. В январе 2003 г. в одном из населенных пунктов Швейцарии так же прошло онлайн-голосование по одному из муниципальных вопросов.

Однако в большинстве случаев работа электронных систем голосования представлена в экспериментальном режиме.

В частности, в Европе электронные методы голосования используются в основном в пилотных проектах: их тестируют, отмечают достоинства и слабые стороны, затем совершенствуют. Так, в Великобритании за последние годы успели провести более 150 пилотных проектов, в Швейцарии — более восьми, а во Франции система электронных выборов была апробирована уже в 2007 г., что совпало с высоким уровнем явки.

Одними из передовых государств в вопросе внедрения системы электронных выборов выступают государства Прибалтики. К примеру, в Эстонии выборы по Интернету применяются достаточно широко, что, по мнению работников местных избирательных комиссий, ведет к большей избирательной свободе граждан: «во-первых, можно голосовать дистанционно, во-вторых — за несколько дней до официального дня выборов. Это позволяет, в частности, изменить в случае чего свой выбор». Подобные экспериментальные проекты широко применяются также в Литве [2].

В России эксперименты по использованию Интернета на выборах в органы государственной и муниципальной власти пока немногочисленны.

Одним из наиболее показательных и самых первых примеров являлись выборы в октябре 2008 г. в местные органы власти в городе Новомосковске Тульской

области. Ключевая задача заключалась в том, чтобы с одной стороны выявить отношение избирателей к новой форме голосования, а с другой — оценить эффективность и перспективы электронных выборов в России. Во время проведения выборов в представительный орган муниципального образования первого созыва (собрание депутатов) избирателям предлагали участвовать в эксперименте по электронному опросу — им раздавали диски, содержащие программу для одноразового использования и «блок идентификации» пользователя. Срок действия индивидуального идентификатора совпадает со временем проведения выборов. Также была предусмотрена защита от повторного использования одного и того же идентификатора [3].

По результатам выборов в данном регионе в опросе приняли участие 3126 человек из 5059 пришедших на избирательные участки, что составило свыше четверти избирателей, внесенных в списки (для голосования) в данном округе.

В компьютерных классах на избирательных участках в опросе приняли участие 2725 человек, через домашние компьютеры — 177 человек, в других местах — 48 [7].

Интересен тот факт, что явка избирателей на участки, где проводилось тестирование, была больше, чем на все остальные в среднем примерно на 10%. По данным социологических опросов, проведенных Центральной избирательной комиссией в регионе до эксперимента, в будущее электронных выборов верили примерно 60% опрошенных. По окончании экспериментальных выборов позитивное мнение в пользу электронных выборов выказали уже 71% респондентов [2].

Специалисты ЦИК по результатам данного тестового варианта голосования дали заключение, что подобные формы выборов через Интернет вполне допустимы и при некоторых доработках могут получить самое широкое распространение в стране уже в ближайшей перспективе.

Подобный эксперимент был также внедрен на выборах в Волгоградской, Вологодской и Томской областях.

В целом, основываясь на зарубежном и пока незначительном отечественном опыте, можно заключить, что внедрение системы дистанционного голосования несет в себе как ряд значимых преимуществ, так и значительные риски и комплекс «побочных» проблем.

Очевидно, что применение удаленной системы голосования посредством интернет-коммуникации способствует более экономичному расходованию бюджета на проведение выборов, что невероятно актуально для российской действительности в условиях широкой географии и наличия значительного числа отдаленных избирательных участков. Так, по заявлению главы ЦИК РФ Владимира Чурова «Один голос избирателя, проживающего в труднодоступной местности России, — это примерно 1 процент всех избирателей — обходится в среднем в десять раз дороже, чем голос избирателя, находящегося не в труднодоступной местности. То есть мы тратим 10 процентов бюджета на 1 процент избирателей. При этом обычные технические средства голосования (вертолеты и так далее) становятся все дороже» [10].

В условиях стремительного развития Интернета нельзя не согласиться с актуальностью финансовой экономии в вопросах участия в выборах наших граждан, находящихся за рубежом. Как справедливо отмечает Чуров В.Е., «зарубежное голосование считается во всем мире наиболее перспективным для использования Интернета именно благодаря его глобальности. То есть если, скажем, внутри России, любой страны еще можно организовать какую-то выделенную сеть, то для наших граждан в Австралии, в Японии, Америке, Израиле, Германии, где голосуют тысячи людей, наших граждан, на выборах, — зачем изобретать велосипед, если есть Интернет?» [10].

Из указанного выше преимущества следует логичная перспектива того, что дистанционное голосование посредством Интернет во многом способно повысить уровень явки на выборах, в особенности среди граждан, проживающих за пределами страны. Более того, по мнению представителей ЦИК РФ, рост политического участия на выборах может быть обеспечен преимущественно молодой частью населения и наиболее деловыми и обеспеченными гражданами. Как заявлял еще в начале 2011 г. в рамках обсуждения электронного голосования начальник отдела развития ГАС „Выборы“ и средств электронного голосования Федерального центра информатизации при ЦИК РФ Максим Пономаренко, при введении электронного голосования «явка может увеличиться на 10—15%» [8].

Нельзя забывать и о роли дистанционного голосования для категории граждан с ограниченными возможностями, которые могут испытывать сложности в прибытии на избирательный участок.

По данным исследовательских проектов в данной сфере, чем выше уровень образования россиян, тем чаще они отмечают необходимость разрешить проводить голосование через Интернет в нашей стране: 16% респондентов с начальным или неполным средним образованием и 44% опрошенных с высшим или неоконченным высшим образованием. Подтверждением мнению экспертов ЦИК о том, что интернет-выборы будут оценены гражданами обеспеченной группы населения, является тот факт, что 45% опрошенных, высказавшихся положительно по данному вопросу, имеют высокую самооценку своего материального положения [9].

Существует мнение, что интернет-голосование должно в значительной степени повысить уровень доверия к избирательному процессу, который характеризуется сравнительно невысокими показателями на протяжении последних лет. Так, по данным ВЦИОМ, еще в 2007 г. 38% опрошенных полагали, что от простого избирателя ничего не зависит, и 40% считали, что зависит, но далеко не все. Тенденция падения уровня доверия к выборам сохраняется и по сей день, и по неофициальным данным, уровень доверия не превышает 10%. В частности, о данных показателях заявляет член от Центризбиркома КПРФ Евгений Колюшин [11].

Можно предположить, что важным преимуществом голосования через Интернет является ограниченная возможность применения административных инструментов влияния на выбор того или иного избирателя.

Однако вероятность реализации данной избирательной идиллии прямо пропорциональна тому, насколько совершенна избирательная система с точки зрения технических параметров и, в частности, зависит от степени ее защиты от внешних

манипуляций и возможности доступа к персональным данным. Указанный фактор во многом определяет также вероятность подтасовки данных и их искажения в виду последствий так называемого человеческого фактора.

Тем не менее, результаты опроса ВЦИОМ, по сути, являются показательными с точки зрения основных проблем и рисков внедрения интернет-голосования. Так, основной причиной отказа участия в интернет-голосовании, которую обозначил каждый третий респондент (32%), все же выступает вероятность умышленных манипуляций и мошенничества. Среди иных возражений в пользу такой формы выборов были отмечены недоверие к технической надежности системы и неуверенность в сохранности тайны голосования (16% и 15% соответственно). 35% затруднились ответить [9].

Задача обеспечения информационной безопасности процесса голосования на выборах на текущий момент представляется ключевой, а ее решение, пожалуй, может растянуться на долгие годы. Так, по заверениям специалистов Федеральной службы безопасности России, создание системы дистанционного голосования может занять от 8 до 10 лет, в рамках которых реализация проекта будет проходить несколько этапов: «внедрение электронных удостоверений личности и соответствующей инфраструктуры открытых ключей», «разработка протокола голосования и обоснование его криптографических качеств», «разработка соответствующей аппаратуры, ее тестирование и проведение экспериментов на выборах всех уровней: начиная с муниципальных, заканчивая федеральными» [8].

Немаловажным остается вопрос обеспечения анонимности голосования, когда необходимо не допустить возможность проследить связь конкретного электронного бюллетеня с данными избирателя, при этом сохранив контроль над недопущением повторных голосований. Подобные проблемы, по мнению экспертов, сегодня вполне реализуемы за счет ряда современных технических средств, таких, к примеру, как серверы деперсонификации. Большие вопросы технических разработчиков возникают в сфере борьбы с хакерами и обеспечением бесперебойной работы серверов и системы в целом.

В контексте технических описаний решения первостепенных проблем голосования граждан посредством Интернет весьма актуальным становится проблема доверия населения к данным инновациям. Очевидно, что в условиях отсутствия глубоких технических познаний среди абсолютной части избирателей и на фоне крайне низкого уровня доверия к выборам в стране интернет-голосование как новый феномен политической жизни будет набирать популярность и признание достаточно длительный период.

С другой стороны, Сеть в контексте выборов сегодня представляет собой стремительно развивающийся и «обрастающий» все новыми возможностями инструмент гражданского контроля. В этой связи весьма показательными представляются выборы Президента Российской Федерации 4 марта 2012 г., в рамках которых было предусмотрено оснащение 60% избирательных участков веб-камерами с возможностью трансляции в режиме онлайн в Интернете на специальном ресурсе «Веб-выборы 2012» ([www.webvbyory2012.ru](http://www.webvbyory2012.ru)).

Ресурс позволял в рамках дня выборов наблюдать трансляцию хода голосования с заранее выбранного избирательного участка. Данный сайт подразумевает также наличие контакта с ситуационным центром, куда любой гражданин может обратиться, заполнив форму на сайте или по телефону. Центр был организован корпусом наблюдателей «За чистые выборы» и предназначен для контроля за выборами со стороны профессиональных юристов. Сайт представляет возможность выбрать участок и посмотреть результаты голосования, а также число зарегистрированных жалоб.

Более того, интернет-технологии позволили пользователям с небыстрым интернетом следить за Twitter-трансляцией выборов Президента от «Би-би-си» и Forbes. Данные информационные службы аккумулировали самые популярные ссылки и темы, а также записи микроблогеров. Кроме того, любой пользователь имел возможность вести репортаж с участка, на который он записался наблюдателем.

Интересным новшеством представляется внедрение возможностей приложения геолокационного сервиса «Альтер-Гео», которое было адаптировано под указанные выборы, в частности добавлен тип мест «Выборы», объединяющий избирательные участки со всей страны. Наблюдатели и просто случайные свидетели нарушений на выборах имеют возможность написать на странице соответствующего участка отзыв и загрузить фотографию, а все остальные — отслеживать эту информацию.

Популярность стали приобретать и мобильные приложения, например такие как «Я наблюдатель» от партии «Яблоко» и «Веб-наблюдатель» от технического директора «Яндекса» Ильи Сегаловича. Данные приложения также позволяют оперативно сообщать о выявленных нарушениях [14].

Таким образом, можно утверждать, что наметились две ключевые тенденции развития Интернета как инструмента гражданского контроля хода выборов: с одной стороны, появление разнородных форм и средств интернет-коммуникации (онлайн ресурсы, мобильные приложения, блоги и социальные сети), с другой — рост внимания интернет-аудитории, в частности его молодой части, к данным сервисам и их бурное обсуждение.

Очевидно, тенденции многообразия и умножения числа интернет-средств наравне с традиционными методами наблюдения за выборами позволяют в значительной степени повысить уровень прозрачности и сократить возможности фальсификации. Кроме того, большое число сервисов и технологий сложнее поддается административному контролю и манипуляциям, а также позволяет общественности получать наиболее объективную картину уровня открытости и честности выборов, имея возможность доступа к информации разнородных интерактивных источников.

На данный момент невозможно с определенностью утверждать, как развитие интернет-технологий в сфере голосования и контроля за выборами скажется на политическом процессе, но приходится признать, что это движение содержит в себе потенциал, способный в корне изменить многие представления о демократическом управлении.

Естественным образом, не меньший интерес представляет интернет-опосредованная политическая коммуникация в нашей стране в ходе предвыборных кампаний, а именно использование интернет-технологий политическими партиями и отдельными кандидатами в качестве инструмента привлечения и вовлечения своих сторонников и избирателей.

Очевидно, что интенсивность использования Интернета как средства политической коммуникации резко возрастает во время избирательных кампаний на различных уровнях власти. Данный факт имеет такое же значение и для других средств политической коммуникации — телевидения, радио, прессы и т.п. При этом можно говорить о тенденции усложнения форм политической коммуникации и агитации по мере развития интернет-технологий в современной России.

Массированное проникновение в Интернет основных общественно-политических организаций России произошло в 1998 г. А спустя год во время выборов в Государственную думу РФ в Интернете появились сайты почти всех политических партий. Однако проникновение политических сил в виртуальное пространство происходило неравномерно.

Одними из первых политических движений, активно осваивавших Интернет, выступили организации либерального толка. Так, СПС и его лидеры в 1998—2000 гг. были настоящими передовиками интернет-пространства, достаточно активно создавая своеобразные «сайты-визитки» своих партий и лидеров.

Тем не менее следует отметить, что лидерство правых в Интернете было вызвано «скорее массовым проникновением политических лидеров и общественно-политических объединений данной ориентации в Интернет, нежели грамотной политической кампанией». «Сетевые проекты правых были бессистемны вследствие несогласованных действий руководства «Союза правых сил» ([www.sps.ru](http://www.sps.ru)) — избирательного блока политических структур, объединенных общей идеологией, однако сильно различающихся традициями, стилистикой, менеджментом». В результате к концу кампании правыми было создано большое количество разноформатных проектов, каждый из которых развивался в рамках собственной стратегии.

В этой связи говорить о профессиональных и сильных кампаниях в Интернете в эти годы не приходится [13].

Совершенно иная ситуация складывается в российских политических реалиях последних лет, когда в целом можно отметить, что политическая агитационная и предвыборная имиджевая активность постепенно склоняется в интернет-сферу, чему подтверждением являлись две предвыборные кампании перед выборами в Государственную думу ФС РФ 2011 г. и в канун всенародного избрания президента страны. Данному факту имеются вполне логичные объяснения. Во-первых, по данным ряда исследовательских компаний люди среднего возраста стали меньше проводить времени у экранов телевизора наравне с тем, как молодое поколение с каждым годом отдает все большее предпочтение Интернету как источнику информации.

Как результат, уже в рамках агитационной кампании на выборах в Государственную думу в конце 2011 г. абсолютно все партии имели в списке расходов

избирательной кампании статью интернет-активности, проявлявшейся в размещении всевозможного контента, создания специальных страниц и групп в социальных сетях и их активного продвижения.

Восходящий тренд признания Интернета в качестве инструмента агитации был в особой мере отмечен в рамках избирательных кампаний кандидатов на пост главы государства. В этом контексте весьма уместна ремарка политолога Глеба Павловского о том, что «отличие этой кампании — это наличие двух параллельных кампаний с разными результатами: одна — в Интернете, вторая — в реальности» [6].

Действительно, результаты агитационных акций демонстрируют, что кандидаты значительное внимание уделяли позиционированию в интернет-среде. В частности, как сообщают многие СМИ, Владимир Путин «исправил ошибку партии перед думскими выборами, изрядно потратившись на рекламу в Интернете» [16].

По мнению Андрея Чернышова, гендиректора рекламного агентства AdWatch, специализирующегося на интернет-маркетинге и рекламе, интернет-кампания Путина по масштабу сопоставима с акциями крупнейших рекламодателей сферы бизнеса.

Как сообщают, рекламные агентства, общий бюджет кандидата от Единой России на продвижение в Интернете составил 1,5—2 млн долларов (43,9—58,5 млн рублей), что является, пожалуй, абсолютным рекордом в категории предвыборной агитации в Рунете. Ранее данная статья расходов партий и отдельных кандидатов не превышала сотен тысяч долларов [16].

Следует отметить, что предвыборная коммуникация, несмотря на значимость роли Интернета, пока все же превалирует в традиционных каналах агитации: телевидение, радио и пресса. Ключевыми политическими силами страны Интернет сегодня рассматривается как своего рода дополнительный инструмент привлечения внимания и голосов, как способ не упустить инициативу и всегда быть в курсе последних политических веяний и своевременно на них реагировать.

Причины данного факта заключаются в неравномерности распределения Интернета по стране, в том числе его качества, что крайне важно к примеру в случае распространения того или иного видео-контента. Более того, в целом по стране, по мнению **заведующего кафедрой политологии и социологии Российского экономического университета им. Плеханова Владимира Бурматова**, активно голосующая часть населения по-прежнему далека от тренда получения ключевой информации только из Интернета «и географически, и технологически» [4].

Освоение Интернета российскими партиями и общественными организациями сегодня можно обозначить в нескольких направлениях:

— в качестве инструмента агитации, когда зачастую используются интернет-сайты, баннерная реклама и размещение контента, в частности, рекламных и агитационных роликов;

— как инструмент «черного PR» в отношении конкурентов и противников. К примеру, размещение компрометирующих материалов на общедоступных информационных ресурсах или социальных сетях;

— в качестве канала коммуникации со своими сторонниками и избирателями и получения обратной связи, когда зачастую социальные сети или блоги выступают своего рода индикатором настроения и лояльности общественности;

— как инструмент привлечения внимания к своим проектам, как достижениям самой организации, так и социальным акциям, к примеру, благотворительного характера, что помогает формированию того или иного имиджа;

— как источник пополнения рядов сторонников, и реже — сбора средств на поддержку партии и ее проектов. Данное направление получает свое преимущественное развитие в социальных сетях и блогах [4].

Таким образом, следует признать, что набор средств и инструментов, способных значительно повысить эффективность избирательных кампаний в России постепенно расширяется. В частности, уже обыденным представляется использование социальных сетей и активная работа в блогах, все большее значение приобретает так называемая вирусная война на видео-сервисах, когда размещаются вирусные ролики компрометирующего или PR-характера.

По данным одного из центральных информационных ресурсов в сфере маркетинга и PR [Sostav.ru](http://Sostav.ru), абсолютным лидером по количеству посвященного в Сети вирусного видео, как сторонниками, так и противниками, является кандидатура Владимира Путина.

Не менее интересной представляется стратегия предвыборной кампании Владимира Жириновского, когда ключевым направлением интернет-активности было размещение не специально подготовленных роликов, а достаточно громких выступлений и речей кандидата перед общественностью и политическими конкурентами. В частности, после речи Владимира Жириновского в Государственной думе, посвященной итогам парламентских выборов, выступление было выложено в Интернете и «мгновенно стало вирусным агитационным роликом, набрав более 3 млн просмотров» [1].

В свете достаточно активного применения интернет-технологий в рамках предвыборных кампаний открытым и наиболее насущным становится вопрос правового регулирования данной деятельности.

В современном российском законодательстве отсутствуют нормы, которые бы детально регулировали и устанавливали рамки предвыборной агитации в сетевых СМИ. В соответствии с требованиями Закона «О выборах депутатов Государственной Думы» при размещении того или иного агитационного материала в СМИ требуется указание источника оплаты [15], что в целом соблюдалось большинством участников предвыборных кампаний 2011—2012 гг., в особой мере в баннерной рекламе (ст. 57, ст. 59).

Однако, как отмечает Р.В. Сидорцов, если тот или иной «материал подпадает под определение „рекламная продукция“, то в таком случае необходимо наличие на ней обязательной маркировки: наименование и юридический адрес изготовителя, наименование организации-заказчика, а также информацию о тираже и дату выпуска. С технической точки зрения как таковой рекламы на самом сайте нет, —

имеется только программный код, вызывающий ее в браузер пользователя из некоего удаленного компьютера. В такой ситуации неясно, кого считать издателем — эта ситуация невозможна в среде „нормальных“ СМИ» [12. С. 58].

Не менее актуальным сохраняется вопрос правового регулирования агитации в Интернете в рамках так называемого «дня тишины».

В соответствии с существующим законодательством ровно за сутки до выборов вступает в силу запрет на любую политическую агитацию. Данная норма имеет своей целью предоставить возможность принятия решения о своем политическом выборе без всякого давления со стороны кандидатов и партий. Тем не менее, данное положение пока де-факто и в целом де-юре не распространяется на сферу Интернет в лице социальных сетей и блогосферы, которые во многом активны с точки зрения агитационных призывов даже в «день тишины».

Наибольшие опасения в вопросе несоблюдения нормы тишины в канун голосования у экспертов ЦИК вызывает блог-платформа Livejournal («Живой журнал»), где основная часть комментариев и иных материалов общедоступна для всех пользователей Интернета. В частности отмечается, «что именно в «Живом журнале» регулярно ведется агитация в «день тишины» (или вывешиваются данные экзит-поллов до закрытия последнего избирательного участка» [5].

Не меньшее значение в этом контексте также имеют ресурс микроблогов Twitter и социальные сети: Facebook и Vkontakte.

В свете указанных проблем представляется необходимым проведение работы по подготовке комплексного законодательства, регулирующего не только отдельные аспекты Интернет-коммуникации в рамках избирательного процесса, но и в целом регламентирующего правовой статус и роль Интернета в политической сфере. Важным в этом вопросе, на наш взгляд, представляется учет таких характерных параметров Интернета, как роль альтернативного средства массовой информации, глобальный охват аудитории и постоянное развитие новых технологий коммуникации.

Подводя итог вышесказанному, можно заключить, что становление интернет-технологий как инструмента организации процесса голосования, так и в смысле политического средства манипуляции и борьбы представляется ключевой тенденцией ближайших лет в стране.

Можно утверждать, что внедрение и апробация тех или иных интернет-возможностей происходит достаточно высокими темпами, в частности, в сфере применения технологий он-лайн сервисов контроля за ходом выборов и экспериментами дистанционного голосования через Интернет.

Не менее резким оказалось смещение заметной доли предвыборной активности политических партий и кандидатов в виртуальную среду. В этой связи ключевым и наиболее актуальным направлением модернизации избирательной системы представляются меры по совершенствованию технической компоненты и законодательной базы, учет зарубежного опыта и мнения населения в целях ликвидации рисков развития неэффективной избирательной системы и становления нецивилизованных форм политической конкуренции в Интернете.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Аналитический обзор ресурса Sostav.ru «Вирус выборов» // URL: [http://www.sostav.ru/news/2012/03/02/vybory\\_virus\\_prezident](http://www.sostav.ru/news/2012/03/02/vybory_virus_prezident).
- [2] Аналитический обзор «Электронные голосования» // URL: <http://www.saferunet.ru/adult/news/675>.
- [3] Баранова Е. Электронное голосование // Интернет-журнал по широкополосным сетям и мультимедийным технологиям telemultimedia.ru // URL: <http://www.telemultimedia.ru/art.php?id=379>.
- [4] Бурматов В. Интернет станет важным инструментом предвыборных кампаний // Официальный сайт партии «Единая Россия» // URL: <http://er.ru/news/2011/8/21/vladimir-burmatov-internet-stanet-vazhnym-instrumentom-predvybornyh-kampanij>.
- [5] Винокурова Е. Агитация.здесь.рф // Газета.ru. — 16.03.2011 // URL: [http://www.gazeta.ru/politics/2011/03/16\\_a\\_3556461.shtml](http://www.gazeta.ru/politics/2011/03/16_a_3556461.shtml).
- [6] Винокурова Е. Кампания протеста // Газета.ru. — 02.03.2012 // URL: [http://www.gazeta.ru/politics/elections2011/2012/03/02\\_a\\_4020569.shtml](http://www.gazeta.ru/politics/elections2011/2012/03/02_a_4020569.shtml).
- [7] Глава ЦИК РФ доволен экспериментом по голосованию через Интернет // РИА Новости. — 13.10.2008 // URL: <http://ria.ru/politics/20081013/153047780.html>.
- [8] Иванов М. Удаленное голосование отодвинули на 10 лет в силу его недостаточной безопасности // Газета Коммерсантъ. — 08.02.2011 // URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1581238>.
- [9] Инициативный всероссийский опрос ВЦИОМ проведен 20—21 сентября и 4—5 октября 2008 г. Опрошено 1600 человек в 140 населенных пунктах в 42 областях, краях и республиках России // URL: [http://wciom.ru/zh/print\\_q.php?s\\_id=574&q\\_id=41287&date=05.10.2008](http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=574&q_id=41287&date=05.10.2008).
- [10] Материалы Стенограммы встречи Председателя ЦИК России В.Е. Чурова с представителями интернет-сообщества и интернет-СМИ по вопросам проведения эксперимента ЦИК России по электронному опросу избирателей с помощью сети Интернет в городе Новомосковске Тульской области 24.09.2008 // URL: <http://zoom.cikrf.ru/zoom/EdFields.asp?nqr=-1&ndoc=0&npg=-1>.
- [11] Рожкова Н. «Уровень доверия к системе избирательных комиссий в обществе упал» // «Время новостей». — 16.07.2008 // URL: <http://www.vremya.ru/2008/126/4/208352.html>.
- [12] Сидорцов Р.В. Правовые проблемы применения Интернет в избирательном процессе // Материалы II Всероссийской научно-практической конференции «PR-технологии в информационном обществе». — СПб., 2004.
- [13] Сметанин М. Интернет-проекты «Союза правых сил» на выборах в Государственную думу // Русский журнал. — 12.04.2002 // URL: <http://old.russ.ru/netcult/history/20020412.html>.
- [14] Сулейманов С. Не отрываясь от монитора // Lenta.ru. — 02.03.2012 // URL: [http://lenta.ru/articles/2012/03/01/webelections/\\_Printed.htm](http://lenta.ru/articles/2012/03/01/webelections/_Printed.htm).
- [15] Федеральный закон Российской Федерации от 18 мая 2005 г. № 51-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» // URL: <http://www.rg.ru/2005/05/24/vybory-doc.html>.
- [16] NEWSru.com. «Итоги кампании-2012: Путин потратил даже больше Прохорова, но СМИ и так фактически работали на него одного» // NEWSru.com. — 02.03.2012 // URL: <http://www.newsru.com/russia/02mar2012/campaign2012.html>.

## REFERENCES

- [1] Analiticheskij obzor resursa Sostav. ru «Virus vyborov» [Analytical Review of Sostav.ru “Virus of the Elections”], Available at: [http://www.sostav.ru/news/2012/03/02/vybory\\_virus\\_prezident](http://www.sostav.ru/news/2012/03/02/vybory_virus_prezident).

- [2] Analiticheskij obzor «Elektronnye golosovaniya» [Analytical Review “Electronic Voting”], Available at: <http://www.saferunet.ru/adult/news/675>.
- [3] Baranova, E., Elektronnoe golosovanie [Electronic Voting]. Internet-zhurnal po shirokopolosnym setjam i multimedijnym tehnologijam telemultimedia. ru [Internet Magazine on the Broadband Networks and Multimedia Technologies Telemultimedia. ru], Available at: <http://www.telemultimedia.ru/art.php?id=379>.
- [4] Burmatov, V., Internet stanet vazhnym instrumentom predvybornyh kampanij [Internet Will Become the Tool of Your Electoral Campaign]. Oficial'nyj sayt partii «Edinaja Rossija» [The Official Site of the Party “United Russia”], Available at: <http://er.ru/news/2011/8/21/vladimir-burmatov-internet-stanet-vazhnym-instrumentom-predvybornyh-kampanij>.
- [5] Vinokurova, E., Agitacija. zdes'. rf [Agitation. here. rf]. Gazeta.ru, 16.03.2011, Available at: [http://www.gazeta.ru/politics/2011/03/16\\_a\\_3556461.shtml](http://www.gazeta.ru/politics/2011/03/16_a_3556461.shtml).
- [6] Vinokurova, E., Kampanija protesta [The Campaign of Protest]. Gazeta.ru, 02.03.2012, Available at: [http://www.gazeta.ru/politics/elections2011/2012/03/02\\_a\\_4020569.shtml](http://www.gazeta.ru/politics/elections2011/2012/03/02_a_4020569.shtml).
- [7] Glava CIK RF dovolen jeksperimentom po golosovaniju cherez internet [The Head of the CEC Is Satisfied with the Experience of Voting Via the Internet]. RIA Novosti [RIA News], 13.10.2008, Available at: <http://ria.ru/politics/20081013/153047780.html>.
- [8] Ivanov, M., Udalennoe golosovanie otodvinuli na 10 let v silu ego nedostatochnoj bezopasnosti [Remote Voting is Postponed for 10 Years Because of Its Insufficient Security]. Gazeta Kommersant+ [Commarsant+ Newspaper], 08.02.2011, Available at: <http://www.kommersant.ru/doc/1581238>.
- [9] Inicijativnyj vsrossijskij opros VCIOM provedjon 20—21 sentjabrja i 4—5 oktjabrja 2008 g. Oprosheno 1600 chelovek v 140 naselennyh punktah v 42 oblastjah, krajah i respublikah Rossii [Initiative All-Russian Poll by VCIOM (20—21 of September and 4—5 of October 2008)], Available at: [http://wciom.ru/zh/print\\_q.php?s\\_id=574&q\\_id=41287&date=05.10.2008](http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=574&q_id=41287&date=05.10.2008).
- [10] Materialy Stenogrammy vstrechi Predsedatelja CIK Rossii V.E. Churova s predstaviteljami Internet-soobshhestva i internet-SMI po voprosam provedenija jeksperimenta CIK Rossii po jelektronnomu oprosu izbiratelej s pomoshh'ju seti Internet v gorode Novomoskovske Tul'skoj oblasti [The Materials of Shorthand Record of the Meeting of the Chairman of the CEC of Russia V.E. Churov with Representatives of the Internet Community and Internet Mass Media on the Experiment of Electronic Poll of the Voters with the Internet Network in Novosibirsk], 24.09.2008, Available at: <http://zoom.cikrf.ru/zoom/EdFields.asp?qnr=-1&ndoc=0&npg=-1>.
- [11] Rozhkova, N., Uroven' doverija k sisteme izbiratel'nyh komissij v obshhestve upal [The Level of Trust in Society to the System of Electoral Comissions Has Decreased]. Vremja novostej [Time of the News], 16.07.2008, Available at: <http://www.vremya.ru/2008/126/4/208352.html>.
- [12] Sidorcov, R.V., Pravovye problemy primenenija Internet v izbiratel'nom processe [The Legal Problems of Application of the Internet in Electoral Process]. Materialy II Vserossijskoj nauchno-prakticheskoi konferencii «PR-tehnologii v informacionnom obshhestve [The Works of the Second Scientific-Practical Conference “PR Technologies in Information Society”], Saint-Petersburg, 2004.
- [13] Smetanin, M., Internet-proekty «Sojuza pravyh sil» na vyborah v Gosudarstvennuju Dumu [Internet Projects of “The Union of Right”]. Russkij zhurnal [Russian Magazine], 12.04.2002, Available at: <http://old.russ.ru/netcult/history/20020412.html>.
- [14] Sulejmanov, S., Ne otryvajas' ot monitora [Without Distraction from the Monitor]. Lenta.ru, 02.03.2012, Available at: [http://lenta.ru/articles/2012/03/01/webelections/\\_Printed.htm](http://lenta.ru/articles/2012/03/01/webelections/_Printed.htm).
- [15] Federal'nyj zakon Rossijskoj Federacii ot 18 maja 2005 g. № 51-FZ «O vyborah deputatov Gosudarstvennoj Dumy Federal'nogo Sobranija Rossijskoj Federacii» [The Federal Law of

the Russian Federation #51 “On Election of the Deputies of the State Duma”], Available at: <http://www.rg.ru/2005/05/24/vybory-doc.html>.

- [16] «Itogi kampanii-2012: Putin potratil dazhe bol'she Prohorova, no SMI i tak fakticheski rabotali na nego odnogo» [The Results of the 2012 Campaign: Putin Spent Even More than] Prokhorov, But Mass Media Worked Mostly for Him]. NEWSru.com, 02.03.2012, Available at: <http://www.newsru.com/russia/02mar2012/campaign2012.html>.

## **THE PROBLEMS AND TRENDS OF APPLICATION OF INTERNET-TECHNOLOGIES IN RUSSIAN ELECTORAL PROCESS**

**P.N. Karpov**

The Department of Comparative Politics  
People's Friendship University of Russia  
*Miklukho-Maklaya str., 10a, Moscow, Russia, 117198*

In the article there is presented analysis of potential and current problems of application of Internet-technologies in Russian electoral process.

**Key words:** Internet-technologies, electoral process, elections, electronic voting, the Central Election Commission, electoral campaign.