

Список литературы

1. Алмазова Ю. Б. Развитие массового спорта в вузе с использованием соревнований нового типа на основе цифровых технологий // Культура физическая и здоровье. 2019. № 4 (72). С. 21–23.
2. Петров П. К. Цифровые информационные технологии как новый этап в развитии физкультурного образования и сферы физической культуры и спорта // Современные проблемы науки и образования. 2020. № 3. С. 86.
3. Путилина В. Ю., Шилова М. В., Петров М. А., Петрова Л. Ю. Основные направления цифровой трансформации физической культуры и спорта в России // Известия ТулГУ. Физическая культура. Спорт. 2021. № 9. С. 100–105.
4. Тельных Д. А. Критическое отношение к цифровым технологиям в спорте // Региональный вестник. 2020. № 13 (52). С. 33–34.
5. Чайков Н. А. Особенности концепции «спорт для всех» в современных условиях ограничений «спорта высших достижений». Сборник статей и тезисов докладов VIII международной междисциплинарной конференции. Ставрополь, 20-21 мая 2022 г. / под. ред. Р. Веласко, В.С. Новикова. Таганрог: ДиректСайнс (ИП Шкуркин Д. В.) – ЭльДирект – ЮРЦ ПКип, 2022. 146 с.
6. Шутова Т. Н. Новые электронные и цифровые сервисы по физической культуре и спорту // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2020. № 6 (184). С. 410–413.
7. Шутова Т. Н. Передовой зарубежный опыт внедрения информационных и цифровых технологий в образовании, физической культуре и спорте // Известия Тульского государственного университета. Физическая культура. Спорт. 2020. № 9. С. 86–91.

В. Е. Чеботарев,

кандидат экономических наук, доцент,
заведующий кафедрой морского права и международного права,
Российский университет транспорта

ВОПРОСЫ ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ КАМПАНИИ В СОВРЕМЕННОЙ ИКТ-СРЕДЕ

Аннотация. В свете знаковых изменений законодательства автором детально анализируются избирательные технологии как комплекс методов, используемых для воздействия на электорат, и как способ реализации избирательного права. Затрагивается вопрос правового регулирования внедрения технологии дистанционного электронного голосования. Исследуется проблематика вмешательства в избирательный процесс и нарушения суверенитета. Формулируется ряд выводов о целесообразности последовательного проведения системы взаимосвязанных организационно-правовых мероприятий, с целью предотвращения и минимизации возможных угроз и рисков в процессе избирательной информационной кампании в условиях современной информационно-коммуникационной технологической среды.

Ключевые слова: избирательная информационная кампания, информационно-коммуникационная технологическая среда, правовое обеспечение, технологии дистанционного электронного голосования, информационные технологии, избирательные технологии, интернет-ресурсы, технология блокчейн, информационная безопасность, электоральный суверенитет

ISSUES OF LEGAL SUPPORT OF ELECTORAL INFORMATION CAMPAIGN IN THE MODERN INFORMATION TECHNOLOGY ENVIRONMENT

Abstract. On the basis of legislative changes, the author analyzes in detail the electoral technologies as a set of methods used to influence the electorate, and as a way of exercising the electoral right. The author addresses the issue of legal regulation of the introduction of remote electronic voting technology. Researches the problem of interference in the electoral process and violation of sovereignty. The study formulated conclusions on the expediency of consistent implementation of a system of interrelated organizational-legal measures to prevent and minimize possible threats and risks in the electoral information campaign in a modern information and communication technology environment.

Keywords: Electoral information campaign, Information and communication technology environment, Legal support, Remote electronic voting technologies, Information technologies, Selective technologies, Internet resources, Blockchain technology, Information security, Electoral sovereignty

Введение. На фоне мирового развития информационного общества все проводимые научные изыскания правовых проблем, которые возникают в области информации и коммуникации, требуют пристального изучения.

Все в большей степени формируются в результате информационного воздействия в информационно-коммуникационной технологической среде и предпочтения избирателей в ходе избирательных кампаний. При этом доступ к процессу формирования предпочтений избирателей имеют различные субъекты информационного воздействия, вне зависимости от местонахождения, целей и источников финансирования. Стремительно эволюционирующие информационные технологии существенно расширяют возможности и эффективность информационного воздействия на избирателей. Вместе с тем, существующее законодательство Российской Федерации не отвечает вызовам и угрозам избирательному процессу, которые сегодня объективно существуют.

Основная часть. В контексте заявленной темы предпринятого исследования – вопроса правового регулирования избирательной информационной кампании в современной информационно-коммуникационной технологической среде – остановимся на последних знаковых изменениях законодательства, имеющих значение для решения поставленных задач. Таким образом, не затрагивая всего комплекса регулирования, предметно остановимся на развитии законодательства в 2021–2022 гг.

Также отметим заметное реформирование законодательства в связи с внедрением технологии дистанционного электронного голосования. Так, один из первых экспериментов был осуществлен 8 сентября 2019 г., когда дистанционное электронное голосование проводилось в трех избирательных округах на выборах депутатов в Московскую городскую Думу, а также дистанционное электронное голосование в Москве и Нижегородской области по поправкам в Конституцию РФ с 25 июня по 30 июня 2020 г.

Остановимся чуть подробнее на последующих совершенствованиях законодательства в рамках заявленной темы исследования.

9 марта 2021 г. вступил в силу Федеральный закон № 43-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [1]. Изменения затронули три федеральных закона:

- «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»;
- «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации».

Подобные новации в федеральное законодательство было необходимо уже давно вносить. Прежде всего, предпосылками к таким шагам стало то, что в мире, и в нашей стране, в частности, произошло быстрое развитие информационной среды, происшедшее на фоне прогресса в сфере информационных технологий, развития новых методик информационного влияния, переменами в способах восприятия информации общества нашей страны. Автор исследования и ранее уже уделял огромное внимание целому ряду подобных аспектов в своих работах и исследованиях.

Согласно нововведениям, Роскомнадзор имеет право, по запросам ИК устанавливать ограничение трафика разных интернет-ресурсов с момента начала предвыборной компании и до 5 дней после окончания выборов в том случае, если данные площадки применяют агитацию, которая находится в публичном доступе в сети, но она нарушает нормы законодательства. Также следует отметить, что, в новых версиях закона, произошли замены понятий: к примеру, слово «выпуск» заменено на «изготовление».

Внимательное исследование показывает, что все новации в законодательстве не могут в полной мере охватить все аспекты, имеющие отношение к организации и проведению избирательной компании.

Согласно законодательству, протяженность компании агитации, может составлять около 3,5 месяцев. Вести агитационные действия в СМИ, можно начинать за 28 дней до проведения голосования. Но если смотреть на имеющиеся практические примеры, мы видим, что в сети «Интернет» информация используется любыми способами, многие из которых, противоречат законодательным актам. Замечено, что агитация здесь длится постоянно, каждый день в году, сутками, без перерыва, что способствует такому явлению, как формирование информации о выборах и кандидатах до официального начала ИК. На практике, процесс организации голосования, создает такую ситуацию, когда агитация приходится на се-

зон летнего отдыха, что приводит к тому, что многие граждане просто не уделяют внимание традиционным средствам информации, где ведется агитация. Люди, которые отдыхают, все больше используют сеть «Интернет», где могут получить разнообразную информацию, представленную с разных точек зрения, что помогает гражданам сделать правильный выбор. Традиционные СМИ, такие, как печатные газеты и журналы, радио и телевидение, ведут агитацию согласно всем нормам законодательства, а вот сеть Интернет, может использовать любые техники, которые только возможно применить в современных условиях развития информационных технологий. Согласно статистике, Интернет стал тем местом, которое занимает почти 90 % внимания граждан страны, в возрасте от 18 до 50 лет [12].

В законодательстве РФ сегодня нет четко определенных инструментов, с помощью которых возможно провести классификацию современных методов ведения информационных предвыборных кампаний в рамках избирательного процесса:

- Иностранные СМИ, которые публикуют материалы на свое усмотрение, что приводит к формированию определенных предпочтений. Такие издания зачастую имеют немалое влияние на избирательные предпочтения граждан;

- Иностранные сообщества, обладающие достаточным весом, публикующие свои выводы и обзоры;

- Директ-агитация;

- Мнения иностранных обозревателей, публичных лиц;

- «Тролли», создающие фейковую информацию, направленную на снижение авторитета оппонентов посредством обработки самых активных пользователей в сети «Интернет»;

- Социальные сети;

- Применение инструментов контекстной рекламы;

- Мировые видеохостинги;

- Мессенджеры;

- Известные блогеры;

- Новостные площадки без аккредитации СМИ;

- Мобильные приложения;

- интернет-маркетинг;

- Виртуальные игры и т.д.

Известные события, связанные с попытками блокировки Телеграмм, показывают, насколько слабо развиты инструменты законодательной базы, которая не смогла справиться с такой задачей. Аналогичная ситуация – с социальной сетью Твиттер и действиями по замедлению трафика. Цель таких мероприятий заключается в том, чтобы оказывать влияние на те интернет-ресурсы, которые предоставляют гражданам свободный доступ к разнообразной информации, а не той, что показывают официальные СМИ. Поэтому появляется вопрос о том, стоит ли наносить вред популярным сайтам и социальным сетям, чтобы влиять на формирование мнения общества. Ведь ответная реакция пользователей сетей, может быть разной и не факт, что такие меры блокировки, смогут позитивно сказаться на мнении избирателей.

Кроме всего вышеописанного, следует принимать во внимание и такой момент, как финансовый вопрос: траты на ИК, могут поддаваться контролю только в том случае, если в компании принимают участие только официальные СМИ. А вот контролировать финансовый вопрос в сети «Интернет», само по себе довольно затратно и требует к себе наличия массы новейших технологий, огромной аналитической работы. Да и доказать расходы финансов каждого кандидата в сети вообще невозможно. Данный аспект создает такую ситуацию, когда один кандидат, обладающий большими финансовыми возможностями чем другой, сможет провести в сети «Интернет» более эффективную рекламу своей кандидатуры и победить на выборах.

В итоге необходимо отметить, что в настоящее время агитационные процессы в рамках ИК имеют множество критических уязвимостей, которые позволяют влиять на него, минуя действующие законодательные нормы. Это требует, на первом этапе, своевременного совершенствования норм избирательного права, соответствующего реальной структуре и особенностям современной информационной среды.

Также добавим, что принимаемые в последние годы поправки в избирательное законодательство не содержат позиции, которые отвечают современным условиям ведения избирательных кампаний. Законы о выборах в РФ продолжают регулировать избирательный процесс, не включая новые субъекты и информационные технологии.

Необходимо сразу сделать акцент на конструкции, которую автор использует в заголовке темы исследования – «избирательная информационная кампания». Предлагается понимать под этим не только агитацию, обозначенную в законодательстве России о выборах, но принять реальное положение вещей – то, что влияние на выборы в современной информационной среде человека происходит не только в агитационный период, очерченный избирательным законодательством, а непрерывно и, используя множество новых необычных методов и в значительно более интенсивной форме, доводящей порой до массовой истерии большую долю активных избирателей.

В качестве одного из выводов/предложений, по мнению автора, необходимо ввести новое понятие – «избирательная информационная кампания» – и понимать под ней непрерывный процесс информационного воздействия на избирателей, формирующий информационную повестку, убеждения, предпочтения, отношение избирателей к субъектам процесса «от выборов до выборов». Это понятие предлагается закрепить в избирательном законодательстве Российской Федерации.

В контексте исследуемой темы важен вопрос определения понятия «избирательные технологии». Избирательные технологии можно представить и как комплекс методов, используемых для воздействия на электорат, и как способ реализации избирательного права путем совершения юридически значимых действий (методов, приемов) для привлечения голосов избирателей.

Технологии, применяемые в этой сфере сегодня можно определить в качестве целого комплекса методик, которые способны эффективно влиять на избирателей. В такой совокупности методик, также присутствуют и инструменты, юридически

значимые действия, с помощью которых возможно привлечь большое количество голосов в ходе избирательной компании.

Многие исследователи, изучавшие данный вопрос, попытались создать определенную классификацию применяемых инструментов в процессе избирательной компании. Загайнов С.В., определил, что все технологии можно распределить по трем основным группам. В первой будут находиться законные избирательные технологии. Во вторую группу он отнес те, которые характерны разным этапам проведения компании, а третья состоит из дополнительных мер, с помощью которых возможно оперативно реагировать на все процессы компании [8. С. 48]. Если рассматривать высказывания Купцова О.П., то он утверждает, что все технологии возможно сгруппировать в две группы: правовые, и не правовые [9. С. 148].

Также среди научных работ, можно часто встретить мнение о том, что разделение всех информационных технологий на белые и черные, соответственно на юридически обоснованные и противоправные, как раз и показывает все механизмы проведения избирательной информационной компании. И именно исходя из практического опыта, видно, что широко применяется последний вариант технологий, которые, в принципе нельзя обозначить как формально правонарушающие, но они могут обладать негативным воздействием. Чаще всего к таким методам относятся те, в процессе применения которых, заметны нарушения прав, а сами участвующие в процессе могут проявлять неправильное поведение. Исходя из данного опыта, возможно выделить правомерные избирательные технологии, проведение которых, тем не менее, зиждется на злоупотреблениях правом [4. С. 63].

Еще один важный вопрос заключается в том, что существует некоторая проблема с электронным голосованием. Следует понимать, что современное законодательство РФ дает не очень корректное пояснение данному понятию [6. С. 30]. Данный термин введен в российское избирательное законодательство в 2005 г. Согласно п. 62 ст. 2 Федерального закона от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» «электронное голосование – голосование без использования бюллетеня, изготовленного на бумажном носителе, с использованием комплекса средств автоматизации ГАС «Выборы».

В случае практической реализации данной методики, гражданин определяется тем «устройством» и «программным обеспечением», которое и будет голосовать. Говорить о мобильности в данном случае, даже не приходится. Рассматривая положительный опыт электронного голосования во многих странах мира, мы обнаруживаем, что данный процесс довольно качественно и эффективно организован, граждане могут голосовать из любого места, где возможно выйти в сеть «Интернет», будь то дом, офис, парковая зона. И в данном случае, это довольно практично и эффективно, что и доказывают те примеры, которые иллюстрируют такое голосование в других государствах. Многие страны экспериментируют с таким видом электронного голосования, выстроенному на базе блокчейна. К примеру, удовлетворены результатами такого голосования Испания, Эстония, которая очень широко применяет такой вариант голосования [10. С. 36], Япония и прочие

страны. В Эстонии система электронного голосования разработана на основании цифрового профиля граждан: в личных документах жителей этой страны находится электронная подпись, которая является официальным и полным аналогом личной подписи каждого гражданина государства. С помощью такого электронного ключа, возможно проводить массу официальных действий в удаленном доступе. Это идентификатор личности.

Но и наше государство демонстрирует интересные и эффективные шаги, которые продуктивно развивают электронную систему голосования. Так, в России в марте 2022 г. приняли закон о том, что электронное голосование [2] в дистанционном виде, возможно проводить при помощи системы ГАС «Выборы» и иных электронных систем государства, обладающих лицензиями. Для того, чтобы отдать свой голос в пользу того или иного кандидата, необходимо будет пройти идентификацию, аутентификацию и подтвердить свою личность. Согласно закону, голосование проходит полностью анонимно, голоса подвергаются шифрованию. После окончания голосования, все голоса расшифровывают. Система также не позволит голосовать одному гражданину несколько раз.

Нельзя не согласиться, что «эффективное правовое регулирование избирательного процесса имеет огромное значение для любого демократического государства. Даже самые развитые страны, имеющие многовековую историю проведения избирательных кампаний, сталкиваются с многочисленными трудностями на этом пути, что наглядно продемонстрировали прошедшие недавно президентские выборы в США. Ситуация усугубляется общественным резонансом, сопровождающим избирательный процесс любого уровня, и значимостью его политических последствий» [13. С. 61].

Напомним, что в США, в 2019 г., принят так называемый DETER Act («Закон о защите выборов от троллей, представляющих враждебные режимы») запрещающий выдачу визы и въезд в США тем, кого уличили во вмешательстве в выборы, а канадский законопроект законодательно запретил финансирование предвыборных кампаний из иностранных средств. Партии обяжут сообщать, какие данные они собирают на избирателей.

Прежде всего, необходимо отметить самостоятельность подходов зарубежных стран в целом в вопросе регулирования реализации гражданами избирательных прав. О чем свидетельствует и судебная практика. Так, «ЕСПЧ по делу «Hirst v. United Kingdom» было вынесено постановление, признававшее нарушение положений Конвенции [3] в связи с установлением полного запрета на осуществление активного избирательного права для лиц, находящихся в местах лишения свободы, и указывающее на необходимость изменения британского законодательства в соответствии с данным решением. В свою очередь, Великобритания отказалась от исполнения этого решения, поскольку реализация предусматриваемых в нем мер свидетельствовала бы об ограничении суверенитета британского Парламента, который является исключительным субъектом, правомочным принимать политико-правовое решение о реализации гражданами избирательных прав» [16. С. 127].

Последние несколько лет были неординарными и в связи с пандемийными процессами и в связи с мощнейшим развитием цифровой экономики в целом.

Первый аспект повлиял на то, что многодневное голосование было признано лучшей международной практикой в период пандемии COVID-19. В западноевропейских странах «такая практика распространена в Великобритании, Германии, во Франции, в Швеции и др. Многодневное голосование является нормальным международным стандартом. В Швеции, например, граждане имеют право голосовать в течение 18 дней до дня основного голосования. В США в зависимости от штата такое голосование может длиться от 4 до 45 дней. Как отмечают эксперты, практика многодневного голосования хорошо зарекомендовала себя во время выборов в США и странах западной Европы, где ее используют уже не один год» [13. С. 68].

Что касается второго. В связи с активным развитием сквозных цифровых технологий активно внедряется технология блокчейна в избирательный процесс зарубежных стран, в связи с чем развивается и соответствующая правовая основа. Исследователи отмечают, что уже несколько лет во многих странах «проводятся эксперименты по дистанционному электронному голосованию на базе блокчейна. Среди них Австралия, Испания, Италия, Канада, Мексика, США, Франция, Швейцария, Эстония, Япония и др. Наиболее широко дистанционное электронное голосование применяется в Эстонии. Однако назвать эту систему достаточно надежной, к сожалению, нельзя, что дает повод для ее критики как в самой Эстонии, так и за ее пределами. Группа независимых экспертов опубликовала данные, из которых следует, что эстонский E-Voting имеет огромные недостатки, что превращает эту систему просто в открытую дверь на пути самых разных манипуляций. Что касается других названных стран, то эксперименты с дистанционным электронным голосованием, в том числе с использованием технологии блокчейн, чаще всего носят достаточно фрагментарный характер и проводятся на местном уровне» [10. С. 36].

Что касается подходов в целом к пониманию избирательной информационной кампании в современной информационно-коммуникационной технологической среде в зарубежных странах, приведем еще примеры.

Так, учеными кафедры политологии Университета Осло, Норвегии (П. Э. Лангсетер, Х. Гьерлев, М. Г. Сойландо), в журнале «Electoral Studies» опубликован материал «Всякий ли пиар – хороший пиар? Как содержание освещения в СМИ влияет на популярность кандидата» [17]. В исследовании учеными подтверждается, что освещение в СМИ напрямую влияет на рост политической популярности. Авторы проанализировали сотни тысяч статей в СМИ, отсортировали их по содержанию с помощью автоматического моделирования тем, тем самым создав уникальный набор данных о политических кандидатах, их популярности, а также характере освещения в СМИ, которое получают кандидаты. Проведя такой анализ, ученые обнаружили, что внимание СМИ действительно является электоральным активом. Кроме того, ими отмечается, что избиратели вознаграждают политиков за политически значимую демонстрацию, в то время как неполитическая демонстрация игнорируется или даже наказывается. Особое внимание ученые Норвегии в своей статье уделили анализу различных медийных эффектов. Они выделили разные типы политических медийных эффектов. Один из них, к примеру, эффект кадрирования. Это относится к тому, как СМИ освещают одни

аспекты проблемы, игнорируя другие, или используют разные слова и фразы для описания одного и того же явления таким образом, что это может повлиять на то, как аудитория воспримет историю. Эти медиа-эффекты могут объяснить, как освещение в СМИ может повлиять на электоральную судьбу отдельных партий или кандидатов. Например, если средства массовой информации постоянно изображают иммиграцию как проблему и побуждают избирателей заботиться об этом при голосовании, кандидаты от правых популистов могут стать более популярными. Однако эти эффекты не могут легко объяснить, почему повышенное внимание средств массовой информации в обществе связано с большим количеством голосов. Большое количество данных, полученных из политических наук и исследований в области СМИ, подтверждает мнение о том, что воздействие средств массовой информации ведет к повышению политической популярности. Так, ученые обнаружили, что партийные лидеры, которые были более заметны в средствах массовой информации, получили больше голосов на национальных выборах в Нидерландах в 1998 г. Также отметили, что освещение в СМИ более важно для популярности кандидата на общенациональных выборах в Бельгии, чем расходы на предвыборную кампанию. Чем больше внимания СМИ получает кандидат, тем больше голосов он получает. Но почему? Дело в том, что граждане в первую очередь знакомятся с политическим миром через средства массовой информации, и именно там они получают информацию о кандидатах. Почти очевидно, что доступ к информации о кандидатах жизненно важен, если избиратели хотят отдать предпочтение одному кандидату перед другим. Кандидаты могут посылать всевозможные сигналы через средства массовой информации: политическая позиция, политическая значимость, ценности, личные черты характера и т. д. Подводя итог своему исследованию, ученые кафедры университета Осло приходят к выводам, что весь пиар не обязательно хороший пиар. Они отмечают, что для оценки общего влияния, которое СМИ могут оказать на избирательную политику, их следует сравнивать с другими соответствующими источниками информации, к которым имеют доступ избиратели. Они предположили, что разные сегменты голосующего населения по-разному реагируют на разные типы освещения в СМИ. Возможно, эффект зависит от уровня образования или других переменных социального фона. Кроме того, разные категории кандидатов, например, мужчины и женщины, могут получать вознаграждение за разное освещение в СМИ.

Угрозы суверенности избирательного процесса в информационно-коммуникационной технологической среде напрямую связаны с проблематикой вмешательства (возможного вмешательства) извне на избирательный процесс того или иного государства.

Проанализируем ряд работ зарубежных авторов. К примеру, работу Йенса Дэвида Охлина «Вмешательство в выборы: реальный вред и единственное решение» [16]. Ученый утверждает, что информационная война в социальных сетях является незаконной не потому, что она представляет собой незаконное вмешательство против суверенитета государства, а скорее потому, что она представляет собой нарушение коллективного права народа на самоопределение. Понятие самоопределения обычно использовалось для обозначения права на отделение в си-

туациях, когда народное самоопределение не реализуется в рамках их нынешнего политического устройства. Но право на самоопределение гораздо больше и глубже. Оно включает в себя право народа выбирать свою политическую судьбу, в силу этого права они свободно определяют свой политический статус и свободно осуществляют свое экономическое, социальное и культурное развитие.

Йенс Дэвид Охлин идет гораздо дальше в своих рассуждениях, надеясь ответить на различные возражения о том, что вмешательство в выборы не представляет собой ничего более тревожного, чем осуществление права на свободу слова или право на участие в политическом процессе: «Если американцы могут выражать политические взгляды в Твиттере, то почему этого не могут делать русские? В частности, что не так с фермой троллей в России, нанимающей большую группу людей для публикации заявлений и мнений в Твиттере и Фейсбуке? Почему такое поведение ставит под угрозу коллективное право на самоопределение? Ответ на этот вопрос требует более полного представления не только о самоопределении, но и об определении внешних границ политической общности, т. е. кто является членом полит. Только после того, как у нас будет полный отчет о членстве в политической жизни – о том, кто является инсайдером, а кто – аутсайдером, и кто сможет дать определение этим терминам, – мы сможем понять ту роль, которую выборы играют в праве на самоопределение в соответствии с международным правом».

Так является ли вмешательство в выборы нарушением «народного суверенитета»? В политической теории и политологии понятие «народный суверенитет» относится к осуществлению политической воли нации или народа, и эта идея имеет гораздо больше общего с самоопределением, чем с техническое определение суверенитета, используемое юристами. Частью проблемы является сложность перевода: понятия, используемые юристами, политическими теоретиками и политиками, не всегда точно совпадают. Это не должно вызывать удивления, учитывая, что «суверенитет» – это что-то вроде групповой концепции, объединяющей множество различных идей. Но нам должно быть абсолютно ясно, что в контексте вмешательства в выборы ссылки на народный суверенитет находятся на правильном пути.

Следует отметить, что реальный вред вмешательства в выборы исходит от посторонних, участвующих в политическом процессе другого государства, но притворяющихся инсайдерами. Выборы должны быть выражением коллективной воли этого государства, как осуществление их коллективного права на самоопределение, а вмешательство извне искажает дискурс и угрожает трансформировать то, что в противном случае было бы выражением воли государства с выражением воли какого-либо другого государства. При этом скрытый характер вмешательства в выборы является неотъемлемой частью его вреда, потому что деструктивным во вмешательстве является участие внешних сил, маскирующихся под членов государства.

Ученый Йенс Дэвид предлагает некое решение, касающееся проблематики вмешательства в избирательный процесс и нарушения суверенитета. Автор утверждает, что решение будет проще, чем многие могли подумать. Поскольку вред исходит от аутсайдеров, притворяющихся инсайдерами, нет необходимости полностью устранять вмешательство в выборы – размещение мнений в Твиттере,

Фейсбуке и других социальных сетях. Все, что нужно сделать, это разоблачить вмешательство как чуждое по своей природе. Другими словами, кампании в социальных сетях должны быть идентифицированы как исходящие из-за пределов государства и признаны тем, чем они являются: аутсайдерами, маскирующимися под инсайдеров.

В условиях текущей геополитической ситуации вопросы международного взаимодействия по регулированию информационных кампаний в ходе избирательного процесса в Российской Федерации усложняются.

В связи с этим присоединимся к одной из высказанных позиций более 15 лет назад, но актуальной и сегодня: «Сегодня приходится констатировать, что в настоящее время отсутствуют конкретные и четкие юридические международные обязательства государств в избирательном процессе, а имеются только декларативные политические обязательства, которые по-разному трансформируются в нормы национального права, что по своей природе является допустимым и возможным с позиции современного международного публичного права, базирующегося на принципах политической независимости, суверенности, равенства и самоопределения» [5].

Действительно, в отсутствие четких критериев и норм проведения электоральных процедур в международных актах «оценка соответствия (или несоответствия) выборов и референдумов международным обязательствам государства зачастую носит ярко выраженный политический характер, не отражающий сущностных процессов, происходящих на территории того или иного государства. Международные мониторинговые миссии, к сожалению, работают не «на результат», предполагающий объективную оценку фактических обстоятельств организации проведения выборов и референдумов, а осуществляют сбор фактуры, обосновывающий предполагаемые выводы, исходя прежде всего из политической целесообразности.

Кроме того, по сути, верно отмечается, что в целом «государство не пользуется полной свободой в установлении места международно-правовых норм в собственном правовом порядке, будучи связанным и международными, и внутренними конституционными обязательствами» [14. С. 29]. И нельзя не согласиться с М. Лихачевым, что «проблема соотношения международного и внутригосударственного права уникальна: она эвристически неисчерпаема и бесконечно утилитарна. Неизбежной и самоценной глобализации неотступно противостоят регионализация и национализация внутригосударственных систем. Конкуренция международного и национального права так же объективна, как и их сопряжение. Таков контекст взаимодействия обеих систем права» [11. С. 31].

В настоящее время появляется все больше научных работ, посвященных вопросу электорального суверенитета, идее развития принципа ограничения иностранного вмешательства в избирательный процесс, причем в условиях современной информационно-коммуникационной технологической среды этот вопрос актуализируется еще больше.

И. Б. Борисов, заслуженный юрист России и член ЦИК, абсолютно точно подмечает, что в условиях распространения информационно-коммуникационных

технологий в особую разновидность скрытого вмешательства следует выделить те его формы, которые могут быть реализованы через социальные сети и в целом Интернет. Опасность вмешательства такого вида состоит в его фактически безграничном и неконтролируемом воздействии на избирателей за рамками установленных правил ведения кампаний. Наиболее часто используется метод преднамеренного искажения информации с «побуждающим эффектом» с последующим ее тиражированием и преумножением фальсифицированных данных» [5].

Вообще же, рассуждая о вопросах правового обеспечения суверенитета и информационной безопасности государства и общества (так называемого цифрового суверенитета), вопросах о применимом праве в ходе проведения избирательных информационных кампаний в условиях современной информационно-коммуникационной технологической среды, можно согласиться с мнением о том, что «о проблемах с территориальным действием законов юристы пишут уже давно, особенно при рассмотрении вопроса о праве, применимом к отношениям в киберпространстве. Среди слов, которые использовались и используются для описания этой проблемы, главных два – сложность и неопределенность. Это символически замыкает круг развития суверенитета как правовой категории. Созданный в XVII в. для увеличения правовой определенности и упрощения решения вопроса о применимом праве, в XXI в. суверенитет лишь порождает сложность и неопределенность в том, какими правовыми нормами руководствоваться субъектам» [7. С. 66].

Заключение. В качестве генерального вывода, определим, что эффективность организационно-правового обеспечения избирательной кампании в условиях информационной среды требует комплексного подхода при формировании системы мониторинга, включающего автоматизированную аналитику, на основе больших данных, с помощью специальных алгоритмов. Данное предложение основывается на целесообразности последовательного проведения системы взаимосвязанных организационно-правовых мероприятий, с целью предотвращения и минимизации возможных угроз и рисков в процессе избирательной информационной кампании в условиях современной информационно-коммуникационной технологической среды.

Список литературы

1. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 9 марта 2021 г. № 43-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_378687/ (дата обращения: 05.09.2022).
2. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 14.03.2022 № 60-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_411443/ (дата обращения: 20.09.2022).
3. Конвенция о защите прав человека и основных свобод (Заключена в г. Риме 04.11.1950) (с изм. от 24.06.2013) // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29160/ (дата обращения: 05.09.2022).

4. Балаян Э. Ю., Гацко Д. В. Злоупотребление правом в избирательном процессе: теоретико-конституционный аспект // Российская юстиция. 2020. № 3. С. 63.
5. Борисов И. Б. Проблемы международной легитимации выборов // Право и политика. 2006. № 10.
6. Гонтарь С. Г. Электронное голосование – новая возможность участия граждан в формировании органов власти // Государственная власть и местное самоуправление. 2019. № 4. С. 30.
7. Дмитрик Н. А. Государства в своем праве // Закон. 2021. № 11. С. 65–77.
8. Загайнов С. В. Избирательный процесс в современной России: конституционно-правовой аспект: дис. ... канд. юрид. наук. Майкоп: Московский открытый социальный университет, 2006. С. 48–49.
9. Купцов О. П. Виды избирательных технологий с точки зрения юриспруденции // Вестник экономики, права и социологии. 2016. № 1. С. 146.
10. Либанова С. Э., Былинкина Е. В. Технология блокчейн: возможности и риски применения в избирательном процессе // Конституционное и муниципальное право. 2021. № 2. С. 36.
11. Лихачев М. А. Международное и внутригосударственное право: есть ли первый среди равных? // Российский юридический журнал. 2020. № 3. С. 31.
12. Медиапотребление в России – 2020: исследовательский центр компании Делойт. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/technology-media-telecommunications/russian/media-consumption-russia-2020.pdf> (дата обращения: 15.08.2022).
13. Петрыкина Н. И., Адигамов А. И. К вопросу об эффективности применения мер административной ответственности за нарушения законодательства о выборах // Административное право и процесс. 2021. № 5. С. 61.
14. Троицкая А. А. Дороги, которые мы выбираем: международные стандарты по взаимодействию органов государственной власти и местного самоуправления // Конституционное и муниципальное право. 2022. № 1. С. 29.
15. Турищева Н. Ю. Активное избирательное право: развитие форм реализации // Журнал российского права. 2021. № 6. С. 38.
16. Хабриева Т. Я., Клишас А. А. Тематический комментарий к Закону Российской Федерации о поправке к Конституции Российской Федерации от 14 марта 2020 г. № 1-ФКЗ «О совершенствовании регулирования отдельных вопросов организации и функционирования публичной власти». М.: Норма, ИНФРА-М, 2020. 240 с.
17. Egge Langsæther, Haakon Gjerløw, Martin G.Søyland. Is all PR good PR? How the content of media exposure affects candidate popularity // Electoral Studies. Vol. 57. February 2019. P. 143–152.
18. Jens David Ohlin, Election Interference. International Law and the Future of Democracy: Cambridge University Press. Online publication date: June 2020. URL: <https://www.cambridge.org/core/books/election-interference/62027877A63505C5B6D93F485C5208B5> (дата обращения: 10.08.2022).