

## Векторы развития электронной электоральной демократии

Статья рекомендована И.Ю. Алексеевой 10.11.2018.



**ЧИЖОВ Дмитрий  
Вячеславович**

*Кандидат политических наук, Институт перспективных исследований Московского педагогического государственного университета (МПГУ)*

### Аннотация

В статье анализируются ключевые направления развития электронной электоральной демократии: развитие обоюдной цифровой прозрачности политических акторов и избирателей; индивидуализация цифрового маркетинга; рост значимости цифрового образа политика, особенно его неформальной компоненты; перспективы развития электронных систем голосования.

### Ключевые слова:

**политические интернет-коммуникации, политические технологии, электоральная демократия, блокчейн, выборы, цифровизация, мобильные приложения, абсентеизм, политические акторы, избирательный процесс, цифровой образ, обоюдная цифровая прозрачность.**

Влияние цифровизации и интернет-коммуникаций на состояние политической системы и гражданского общества растет с каждым годом. К зиме 2018 г. число россиян, хотя бы раз в течение месяца выходящих в интернет, достигло 90 млн человек (73% населения страны старше 12 лет). До 56% населения старше 12 лет выросло количество граждан, использующих для выхода в сеть смартфоны (прирост — 20% за год). Доля пользователей стационарных компьютеров и ноутбуков за этот период снизилась на 2% (с 56 до 53%), с 22 до 18% уменьшилось количество жителей страны, которые используют для этих целей ноутбуки [15].

Активно развиваются социальные сети. Только социальную сеть «ВКонтакте» ежемесячно посещают 97 млн пользователей, отправляется 6,5 млрд сообщений в сутки, ставится 1 млрд. «лайков», просматривается около 0,5 млрд видеозаписей [19].

Интернет активно проникает в политическую систему. Под воздействием цифровых технологий начал складываться феномен электронной демократии, сущность которого вызывает активные дискуссии в научном мире. По мнению Я. В. Антонова, «понятия электронной демократии и электронного голосования как ее основного инструмента в правовой и политической науке, в том числе на международном уровне, в настоящее время не имеют единого толкования» [2, С. 101]. Данную позицию разделяет и Т. Л. Ровинская, которая отмечает, что это понятие «имеет несколько различных трактовок» [10, С. 84]. В свою очередь И. А. Быков, отмечая противоречивость понятия «электронная демократия», тяготеет к термину «электронное правительство» [6, С. 76]. С данной позицией, правда, сложно согласиться, так как понятие «электронное правительство» является более узким по сравнению с понятием «электронная демократия». Признаком отсутствия единства в оценке данного феномена можно считать многообразие терминов, используемых в научной литературе: цифровая демократия, викидемократия, демократия-3.0 и т.д. [10, С. 86].

В настоящей статье под термином «электронная демократия» понимается использование цифровых технологий органами власти, партиями и институтами

гражданского общества с целью обеспечить каналы коммуникации и повысить участие граждан в управлении государством.

Вопрос о перспективах развития электронной демократии остается открытым. В частности, Л. Гроссман считает, что электронные технологии приведут к началу третьей эпохи демократии (после афинской и представительной). Смысл данного прогноза сводится к тому, что благодаря цифровым коммуникационным технологиям граждане смогут напрямую, в режиме онлайн, участвовать не только в дискуссиях, но и в генерировании и принятии управленческих и законодательных решений.

Выделяют две доктрины электронной демократии: прямую и коммуникаторную. В первом случае упор делается на непосредственном участии граждан в управлении государством, то есть повсеместном переходе к практике цифровых референдумов. Во втором подчеркивается коммуникаторная (коммуникативная) функция глобальной сети, благодаря которой важным центром формирования общественного мнения становятся создаваемые в интернете коммуникационные узлы (например, группы в социальных сетях).

Электоральный процесс — один из элементов функционирования демократической системы. Однако вопрос, что именно является «электоральным процессом», остается открытым. Достаточно ввести в поисковую строку слова «электоральный процесс» и отыщется множество статей, посвященных его отличию от избирательного процесса и других смежных понятий. Принципиальный момент заключается в том, что избирательный процесс — это в большей степени юридическая категория, охватывающая формально закрепленные действующим законодательством процедуры (этапы), к которым можно отнести назначение выборов, выдвижение и регистрацию кандидатов, проведение агитации (точнее, нормативные рамки ее проведения) и голосования, порядок подсчета голосов, объявление результатов, процедуры обжалования действий участников процесса.

Электоральный процесс включает более широкий круг вопросов, которые не могут быть охвачены нормативными документами. Речь идет о формировании коммуникативных институций, играющих важную роль в проведении выборов и распределении результатов волеизъявления. Многие ученые включают в электоральный процесс и межвыборный период [3, С. 74–75]. Например, Е. А. Аликина обозначает электоральный процесс как «систему взаимодействий между субъектами политического процесса по вопросу распределения властных ресурсов в условиях нормативно закрепленной публичной борьбы за голоса избирателей, включающая в себя совокупность динамических изменений в стратегиях, нормах и принципах поведения» [1, С. 150].

На основе вышесказанного представляется уместным обозначить электронную электоральную демократию как *«взаимодействие участников политического процесса с целью борьбы за власть как в выборный, так и межвыборный период, происходящее в цифровой среде»*.

Вопрос, как протекает электоральный процесс в цифровой среде, представляется недостаточно разработанным. Вместе с тем определение основных векторов этого процесса имеет как практическую (для самих участников процесса), так и теоретическую пользу (для определения путей дальнейшего развития

системы функционирования общественных и государственных институтов в цифровой эпоху). Определение этих векторов и есть задача настоящей статьи.

## Цифровизация электоральных процессов

Цифровизация электоральных процессов принципиально связана с развитием цифровой среды и коррелируется с увеличением числа потенциальных избирателей среди пользователей глобальной сети.

По мнению ряда исследователей, виртуальное пространство начинает играть заметную роль в избирательном процессе России с парламентских выборов 1999 года и президентских 2000-го. Как отмечает А. Л. Водолагин, в этот период расходы на агитацию в интернете начинают фиксироваться «отдельной строкой в бюджетах избирательных кампаний многих политических деятелей» [8, С. 50]. В начале 2000-х интернет становится значимой площадкой для продвижения политической повестки политиков и партий. Во время президентских выборов 2004 года каждый из шести кандидатов запустил собственный интернет-ресурс [9, С. 14].

На рубеже веков интернет-коммуникация политических акторов с электоратом сводилась в основном к информированию и агитации. Говорить о функции мобилизации на данном этапе рано: относительно небольшое количество пользователей интернета не позволяло мобилизовать статистически значимое количество избирателей.

Обретение интернет-коммуникациями функции мобилизации проходило параллельно с распространением точек доступа к глобальной сети среди частных пользователей. Лавинообразный рост пользователей интернета пришелся на вторую половину нулевых — с примерно 25% населения в 2008 г. до 44% в 2011-м [18]. Значительное влияние оказало развитие мобильного интернета и появление у россиян большого количества устройств, способных выходить в сеть. Это привело к тому, что через интернет стало возможно привлекать статистически значимую долю электората. При этом доступность коммуникации в режиме 24/7 позволила делать это в считанные часы и даже минуты.

В настоящий момент интернет-проекты и интернет-коммуникации — неотъемлемый атрибут избирательных кампаний, политических технологий и политконсалтинга. Речь идет об интернет-сайтах партий и политиков, отдельных общественно-политических интернет-проектах, персональных страницах и группах в социальных сетях, каналах в мессенджерах, а также мобильных приложениях, имеющихся в распоряжении политиков, партий и отдельных партийных проектов.

На начальном этапе пробелы в законодательстве создавали возможности для практически неограниченной коммуникационной деятельности. Сегодня виртуальное пространство в значительной степени поставлено в правовые рамки, однако технический прогресс и развитие цифровых технологических решений обгоняет формирование правовой базы. В частности, возникают вопросы, что делать с различными группами в социальных сетях или отдельными пользователями, публикующими информацию в поддержку того или иного кандидата. Неопределенность правовой природы создает обширное пространство для

толкований избирательного законодательства, формирует пространство возможностей для использования некорректных избирательных технологий. Нередко возникают вопросы с порядком предъявления претензий, скоростью и надежностью блокировок незаконного контента [14, С. 474].

Развитию цифровых технологий в электоральном процессе способствует невысокая — по сравнению с традиционными медиа — стоимость создания интернет-контента. В печатных СМИ, на радио и телевидении объем контента, который кандидат желает представить, ограничивается ценой, определяемой владельцем. На персональном электронном ресурсе кандидаты (партии) не ограничены этими рамками и имеют возможности для размещения практически любого объема.

В России в настоящий момент прослеживается тенденция к политизации интернета. В 2014 году среди россиян отмечалось доминирование «стратегии развлечения в интернете, связанной с восприятием глобальной сети как пространства преимущественно досуговой деятельности, с одной стороны, и низким уровнем доверия россиян интернет-контенту, неготовности рассматривать глобальную Сеть как инструмент финансовой, политической, профессиональной активности, — с другой» [4, С. 287].

К 2017 году уровень доверия к интернету повысился — по данным ВЦИОМ, популярность интернета у россиян выросла с 22% в 2015 г. до 32% в 2017-м. При этом уже сейчас интернет является основным источником информации для 65% граждан с 18 до 24 лет и 50% — для 25–30-летних. Это коррелирует со снижением значимости телевидения с 62% населения страны в 2015 году до 52% в 2017-м. Правда, данные социологов свидетельствуют, что большинство россиян по-прежнему считает информацию, полученную с голубого экрана, более достоверной (46%). Однако, эта доля значительно снизилась по сравнению с 2013 г., когда она составляла 60% [17, 2018].

## **Прямая коммуникация политических акторов с избирателями**

Один из трендов развития электронной электоральной демократии — переход от опосредованной коммуникации политических акторов с избирателями (через СМИ) к прямой — через мобильные приложения, аккаунты в социальных сетях и каналы в мессенджерах.

Главные особенности этой коммуникации:

- оперативность;
- отсутствие «искажений», обусловленных редакционной политикой, форматом подачи материала и т.п.;
- быстрая обратная связь;
- большее доверие избирателей, обеспеченное иллюзией прямого общения.

Прямая коммуникация минимизирует анонимность и актора, и электората. Посредством анализа интернет-активности избирателя (в том числе его профилей

в социальных сетях) публичный политик получает возможность собрать большое количество личной информации, что заметно облегчается готовностью граждан публиковать в свободном доступе свои персональные данные (в этом отличие отечественного пользователя от зарубежного). Во многом это объясняется отношением к интернету как к пространству неформальной, развлекательной коммуникации.

В свою очередь избиратель, анализируя цифровые следы политика, может формировать представление о личности кандидата, его политическом опыте и возможном поведении в будущем, фактически получая его полноценный цифровой образ.

В этом образе с определенной долей условности можно выделить ядро и периферию. Ядро формируется одним или несколькими ключевыми ресурсами, вокруг которых формируется набор дополнительных. Ресурсы ядра цифрового образа связаны, прежде всего, с заранее подготовленной политической повесткой, в то время как ресурсы периферии более подвижны, адаптивны и выполняют функцию защиты ресурсов ядра от возможных потрясений. При этом свобода дискуссий в периферийных группах может носить критичный по отношению к образу политика характер.

Условность данного деления связана с характеристикой медийной активности партии или конкретного политика. Кроме того, это деление может меняться в зависимости от информационной активности конкретного ресурса. В частности, к ресурсам ядра цифрового образа политической партии в социальной сети можно отнести ее официальную страницу, аккаунт ее лидера и членов руководящих органов. В число ресурсов периферии войдут аккаунты региональных и местных отделений партии, групп сторонников, партийных депутатов, отдельных членов партии. При этом в непарламентских политических партиях число ресурсов ядра будет заметно меньше, ограничиваясь, как правило, страницей партии и аккаунтом лидера.

Одним из новых форматов обеспечения прямой коммуникации политических акторов с электоратом являются мобильные приложения. К ресурсам ядра цифрового образа партий в этой сфере будут относиться официальные приложения партий, а также приложения, связанные с личностью партийного лидера. К ресурсам периферии можно отнести приложения, созданные отдельными партийными проектами, а также членами и сторонниками партии.

Обратная сторона прямой коммуникации — повышенная опасность фальсификации. В последнее время избирательные кампании сопровождаются созданием ложных аккаунтов в соцсетях и других поддельных интернет-ресурсов. Опасность такой фальсификации — одна из причин, по которой ряд политиков принципиально отказываются заводить персональные аккаунты.

Прямая коммуникация политических акторов с избирателями положительно сказывается на развитии технологий фандрайзинга, особенно востребованных среди небольших политических объединений, начинающих политиков, а также игроков, стремящихся создать себе имидж политиков, не зависящих от крупных спонсоров.

## Приоритет неформальной коммуникации при создании цифрового имиджа

Активность политиков в цифровой среде растет от выборов к выборам. Оффлайн-технологии уходят в прошлое, уступая место т. н. «цифровому имиджу», складывающемуся в результате обработки всех оставленных актором цифровых следов. Имидж в интернет-пространстве формируется как сознательно, так и в определенной степени помимо воли актора: количество оставляемых персоной цифровых следов увеличивается многократно и далеко не всегда их появление можно контролировать. Это свойство интернета ведет к постепенному стиранию границы между публичными (общественно-политическими) и частными (общественно-развлекательными) коммуникациями.

Ключевой особенностью политической интернет-коммуникации является поляризованность и критичность выражения мнений. Как правило, на форумах и в блогах редко выражаются нейтрально [13, С. 335]. Желание быть услышанным и выделиться в общем потоке заставляет многих пользователей жертвовать обоснованностью и объективностью оценок. Особенность неформальных коммуникаций — повышение уровня искренности. Это связано, в том числе, с иллюзией анонимности.

Неформальность коммуникации порождает новые жанры подачи интернет-контента, отвечающие критериям краткости, понятности, ироничности (самоироничности) — вплоть до сатиры. К таким жанрам можно отнести «фотожабы» — пользователи подрисовывают к фотографиям политических деятелей какие-либо нелепые детали и иногда снабжают их подписями. Сюда же можно отнести GIF — заикленные 1–2 секундные ролики, содержащие тематические наборы изображений. Популярным стало также сведение в единый текст вырванных из контекста слов политиков. Здесь важно то, что, по образному выражению некоторых исследователей, «цифровая медиасреда не уважает целостность информации» [9, С. 4].

Вероятно, это связано с формированием клипового сознания, настройкой сознания людей на фрагментарное восприятие действительности. При этом получатели информации, похоже, уже смирились с тем, что полной картины событий им собрать не удастся. В свое время Э. Тоффлер сравнил такую картину мира с черепками, из которых каждый пользователь может выбрать «самые забавные» и «сложить наобум» [11, С. 119].

Таким образом, вырванные из контекста слова и выражения политика могут делать его цифровой образ релевантным интернет-пространству, то есть более гармоничным в глазах избирателей. В условиях глобальной компьютеризации, обработки больших данных и статистических выкладок обычный человек стремится видеть в политике, прежде всего, живого человека. Оперирование точными данными будет характеризовать политика скорее как робота, тогда как ошибки и оговорки — свидетельствовать о его принадлежности к миру людей, а не машин.

## Обоюдная цифровая прозрачность политиков и избирателей

Поколение политиков, родившихся до эпохи интернета, постепенно уходит. Очень скоро на политической арене появятся игроки, чье рождение можно будет отыскать в условном Инстаграме родителей и чья активность будет так или иначе представлена в интернете — в первую очередь на страницах социальных сетей, как собственных, так и принадлежащих родственникам, друзьям и знакомым.

До цифровой эпохи поиск биографических сведений о политическом деятеле был уделом журналистов и исследователей. Сегодня избиратели, обладающие навыками анализа больших данных, могут провести в интернете практически любые изыскания относительно интересующего их политика.

Между тем цифровая прозрачность — оружие обоюдоострое. Предоставляя избирателям возможность увидеть жизненный путь политика, цифровая реальность позволяет и политику узнать все о своем избирателе. В перспективе речь может идти о создании практически поименного списка «сторонников», «противников» и «сомневающихся». Речь идет о технологиях дата-майнинга, то есть сбора информации об активности избирателя.

Анализ посещенных сайтов и размещенных на них материалов вкупе с анализом зарегистрированных друзей (френдов), лайков и шервов позволит политтехнологам с помощью специализированных программ анализировать поведение и предпочтения отдельных избирателей. Перспективным в данном плане является проект Predictor mining, возникший на пересечении интеллектуального анализа больших данных и социального компьютеринга [5, С. 83].

## Индивидуализация политического маркетинга

Еще один вектор в развитии электоральной демократии — политический маркетинг в сфере интернет-коммуникаций, стремящийся в конечном счете к формированию уникального контента для каждого избирателя.

О возможностях анализа поведения пользователя в соцсетях при помощи инструментов Predictor mining указывала Е. В. Бродовская, исследовавшая в основном наиболее острые формы проявления активности. Однако данный метод, как представляется, можно использовать и для прогнозирования более умеренных форм поведения электората [5, С. 79–104].

В целом политический маркетинг представляет собой совокупность подходов по применению маркетинговых технологий в политической сфере. В его рамках политик рассматривается как «товар», который нужно «реализовать» избирателю в обмен на «голоса».

К сильным сторонам политического маркетинга можно отнести внимание к реальным запросам электората, учет общественного мнения и эффективно выстроенные коммуникативные технологии. К слабым — скатывание к популизму, отказу от проведения собственной политической повестки в угоду конъюнктурным запросам общества (в то время как государственные интересы могут требовать принятия непопулярных мер).



Для сбора и анализа информации о предпочтениях пользователя используются технологии data-mining, позволяющие собирать и обобщать персональную информацию о пользователях на основе их активности в интернет-пространстве. Речь идет не только о позиции избирателей по вопросам управления, но и о самых тривиальных вещах, на которые обычно даже не принято обращать внимание: предпочтения в еде, напитках, музыке, кинематографе, одежде, цвете. В условиях тотального развития цифровых технологий анализ этих данных позволит создавать уникальные агитационные материалы, которые будут направляться индивидуально каждому пользователю и применяться для продвижения той или иной политической повестки. Опасность заключается в том, что избиратель превращается в совокупность стимулов, которые задействуются для формирования нужных установок и поведения.

## **Цифровизация процессов межвыборного периода**

Цифровые технологии находят применение не только в избирательных кампаниях, но и в период между выборами. Речь идет о поддержании политического имиджа, продвижении программ, обеспечении коммуникации со сторонниками, оппонентами и СМИ, а также применении технологий фандрайзинга.

Часто в межвыборный период используются те же технологии, которые были разработаны для избирательного процесса. Возросшая скорость интеракции, возможность прямой коммуникации граждан с государственными институтами, формирования общественных инициатив и запросов к последним ставят вопрос о новой роли представительных органов власти.

В цифровую эпоху становится технически возможным учесть мнения десятков, сотен тысяч и даже миллионов избирателей. Петиции на сайте Российской общественной инициативы и других ресурсах, а также специализированные мобильные приложения позволяют оперативно выявлять мнение населения по тому или иному вопросу. Развитие системы идентификации и компьютерной грамотности в перспективе приведет к возможности с высокой степенью достоверности проводить опросы в масштабах страны. Это обогатит коммуникацию политиков с избирателями. С одной стороны, депутат сможет оперативно узнавать мнение избирателей, с другой — избиратели сами смогут обратиться к депутату с просьбой объяснить то или иное решение. Оперативность и адекватность реакции политика на запрос избирателей может оказаться решающим на старте очередного избирательного цикла.

## **От избирательной урны — к электронному голосованию**

Цифровизация затрагивает и сферу голосования. Использование цифровых технологий в данной сфере сталкивается, прежде всего, с проблемой так называемого политического символизма. С точки зрения политического ритуала выборы являются процедурой, призванной легитимизировать процесс наделения властью. В условиях, когда часть старшего поколения воспринимает цифровые решения



как пространство неформальной коммуникации, это может негативно сказаться на общественной оценке значимости выбора.

Внедрение цифрового голосования может привести и к изменению возрастной структуры явки. Молодое поколение (поколение Z), воспринимающее цифровые технологии как обыденные [12, С. 42–52], может значительно активнее участвовать в голосовании.

Цифровизация приводит и к трансформации процесса наблюдения. Уже сейчас появилась возможность допускать к процессу общественного контроля за выборами всех желающих — посредством системы видеонаблюдения, установленной в помещении участковых избирательных комиссий.

Впервые система была испытана в России на выборах в 2012 году, частично эта практика использовалась и на последующих выборах. На президентских выборах 2018 года камеры устанавливались не только на избирательных участках, но и в территориальных избирательных комиссиях. Общий объем видеоматериалов составил 1,2 млн часов — его трудно просмотреть полностью даже большой команде экспертов [20].

Существенно упростить задачу просмотра и анализа видеозаписей может применение искусственного интеллекта, в частности технологий компьютерного зрения, позволяющих различать объекты и анализировать их действия. Искусственный интеллект можно обучить распознавать некорректную активность со стороны участников процесса голосования, группировать ее по различным критериям, выделять нужные отрезки видеозаписи для последующего экспертного анализа.

Еще одним вектором в сфере применения цифровых технологий при обеспечении процесса волеизъявления является использование технологии блокчейн. В самом общем виде это технология распределенного хранения данных. Данные разбиты по блокам и зашифрованы таким образом, что внесение изменений в один блок влечет за собой искажение данных во всех остальных блоках. Цепь верифицирует подлинность каждого блока, а каждый из блоков верифицирует подлинность всей цепи. В контексте обеспечения процесса волеизъявления блокчейн означает возможность распределенного хранения информации о результатах голосования и защиту от попыток их фальсификации. Технологии блокчейн были протестированы при проведении плебисцита в Колумбии в 2016 году (для организации голосования за рубежом), одновременно проведенных президентских, парламентских и местных выборов в Сьерра-Леоне (7 марта 2018 г.), а также в швейцарском кантоне Цуг (с 25 июня по 1 июля 2018 г.).

Кроме того, попытки использования распределенного реестра предпринимались во время партийных праймериз в России и других странах. Технология блокчейн использовалась «Национальным общественным мониторингом» (НОМ) при осуществлении общественного контроля на выборах Президента Российской Федерации в марте 2018 года.

## **Цифровизация и абсентеизм**

Абсентеизм как политическое, гражданское бездействие, уклонение избирателей от участия в голосовании является общемировой проблемой. Как правило, явка

высока только на общенациональных выборах — на региональных она гораздо скромнее. Одной из наиболее электорально активных групп населения в России являются пожилые люди, у которых привычка ходить на выборы сформировалась еще в годы советской власти.

Меры по повышению популярности выборов среди молодежи предпринимаются регулярно. Вместе с тем наиболее продуктивным для ее привлечения на избирательные участки могло бы стать применение цифровых технологий. В частности, в России применяется система «Мобильный избиратель», позволяющая гражданам без получения открепительного удостоверения принимать участие в выборах по месту фактического нахождения. В дальнейшем речь гипотетически может идти о применении технологий дистанционного цифрового голосования. Однако данные технологии содержат целый ряд потенциально опасных моментов, в том числе: снижение значимости голосования, превращение его в выбор понравившейся картинки в интернете и возможность манипулировать волей людей с низкой правовой и информационной культурой. Применение дистанционного цифрового голосования должно сопровождаться появлением аналогичных цифровых избирательных комиссий и наблюдателей.

Вместе с тем переход к интернет-голосованию может гипотетически положительно сказаться на явке — ведь избиратель имеет возможность проголосовать за считанные секунды. Активное голосование молодежи способно привести и к изменению расстановки политических сил, к активизации политиков, выражающих мнение молодого поколения.

\* \* \*

Можно предположить, что сфера применения цифровых технологий будет расширяться параллельно с рудиментированием оффлайн-каналов коммуникаций в электоральный и межвыборный период.

Продолжится рост взаимной цифровой прозрачности с появлением в будущем устойчивого перечня сторонников и повышением точности таргетирования политического контента для различных групп электората (вплоть до отдельных избирателей). Это будет обеспечиваться, в том числе посредством использования больших данных и технологий искусственного интеллекта для анализа интернет-активности избирателей. На первый план при этом будут выходить не реальные политики и избиратели, а их цифровые прозрачные образы, формируемые как сознательно, так и помимо воли политических акторов. Этот процесс будет идти рука об руку с развитием технологий противостояния фейк-ньюс.

На всех платформах ресурсы прямой коммуникации будут и в дальнейшем разделяться на ядро (официальные сайты партий и политиков) и периферию (сайты отдельных проектов и сторонников). При этом официальный контент будет обеспечиваться ресурсами ядра, а неофициальный — периферии. Продолжится размывание границ между частно-общественной и публично-политической сферой интернета на фоне расширения неформальных коммуникаций политических деятелей.

Благодаря системе цифровых опросов граждане смогут становиться соавторами или даже инициаторами нормативно-правовых актов, взаимодействуя

с органами исполнительной власти и политиками. Цифровые технологии потенциально могут применяться при анализе правоприменительной практики и разработке новых законодательных инициатив, что сделает более оперативным принятие решений и будет способствовать оптимизации расходов за счет предварительного учета рисков и последствий проектируемых изменений.

Цифровые технологии могут применяться для развития системы подсчета голосов, внедрения комплексов электронного голосования, а также систем наблюдения и хранения поступающей информации в распределенных реестрах (блокчейн). Внедрение искусственного интеллекта и компьютерного зрения может повысить эффективность дистанционного наблюдения за процессом голосования.

Следует также предположить, что качественный скачок во внедрении системы дистанционного голосования будет сделан при значительном изменении структуры поколений, вовлеченных в политическую активность. Чем больше представителей поколения Y и Z (равно как и последующих) будут участвовать в общественно-политической деятельности, тем более вероятным станет всеобъемлющий переход к цифровым решениям в политических процессах. Внедрение дистанционного голосования может привести и к изменению расстановки политических сил в представительных органах власти за счет возрастания активности молодых избирателей. В целом применение корректных и социально одобряемых цифровых технологий позволит обеспечить дальнейшее укрепление и развитие демократических институтов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. АЛИКИНА Е. А. **Применение категории «электоральный процесс» в политическом анализе: методические основы** // Теории и проблемы политических исследований. – Ногинск, 2016. – Том 5. № 6А. – С. 146–156.
2. АНТОНОВ Я. В. **Электронная демократия и электронное голосование: конституционно-правовое измерение** // Российский юридический журнал. – Екатеринбург, 2016. – № 5 (110). – С. 101–113.
3. БЛИЗНЯК Р. З. **Электоральный процесс vs избирательный процесс: к вопросу об оптимизации понятий** // Вестник ПАГС. – Саратов, 2010. – № 2 (23). – С. 70–76
4. БРОДОВСКАЯ Е. В., ДОМБРОВСКАЯ А. Ю., СИНЯКОВ А. В. **Стратегии использования социальных сетей в современной России: результаты многомерного шкалирования** // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – М., 2016. – № 1. – С. 283–296.
5. БРОДОВСКАЯ Е. В., ДОМБРОВСКАЯ А. Ю., КАРЗУБОВ Д. Н. И ДР. **Развитие методологии и методики интеллектуального поиска цифровых маркеров политических процессов в социальных медиа** // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – М., 2017. – № 5. – С. 79–104.
6. БЫКОВ И. А. **«Электронная демократия» VS «Электронное правительство»: концептуальное противостояние?** // Политекс. – 2005. – 3 (Режим доступа: <http://www.politex.info/content/view/171/30> (Дата посещения: 01.11.2018).
7. ВОЛОДЕНКОВ С. В. **Роль информационно-коммуникационных технологий в современной политике** // Науч. ежегодник Ин-та философии и права Урал. отделения Рос. акад. наук. – Екатеринбург, 2018. – Т. 18, вып. 2, С. 69–86.
8. ВОДОЛАГИН А. Л. **«Интернет-СМИ как арена политической борьбы»** // Общественные науки и современность. – М., – 2002. – № 1. – С. 49–67.
9. НЕЯСКИН Г. Н. **Интернет в политических кампаниях США и России** (Режим доступа: [https://www.hse.ru/data/2010/08/22/1221647015/Neyaskin\\_Internet.pdf](https://www.hse.ru/data/2010/08/22/1221647015/Neyaskin_Internet.pdf) (Дата посещения 01.11.2018).
10. РОВИНСКАЯ Т. Л. **Электронная демократия в теории и на практике** // Мировая экономика и международные отношения. – М., 2013. – № 12. – С. 84–96.
11. ТОФФЛЕР Э. **«Третья волна»**. – М.: «Издательство АСТ. 2004, С. 119.
12. ЧИЖОВ Д. В. **Анализ механизмов влияния на политическое поведение поколения Z** // Информационное общество. – М., 2015. – № 6. – С. 42–52.
13. ЧИЖОВ Д. В. **Формирование имиджа российских политических партий в сети Интернет** // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. М., 2016. – № 1. – С. 313–338.
14. ШАПОВА А. А., КУЛИКОВА С. А. **Правовое регулирование предвыборной агитации в сети Интернет** // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. – Саратов, 2016. – Т. 16, вып. 4.

15. **Аудитория интернета в России выросла на 4%** //

Интернет-сайт «Российский интернет-форум-2018». — Режим доступа: <https://2018.rif.ru/news/auditoriya-interneta-v-rossii-virosla-na-4> (Дата посещения: 30.10.2018).

16. **Блокчейн-платформа НОМ и Verifier верифицируют голосование на президентских выборах** //

Интернет-сайт «Национальный общественный мониторинг». — Режим доступа: <https://nom24.ru/info/opinion/blokcheyn-platforma-nom-i-verifier-verifitsiruyut-golosovanie-na-prezidentskikh-vyborah> (Дата посещения: 30.10.2018).

17. **Интернет против телевидения: битва**

**продолжается** // Интернет-портал ВЦИОМ. — Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=814> (Дата посещения: 30.10.2018).

18. **Количество пользователей интернета в России** //

Интернет-ресурс «Интернет в России и в мире». — Режим доступа: [http://www.bizhit.ru/index/users\\_count/0-151](http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151) (Дата посещения: 30.10.2018).

19. **Миссия «ВКонтакте» – соединять людей, сервисы и компании, создавая простые и удобные инструменты коммуникации** //

Социальная сеть «ВКонтакте». — Режим доступа:

<https://vk.com/about> (Дата посещения: 30.10.2018).

20. **Около 2 млн пользователей смотрели видеотрансляции с избирательных участков** //

Информационное агентство ТАСС < <http://tass.ru/politika/5055998> > (Дата посещения: 30.10.2018).