

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

О.А.Стрыгина

ФГБОУ ВО «Гамбовский государственный университет имени Г.Р.Державина»

Olechka_strygina@mail.ru

В Конституции Российской Федерации закреплён принцип демократии: полнота суверенитета признается за народом и осуществляется путем выборов институтов публичной власти [1]. Отношения, возникающие в ходе организации, подготовки и проведения выборов регулируются избирательным правом.

Современный уровень развития информационных технологий позволяет использовать новые средства массовой коммуникации для проведения предвыборной агитации. В 2018 году в России прошло важнейшее политическое событие – выборы президента. По информации Центрального избирательного комитета РФ, в этом году явка избирателей достигла рекордного показателя – 67,54% [2]. Нельзя не отметить, что такая цифра свидетельствует о повышении уровня гражданской ответственности в обществе и успешно проведенной предвыборной кампании.

Наиболее распространенной формой предвыборной агитации в сети Интернет является создание личных страниц и публичных групп определенной направленности в социальных сетях, они становятся площадкой распространения тематических фото- и видеоматериалов, текстов. Как отмечают эксперты, вопрос правового регулирования предвыборной агитации в соцсетях не является проработанным на нормативно-правовом уровне. Так в одном из выступлений на Общероссийском семинаре для наблюдателей «Общественный контроль на выборах президента РФ» (февраль, 2018 года) член ЦИК Александр Кинев заявил, что «социальные сети не являются СМИ, соответственно те правила агитации, которые прописаны в законодательстве, к социальным сетям не относятся. Официально никакой агитации в социальных сетях не ведётся» [3].

Сторонники противоположной точки зрения (например, ученые-правоведы Шапова А.А., Куликова С.А.) считают, что социальные сети играют важную роль в предвыборной агитации [5]. В подтверждение данной теории, отметим, что в 2017 году Аппаратом президента и Центральным избирательным комитетом была разработана digital-стратегия по популяризации выборов среди пользователей соцсетей.

В результате творческий конкурс ЦИК на освещение президентских выборов 2018 года в соцсетях выиграли компания «ИМА-консалтинг» и коммуникационное агентство «Михайлов и партнеры» [5]. Уже в начале февраля в социальной сети «ВКонтакте» появилась контекстная реклама на тему выборов. Сообщения с заголовками «Заявись на выборы

сейчас!», «18марта– твой день», «Где ты хочешь сделать это?», «Для долга нет преград» публиковались преимущественно со ссылкой на новости федеральных СМИ. Отметим, что в правилах публикации рекламных объявлений в социальной сети «ВКонтакте» сообщается, что в соцсети не допускается политическая реклама, не разрешается «предвыборная агитация на территории РФ при соблюдении всех требований», среди которых, в том числе оплата услуг со счета избирательного фонда кандидата [4].

В конце февраля 2018 года в социальных сетях появилось так называемое «вирусное видео», опубликованное в десятках групп. Трехминутный ролик о том, какие негативные изменения возможны в стране при игнорировании выборов посмотрело более 4 миллионов пользователей. Позже в социальных сетях появлялись похожие ролики с призывом пойти на выборы. Комментируя распространение вирусных видео в сети, глава ЦИК Элла Памфилова отметила, что «все ролики, разработанные по заказу комитета, имеют соответствующий логотип» [4]. Популярностью пользовались и мемы на тему выборов, распространяемые в социальных сетях.

В социальной сети «Инстаграм» голосовать призывать популярные блогеры (Иван Вербицкий, Игорь Ковтун, Даша Усик), выкладывая тематические видеоролики с соответствующими хештегами.

Не остались в стороне от освещения темы выборов в социальных сетях региональные власти. Молодежь Тамбовской области стала инициатором акции «России нужен Путин»: на личных страницах в социальных сетях, преимущественно «Facebook», публиковались изображения с #РоссиинуженПутин. Акция вызвала широкий общественный резонанс и повышенное внимание политических штабов иных кандидатов в президенты. Соответствующие жалобы появились на так называемой «карте нарушений» движения «Голос». В связи с этим по поручению Эллы Памфиловой была проведена проверка, касающаяся, в том числе, принудительного размещения записей с #РоссиинуженПутин на страницах представителей власти, госслужащих и работников бюджетных организаций. По сообщению руководителя аппарата ЦИК Сергея Даниленко, в результате нарушений обнаружено не было.

Важной площадкой предвыборной агитации стал мессенджер «Telegram» (официально заблокированный в России в настоящее время по решению Таганского суда города Москвы). Наиболее популярные каналы на тему выборов «Выборы, всем ЦИК!», «Выборы, выборы, выборы...», «Открытые выборы». Именно в телеграм-каналах появлялась самая актуальная информация о ходе избирательной кампании. Так, телеграм-канал «Незыгарь» (145322 подписчиков) одним из первых опубликовал информацию об участии в выборах кандидата Грудинина (несмотря на спорную ситуацию в отношении его зарубежных счетов).

Анализ нормативно-правовых актов и механизмов ведения предвыборной агитации в сети Интернет позволяет предположить необходимость подробного законодательного закрепления данного процесса. Ключевой проблемой является большая общественная опасность распространения сведений, содержащих недостоверную информацию, что способствует формированию ложного представления о деятельности действующей партии или кандидата. Кроме того, эксперты отмечают сложность установления объективной стороны правонарушений, вызванную существованием пробелов в законодательном регулировании предвыборной агитации в сети Интернет.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]:// Правовая система «Консультант Плюс». URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/(дата обращения: 20.04.2018).
2. Отчет Центрального избирательного комитета РФ «Результаты выборов» // Центральный избирательный комитет. URL:<http://www.cikrf.ru/news/sec/39407/>(дата обращения: 20.04.2018).
3. Правила агитации для СМИ не распространяются на соцсети, заявили в ЦИК//МИА «Россия сегодня». URL:https://ria.ru/election2018_news/20180210/1514365097.html(дата обращения: 20.04.2018).
4. Президентская кампания вступает в стадию агитации //Коммерсантъ. URL:<https://www.kommersant.ru/doc/3553806> (дата обращения: 20.04.2018).
5. Творческий конкурс: зачем Кремлю стратегия интернет-продвижения выборов//РБК. URL:<https://www.rbc.ru/politics/09/08/2017/5983410f9a79472cdd85ff2a> (дата обращения: 20.04.2018).
6. Шапова А.А, Куликова С.А., Правовое регулирование предвыборной агитации в сети Интернет// Изв. Саратовского университета. Нов.сер. Сер.Экономика, управление, право. 2016. Т.16.Вып. 4. С. 472.