

Российский центр обучения избирательным технологиям
при Центральной избирательной комиссии Российской Федерации

Издательская версия
"СОВРЕМЕННЫЕ ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ"

С.В. БОЛЬШАКОВ
В.Г. ЛАНИН
П.Я. МЕШКОВ
И.Н. ПАНАРИН

Интернет и выборы

МОСКВА
2002

Издание подготовлено в рамках реализации Комплекса мер по повышению профессиональной подготовки организаторов выборов и референдумов и правовому обучению избирателей в Российской Федерации на 2000-2005 годы, утвержденного постановлением Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 20 октября 2000 года №113/1176-3.

Большаков Сергей Владимирович - член Центральной избирательной комиссии Российской Федерации, руководитель секции Научно-методического совета при ЦИК России по вопросам участия средств массовой информации в избирательном процессе.

Ланин Владимир Георгиевич - советник аналитического отдела Аппарата ЦИК России, длительное время занимается вопросами информационных технологий.

Мешков Петр Яковлевич - директор Центра социальных исследований и маркетинговых технологий, член Научно-методического совета при ЦИК России, кандидат философских наук, доцент, специалист в области политологии и Избирательных технологий.

Панарин Игорь Николаевич - начальник аналитического отдела Аппарата ЦИК России, ответственный секретарь Научно-методического совета при ЦИК России, доктор политических наук, академик Академии военных наук, профессор Дипломатической академии МИД России.

Ответственный редактор - доктор юридических наук *Ю.А.Веденев*

Большаков С.В. и др.

Интернет и выборы - М.: РЦОИТ, 2002.96 с.

ISBN-5-93639-019-5

Использование Интернета в политике и, в частности, на выборах, проблемы психологического воздействия на электоральное поведение, вопросы правового регулирования и дистанционного обучения, зарубежный и российский опыт предвыборной агитации, проекты мониторинга выборов и возможности голосования с использованием Интернета - вот краткий перечень тем предлагаемой брошюры. Издание адресовано самому широкому кругу читателей, интересующимся политикой и Интернетом, организаторам и всем участникам выборов.

Авторы выражают благодарность за подготовку главы 3 доктору философских наук, академику РАЕН Георгию Львовичу Смоляну.

© Российский центр обучения избирательным технологиям при Центральной избирательной комиссии Российской Федерации.

Содержание

Предисловие	5
1. Развитие Интернета в России и за рубежом	9
1.1. Статистика	9
1.2. Поддержка Интернета государством	16
1.3. Политика в российском Интернете	18
1.4. Распространение Интернета в мире	20
1.5. Информационное общество и государство	21
1.6. Феномен Интернета	23
1.7. Проблемы Интернета	26
2. Интернет в информационном обеспечении выборов	28
2.1. Общая информация о выборах	28
2.2. Специализированная информация о выборах	30
3. Информационно-психологическое воздействие через Интернет	44
3.1. Общее представление об информационно- психологических воздействиях. Политический аспект	44
3.2. Способы распространения и технологии информационно-психологического воздействия в Интернете	51
3.3. Функции Интернета и политика	56
3.4. Опыт применения Интернета в политической и выборной деятельности	65

4. Правовое регулирование распространения информации	
В Сети	72
4.1. О возможности законодательного регулирования Интернета	72
4.2. Проблемы правового регулирования Интернета	73
4.3. Развитие информационного законодательства в России	75
4.4. Особенности правового регулирования сетевых коммуникаций	78
4.5. Агитация, результаты опросов и Интернет	82
5. Проблемы использования Интернета в ходе выборов	84
5.1. Возможности сети Интернет на разных стадиях выборов	84
5.2. К вопросу о возможности голосования через Интернет	85
5.3. Дистанционное обучение	87
5.4. Сеть и ГАС "Выборы": открытость и безопасность ...	89
5.5. Использование Интернета в ходе выборов за рубежом	91
5.6. Перспективы применения Интернета на выборах в России	92
Литература	95

Предисловие

Путь демократического развития, избранный новым Российским государством, обязывает претворить в жизнь провозглашенные принципы, такие, например, как гласность в отношениях власти и общества. Этому во многом призвано способствовать использование новейших технических достижений.

Несколько последних десятилетий стали началом новой информационной эпохи. На передовые позиции выходят информационно-коммуникационные технологии. Из них наиболее стремительно, взрывообразно развиваются сетевые технологии, в частности, международная компьютерная сеть Интернет (Сеть), демонстрирующая высочайшие темпы распространения во всех странах. Появившись 10 лет назад, Интернет в 2001 году охватывал уже более 400 миллионов пользователей во всем мире. Правительством Российской Федерации разработана Федеральная целевая программа "Электронная Россия", рассчитанная на 2002-2010 годы и направленная на развитие информационных технологий в России. В результате ее реализации министерства и ведомства станут поставщиками информационных услуг населению.

Как и многие научно-технические открытия, Интернет обладает признаками технологии "двойного назначения". Создавая предпосылки для построения открытого гражданского общества ("презумпция открытости информации"), Сеть одновременно делает это общество более уязвимым. Мощные экономические и политические группы, а также отдельные государства получили возможность использовать Сеть как особый информационный институт для достижения своих целей. Объектом воздействия в первую очередь становится экономическая и политическая элита разных стран, то есть часть нации, реализующая ее интересы и

активно пребывающая в информационном пространстве. Информационная экспансия является важнейшим инструментом власти, поэтому проблемы информационной безопасности остаются всегда актуальными.

Далеко не полностью изучены и многие способы информационно-психологического воздействия сети Интернет на массовое сознание. Выпустив информационного джинна из бутылки, общество должно научиться управлять им. Роль государства состоит, прежде всего, в том, чтобы сбалансировать конкуренцию и регулирование, свободу персональных коммуникаций и необходимость защищать общественные интересы от информационных террористов, свободу слова и защиту нравственности и интересов несовершеннолетних. Гражданам и учреждениям должен быть обеспечен универсальный доступ к сетевым услугам, к правительственной информации.

Предметом исследования данного материала является использование Сети в политике вообще и в частности на выборах. Предлагая новые технологии обмена данными, Интернет значительно расширяет возможности связи между участниками избирательного процесса, постепенно превращаясь в арену информационного противоборства. Многие информационные ресурсы рассматриваются в политическом ракурсе, их влияние на электоральное поведение становится все более ощутимо.

Сетевые информационные источники, используемые участниками избирательного процесса, весьма разнообразны. В них входят и данные органов государственной власти, и страницы избирательных комиссий, содержащие официальную информацию о выборах. Популярными становятся сайты политических партий и кандидатов, основная задача которых - самопрезентация, агитация и привлечение новых избирателей. Создаются специализированные опросные сайты, где предлагается проголосовать за определенного кандидата, а также аналитические сайты. Все чаще российские политики используют Интернет для проведения конференций в режиме реального времени. Гражданские институты детально разрабатывают проекты обще-

ственного интернет-мониторинга хода выборов.

В информационном обеспечении избирательного процесса должен занять свое место сайт ЦИК России, открытый в мае 1998 года и освещающий все федеральные избирательные кампании и выборы всех уровней в субъектах Российской Федерации. В настоящее время ведется работа по проектированию и освоению новой версии сайта для обеспечения большей открытости информации об избирательных кампаниях, оперативной информированности российской и международной общественности о федеральных и региональных выборах в России.

В предлагаемой работе рассматриваются проблемы правового регулирования распространения информации в глобальных коммуникациях, выявляются разные и порой противоположные взгляды на роль государства в этом процессе, подробно описывается состояние российского информационного законодательства. Приведенные примеры из зарубежной практики политической предвыборной борьбы с применением Сети (Германия, США, Южная Африка, Бразилия и др.) должны быть серьезно проанализированы, чтобы вовремя заметить и предупредить влияние негативных сторон Сети: например, кроме слабости инфраструктуры Интернета и проблем информационной защиты, особую опасность приобретает аспект коррупции.

Одним из возможных эффективных способов решения задачи повышения политической культуры граждан, а также совершенствования профессионального уровня специалистов избирательных комиссий может стать дистанционное обучение на базе телекоммуникаций.

С развитием Интернета в России становится все более актуальной интеграция Государственной автоматизированной системы Российской Федерации "Выборы" в единое информационное пространство страны, обеспечивающая доступ к накопленной информации возможно большему числу избирателей.

Пройдя относительно недолгий путь развития, выборы в России обнаруживают потребность использования новых информационных технологий. Задачей организаторов выборов должно стать активное применение сети Интернет в интересах обеспечения избирательных прав граждан России, используя для этого все возможности: совершенствование законодательства, обучение граждан и организаторов выборов, улучшение их информационного обеспечения.

Доктор юридических наук
Ю.А. Веденев

1. Развитие Интернета в России и за рубежом

1.1. Статистика

В 1973 году Министерство обороны США связало свои компьютеры, расположенные далеко друг от друга, в единую сеть. Именно эта суперкомпьютерная военная сеть ARPANET и стала тем ядром, вокруг которого появился Интернет.

Появившись 10 лет назад, международная компьютерная сеть Интернет, в 2001 году охватывала уже более 400 млн. пользователей. Их количество неуклонно растет, однако плотность распределения по странам и континентам крайне неравномерна: 88% пользователей живут в странах, численность населения которых составляет менее 15% жителей Земли. В США и Канаде, где живет менее 5% мирового населения, сосредоточено более 40% пользователей Интернета (Сети).

Вместе с тем некоторые процессы, происходящие в социально-политическом пространстве, носят универсальный характер. К таким процессам относится, в первую очередь, формирование информационного общества, важнейшим инструментом которого является Интернет. Разумеется, масштабы этого процесса различны: на Западе можно говорить о переходе его в тотальную фазу - охват практически всех сфер общественной жизни (например, в США 40% правительственных услуг населению оказывается через Интернет, на правительственном портале находится более 2000 сайтов и уже давно развернута система управления войсками через компьютерные сети), в России же речь идет пока лишь о создании его основ.

Если в конце 1996 года по данным "КОМКОН" (www.comcon-2.com) в России насчитывалось 409 тысяч человек,

имеющих доступ в Интернет со своего домашнего компьютера или компьютера на работе, то в 2001 году число ежемесячно входящих в Сеть составило 4 миллиона человек, что на 20% превышает показатель 2000 года. 11 миллионов россиян пользуются Интернетом от случая к случаю. По данным на июнь 2000 года, Россия занимала 12 место в мире по общему числу пользователей Интернета (см. таблицу 1).

Таблица 1

Количество пользователей Сети

Место	Страна	Пользователи (млн.)
1	США	137,7
2	Япония	29,9
3	Германия	19,1
4	Англия	17,9
5	Китай	15,8
6	Канада	15,2
7	Южная Корея	14,8
8	Италия	11,6
9	Бразилия	10,6
10	Франция	9,0
11	Австралия	8,1
12	Россия	6,6
13	Тайвань	6,5
14	Голландия	5,4
15	Испания	5,2
	Всего	374,9

По данным Министерства связи и информатизации Российской Федерации [1], в настоящее время в зоне.РУ зарегистрировано более 80 тыс. доменов и каждый день в российском сегменте Интернета появлялось 200 новых сайтов. Значительно уступая другим странам по абсолютным цифрам, Россия обгоняет их по темпам роста.

Согласно Концепции развития связи в 2010 году по сравнению с 2000 годом число телефонных номеров в нашей стране возрастет с 32 до 48 миллионов, владельцев мобильных телефонов - с 2,5 до 26,1 миллиона, а пользователей Интернета - с 2,9 до 22,2 миллиона человек. Это означает, что всего через восемь лет Интернет будет так же распространен, как телефон в 1986 году, когда количество номеров в России составляло как раз 22 миллиона.

По данным компании "SpyLOG" происходит постепенная децентрализация российской аудитории Сети, то есть растет она в основном за счет регионов. Больше людей стали изучать русский Интернет за рубежом - в США, Германии, странах СНГ. Это свидетельствует о качественном наполнении российского сегмента Сети.

Территориально российские пользователи распределяются следующим образом [2]: "примерно четверть интернет-аудитории сосредоточена в Москве, среди остальных регионов России выделяются: Урал - 16%, Западная Сибирь - 14%, Санкт-Петербург - 11%, Дальний Восток - 10%. 80% всего трафика в сети генерируется Москвой и Санкт-Петербургом". Социологи говорят об эмпирической зависимости: пока число пользователей не достигнет 10%, влиянием Сети на электронное поведение можно пренебречь. В столице число пользователей Интернетом вплотную приближается к указанным 10% населения города. Так, по данным фирмы "Гэллп Медиа" на октябрь 1999 года, 545 тысяч москвичей обращались к Интернету в течение месяца (это составляет 7,8% от всех москвичей старше 16 лет). В целом же влияние Интернета испытывает почти чет-

верть населения страны. Около 27 миллионов жителей России, если не бывали в Сети лично, то хотя бы имеют друзей, являющихся ее активными пользователями.

Согласно данным социологического опроса, проведенного Фондом "Общественное мнение" в 2000 году, основную долю (около 65%) пользователей Интернета составляет наиболее активная и обучаемая часть общества - люди в возрасте до 35 лет. Больше половины пользователей составляют люди с высшим или неоконченным высшим образованием. Чуть меньше трети аудитории Интернета - в возрасте до 24 лет, еще треть - от 25 до 34 лет. Средний возраст аудитории Интернета 32 года. При этом большинство - мужчины.

Интернет в России создавался молодыми людьми и никогда не был "сферой элит". Аудитория Сети весьма молода, а "ответственные работники" пока традиционно люди как минимум среднего возраста. Но сейчас в русский Интернет пришли серьезные игроки из мира политики, бизнеса, СМИ, что объясняется во многом несомненными технологическими преимуществами.

Прогнозируется, что одной из движущих сил грядущего рывка новой мировой экономики станет мобильный Интернет. Индустрия сотовой связи стремительно захватила весь мир - менее чем за 10 лет "мобильными" стали более 700 миллионов человек. По оценке компании "Ericsson" в 2003 году количество пользователей Интернета, получающих доступ с мобильных устройств, станет выше, чем количество пользователей с фиксированным доступом, и достигнет 600 миллионов человек, а согласно прогнозам Yankee Group количество мобильных терминалов с доступом в Интернет к 2005 году превысит миллиард. Уже в 2001 году свыше 7 миллионов японцев получали доступ к Сети через мобильные телефоны. В 2005 году такой доступ в Интернет в Японии будут иметь свыше 48 миллионов человек.

Как отмечается в проведенном в 2001 году Институтом развития информационного общества исследовании "Готовность России к информационному обществу. Оценка возможностей и потребностей широкомасштабного использования информаци-

онно-коммуникационных технологий", рынок интернет-услуг в России регулируется государством, деятельность на этом рынке подпадает под два вида лицензий, выдаваемых Минсвязи России: на услуги передачи данных (на начало 2001 года было выдано около 1000 лицензий, в эту категорию входит деятельность интернет-сервис-провайдеров) и услуги телематических служб (выдано более 1300 лицензий, в эту категорию входят IP-телефония, услуги электронной почты и др.). Официальную статистику по количеству реально действующих компаний, предоставляющих доступ в Интернет, Минсвязи России не ведет.

По данным Интернет-сервис-центра МГУ, 90% российского рынка услуг Интернета обеспечивается 80 провайдерами, половина из которых базируется в Москве и Санкт-Петербурге. Всего в России действует около 300 интернет-провайдеров, каждый из которых поддерживает клиентскую сеть, содержащую не менее 100 хостов. Поэтому можно считать, что на одного провайдера приходится около 500 тысяч жителей. Существует гораздо большее число более мелких посредников, обслуживающих от одного до нескольких десятков подписчиков.

На сегодня к числу крупнейших интернет-сервис-провайдеров можно отнести компании "Глобал Один", "Голден Телеком", "Демос-Интернет", "ПТТ-Телепорт", "МТУ-Интел", "Редком. Деловая сеть", "Российская Телекоммуникационная Сеть" ("Роснет"), "Телепорт-ТП". Основную долю прибыли они получают от предоставления в аренду своих канальных мощностей и привлечения корпоративных и индивидуальных (dial-up) пользователей за счет создания распределенной сети точек присутствия и представительств в регионах.

Провайдеры наращивают емкость каналов по мере необходимости (роста трафика) за счет аренды новых емкостей (спутниковых или наземных волоконно-оптических) и прокладки собственного волоконно-оптического кабеля до точек обмена IP-трафиком (например, узел М9-ГХ - в Москве) с последующим заключением клиринговых соглашений. Всего на начало 2001 года в России имелась одна федеральная точка обмена трафиком

(узел М9-IX в Москве) и несколько региональных: в Санкт-Петербурге, Самаре, Екатеринбурге и Новосибирске.

В 1999-2000 годах в России, как и во всем мире, началось укрупнение компаний, предоставляющих услуги Интернета, за счет объединения (слияния) компаний-провайдеров, а также вхождения в их состав поставщиков контента.

Среди тенденций развития сегмента передачи данных на информационно-коммуникационном рынке России следует также отметить повышение степени комплексности предоставляемых услуг. Если раньше корпоративные клиенты для подключения к Интернету обращались к одному поставщику услуг, а для телефонии - к другому, то сейчас компании стремятся работать с одним оператором, предоставляющим весь спектр услуг. К услугам двух и более операторов пользователи прибегают лишь для повышения надежности передачи данных и резервирования каналов.

Основным способом доступа в Интернет для индивидуальных пользователей на сегодняшний день остается коммутируемый; доступ через сети ТфОП (например, МГТС в Москве или ПТС в Санкт-Петербурге). Для корпоративных клиентов операторы предлагают выделенные каналы на медной паре, каналы ISDN, волоконно-оптические линии связи, беспроводной доступ (радиомосты, сотовые системы WLL, другие технологии широкополосного вещания), доступ по спутниковым каналам. Наиболее развитый рынок коммутируемого доступа к Интернету существует в Москве. В конце 2000 года количество телефонных номеров, с которых в Москве осуществляется выход в Интернет, составляло, по различным оценкам, от 200 до 300 тысяч.

Для тех, кто не имеет компьютера дома, в школе или на работе, существует возможность доступа в Интернет из интернет-кафе и точек общественного доступа, которые организованы предприятиями связи, библиотеками или университетами. Статистика по численности точек общественного доступа к Интернету в России отсутствует.

Стоимость корпоративного доступа в Интернет по выделен-

ным или волоконно-оптическим каналам связи у коммерческих провайдеров слишком высока для многих бюджетных организаций и малого бизнеса. Для бюджетных организаций науки, культуры и образования это отчасти компенсируется существованием некоммерческих компьютерных сетей, расценки которых иногда на порядок ниже (см. следующий раздел), и сниженными тарифами на каналы связи. Для малого бизнеса в некоторых регионах, в том числе в Москве, существуют программы поддержки использования ИКТ, позволяющие получить доступ в Интернет на льготных условиях.

Некоторые выводы:

1. Русскоязычный сегмент Интернета будет развиваться темпами, превышающими среднестатистические прогнозы, базирующиеся на сугубом анализе экономической динамики. Как подчеркивает М.А. Гуриев, это будет обусловлено сильной пассионарной компонентой российского этноса и сохраняющимся резервом образованности российского населения относительно населения тех стран, которые в мировом списке находятся выше и по экономическому развитию, и по развитию Интернета.

2. Представляется целесообразным разработать продуманный перечень мер государственной поддержки развития российского Интернета, который содержал бы в себе своеобразные мультипликаторы действующих механизмов социально-экономического и культурного развития и саморазвития. Выборы с использованием интернет-технологий - один из таких мультипликаторов.

3. Специального внимания заслуживает стратегия развития внутренних общегосударственных интранет-сетей. Возможно, потребуются специальное "программирование и бюджетирование" этой стратегии, направленной не в последнюю очередь на модернизацию функции обеспечения демократического избирательного процесса (ГАС "Выборы").

4. В связи с растущим потенциалом интернет-технологий в части возможного привлечения населения напрямую к вопросам, управления обществом и государством необходима упреждаю-

щая постановка поисковых НИР по определению реальных механизмов непосредственного участия граждан в работе исполнительной, законодательной и судебной власти, а также по определению обоснованных ограничений такого непосредственного участия.

1.2. Поддержка Интернета государством

В Доктрине информационной безопасности Российской Федерации, утвержденной Президентом Российской Федерации 9 сентября 2000 года, отмечается: "В связи с интенсивным внедрением зарубежных информационных технологий в сферы деятельности личности, общества и государства, а также с широким применением открытых информационно-телекоммуникационных систем, интеграцией отечественных и международных информационных систем возросли угрозы применения "информационного оружия" против информационной инфраструктуры России... Сложившееся положение дел в области обеспечения информационной безопасности Российской Федерации требует безотлагательного решения таких задач, как:

- расширение взаимодействия с международными и зарубежными органами и организациями при решении научно-технических и правовых вопросов обеспечения безопасности информации, передаваемой с помощью международных телекоммуникационных систем и систем связи;
- обеспечение условий для активного развития российской информационной инфраструктуры, участия России в процессах создания и использования глобальных информационных сетей и систем".

Правительство России занимается пропагандой Интернета среди населения, но рост количества пользователей Сети сдерживается ценой компьютеров. Министерство связи и информатизации Российской Федерации до конца 2001 года должно было открыть в России 1860 центров коллективного доступа в Сеть на базе региональных почтовых отделений, чтобы население, не

располагающее необходимыми техническими средствами, имело возможность доступа к ресурсам Сети. Государство одновременно поддерживает развитие национальной спутниковой группировки связи гражданского назначения, обеспечивая, в том числе высокоскоростной доступ в Интернет для российских и зарубежных пользователей.

Правительство России разработало Федеральную целевую программу "Электронная Россия", рассчитанную на 2002-2010 годы. Подобная программа существует только в двух странах - в США и Японии. Для России осуществление этой программы может означать начало глобальных изменений во взаимоотношениях власти и общества. Федеральным министерствам и ведомствам предстоит стать поставщиком услуг населению - сделать открытыми нормотворческую деятельность, бюджетный процесс, обеспечить доступ к статистике.

В 2010 году две трети из 30 млн. компьютеров по всей стране будут иметь доступ к Сети, число домашних компьютеров возрастет в 4 раза, доля электронного документооборота составит 65%.

Одна из целей Программы - заложить новые технологические основы развития гражданского общества. Через Интернет Российское государство сможет раскрывать информацию о себе и организовывать взаимодействие между правительством и гражданами, между правительством и бизнесом. Министерство по налогам и сборам Российской Федерации, например, намерено перейти к общению с налогоплательщиками через Интернет: планируется в течение пяти лет перенести большую часть операций, осуществляемых налогоплательщиками, в Сеть. МНС России внесло в Государственную Думу проект поправок к действующему законодательству, который сделает возможным сдачу отчетов налогоплательщиков, а также деклараций о доходах граждан в электронном виде.

1.3. Политика в российском Интернете

Говоря о слабой развитости коммуникаций и недостаточной компьютеризации общества в целом, следует помнить, что выборы как форма всеобщего народного волеизъявления проводятся сравнительно редко, а остальное время реальную политику "делает" все же не население в целом, а экономическая и политическая элита - та часть нации, которая, несомненно, обладает всеми технологическими инструментами, необходимыми для активного пребывания в информационном пространстве. Именно элита является главным объектом воздействия со стороны тайных и открытых противников, а информационная экспансия является важнейшим инструментом власти.

В арену внутривнутриполитической борьбы превращается постепенно и российский национальный сегмент Интернета. Специфическое свойство Интернета в части возможности быстрого вбрасывания в глобальное информационное пространство как позитивных, так и негативных сведений (а в случае регистрации сайта за рубежом - подачи информации без раскрытия источников и заинтересованных сторон) широко используется всеми политическими силами. Вот несколько примеров.

1. 26 ноября 1998 года на одном из серверов, предоставляющем пространство для создания бесплатных веб-страниц, появился сайт "КОГОТЬ, режущий покрывало скрытности и лжи", содержащий материалы слежки за рядом видных российских политиков, бизнесменов и журналистов. Сайт просуществовал в публичном доступе около суток.

2. В январе 1999 года в Сети появился сайт анонимного агентства "Слуховое окно". Цель создателей, судя по всему, - практическая отработка и проведение специальных информационных операций в Интернете.

3. 19 февраля 1999 года в Интернете появился сайт "КОГОТЬ-2", зарегистрированный за пределами России и содержащий материалы о политической элите Красноярского края, взаимоотношениях федеральных и региональных политиков.

4. Новый сайт "КОГОТЬ-7" - яркое свидетельство того, что российские специалисты информационного противоборства в политической сфере смело осваивают западные публичные сайты для информационного противоборства. Дело в том, что в отличие от своих предшественников "КОГОТЬ-7" расположен не в российской части Сети, а на интернет-сервере американского городка Прово, что недалеко от Солт-Лэйк-Сити, США. А потому у заинтересованных лиц немного шансов добиться удаления сайта "КОГОТЬ-7" из Сети. В этом и заключается один из главных экспериментов, который ставят создатели сайта: "КОГОТЬ" продержался в Сети чуть более суток, а "Слуховое окно" - несколько дней; оба сайта физически размещались на российских серверах и были удалены их администраторами. Но на этот раз удалить сайт непросто. Это значит, что любители использовать Интернет для проведения специальных информационных операций в результате проб и ошибок, кажется, додумались до того, как относительно безопасно, а главное, на длительный срок размещать в Сети "достоверные слухи из мира политики и бизнеса".

Впрочем, анонимность подобных акций на самом деле - иллюзия: подключение к Интернету в любой точке мира возможно только через сервер компании-провайдера, который подробно фиксирует в т.н. лог-файлах, кто, с какого номера телефона, когда и к каким ресурсам Сети обращался. Миновать попадание в эти лог-файлы невозможно. В случае же размещения сайта с компроматом на так называемых публичных западных сайтах, на условиях анонимной регистрации предоставляющих в принципе любое дисковое пространство для размещения в Сети любой информации, то реальных механизмов выявления авторов сайтов в настоящий момент официально не существует. Видимо, все известные на сегодня факты "слива негативной информации" - звенья одной цепи: ставятся эксперименты по изучению того, как компромат распространяется из Интернета в традиционные СМИ - в газеты, на радио и ТВ, каков может быть индекс цитирования, какие СМИ будут готовы тиражировать прочитанное на ано-

нимном сервере, удастся ли через Сеть внедрить в общественное сознание некие новые идеи. Экспериментально собранные таким образом сведения могут быть использованы для планирования и осуществления других акций черного пиара.

Подобные сайты, как правило, не нуждаются в систематическом обновлении. Они создаются для разового применения, а потом "умирают". Но жизнеспособность самого явления использования интернет-сайтов для "вброса" компромата является фактом, и эта отнюдь не чистая технология будет существовать, пока на нее существует политический заказ. Да и с формальной точки зрения этот способ отличается относительной дешевизной по сравнению с традиционными. Использование Интернета для этой цели возможно и в период проведения избирательной кампании любого уровня. С одной стороны, из Сети политическая элита черпает информацию, а с другой, поскольку оперативно установить источник подобного рода импульса практически невозможно, обращения в суд как способ защиты от таких действий малоэффективны.

В качестве самого эффективного средства повышения рейтинга начинающего политика политические технологи широко используют конфликты и скандалы, а также "технологии" создания анекдотов и слухов, формирующих определенное электоральное настроение. Факт включения в рейтинг малоизвестных кандидатов или политических партий сам по себе повышает их шансы на выборах, поскольку потенциальные избиратели таким образом знакомятся с ними через публикации результатов опросов в СМИ. Таким образом, вполне возможно использовать опросы в избирательных кампаниях для манипулирования общественным мнением.

1.4. Распространение Интернета в мире

Сегодня Сеть насчитывает уже 100 млн. хостов в более чем 170 странах мира.

В настоящее время во Франции уже действует 4,2 тыс. сайтов

различных государственных организаций, через которые потребители могут получить доступ к 80 административным сервисам. 2,5 миллиона французов подали через Интернет налоговые декларации. В 2005 году через портал Mon.Service-Public.fr каждый гражданин страны сможет открыть специальный персональный раздел на сайте, в котором он будет реализовывать свои гражданские права и обязанности.

Лидером в использовании Интернета на душу населения на международном уровне является Норвегия где с государственными учреждениями посредством Сети общается более половины всего населения страны. Следующие за Норвегией по уровню "интернетизированности" общества - Дания, Канада и Финляндия, а в Латвии и Литве этот показатель составляет лишь 8% и 5% соответственно.

Среди стран Центральной и Восточной Европы по уровню предложения услуг Интернета населению передовой является Эстония. Каждый четвертый житель Эстонии в возрасте от 15 до 74 лет в общении с государственными учреждениями пользуется такими услугами.

1.5. Информационное общество и государство

У России здесь есть реальная возможность оказаться на переднем крае информационных достижений. Интенсивное внедрение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в государственные органы дает возможность:

- приблизить их к гражданам, расширить ассортимент услуг населению;
- сократить затраты на госсектор за счет повышения эффективности;
- стимулировать создание новых информационных продуктов и услуг частным сектором путем адекватной государственной политики.

Следующие принципы должны применяться относительно доступа к общественной информации:

- информация должна быть открыта для всех ("презумпция открытости информации");
- основная информация должна быть бесплатной. Разумная цена должна назначаться, если требуется дополнительная обработка;
- непрерывность: информация должна обеспечиваться постоянно и быть одинаковой степени подробности.

Внедрение в органы государственного управления ИКТ - сложный процесс, обусловленный рядом факторов: вертикальной структурой администрации, которую необходимо заменять на горизонтальную, недостаточным пониманием его важности со стороны служащих (требуются интенсивные программы обучения), нехваткой баз данных для публичного доступа.

С помощью Интернета государство может информировать граждан, существенно продвинуть формирование информационного общества в России. Раскрытию информационных ресурсов государства для всеобщего пользования (в том числе и на условиях оплаты) мешает несколько факторов. К ним можно отнести непонимание руководителями старой школы важности информационных технологий (психологический фактор), а также затратный метод финансирования и создания информационных систем в органах государственной власти, когда нет никакой зависимости между объемами затрат на информационные и коммуникационные технологии и эффективностью работы государственных органов.

Роль государства должна состоять в том, чтобы найти баланс между конкуренцией и регулированием, свободой персональных коммуникаций и необходимостью защищать общественные интересы от террористов, свободой слова и защитой нравственности и интересов несовершеннолетних, обеспечить равный доступ к сетевым услугам и информации, доступ к правительственной информации.

Правительство Саудовской Аравии объявило конкурс среди компаний по разработке программного обеспечения на создание наиболее совершенной программы, позволяющей фильтровать

содержимое страниц в Интернете. Жители Саудовской Аравии - одни из самых активных пользователей Интернета на всем Ближнем Востоке. Однако официальная позиция правительства страны такова - мусульмане не должны иметь доступ к страницам, содержащим информацию, противоречащую убеждениям верующих (сайты с порнографическим, антиправительственным и антимусульманским содержанием).

Черный список подобных сайтов ежедневно пополняет специальный департамент при правительстве. Причем принести заявку о сомнительном сайте может каждый желающий. Этой возможностью пользуются от 200 до 500 жителей страны в день. Примерно та же картина на сегодняшний день наблюдается в КНР. Компании - разработчики подобных программ подвергаются критике за ущемление свободы слова и прочих прав человека, однако их продукты используются и в других странах крупными компаниями, школами и университетами.

1.6. Феномен Интернета

Нулевая стоимость тиражирования и простота производства электронных документов уничтожили пропасть между публикатором информации и ее потребителями, сделав каждого способным выполнять издательские функции.

На начальном этапе своего появления Интернет был прежде всего способом связи для компьютера или группы уже объединенных в локальные сети компьютеров. Но неизбежно наступил момент, когда "вырастающая" система перешла в качественно новое состояние. На таком уровне интеграции все ресурсы, подключенные к Интернету (сайты, хосты, серверы), стали частью единого информационного пространства, живущего по своим законам. Однако, предоставив огромные возможности по доступу к информации, Интернет стал катализатором многих негативных явлений, общественная опасность которых и ранее признавалась законодательствами большинства стран.

Скорость, с точки зрения пользователя, является одной из

главных особенностей Интернета. Глобальная сеть - наиболее "быстрая" по субъективным ощущениям пользователя информационная среда из всех возможных. Время обмена информацией^ ее изменения в Интернете, в основном, определяются часами, минутами и даже секундами. Причем это время практически не зависит от расстояния, поэтому в отличие от большинства традиционных средств коммуникации становится возможно без увеличения затрат оперативно взаимодействовать с партнерами, даже если они находятся на другом континенте.

Аудитория. Статистики Сети констатируют, тот факт, что катастрофы и трагедии хороши для СМИ, подтверждается и в случае Интернета. После каждого крупного потрясения расширяется аудитория сетевых информационных сайтов, а за этим следует увеличение количества постоянных пользователей Сети. Так было, например, во время финансового кризиса в 1998 году, а затем после взрывов в Москве, пожаров в Останкине (когда Интернет остался единственным электронным СМИ). Так случилось и после террористических актов в Нью-Йорке и Вашингтоне 11 сентября 2001 года. Это отражает готовность публики получать информацию из Сети наравне с остальными СМИ, а также воспринимать сетевые СМИ не только как канал получения "голых" новостей, но и как источник информационного анализа и комментария. Наблюдается положительная обратная связь: больше информации - больше пользователей - еще больше информации.

У Интернета есть своя, особая специфика, благодаря которой его невозможно сравнить с обычными СМИ. Хотя бы потому, что его невозможно "информационно монополизировать" в отличие, скажем, от центральных телеканалов. Эта особенность Сети - один из факторов, которыми объясняется ее возрастающая популярность. Кроме того, увеличивающаяся аудитория Интернета достаточно независима: в отличие от телевидения и прессы, не оставляющих потребителю права самостоятельно выбирать новости, Сеть позволяет "фильтровать" информацию по своему усмотрению и чувствовать себя более осведомленным о том, что

творится в мире. Пользователи имеют возможность получать информацию именно тогда, когда что-то происходит, в этот момент возрастает интерес к наиболее оперативным и полным источникам, поэтому очевидные технологические преимущества сетевых СМИ делают их серьезным конкурентом традиционных медиа.

Электронная почта (e-mail). В России по состоянию на январь 2001 года число пользователей электронной почты выросло за год в пять раз и составило 10,8 миллиона человек, а в мире сейчас насчитывается уже свыше 500 млн. почтовых ящиков. Почтовые услуги - это не только возможность получать и отправлять электронные сообщения на межличностном, индивидуальном уровне. Можно обмениваться сообщениями в режиме рассылки, подписного издания, возможна и схема "от многих ко многим", которая реализуется в почтовых конференциях, когда все участники конференции получают письма других участников.

Полезной особенностью Интернета является уже привычная структура электронных текстов - гипертекст. Если при традиционном изложении понятия связываются линейно в тексте документа, то гипертекст создает многоуровневые связи между словом и его более подробным толкованием. Каждый термин одновременно может быть "ссылкой", то есть логически связан с рядом контекстов и с их помощью описан, проиллюстрирован или снабжен комментариями любого объема и глубины.

Ссылками могут быть вообще любые элементы электронной страницы (веб-страницы) - текст, картинки, кнопки. Если нажать на них мышкой, программа просмотра страниц (браузер) пошлет серверу, указанному в ссылке, запрос на документ, который в ней же и обозначен. Таким образом можно передвигаться от документа к документу, от сервера к серверу, пользуясь тем, что Интернет представляет собой гигантскую сеть, связывающую документы и серверы друг с другом нитями гиперссылок.

1.7. Проблемы Интернета

Проблемы поиска. Среди прочих проблем Сети есть и чисто технологическая: недостаточная пока степень интеграции интернет-служб, не позволяющая в полной мере воспользоваться глобальными ресурсами Интернета. Принципиальную доступность любой информации через Сеть не следует путать с реальными возможностями работы с ней. Отдача от доступа к глобальному океану информации во многом иллюзорна. Сейчас, в принципе, доступны почти все информационные массивы, собранные в бесчисленных базах данных, однако по-настоящему освоен лишь тонкий "поверхностный" слой этой информации.

Всемирная паутина (Web) содержит сейчас порядка 2,5 млрд. документов, а общий объем подключенных к Сети баз данных составляет примерно 550 млрд. документов. Эти документы выдаются по соответствующим запросам в виде динамических формируемых на лету страниц. Причем 95% этих баз данных находятся в общественном пользовании. Если в Web лежит от 10 до 20Тбайт текстовой информации, то в базах данных - порядка 7,5 Петабайт.

Освоение Сети означает в первую очередь реальную возможность найти нужную информацию: доступ-то имеется, но глобальный поиск отсутствует. В итоге пользователь (даже оплативший доступ к платным базам данных) вынужден самостоятельно копаться в многочисленных "черных ящиках" локальных баз данных, не имея возможности систематического глобального поиска.

Проблема распространения спама в информационных сетях. Принудительная рассылка сообщений, подчас бессмысленных, получила в информационной среде название "спам" (от английского SPAM - spiced ham, что означает перченый фарш, просроченные мясные консервы низкого качества). Современные спаммеры - это люди, которые специально занимаются рассылкой подобных сообщений, руководствуясь самыми различными

мотивами. Различают:

а) рекламный или коммерческий спам - ненужные рекламные сообщения о товарах и услугах, которые насильно рассылаются без ведома адресата, нечто вроде рекламных проспектов, бесплатно опускаемых в почтовый ящик (спаммеры, которые занимаются распространением коммерческого спама, часто получают несанкционированный доступ к чужому серверу, что мешает их пользователям получить нужную информацию с должной степенью оперативности);

б) спам идеологический, т.е. сообщения политического, агитационного или религиозного характера;

в) спам беспорядочный, бессмысленный (т.н. идиотский).

От "чумы информационного века", как окрестили спам, уже существуют законные способы защиты, которые не только предохраняют, но и непосредственно воздействуют на нарушителя. Однако судебная практика по подобным делам отсутствует. В российском сегменте Интернета уже распространены и саморегуляционные методы борьбы со спамом путем применения различного рода технических средств.

Информационные ресурсы русского Интернета развиваются прогрессивными темпами, однако представительство государственных информационных ресурсов многими оценивается как неудовлетворительное. Модернизация подхода к их развитию связана с проблемами реализации демократического права на информацию и открытости правительства, которые в развитых государствах практически полностью решены.

2. Интернет в информационном обеспечении выборов

2.1. Общая информация о выборах

В Интернете сформирована всеобъемлющая информационная инфраструктура, позволяющая получить сведения практически по всем отраслям знаний. За последние годы изменилось не только количество пользователей Сети в России. Изменились также их пристрастия - если в конце 90-х годов наиболее популярными были разного рода развлекательные ресурсы, то сегодня самыми популярными стали страницы, предлагающие полезную информацию, в том числе политическую. В качестве источников общей информации могут рассматриваться сайты поисковых систем, справочные сайты и сетевые издания.

Поисковые системы являются универсальными инструментами с точки зрения поиска любой информации. Самые используемые системы, расположенные на общеизвестных сайтах www.yandex.ru, www.aport.ru, www.rambler.ru позволяют осуществлять произвольный поиск нужной информации по одному или нескольким словам. Эти общедоступные информационные инструменты экономят время и силы, но отличаются высоким уровнем информационного "шума".

Справочные сайты содержат статистические данные о регионе, об избирателях, которые в Интернете не представляют собой уникальный информационный ресурс, т.к. их можно получить из вполне доступных статических брошюр или компакт-дисков, как и один из наиболее популярных ресурсов - телефонные базы данных горожан, некоторые из которых представлены в Интернете.

Сетевые издания используются как источник информации именно политического характера (64% посетителей). В рейтингах самых популярных сайтов неизменно лидируют сетевые издания и сетевые информационные агентства. Нужно ли говорить, что любой "вброс" информации именно через эти сайты всегда найдет отклик? Притом, что источник информации и ее достоверность проверить чрезвычайно сложно, а ожидаемый эффект бывает достигнут без промедления. Примеров тому достаточно - все чаще в новостях цитируют сообщения сетевых СМИ, не имеющих печатного аналога, разнося весть из Интернета по стране уже с помощью центральных средств массовой информации. Сетевые издания имеют сеть собственных корреспондентов и уже воспринимаются как серьезный инструмент политического влияния.

Практика показывает, что технология использования сайтов для "вброса" компромата постепенно устаревает: стандартом и правилом становится регистрация интернет-СМИ в Министерстве Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций, что свидетельствует о соблюдении источником принятых правил. По сообщениям информационного агентства "Интерфакс" в июне 2001 года количество сайтов, зарегистрированных в МПТР России, уже приближалось к 1000.

С достаточно полным списком сетевых изданий можно ознакомиться на сайте www.smi.ru или же выйти на них через поисковые системы. Интернет-версии печатных СМИ, особенно центральных, предоставляют бесплатный доступ, как правило, к последним номерам. Возможность просмотра и поиска в архиве часто является коммерческой услугой и доступна лишь подписчикам.

Сайты региональных СМИ представляют особый интерес. По сравнению с центральными они больше внимания уделяют местным проблемам и соотношению сил в конкретном регионе. Вообще же полнота информации о том или ином регионе в Интернете определяется степенью развитости Сети в каждом из них.

И здесь не последнюю роль играет заинтересованность в этом процессе руководителей региона, крупных фирм и влиятельных предпринимательских структур.

2.2. Специализированная информация о выборах

Формированию собственной точки зрения у избирателя, выработке модели рационального выбора с помощью Интернета способствует, с одной стороны, получение большого количества информации по выборам из разных источников, с другой - разнообразные формы представления этой информации: текст, аудио- и видеофайлы, графика. Интернет значительно расширяет способы связи между участниками избирательного процесса, постепенно превращаясь в арену информационного противоборства. Многие информационные ресурсы могут рассматриваться в политическом ракурсе, их влияние на электоральное поведение несомненно.

Строгого определения понятия "политический Интернет" не существует, т.к. любые общественные процессы могут быть отнесены к политическим и соответственно все информационные ресурсы могут рассматриваться в политическом ракурсе.

Из специализированных сетевых ресурсов, используемых участниками избирательного процесса, с точки зрения содержания можно выделить следующие группы.

- Ресурсы органов государственной власти.
- Страницы избирательных комиссий, призванных публиковать официальную информацию о выборах: справки о кандидатах, информацию об избирательных участках, результатах выборов, сбор сообщений о нарушениях и т.д.
- Сайты политических партий и кандидатов, основная задача которых - агитация и привлечение новых избирателей, а также информирование о проводимых ими пресс-конференциях.
- Опросные сайты, где предлагается проголосовать за какого-нибудь кандидата или предложить своего - своеобразные

упражнения по голосованию, результаты которых обычно контролируются владельцем сайта и создают псевдорейтинги для упомянутых на нем кандидатов.

- Аналитические сайты, где представлены различные политические силы (их агитационные материалы, интервью с лидерами, оценки экспертов и др.), а также заказные и незаказные предвыборные материалы СМИ.

Ресурсы государственных органов. Органы государственной власти России сегодня имеют представительство в Сети. В российском сегменте сети Интернет RGIN, предназначенном для обмена информацией органами государственной власти федерального и регионального уровней, с 1998 года работает сервер "Официальная Россия" (www.gov.ru). За последние несколько лет в Сети сменилась не одна версия сайта Президента Российской Федерации (в настоящее время вместо старого, довольно скромного, сайта главы Российского государства в начале 2002 года планируется открыть в Интернете целый информационный центр). Имеют свои сайты Государственная Дума и Совет Федерации, а также более половины федеральных министерств и ведомств.

С точки зрения организации подготовительного этапа избирательной кампании в регионах, информация, размещенная о них в Интернете, сегодня не отличается полнотой. Тем не менее в Сети можно обнаружить кое-что из официальных сведений. Например, тут уже представлены исполнительная и законодательная власти регионов, адреса и контактные телефоны администраций и властных структур, сведения о наиболее крупных предприятиях, социально-демографический и национальный состав населения региона, религиозные конфессии, основные СМИ и т.д.

Информация ЦИК России. Практика выборов постоянно подтверждает потребность информационной прозрачности и открытости в деятельности избирательных комиссий всех уровней и освещении отдельных стадий избирательного процесса. Одним из средств реализации права граждан на свободный до-

ступ к информации о выборах и референдумах, о деятельности избирательных комиссий является формирование общедоступных баз данных избирательных комиссий всех уровней, в том числе на доступных серверах российского Интернета. Здесь должен играть свою значительную роль и сайт ЦИК России, открытый в мае 1998 года и с тех пор освещающий все федеральные избирательные кампании и выборы всех уровней в субъектах Российской Федерации.

Этот сайт содержит информацию о составе и деятельности ЦИК России, законодательной базе федеральных выборов и референдумов, об освещении деятельности Комиссии в средствах массовой информации, календарь выборов и т.д. В нынешнем виде сайт выполняет скорее представительскую функцию и не ставит целью давать оперативный комментарий ко всем электро-ральным событиям. В настоящее время проведена большая работа по созданию новой версии сайта для обеспечения большей открытости информации об избирательных кампаниях, оперативной информированности российской и международной общественности о федеральных и региональных выборах.

По данным ФЦИ при ЦИК России за первое полугодие 2001 года на сайте зарегистрировано 84 тыс. посещений (около 500 в день), из них 21 тыс. - из Восточной Европы, 20 тыс. - из Северной Америки. Сайт посетили 20 тыс пользователей из них 5 тыс. - более одного раза.

Информация региональных избирательных комиссий. В октябре 2001 года в ЦИК России был проведен анализ существующих интернет-ресурсов избирательных комиссий субъектов Российской Федерации. По организации и степени актуальности информации ресурсы двадцати двух сайтов избирательных комиссий можно разделить на три группы:

- регулярно обновляемые и поддерживаемые ресурсы избирательных комиссий;
- страницы избирательных комиссий, размещенные на официальных ресурсах администраций регионов;
- сайты (или страницы) избирательных комиссий, созданные

для отображения хода и итогов конкретных избирательных кампаний.

Из 89 избирательных комиссий субъектов Российской Федерации регулярно обновляемые интернет-сайты имеют только одиннадцать:

Центральная избирательная комиссия Республики Саха (Якутия) (www.ykt.ru/izbirkom);

Центральная избирательная комиссия Республики Татарстан (izbircom.tatarstan.ru);

Избирательная комиссия Белгородской области (www.izbirkom.bel.ru);

Избирательная комиссия Воронежской области (www.ikvo.vrn.ru);

Избирательная комиссия Ивановской области (izbircom.ivanivo.ru);

Избирательная комиссия Иркутской области (oblizbirkom.irk.ru);

Избирательная комиссия Мурманской области (www.ikmo.ru);

Пермская областная избирательная комиссия (www.elect.perm.ru);

Избирательная комиссия Ростовской области (www.ikro.aanet.ru);

Тверская областная избирательная комиссия (www.netra.fci.ru/~iksr69);

Московская городская избирательная комиссия (mik.mos.ru).

Большинство из этих сайтов имеют разделы, содержащие информацию о составе избирательной комиссии субъекта Российской Федерации, о законодательных основах выборов, о ходе и результатах федеральных, региональных и местных выборов в регионе (в виде таблиц, диаграмм, графиков, карт), архивные данные, ссылки на интернет-ресурсы ЦИК России и избирательных комиссий других регионов.

Ресурсы избирательных комиссий таких субъектов, как Мурманская и Пермская области, Республика Татарстан снаб-

жены поисковыми системами, имеют современный дизайн, наиболее полно отражают деятельность комиссий. Первая страница сайта Избирательной комиссии Мурманской области выполнена с использованием flash-технологии. На сайте Пермской областной избирательной комиссии организована гостевая книга, где посетители сайта могут высказать свои пожелания и предложения, кроме того в разделе "Вопрос-ответ" члены Комиссии отвечают на вопросы избирателей. Следует отметить также сайты Центральной избирательной комиссии Республики Саха (Якутия), Тверской областной и Московской городской избирательных комиссий.

Сайты избирательных комиссий Оренбургской области (www.stormloader.com/orenburg) и Удмуртской Республики (www.udm.web.ru) хотя и имеют наиболее употребляемую структуру (разделы о деятельности комиссии, об избирательном законодательстве и др.), но размещенная на них информация не обновляется.

Ресурсы избирательных комиссий Ханты-Мансийского автономного округа (www.hmao.wsnet.ru.power/izcom) и Ярославской области (www.adm.yar.ru/vote) располагают свои страницы на официальных сайтах администраций регионов. Выход на страницу осуществляется при выборе соответствующего пункта меню. Здесь имеется информация о составе избирательных комиссий, итогах проходящих в регионе выборов в виде таблиц, карт, диаграмм.

Ресурсы избирательных комиссий Кемеровской области (www.kemerovo.su/vybor), Красноярского края (212.41.0.9/stp/kik/default/asp), Астраханской (www.astranet.ru/vybor/inform.htm), Нижегородской (www.aist/nnov.ru), Самарской (election.samara.ru/archive), Свердловской (www/midural.ru/izbircom), Томской областей (www.election99.tomsk.ru) и Санкт-Петербургской избирательной комиссии (www/election.spb.ru) организованы только для отображения информации об одной или нескольких избирательных кампаниях в регионе. При этом отсутствует информация об из-

бирательной комиссии и ее деятельности, а размещенная информация статична и актуализируется только во время проведения выборов.

В ноябре 2001 года в Интернете появилась страница Избирательной комиссии Ставропольского края, посвященная выборам депутатов в Государственную Думу края. Число ее посетителей достигает в день 1,5 тысячи человек. Около 10% из них - москвичи, есть соседи по региону, а есть и довольно далекие от края адресаты.

Представляется целесообразной дискуссия по вопросу разработки единой согласованной информационной политики ЦИК России и организаторов выборов в субъектах Российской Федерации. По результатам обсуждения возможно решение вопроса об объединении усилий (финансовых, организационных) по созданию и наполнению баз данных избирательных комиссий в регионах. Их сайты могут стать прообразом интеллектуальных узлов объединенной инфраструктуры избирательных комиссий - центрами ситуационного анализа, использующими в своей деятельности мониторинг хода федеральных и региональных выборов.

Сайты политических партий. Опыт избирательных кампаний в России показал, что использование Интернета - это новый и не очень трудоемкий способ оказывать влияние на умы электората. По крайней мере, так полагают многие политические организации, открывая собственные сайты. Но насколько оправданны подобного рода "вложения" и можно ли действительно воспринимать Сеть как эффективный инструмент влияния? Да и масштабы влияния Интернета на российское общество, согласно исследованиям агентства "Monitoring.ru", пока не так уж велики: три четверти населения России находится вне зоны влияния Сети.

Но несмотря на то что сегодня 85% россиян получают основную информацию по телевидению (данные на июнь 2001 г.), политики используют рекламу в Интернете. Ведь если телевизионная картинка "живет" секунды, газетная публикация - дни, то

тексты, фото- и видеофайлы в Сети могут существовать месяцы и годы. В условиях ужесточения финансового контроля за предвыборной агитацией и удорожания услуг электронных СМИ Интернет имеет заметные преимущества.

Первым политическим объединением, осознавшим силу Рунета, стало "ЯБЛОКО", создавшее свою интернет-страницу в 1996 году. Затем появились сайты и других политических объединений, содержащие устав и программу партии (движения), предвыборную платформу или тезисы, данные о регистрации в Минюсте России, а также эмблему и даже гимн. Период со второй половины 1998 года по первую половину 1999 года стал начальным этапом формирования ресурсов российского политического Интернета. Их качественный рост во многом связывают с приближавшимися парламентскими и президентскими выборами.

Министерство юстиции Российской Федерации объявило об открытии интернет-ресурса "Политические партии России". Решение об открытии сайта www.party.scli.ru Минюст России принял в соответствии со статьей 19 Федерального закона "О политических партиях", которая предписывает этому министерству в течение двух месяцев со дня вступления в силу вышеуказанного Федерального закона открыть специальный сайт.

Цель проекта - публикация перечня политических партий и их региональных отделений, размещение сводных финансовых отчетов политических партий, контактных телефонов постоянно действующих руководящих органов политических партий и их региональных отделений и другой открытой информации о российских политических партиях.

Персональные сайты. Одним из важнейших стратегических направлений избирательной кампании является разработка эффективной связи между кандидатом и избирателями. Особым вниманием пользуется такая форма информирования и агитации, как персональный сайт кандидата. И хотя иметь свой сайт в Интернете становится для политика правилом хорошего тона, на региональном уровне это явление не частое, за исключением

официальных сайтов руководителей субъектов Российской Федерации.

В первую очередь на сайте могут быть размещены агитационные материалы, пропагандирующие идеи того или иного кандидата. Но мало привлечь посетителей на свой сайт - нужно использовать интерактивные средства Сети, чтобы удерживать на сайте заинтересованных потенциальных сторонников в период между выборами. Этап создания эффективно функционирующего "политкомьюнити" в России еще предстоит пройти. И возможно, что это случится уже на ближайших парламентских и президентских выборах.

Для участвующего в выборах политика также принципиально важно, чтобы его ресурсы в Сети (хотя и не имеющие пока решающего значения в информационном противодействии) представляли собой независимые информационные каналы, не подверженные давлению со стороны государства или конкурентов. Интернет-сайт обеспечивает оперативную возможность распространения любой информации для достижения различных целей. В этой связи политтехнологи рекомендуют (оставляя в стороне этику), чтобы интернет-ресурсы включали [3]:

- позитивный интернет-сайт (как средство предвыборной агитации);
- новостной интернет-сайт (для контрпропаганды и запуска слухов);
- "компроматный" интернет-сайт (как источник для последующей перепечатки в "желтых" СМИ).

В 1999 году у многих участников избирательной кампании по выборам в Государственную Думу были собственные страницы в Интернете. На президентских выборах 2000 года свои сайты были у всех кандидатов на эту должность, кроме С. Говорухина.

Однако не всегда существующие сайты пользуются спросом. В основном это объясняется невысокой популярностью конкретной личности, но существуют и другие причины их невысокой эффективности, а именно:

- недостаточно качественное художественное оформление;

- создание с запаздыванием, что не позволяет "раскрутиться" в рамках избирательной кампании;

- излишне формальный, официозный характер, дублирование содержания агитационных материалов в печатных СМИ.

Для оптимизации указанного информационного ресурса есть несколько путей:

- создавать сайт задолго до официального назначения выборов, что позволит информировать общественность, не нарушая избирательного законодательства;

- использовать рекламную баннерную поддержку на наиболее посещаемых сайтах, а во время избирательной кампании - и другие виды рекламы;

- размещать личностную информацию, инициирующую диалог, например дискуссионные форумы: согласно социологическим опросам пользователи Сети хотят видеть на сайтах партий и кандидатов не столько официоз, сколько информацию, посвященную сравнению программ кандидатов с программами их оппонентов;

- обеспечить обратную связь с посетителями сайта с помощью электронной почты (ресурс e-mail имеет еще и особое самостоятельное значение в организации оперативной связи между группами поддержки кандидата).

Для привлечения посетителей на заданный сайт могут использоваться и следующие специфические интернет-технологии.

Поисковые серверы. Поисковые системы и каталоги пользуются среди пользователей Сети и рекламодателей заслуженной популярностью: по статистике 90% пользователей ищут нужную информацию именно с их помощью.

Списки рассылок Тематика рассылок может быть достаточно разнообразна - агитационный материал, сведения персонального характера, политические и деловые новости. Политическая реклама в тематических региональных списках рассылок может быть довольно эффективна, т.к. направлена на целевую аудиторию, заинтересованную в соответствующем информационном продукте.

Баннерные сети. Баннеры работают как имиджевая реклама и способствуют привлечению посетителей на сайт. Баннерные сети позволяют оперативно менять параметры рекламной кампании и предоставляют подробную статистику о ходе рекламной кампании.

Статистические исследования. В ходе кропотливой работы по оптимизации сайта можно постоянно улучшать его пользовательские характеристики. Улучшения проявляются обычно в мелочах: добавление новой возможности, отладка навигации, чтобы на просмотр сайта тратилось меньше движений, новая конструкция архива новостей для упрощения поиска и т.д. Необходимость оптимизации не всегда очевидна, решения могут приниматься интуитивно, и здесь на помощь приходит обработка статистических данных посещаемости сайта. Подобные исследования пока новинка, но следует учитывать, что Интернет в силу своего устройства как никакой другой медиа-носитель приспособлен для проведения такого рода исследований.

Однако ориентация только на виртуальные показатели роста аудитории сайта в российском Интернете может оказаться бесполезной. Усилия проектировщиков сайта должны быть направлены на удовлетворение информационных запросов именно структурированных "целевых" аудиторий, пусть количественно менее впечатляющих. Как известно, для магазина один покупатель важнее любого количества случайных посетителей. Но на сегодняшний день стратегия привлечения внимания целевых аудиторий к своим информационным ресурсам является скорее исключением, чем правилом.

Интернет-конференции. Все более популярными у российских политиков становятся интернет-конференции. Преимуществ у подобного способа общения с избирателями много: сравнительная простота организации, возможность фильтровать "неудобные" вопросы, избегая уточнений, эффект массовости, а также создание имиджа "продвинутого" политика, не чуждого новым технологиям. Дополнительный эффект - информационная волна. Правильно организованное мероприятие гарантирует до-

вольно большой резонанс и индекс цитирования в различных, прежде всего региональных, СМИ при минимальных затратах Моделируется живое общение - пользователь не в состоянии узнать, кто именно и в какой момент времени ответил на тот или иной вопрос. Тем не менее, несмотря на всю кажущуюся без-опасность "прямого" общения с согражданами, гости "онлайнов" все-таки рискуют. Всегда есть опасность хакерского взлома, малой посещаемости сайта или вообще отсутствия вопросов.

Как правило, во время интернет-конференции политику удается ответить на небольшую часть заданных вопросов, ответы на остальные впоследствии можно разместить на объявленном официальном сайте. Безусловно, это способствует росту личной популярности.

Организаторы выборов тоже используют интернет-конференции в своей деятельности. Так, 15 января 2001 года на сайте www.rbc.ru информационного агентства "РосБизнес-Консалтинг" провел пресс-конференцию в Интернете Председатель Центральной избирательной комиссии Российской Федерации А.А. Вешняков. О важной роли, которую ЦИК России играет в политической жизни страны, свидетельствует тот факт, что к организованной on-line акции присоединились более 18 тысяч человек из 60 субъектов Российской Федерации и из 17 зарубежных стран.

Еще одну конференцию А.А. Вешняков провел 3 ноября 2001 года на сайте "Страна.Ру" в Интернете (и одновременно в прямом эфире радиостанции "Маяк"), ответив на несколько десятков вопросов, связанных с выборами в субъектах Российской Федерации (в частности, в Якутии), недавно принятым Федеральным законом "О политических партиях" и поправками к Федеральному закону "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации".

11 апреля 2000 года посетители сервера сетевой газеты "Воронеж on-line" приняли участие в интернет-конференции на тему "Развитие воронежского законодательства" с председателем об-

ластной Думы А. Голиусовым, задав ему несколько десятков вопросов.

В июне 2001 года во Владивостоке состоялась интернет-конференция, в ходе которой председатель Избирательной комиссии Приморского края С. Князев в качестве эксперта в режиме реального времени консультировал Санкт-Петербургский уставный суд.

Еще одной формой связи политика с интернет-аудиторией являются опросы посетителей сайта по актуальным темам. Каждый отдельный опрос обычно представляет собой один вопрос, посвященный конкретной узкой теме, и предлагает на выбор три варианта ответа: да, нет, не знаю. Даже при отсутствии репрезентативности состава респондентов результаты опроса являются индикатором общественного мнения по данной проблеме и своеобразным средством обратной связи с пользователями.

Проекты общественного контроля за выборами. За последнее время наблюдалось несколько попыток реализации планов общественного интернет-мониторинга хода выборов.

1. В день проведения парламентских выборов 19 декабря 1999 года был открыт сайт "Выборы в России", начавший распространять информацию о предварительных итогах голосования, полученных методом опроса на 100 избирательных участках среди проголосовавших избирателей в 20 городах России. Об этом же в 13 часов сообщили избирателям по телеканалам в информационной программе "Вести". Это было явной попыткой информационного воздействия на волеизъявление российских избирателей. ЦИК России обязана была реагировать: письмо в Генеральную прокуратуру Российской Федерации и предупреждение автору проекта, руководителю Фонда эффективной политики Г. Павловскому привели к закрытию доступа к сайтам с exit polls.

Подобная акция не является настоящим опросом общественного мнения и может исказить ситуацию (избиратели вправе дать ответ, не соответствующий действительному волеизъявле-

нию). Но она "помогает" тем, кто еще не решил, за кого голосовать, сформировать свое мнение. Это противоречит идее невмешательства в процесс принятия решения избирателем, ради чего в избирательное законодательство внесены требования по неопубликованию результатов опросов и прогнозов.

2. Организаторами проекта Фонда ИНДЕМ "Мониторинг федеральных выборов 1999-2000 годов" выступили Союз журналистов России и региональный общественный фонд "Информатика для демократии". Проект является негосударственным и непартийным. Он проводится под эгидой ЮНЕСКО в сотрудничестве с ЦИК России. При подписании договора Председатель Центральной избирательной комиссии Российской Федерации А.А. Вешняков подчеркнул, что ЦИК России готова к сотрудничеству с любыми общественными организациями, которые намерены контролировать ход выборов в рамках действующего законодательства. Проектом предусматривались следующие акции: сбор информации о событиях (в частности, о нарушениях) в ходе избирательных кампаний, распространение методических материалов по наблюдению за выборами и результатов социологических исследований, проведение выездных семинаров в регионах.

Таким образом, в условиях противостояния избирательных комиссий давлению отдельных представителей исполнительной власти одним из методов борьбы становится своевременное информирование избирателей о допускаемых нарушениях, способствующее принятию ими соответствующего решения при голосовании, а Интернет используется как среда, в которой организуется гражданская деятельность.

3. Идея открытости и гласности присутствует и в других предложениях (например, Объединение "ЯБЛОКО"), направленных на использование сетевых ресурсов избирательных комиссий. В пункте 14 статьи 47 Федерального закона "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации" сказано, что избирательная комиссия периодически направляет в СМИ для опубли-

ликования сведения о поступлении и расходовании средств избирательных фондов. Опубликование подобной информации в Интернете на сайтах избирательных комиссий будет способствовать контролю за соблюдением правил "честной игры". Избирательные комиссии не должны бояться контроля со стороны общества. Именно общественность, пресса могут защитить организаторов выборов от давления как власти, так и не разборчивых в средствах претендентов на нее.

По сообщениям агентства "Интерфакс" в ноябре 2001 года в Чувашии открылся сайт www.chr.ru под названием "Правда о выборах Президента Чувашии". Его создатели заявили, что основной задачей данного независимого информационного ресурса является предоставление избирателям права открыто и свободно высказать свое мнение о политической жизни и избирательном процессе в Чувашии и быть услышанными действующей властью и кандидатами на должность Президента Чувашской Республики, а также общественностью (несмотря на невысокую степень "интернетизации" республики).

Авторы предоставляли всем кандидатам равное право вступления в диалог с избирателями на страницах ресурса. Здесь же публиковались новости, ответы на вопросы избирателей, результаты опросов общественного мнения, нормативные акты и другие документы о выборах в Чувашской Республике. На этом же сайте по адресу проводится виртуальное голосование "Интернет выбирает Президента Чувашии".

3. Информационно-психологическое воздействие через Интернет

3.1. Общее представление об информационно- психологических воздействиях. Политический аспект

В Доктрине информационной безопасности Российской Федерации введено понятие "противоправные информационно-психологические воздействия". Именно такие воздействия рассматриваются в Доктрине как серьезные угрозы личности, обществу и государству и прежде всего конституционным правам и свободам человека и гражданина в области духовной жизни и информационной деятельности, индивидуальному, групповому и общественному сознанию, духовному возрождению России.

Речь идет о возможной деформации системы массового информирования населения и распространении дезинформации, что может привести к нарушению общественной стабильности, о нанесении вреда здоровью и жизни граждан вследствие пропаганды или агитации, возбуждающих социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду, о деятельности тоталитарных сект, пропагандирующих насилие и жестокость. Все эти угрозы могут вызвать масштабные и разрушительные последствия для общества и государства.

Актуальность разработки представлений о информационно-психологических воздействиях и информационно-психологической безопасности как состояния защищенности людей от них [4] стала осознаваться лишь в последние несколько лет. Эти воздействия, осознаваемые или неосознаваемые, могут

приводить и, как показывает жизнь, в действительности приводят к серьезным нарушениям психического и физического здоровья, размыванию естественных и культурно-заданных норм поведения, к росту рискованных социальных и личностных ситуаций, к искажениям представлений человека о мире и о самом себе.

В настоящее время влияние новых технологий информационного воздействия на общество в целом, на организованные и не организованные группы и массы людей и на отдельного человека непрерывно растет. Эти технологии превращаются в мощный инструмент воздействия на сознание и манипулирования им. В рефлексивном управлении при принятии решений в конфликте или в переговорном процессе, в острых политико-пропагандистских акциях в ходе избирательных кампаний, в повседневной политико-психологической борьбе одних групп СМИ против других - во всех этих и множестве иных проявлений этих процессов происходит постоянное совершенствование методов и средств изменения сознания человека. По аналогии с традиционными высокими технологиями high-tech, направленными на изменение окружающей природной или искусственной среды, технологии изменения сознания уже получили название high-hume. Не подлежит сомнению, что все эффективные технологии манипулятивны по своей природе. Программирование и самопрограммирование сознания бросают серьезный вызов всему человечеству. В связи с быстрым ростом российского сегмента Интернета и количества политически активных его пользователей эта глобальная компьютерная сеть в последние годы стала играть все более видную роль в программировании сознания.

Существует несколько подходов к описанию и анализу информационно-психологических воздействий. Первый и второй планы относятся собственно к индивиду (личности).

При первом подходе человек рассматривается как гражданин, т.е. как субъект политической жизни, носитель определенного мировоззрения, обладающий более или менее выраженными

правосознанием и менталитетом, духовными идеалами и ценностными установками. Гражданин - сознательный субъект отношений с властью (государством) и строит свое жизненное поведение в зависимости от того, насколько он этой власти доверяет. Доверие к власти - главный стержень общественного поведения граждан. Так как формирование доверия - одна из основных политических задач власти, она прямо или косвенно использует все находящиеся в ее распоряжении источники воздействия на граждан, прежде всего государственные СМИ, а также другие. Неадекватное общественным (с точки зрения власти) интересам поведение гражданина может принимать как острые формы политического экстремизма, угрожающие самому существованию власти, так и политического равнодушия, в не меньшей степени подрывающего основы общественной жизни.

При втором подходе человек рассматривается как личность - индивид, обладающий сознанием, которое подвержено различного рода манипулятивным воздействиям, информационным по своей природе, результаты которых могут прямо угрожать физическому или психическому здоровью человека. Именно такие воздействия часто на протяжении многих лет формируют морально-психологическую атмосферу в отдельных слоях общества, питают криминальную среду и способствуют росту психических заболеваний. Сектантское проповедничество, распространение мистических и эзотерических учений и практик, магии, шаманства и т.п. могут служить примером таких воздействий, приводящих к социальной и личностной дезадаптации, а в ряде случаев - к разрушению психики человека.

Серьезную опасность для психики представляет распространение, прежде всего по сети Интернет, порнографии, непристойной и оскорбляющей общественную нравственность информации, нарушающей сложившиеся в обществе стандарты морали. Серверы с такой информацией посещаются часто, в том числе детьми и подростками. Ведь посредством Интернета гарантируется куда большая конфиденциальность и анонимность, чем посещение кинотеатров или магазинов с открытой или

подпольной порнолитературой и порновидеофильмами.

Третий подход предусматривает анализ информационных воздействий на организованные или неорганизованные (толпа) группы и массы людей. Цель этих воздействий - вызвать особое, конфликтное поведение в острых жизненных (политических, военных, чрезвычайных) ситуациях. Инициация паники, принуждение к сдаче в плен, мобилизация митингующих к активным действиям - вот несколько примеров таких целей. Тонкие механизмы их реализации, использующие свойства массового сознания, описаны в литературе по психологической войне.

Четвертый подход ставит проблему информационно-психологического воздействия на население страны в целом или в региональном масштабе. Речь идет о наиболее, подверженной манипулятивным воздействиям маргинальной части населения, к которой принадлежат, прежде всего, социально незащищенные граждане. Именно на них информационно-психологическое воздействие на общем фоне бедности и неустроенности жизни оказывает сильное моральное и психологическое давление. Можно говорить о морально-психологических последствиях такого воздействия на население страны, степень тяжести которых существенно зависит от господствующих в массовом сознании стереотипов восприятия и оценки условий социальной жизни. Впрочем, эта оценка, практически полностью формируется непрерывным потоком информационно-психологических воздействий, обрушивающихся на людей.

Когда говорят об угрозе информационно-психологических воздействий, естественно, подразумевают негативные последствия их реализации. Однако вопрос о негативности заслуживает специального рассмотрения. В статье [5, с. 8] дается следующее определение: "Негативные информационно-психологические воздействия - это, прежде всего, манипулятивные воздействия на личность, на ее представления и эмоционально-волевою сферу, на групповое и массовое сознание, инструмент психологического давления с целью явного или скрытого побуждения индивиду-

альных и социальных субъектов к действиям в ущерб собственным интересам в интересах отдельных лиц, групп или организаций, осуществляющих эти воздействия".

Здесь требуется пояснение, поскольку есть один тонкий момент, обусловленный самим фактом манипуляции, - ведь в исходном смысле этого термина заложен негативный контекст. Отдельные виды информационно-психологического воздействия, обращенные к населению в целом или адресованные конкретным лицам, социальным слоям и группам, политическим партиям и движениям, способны серьезно нарушить (негатив № 1) нормальное функционирование и жизнедеятельность социальных институтов, государственных структур, общественных организаций, объединений граждан и отдельных лиц. Эти воздействия, противоправные по своим последствиям, квалифицируются именно как негативные, так как вызывают психоэмоциональную и социально-психологическую напряженность (негатив №2), искажение нравственных критериев и норм (негатив № 3), морально-политическую дезориентацию (негатив № 4) и, как следствие, неадекватное поведение отдельных лиц, групп и масс людей (негативы № 5, 6 и т.д.). Если все суммировать, то можно прийти к тяжелым последствиям - глубокой трансформации индивидуального, группового и массового сознания, изменениям морально-политического и социально-психологического климата в обществе.

Но государство, власть как политический институт вообще, не может не прибегать к такому инструменту самозащиты и самоподдержания, как манипуляция сознанием людей. Все дело в политических критериях негативности манипулятивных воздействий. Максимально независимый от конкретной политической позиции (левые, правые, центр, экстремальные позиции) политический критерий негативности можно сформулировать следующим образом [6]:

Демократическое государство - гарант социальных прав и свобод граждан и инструмент уравнивания возможных деструктивных результатов воздействий корпоративных и личных

интересов. Это - в принципе, так сказать в идеале, независимо от практической деятельности власти, правящего режима. Но именно из этого идеала следует исходить. Если информационно-психологические воздействия работают против таких функций и деятельности, то именно их и следует квалифицировать как негативные, как угрозы индивидуальному и массовому сознанию, что присуще, как правило, авторитарным и тоталитарным режимам.

Для понимания механизмов информационно-психологического воздействия может оказаться полезной представление об инфологемах [7]. Инфологема - это ложная, искаженная или неполная информация, представляющая реальные события артефактами, идеологическими мифами, политическими пропагандистскими измышлениями. Инфологемы появляются на свет как результат сознательных, целенаправленных манипулятивных воздействий или (значительно реже) неосознаваемых заблуждений. Инфологемы способны к расширенному самовоспроизводству, самоумножению и складыванию в системы. Они формируют картины мира в индивидуальном, групповом и массовом сознании, устойчивые стереотипы индивидуального и социального поведения, ценностные установки и ориентации будущих поколений.

Как и любые идеологические мифы, инфологемы активны и агрессивны. Они энергично вытесняют достоверную информацию, нередко оставаясь правдоподобными. Зачастую инфологемы помогают отвлечься от неприятной реальности, снять фрустрацию, уменьшить тревожность и в конечном счете обеспечить некоторую толику психологического комфорта. Поэтому так часто пользуются успехом слухи и сплетни.

Производство инфологем всегда носит деструктивный характер. Они ложатся на благодатную почву взвинченной психологии масс, сходу вводятся в информационные каналы и легко перетекают в различные области духовной жизни.

Следует признать, что инфологемы, особенно в период обострения политической ситуации, неизбежного в ходе изби-

рательного процесса, являются основным продуктом деятельности по-литтехнологов. Политические консультанты, в том числе журналисты, предоставляющие свои материалы в печатные и электронные СМИ и Интернет, широко используют инфологемы предвыборного назначения. Один из часто встречающихся примеров - "фигура умолчания": сообщается, что кандидат привлекался к суду, но ничего не говорится о сути и времени правонарушения. Вообще тщательно дозированная информация может существенно исказить представления избирателей о кандидатах и их программах.

Как пишет В.З. Коган, значительная часть социально-политических инфологем имеет в основе две особенности - ксенофобию, т.е. ненависть к чужому и стремление найти врага, виновника своих бед.

Так появляются инфологемы о врагах-коммунистах - для одних, о демократах, разоривших страну, - для других, о беспринципном и коррумпированном центре - для третьих. Сопровождающие инфологемы - превращение себя в жертву. Именно инфологемы зачастую формируют общественное мнение и социально-психологические стандарты электорального поведения. В кризисных ситуациях избирательного процесса, чреватых неопределенным исходом, они выполняют следующие функции:

1) охранные; 2) аргументирующие; 3) комментирующие; 4) провозглашающие; 5) отвлекающие; 6) скрывающие; 7) ложно ориентирующие (ориентирующие не в тех направлениях); 8) дезориентирующие (подменяющие ориентиры).

В истории избирательных кампаний за рубежом и в нашей стране можно найти немало примеров по каждой из перечисленных функций, нередко приобретающих в ходе кампаний истерический характер. На основе инфологем, за счет искажения фактической основы событий или политического портрета того или иного лица нередко строятся крупные пропагандистские кампании для подрыва доверия граждан к конкретному политическому курсу или к конкретным лицам.

3.2. Способы распространения и технологии информационно-психологического воздействия в Интернете

По масштабам воздействия на электорат Интернет пока уступает традиционным печатным и электронным СМИ. Однако те преимущества, которыми он обладает, позволяют рассматривать его как важную составную часть всего идеологического и политического инструментария формирования и трансформации мирового и российского общественного сознания. Как считают многие специалисты, самая опасная черта СМИ (и Интернета как СМИ) - их способность подавать информацию таким образом, чтобы за счет видимой объективности у большой массы людей формировалась требуемая (заказанная) картина реальности. Формирование такой виртуальной картины поддерживается всей мощью технологий пропаганды и контрпропаганды, реализуемых с помощью СМИ и Интернета, выступающего зачастую вполне конкурентоспособным инструментом СМИ, несмотря на то, что они пока несравнимо более доступны для большинства населения страны.

Сила и результативность воздействия посредством СМИ и, прежде всего, телевидения, объясняется сильным психологическим эффектом сопричастия к событиям, когда человек погружается в них "здесь и сейчас", получившим название "эффект CNN". Он оценивается многими, как главное условие эффективности информационно-психологического воздействия посредством СМИ. Поскольку большинство радиовещательных станций и телевизионных каналов, новостных и политических программ представлено в Интернете, эффект CNN срабатывает и для пользователей Интернета. При этом нельзя не отметить такой фактор, как отсутствие официальной (политической или нравственной) цензуры, свобода распространения и получения информации в Интернете.

В настоящее время группы различной политической ориентации и неправительственные организации могут использовать

Интернет для мобилизации политической сил против своего и других государств в кризисных ситуациях, чреватых неопределенным исходом. Неурегулированность правовых отношений при распространении информации в Интернете влечет за собой свободу распространения клеветнической и недостоверной информации.

Как справедливо подчеркивает руководитель издательских программ Фонда защиты гласности М. Горбачевский в предисловии к книге [8], Интернет стал "своеобразным "мусоросборником" - эффективным инструментом для размещения компрометирующих материалов и превратился в поле жесточайших информационных битв. То разворачивается детективная история с опубликованием в Сети перехваченных сообщений на пейджеры и переговоров по мобильным телефонам представителей политической элиты стран, то в сетевые СМИ попадают материалы из закрытых судебных слушаний... Далее уже с внешне "солидной" ссылкой на Интернет грязная, искусно подтасованная или даже просто сенсационно поданная информация становится материалом теле- и радиорепортажей, комментариев газетных и журнальных статей и очерков. Одним словом, вечером в Интернете - завтра в газете!"

Кампании подобного рода ставят серьезные проблемы не только перед государством, но и перед обществом, кровно заинтересованным в объективной информации. Может оказаться, что высшее руководство страны, равно как и общество в целом, не будут знать, что же происходит в действительности. Данная проблема усугубляется отсутствием в Интернете общепризнанных правил поведения, простотой совершения правонарушений (разглашения тайн, незаконного копирования информации персонального характера, нарушения авторских прав и пр.), анонимным присутствием в Сети без опасности подвергнуться наказанию за распространение ложной информации, отсутствием самоцензуры. Примерно половина существующих интернетовских страниц заполнена мистикой, разоблачением всяких заговоров, экстремистскими и политически радикальными

концепциями и взглядами, литературным и музыкальным андерграундом [8].

В развитых странах и в некоторых крупных городах России отмечается тенденция, когда предпочитают получать информацию из Интернета, а не посредством обычных СМИ. Объясняется это существенным сокращением времени на поиск информации и возможностью пользователя самому отбирать нужную ему информацию, в то время как обычные СМИ нацелены на навязывание информации и максимально возможное управление подачей информации для достижения политических или иных целей.

Вполне легальным способом воздействия на пользователей Интернета является распространение пропагандистских информационных материалов с помощью различных технологий привлечения внимания, организации виртуальных групп по интересам, сбора адресов электронной почты для организации массовых рассылок. Существует два пути распространения информации в Интернете. Первый - пользователь посещает сайт с необходимой информацией. Второй - пользователь получает информацию на адрес своей электронной почты. Увеличение посещаемости конкретного сайта достигается с помощью включения его интернет-адреса в различные популярные поисковые системы. Другой технологией привлечения внимания является размещение баннеров на различных часто посещаемых сайтах.

Создание различных виртуальных групп по интересам в Интернете также служит легальным способом для проталкивания тех или иных идей. Образовавшаяся постоянная виртуальная группа свидетельствует о наличии людей, способных к восприятию продвигаемых идей, а рост численности группы показывает эффективность воздействия. Сложившаяся виртуальная общность людей может стать основой для образования реальных организаций террористического или криминального толка с трудновывявляемой структурой и системой связи.

Сбор адресов электронной почты в Сети тоже создает основу для проведения целенаправленного воздействия на большие группы людей, поскольку позволяет создавать большие базы

данных с информацией персонального характера, что дает возможность выделять группы влияния. В дальнейшем при необходимости этим группам можно высылать материалы пропагандистского характера.

Технологии быстрого распространения информации через компьютерные сети будут приобретать все большее значение, так как позволяют вполне легально проводить целенаправленные информационно-пропагандистские мероприятия без контроля со стороны государства [6].

В настоящее время степень доверия населения к информации, размещенной в Интернете и распространяемой традиционными СМИ, одинакова. По-видимому, Интернет обязан таким доверием именно СМИ. Действительно, в глазах многих Интернет мало чем отличается от электронных СМИ, тем более, что последние охотно предоставляют желающим доступ к своей информации посредством Интернета. В силу подобного смещения правовое регулирование Интернета должно, с одной стороны быть аналогичным правовому регулированию традиционных СМИ, а с другой - включать дополнительные тщательно продуманные положения, которые бы регулировали те аспекты применения информационно-психологического воздействия посредством Интернета, которые отличают его от СМИ.

Дело в том, что большинство населения привыкло к манипулятивному характеру воздействия посредством СМИ, признает их цивилизованными средствами политической борьбы и уже выработало политический иммунитет и приемы личностной психологической защиты, то относительно анонимных сообщений, запущенных по Интернету, дело обстоит сложнее. Хотя использование Сети в политических целях только набирает силу, в Интернете уже вольготно расположились политические авантюристы, провокаторы-пропагандисты, разжигатели слухов, лишённые доступа к государственным СМИ. Очевидно, политические манипуляции через Интернет следует рассматривать как объект международно-правового регулирования. Рано или поздно придется решать вопросы электронной цензуры на меж-

дународном уровне, несмотря на все провозглашенные декларации о свободе информации.

Сила воздействия в Интернете многократно умножается благодаря новым технологиям мультимедиа и виртуальной реальности, которые поддерживают эмоциональную составляющую этих воздействий, вовлекая пользователя в новые переживания по поводу прочитанного или услышанного. Нахождение в виртуальном пространстве вообще небезопасно для личности [9], поскольку имитация действительности есть своеобразный психологический инструмент воздействия на сознание и подсознание человека. Могут возникать и новые формы опосредованного социального контроля, основанные на замаскированном манипулировании сознанием, мягком подавлении психики. С практической точки зрения технологии виртуальной реальности позволяют сделать воздействие индивидуальным, ориентированным на манипуляцию сознания конкретной личности. Часто это достигается посредством изощренной рекламы того или иного лица или идеи, сопровождающейся продуманным визуальным фоном. Технологии виртуальной реальности могут использоваться для создания любой реальной ситуации, сочетая элементы реального видеоизображения и элементы, созданные компьютерной графикой.

Есть сведения о разработке средств имитации голоса и видеоизображения политических и общественных лидеров. При этом для имитации голоса осуществляется компьютерная обработка реального голоса с целью выявления его особенностей. В дальнейшем с помощью созданной модели голоса возможна имитация произношения различных фраз и коротких текстов. Появление лидера страны в неподобающем виде, произносящим непопулярные речи, может оказать, как считают специалисты, сильнейшее психологическое воздействие на население страны.

Приемы и способы политической манипуляции в Интернете в принципе мало отличаются от приемов, хорошо отработанных в традиционных СМИ. В Интернете, как уже отмечалось, тоже используются приклеивание ярлыков, лжесвидетельства, компро-

метация и дискредитация оппонентов в глазах избирателей, подтасовка фактов, "агентурные" аналитические справки, списки домашних телефонов и пр. Достаточно вспомнить компрометацию ряда ведущих российских политиков на сайтах "КОГОТЬ" и "КОГОТЬ-2" в 1999 году [10] и на многих анонимных сайтах с последующей перепечаткой в газетах или журналах. Заметное место в Сети занимают "досье" на политиков, включая распечатки их переговоров, публикации, в которых их осмеивают или относят к заведомо отрицательным в глазах большинства населения группам или персонажам (в период предвыборной кампании возрастает частота слухов об извращенных склонностях кандидатов). Настойчиво повторяются лозунги и прокламации, нередко продвигаемые через медиаторов (кинозвезд и деятелей шоу-бизнеса), и пр.

Однако в Интернете встречаются и специфические приемы, свойственные только Сети. Это незаконное вмешательство посторонних лиц в работу корпоративных компьютерных систем, хакерский взлом с кражей паролей и рассылка подложных электронных писем, частичная или полная подмена "неприятельского" веб-сайта, например, посредством кражи доменного имени, в результате чего пользователь попадает на ложную страницу, и многое другое. Ряд примеров подобных действий приводится в книге [8].

3.3. Функции Интернета и политика

Современный Интернет не просто техническое изобретение, а сложившееся сообщество людей, с разной интенсивностью пользующихся компьютерными сетями. В этом мировом сообществе и могут, и неминуемо должны проявиться политические интересы и пристрастия. Так, довольно широкое распространение получило [11] соотнесение Интернета с древнегреческой агорой - собранием граждан для свободного обсуждения новостей и принятия относящихся к общественной жизни решений, а также городской площадью для таких собраний. Агора была

предназначена и для развлечений, а с течением веков все более значительное место на этой площади стало отводиться торговле. Хорошо известную по сочинениям древнегреческих авторов Гомера и Аристотеля агору и по сей день связывают с зарождением и действенным функционированием демократии.

В функционировании Интернета и впрямь можно усмотреть некоторые элементы агоры. Однако при этом не следует забывать, что агора не более чем ранний провозвестник демократической традиции. А вот вопрос об исходной демократичности Интернета не столь прост, как это могло показаться.

Первоначальная функция Интернета - быть посредником в деловом, а впоследствии и личном письменном общении между людьми. Однако вскоре Интернету было найдено и другое применение, прежде всего игровое и информационно-познавательное. В своем стремительном развитии Интернет постоянно вбирает в себя новые и новые функции и сервисы, при этом почти не утрачивая функции и сервисы предшествующего этапа, в особенности те из них, которые успели обрасти аудиторией сторонников и пользователей.

Интернет начинался и входил в жизнь своих адептов с двух исходных видов сетевого сервиса. Оба они могут быть отнесены к асинхронным видам общения, не требующим одновременного пребывания общающихся в единой среде общения. Это прежде всего обмен электронной почтой (e-mail), как правило, между двумя собеседниками, хотя возможны множественная рассылка некоего сообщения или же подключение к микросреде общения некоторых (немногих) партнеров по общению. При массовом подключении партнеров по общению возникает другой сервис асинхронных обсуждений, включающий электронные доски объявлений, листы рассылки, ньюс-группы (компьютерные телеконференции) или эхоконференции ФИДО, а впоследствии и веб-форумы.

Сервис синхронного общения (как часто говорят, общения в реальном времени) также включает средства общения в диаде, в малой группе или массового общения. Независимо от исполь-

зуемых программных средств ("компьютерный пейджер", ICQ или т.н. аська, выходящее из моды IRC, общение между участниками групповых игр и т.п.) чаще всего говорят о среде синхронных чатов, хотя вполне допустимый синхронный обмен сообщениями по электронной почте чатом обычно не именуют. Не ограничьтесь перепиской, пользователи Интернета осваивают передачу интерактивных видеоизображений вместе с голосовыми сообщениями - фактически это широкополосная передача информации, регистрируемой микрофоном и видеокамерой. Данный сервис применяется пока что в довольно ограниченном масштабе, по большей части транснациональными фирмами для проведения производственных совещаний.

Функции Интернета не ограничиваются коммуникацией - одна из наиболее массовых функций познавательная - представляет собой размещение на сайтах и страницах WWW информационных материалов, а также поиск информации. Размещать информационные источники могут самые разные индивиды и/или организации. Это и частные лица, которые обзавелись веб-страничкой, информационные агентства (наряду с самыми известными и популярными газетами, агентствами, студиями и т.п. и множество специализированных информационных служб с узкой "целевой" аудиторией), и официальные органы и ведомства, общественные движения и службы, и общедоступные собрания информации (библиотеки, архивы, издательства и т.п.), и вновь сформированные сетевые хранилища, каталоги и т.п. Все чаще практикуется включение в информационные массивы наряду с текстовыми материалами изображений и звуковых носителей информации - репродукции музейных коллекций живописи, музыкальные собрания, кинофильмы и телефильмы, видеозаписи и т.п.

Игровые функции Интернета опять-таки включают множество азартных, настольных, реальных (например, финансовых) или специализированных игр - с компьютерной программой, с удаленным партнером, со множеством одновременно или асинхронно участвующих в игре игроков и т.п. Так, широко распро-

странены электронные казино, электронные биржи для реальных транзакций - купли-продажи акций, сайты приверженцев пространственных интеллектуальных (шахматы, го, реверси и др.) или карточных игр. Огромной популярностью пользуются т.н. компьютерные игры - педагоги сетуют, что сюжеты таких игр знакомы детям лучше, чем какие-либо события мировой истории. По сюжетам некоторых из таких игр сняты пользующиеся широкой популярностью кинофильмы. Особое место занимают групповые ролевые игры (например, по сюжетам произведений Дж. Толкиена) типа MUD (Multi-User Dungeons/Dimension), MOO (MUD, Object Oriented) или MUSH (Multi-User Shared Hallucination). В настоящее время такие игры ограничены обменом текстовыми описаниями событий и действий, но уже появились графические "наследники" MUD: игроки обнаруживают себя на экране в виде выбранного или сконструированного аватара, действующего на фоне анимированного окружения.

Игровые, познавательные и коммуникативные функции Интернета подразделяются на общедоступные и закрытые. Последние включают платные, или внутрифирменные (т.е. доступные только для всех либо отобранных сотрудников), или доступные лишь подписчикам ресурсы - такими ресурсами могут быть форумы для общения, информационные материалы, виртуальные "игровые комнаты" и т.п. Естественно, закрытые ресурсы нуждаются в надежной защите - предметами информационной защиты являются номера кредитных карт, пин-коды, списки членов организаций и/или подписчиков, часто (но не всегда) - предметное содержание сайтов либо архив обсуждений какой-либо темы производственного или общественно значимого характера.

Практически все функции и сервисы Интернета применяются в политической деятельности. Среди реализуемых посредством Интернета разновидностей политической деятельности следует различать политико-информационную активность и политическую рекламу, свободный либо регламентированный обмен мнениями на политические темы, передачу политической ин-

формации, зондаж общественного мнения, противодействие предпринимаемым в Сети действиям политических противников, прозе-литическая активность (проповедничество, вербовка новых сторонников) и др. Важными особенностями политического применения Интернета следует признать относительную дешевизну размещения информации, оперативность ее обновления, возможность аргументированного и оперативного объяснения занимаемых позиций при полемике (что не всегда удается при оживленной устной полемике), скорость рассылки информационных материалов сторонникам, новые перспективы политической рекламы.

Остановимся подробнее на некоторых перечисленных видах применения Интернета в политической деятельности. Очевидно, действия, предпринимаемые доминирующими (в частности, правящими) политическими силами для разъяснения принимаемых решений и подготовки общественного мнения к планируемым решениям, должны несколько отличаться от действий, предпринимаемых оппозиционными силами. Тем не менее, сам состав мероприятий в обоих перечисленных случаях зачастую совпадает, поэтому в целях упрощения изложения позволим себе не проводить такого рода дифференциацию.

Информация политического характера распространяется и рекламируется посредством Интернета с помощью и размещения ее на специализированных сайтах или на электронных досках объявлений, и сетей обмена баннерами (путем обмена рекламными баннерами с владельцами других сайтов), и прямой рассылки такой информации либо ссылок (т.н. линков) на нее сторонникам либо случайным адресатам (спам такого рода единодушно признается неэтичным и недопустимым) по электронной почте или посредством списков рассылки, и рассылки приглашений участвовать в сетевых (форумах, обсуждениях, электронных голосованиях и т.п.) и несетевых (митинги, запросы депутатам и т.п.) мероприятиях и др. Повышению эффективности прямой рассылки политической информации служит возможность составить либо заполучить (например, купить или

выкрасть) списки или базы данных перспективных адресатов с указанием их адресов электронной почты, URL'ов сайтов и домашних страничек, номеров ICQ.

Немаловажное значение имеют меры по повышению рейтинга информационного ресурса, на котором хранятся материалы политического характера. Добиться повышения рейтинга можно разными путями: размещением действительно важной и общезначимой для данного общества информации, размещением скандальной информации, организацией поводов для протеста в адрес осуществляющих рейтингование служб (что систематически делает, к примеру, ресурс pravda.ru), искусственным "накручиванием" рейтинга - скажем, путем организации многочисленных заходов на рекламируемый веб-сайт активистами, причем с разных хостов...

Организация интерактивного обмена мнениями по политическим вопросам обеспечивается всеми коммуникативными сервисами Интернета, причем особенно важное значение она приобретает непосредственно перед началом или в ходе событий политической жизни (выборов, дебатов, заключения или расторжения союзов и т.п.). Борьба за отстаивание позиции и точки зрения, защищаемой политической силой, должна включать организацию публичных обсуждений в Интернете и отслеживание стихийно возникающих обсуждений. Соответственно политические силы и движения должны готовить специалистов по отстаиванию в сетевых обсуждениях занимаемых позиций, ответы на ожидаемые вопросы (часто такие ответы размещаются на сайтах в рубрике FAQ, или frequently asked questions), а также вести поисковую работу по обнаружению стихийных политических дискуссий и включению в такие дискуссии для разъяснения занимаемых позиций и отстаиваемых точек зрения. Кадры, подготовленные для участия в сетевой полемике, призваны также противостоять пропагандистским акциям, затеянным противоборствующими политическими силами и движениями.

Передача политической информации посредством Интернета включает рассылку ее сторонникам - в том числе местным ор-

ганизациям и/или активистам, а также в адреса традиционных либо сетевых информационных агентств и СМИ и создание информационных поводов для обнаружения подготовленных материалов и ознакомления с ними общественности (в том числе не настроенной заведомо дружелюбно). Такая рассылка может включать и служебную информацию, например, рекомендации по ведению политической борьбы. Такая информация должна быть тщательно защищена от посторонних глаз и ушей, что опять-таки делает актуальными меры по информационной защите.

Зондаж общественного мнения проводится практически всеми политическими силами и движениями. Возникает вопрос, насколько приспособлен для этого Интернет. Данные репрезентативных опросов общественного мнения могут быть достаточно достоверными в странах Северной Европы и Северной Америки, где число пользователей Интернета приближается к численности населения. Неудивительно, что в этих странах зондаж посредством Интернета практикуется весьма широко [12]. Для России может быть рекомендовано лишь проведение частичного зондажа с учетом социального и возрастного состава аудитории Интернета, ее географического распределения и т.п.

Приходится признать, что данные, полученные в результате всех основных опросов населения России, проведенных наиболее известными организациями (www.fom.ru, www.comcon-2.com, www.monitoring.ru, www.gallup.ru, www.gfk.ru и др.), не совпадают с данными, которые публикуют службы, осуществляющие технические измерения на основе эксплуатируемых ими счетчиков, рейтингов и др. (www.spylog.ru, www.rumetrica.ru). Из этого следует, что если зондаж общественного мнения посредством Интернета и возможен, то лишь ограниченный, т.к. в нем участвуют в основном молодые и образованные жители больших городов, в ряде случаев представляющих потенциальных лидеров общественного мнения. Поэтому при проведении такого зондажа следует учитывать, что выборка не будет репрезентативной.

Зондаж общественного мнения посредством Интернета дает также возможность проводить качественный и/или количественный анализ содержания отобранных тематических информационных ресурсов (к примеру, всех представленных в Интернете СМИ и информационных агентств) с применением различных методик, например, методики контент-анализа текстов (к примеру, только центральных или только периферийных, причем отобранного региона, печатных СМИ). Для этого можно воспользоваться какой-либо из представленных в Интернете многочисленных баз данных, предназначенных для хранения и обработки информации, полученной эмпирическим путем [13].

Кроме того, Интернет дает возможность организовать сетевой аналог фокус-групп - распространенного метода качественного социального исследования. Социально-демографический состав россиян, представленных среди членов фокус-групп, окажется, скорее всего, ограниченным пользователями Интернета (хотя надо признать, что теоретически возможно пригласить для участия в фокус-группе человека, не имеющего предварительного опыта применения Интернета). Проведение фокус-групп с помощью Интернета с одной стороны удешевляет эту работу, а с другой - затрудняет ее. Трудности связаны, в частности, с согласованием между членами фокус-группы времени, удобного для проведения работы, - задача нетривиальная с учетом многочисленности часовых поясов в России. Кроме того, значительно затрудняется работа модератора фокус-группы, лишенного возможности опираться на характеристики невербального поведения участников. Открывающаяся для членов фокус-группы (в силу затруднений модератора осуществлять функцию побуждения к высказыванию) возможность "отмалчиваться" и не высказывать свое мнение приводит к снижению качества итоговых данных.

Для того, чтобы противостоять предпринимаемым в Сети действиям политических противников, применяются как традиционные методы (организация дискуссий, размещение дополнительной информации для разъяснения позиций и др.), так и

специфические сетевые действия. Среди последних стоит упомянуть попытки дискредитации противника, например, путем размещения в Интернете компромата (чаще всего - анонимного) на него, попытки вывести информационный ресурс противника из строя, например, посредством хакерских атак, способных привести ресурс в состояние типа DOS - Denial of Service, что означает "отказ", т.е. неспособность ресурса выполнять свои функции для новых посетителей сайта, или произвести хакерскую замену содержания (в том числе на противоположное), или организовать повод для тяжбы по поводу принадлежности ресурса политического противника (поводами для тяжбы могут служить, к примеру, вопрос о собственности владельца на доменное имя ресурса, о законности регистрации ресурса, или оспаривание репутации и деловых качеств организации-провайдера и т.п.).

Вообще говоря, активность политических организаций в Интернете мало чем отличается от их активности в СМИ. Однако замечено, что многочисленные маргинальные организации и общественные движения - малочисленные, и/или небогатые, и/или радикальные и др. - весьма оперативно обживаются в Интернете, где его применение, во-первых, дает возможность частично (исключительно в выгодном свете, "неудобная" информация может не афишироваться) информировать о задачах, целях и методах действия таких организаций и движений. Во-вторых, Интернет облегчает для членов таких сообществ быструю передачу тайной информации - к примеру, инструкций, указаний, предостережений и т.п. Понимание необходимости борьбы с законспирированными террористическими организациями побудило демократические страны пойти навстречу запросам спецслужб и расширить правовые возможности осуществления перехвата таких сообщений. Тем не менее, технически задача перехвата и расшифровывания подозрительных сообщений проще не стала.

3.4. Опыт применения Интернета в политической и выборной деятельности

Цивилизованное применение Интернета в политике соседствует с неправомерными и неэтичными действиями в этой сфере. Заметим, что многочисленные нарушения этики сетевого поведения - преимущественно в молодежной среде - стали уже объектом внимания специалистов [14, 15]. Так, на специализированной конференции, состоявшейся в октябре 2000 года в США, в качестве возможных причин неэтичных действий, предпринимаемых юными пользователями Интернета, были названы следующие [15]. Во-первых, высокая вероятность того, что такие действия останутся незамеченными. Во-вторых, уверенность, что причиненный кому-то другому вред окажется незначительным. В-третьих, убеждение, что нанесение малозначительного ущерба крупной корпорации (скажем, компании "Майкрософт") оправданно - корпорация, мол, не очень-то обеднеет, да и вообще - не обобрала ли она до этого потребителей? В-четвертых, понимание того, что почти все или очень многие совершают такие же действия - так велика ли вероятность, что все они понесут за это наказание?

На самом деле причины безответственного и неэтичного поведения еще более многочисленны. Многие из них восходят к анонимности, "невидимости" в Интернете нарушителя этики, имеются и национально-культурные различия в этом вопросе. Существеннее всего, пожалуй, два момента. Первое - на уровне теоретического знания до сих пор не обоснованы и не сформулированы основные положения этичного поведения в деятельности, опосредствованной Интернетом [14], и второе - даже те положения, относительно которых у большинства специалистов нет разногласий, попросту малоизвестны активно (и по большей мере стихийно) входящим в сетевую активность детям и подросткам. Поэтому их следует обучать основам этичного поведения в Интернете [15].

В отличие от большинства детей взрослые нарушители этики

делают это вполне осознанно. Политическая реальность слишком часто расходится с эталонами этичного поведения. Какие же действия характерны для современных политтехнологов, проявляющих активность в Интернете? Многие из них рассмотрены в изданной в 2000 году статье [16]. Обратимся к ним, дополнив некоторыми недавно выявившимися фактами.

Поскольку Интернет активно применяется в политике (что особенно заметно в предвыборное время), в последние годы в России было отмечено применение некоторых методов ведения политической борьбы посредством Интернета.

Так, среди таких методов отметим публикацию на веб-сайте не соответствующих истине сообщений, т.н. компромата, своего рода агентурных досье (а быть может, стилизаций под них) вплоть до распечаток устных переговоров политиков, работников госаппарата, бизнесменов и журналистов или даже ложных сведений о самоубийстве - к примеру, губернатора Санкт-Петербурга В. Яковлева (rumours.ru; kompromat.ru; www.krasnoykov.com; www.cityline.ru/vi/kogot и др.). Этот прием получил наименования, соответствующие (правда, не всегда) наименованиям сайтов "КОГОТЬ-1", "КОГОТЬ-2" или "Слуховое окно". Разновидностью данного приема политической борьбы является организация параллельного сайта - так, наряду с официальным сайтом Мэра Москвы Ю.М. Лужкова www.luzhkov.ru появился внешне сходный с ним, однако содержащий критические материалы о Ю.М. Лужкове сайт www.lujkov.ru.

Обвинения в распространении ложных сведений не обошли и соседнюю страну. Так, Генеральный прокурор Украины сообщил о возбуждении уголовного дела по факту распространения в Интернете "заведомо ложной информации о том, что якобы Президент Украины Л. Кучма ведет противоправные действия в отношении народного депутата Г. Омельченко" (www.internet.donetsk.ua/pressa/01/new05).

Сама по себе публикация в Интернете не делает ложные сведения широко известными, однако у принимающих участие в

политической борьбе изданий появляется возможность некритической (т.е. без проверки сообщения) перепечатки материала в печатных либо электронных СМИ с указанием источника (соответствующего сайта) - тем самым недостоверные сведения приобретают видимость правдоподобия, а само перепечатавшее издание получает оправдание. Слухи, в особенности компрометирующие известных лиц, фигурируют в Интернете регулярно и широко доступны. Частичной компрометации политиков служит и фальшивая "похвала" их деятельности, с которой время от времени выступают владельцы таких сайтов, направленность которых не одобряется массами избирателей (например, сайты сексуальных меньшинств, маргинальных экстремистских организаций или полупорнографические ресурсы).

Зачастую высказывается убеждение, что ряд политических движений негласно пользуется для осуществления своих планов услугами хакеров, готовых предпринять атаку на неудобные или неудобные для хозяев-политиков информационные ресурсы Интернета. В хакерах - а это часто молодые люди, даже подростки - воспитываются представления о т.н. хактивизме, т.е. бескорыстном хакерстве в целях политического активизма. Оговоримся, что подобная прослойка всегда существовала в сообществе хакеров, однако она не была особенно заметна. В последние же годы их активность стала более целенаправленной. Об этом свидетельствуют появившиеся в 1999 году сообщения о сербских и китайских хакерах, которые пытались во время бомбежек югославской территории "свалить" компьютерную сеть НАТО и Пентагона; о компьютерных "войнах" между еврейскими и арабскими хакерами и т.п. Таким образом, хакерство - движение по сути интернациональное и во многом чуждое суетной повседневной политической реальности - оказалось втянуто в игры политиков.

В целях политической борьбы практикуется и т.н. санкционированная (неясно, правда, кем именно) или не санкционированная (опять-таки неясно, кем) "утечка информации" - например, публикация (обычно в зарубежных источниках) достовер-

ных документов и/или замалчиваемых фактов наряду с попросту недостоверной информацией и слухами. Примерами подобного применения Интернета могут служить сведения о политической борьбе, предшествующей выборам Президента Башкирии в 1998 году (bolizm.iher.su/article/Bashkortostan/), или размещенная на расположенном в США сайте подборка, озаглавленная "Правда о Пензенской областной администрации" (www.geocities.com/CapitolHill/Congress/6687). В 1998 году разразился еще один скандал: на сайте www.pclub.ru/identity оказалось помещено совершенно секретное обвинительное заключение по делу дальневосточного военного журналиста Г. Пасько. Подозрение в этой несанкционированной публикации парадоксальным образом затронуло и защитников, и обвинителей журналиста [8].

В некоторых работах [8,16], отчасти уже устаревших, рассмотрены примеры из зарубежной практики политической и предвыборной борьбы с применением Интернета. Упомянем лишь один, в котором впервые была на практике продемонстрирована эффективность баннерной кампании. Согласно сообщению известного сетевого агентства NUA (www.nua.ie) от 04.02.99 со ссылкой на ZDNet, в ходе проведенных в декабре 1998 года выборов губернатора штата Нью-Йорк была запланирована и осуществлена баннерная кампания: нацеленные против одного из кандидатов и распространяемые через New York Times on-line баннеры оказали, как считается, воздействие на избирателей, пользующихся Интернетом. Привлекательность данного кандидата среди них, даже несмотря на то, что никто на баннер не "кликал", оказалась на 7% ниже, чем среди тех избирателей, кто не сталкивался с вышеуказанными баннерами. Не приходится удивляться и тому, что на регулярно работающих в Интернете избирателей факт предъявления таких баннеров оказал более существенное воздействие, чем на избирателей - эпизодических пользователей Интернета или новичков.

Во время предвыборной борьбы Интернет ранее не принимался во внимание; теперь же кандидаты организуют специ-

альные сайты, формируют группы сетевой поддержки, дают "онлайновые" ответы на вопросы пользователей Интернета и интервью. Если уж к Интернету обращаются даже известные своим консерватизмом королева Великобритании и Папа Римский, то политикам, которые стремятся быть избранными, это тем более необходимо. Как правило, политики размещают на сайте подробную биографию и фотографии, сообщают о своей семье - кто-то подробнее, кто-то менее подробно, следят за обновлением информационных материалов и размещением на сайте текстов всех новых выступлений, организуют письма сторонников и обязательно отвечают (иногда сами, иногда это делают их пресс-атташе) на негативные отзывы. Такие материалы готовятся штабами претендентов в соответствии с общими законами организации предвыборных кампаний и не являются специфичным продуктом.

Попытка политического регулирования предвыборной агитации посредством Интернета была предпринята 20 июня 2001 года Московской городской Думой [17]. На заседании обсуждалась поправка к Закону о выборах мэра, советников районных собраний и депутатов Думы. Согласно обсуждавшемуся законопроекту кандидат должен официально оформлять свои интернет-проекты, оплачивать их из своего избирательного фонда, не может вводить новую информацию пропагандистского характера в день выборов (однако закрывать сайт либо убирать с него ранее размещенную информацию он не обязан). Подобное регулирование касается выборов в Москве, однако можно ожидать, что в достаточно скором времени новые - и хочется думать разумные - попытки регулирования будут предприняты и в общегосударственном масштабе.

Остановимся коротко на перспективах т.н. электронных выборов, или выборов посредством Интернета. О разработке соответствующей избирательной технологии сообщает компания iBallot.com (см. <http://iballot.com>). Хотя список организаций, воспользовавшихся этой технологией, включает отдельные фирмы, учебные заведения, органы местного управления, об-

щественные организации, результаты апробации данной авангардной технологии в глобальном масштабе не приводятся (по-видимому, их просто нет).

В литературе довольно подробно описаны мероприятия по созданию возможности электронного дистантного (с помощью космической связи) всеобщего голосования в Южной Африке (www.microsoft.com/rus/industry/crp/solution.asp?solution=safir), где было осуществлено районирование избирательных округов (числом около 15 тыс.), зафиксированы сведения о каждом, кто обладает правом голоса (более 18 миллионов человек), избирательные участки были снабжены устройствами идентификации избирателей и средствами телекоммуникационного обмена данными, был организован центральный штаб, в который стекались данные со всех участков и т.п. Подобная работа требует больших затрат и значительного времени; в случае Южной Африки потребовалось и участие авторитетных зарубежных фирм (Andersen Consulting, Microsoft и Hewlett Packard).

Так как проблема голосования в труднодоступных местах актуальна не только в Южной Африке - их немало и в ряде других стран, включая Россию, - перспективы его проведения посредством Интернета широко обсуждаются во всем мире. Считается, что такая процедура удобна для обитателей удаленных территорий, всех находящихся за границей, лежачих больных, зимовщиков и т.п. Однако Дж. Дворак, при рассмотрении этих перспектив в 2000 году в PC Magazine категорически заявил: "Голосование по Интернету, возможно, худшая из мыслей, когда-либо приходивших человеку в голову. Ее реализация приведет страну к диктатуре быстрее, чем самый кровавый переворот" [18]. Кроме слабости инфраструктуры Интернета и нерешенных проблем информационной защиты, автор в качестве аргумента привел и возрастающую в случае голосования по Интернету опасность коррупции. Напомнив о колоссальных избирательных бюджетах, он предположил, что их часть может пойти на подкуп избирателей. "Разве мало найдется тех, кто имеет право голоса и за сравнительно небольшую взятку согласится

разрешить проголосовать со своего компьютера представителю предвыборного штаба одного из кандидатов?" - вопрошает он. Действительно, если количество проголосовавших за двух главных кандидатов будет почти равным, как на последних президентских выборах в США, может появиться искушение подкупить избирателей. Поэтому при принятии решения о переходе к выборам посредством Интернета следует принимать во внимание извечные человеческие слабости, не изжитые в нашу эру компьютеров и Интернета.

4. Правовое регулирование распространения информации в Сети

4.1. О возможности законодательного регулирования Интернета

При рассмотрении проблемы регулирования и контроля процессов в Интернете выявляются самые разные, порой противоположные взгляды и подходы. Считается, например, что одна из основных причин быстрого развития Сети заключается именно в том, что ее осуществление снимает необходимость создания одной организацией или одним государством единой глобальной сети - информация пересылается через различные сети, входящие в общую систему, независимо от их принадлежности и принципов организации. Символом стремления к самоорганизации в Интернете была известная декларация независимости киберпространства. Ряд известных политиков, среди которых М. Тэтчер, высказывают сомнения в принципиальной возможности контроля Интернета.

В последнее время высокий темп роста Интернета, развитие электронной коммерции и серьезность угроз информационной безопасности стимулировали во многих странах интенсивный поиск мер и разработку законодательства по регулированию процессов в Интернете (по регистрации доменных имен, по цифровой подписи, по средствам шифрования сообщений, по проблеме охраны персональных данных, по следственно-оперативным мероприятиям, по контролю распространяемой информации и др.). Меняются и подходы. Например, недавно в Великобритании был принят парламентский акт, предоставивший государственным органам значительные полномочия по

контролю за поведением в Сети [21].

В разных странах и подходы к контролю Интернета разные. Например в Китае, Сингапуре ориентируются на сильный государственный контроль. Однако в основном Сеть функционирует на принципах саморегулирования.

Среди людей, которые активно используют сеть Интернет, распространено, что Интернет - это зона, свободная от всех способов и методов правового регулирования, и поэтому в нем можно делать все, что хочется. Но чем больше людей вовлекается в работу Интернета, тем больше потребность урегулировать эти отношения. Специфика нынешнего момента в том, что дальнейший прогресс информационных и телекоммуникационных технологий зависит не только от прорывов в технологиях, но и от того, насколько будут приспособлены к новым реалиям старые нормы, регулирующие традиционно разные сектора - телекоммуникации, телевидение и средства массовой информации.

4.2. Проблемы правового регулирования Интернета

Уникальная черта Интернета то, что он функционирует одновременно как средство и публикаций, и коммуникаций, чем радикально отличается от массового вещания и телекоммуникационных услуг. Этим объясняется своеобразие его регулирования.

Интернет существует не в правовом вакууме, поскольку все, кто с ним связаны, - авторы, поставщики содержания, провайдеры хостовых услуг, сетевые операторы, провайдеры доступа и конечные пользователи - являются субъектами соответствующих законов,

Если принять во внимание, что при проведении избирательных кампаний максимальное количество нарушений совершается на стадии предвыборной агитации, то естественно предположить, что Сеть будет использована как средство осуществления незаконной агитации, например, для размещения и распро-

странения заведомо клеветнической информации. В этой ситуации возникает вопрос - как законодательно регулировать деятельность компаний, которые осуществляют доступ, размещают и создают такую информацию.

Хотя провайдеры непосредственно не контролируют содержание информации, размещаемой в Интернете, в некоторых случаях их деятельность расследуется властями, поскольку они осуществляют доступ к информации незаконного или вредного содержания. Другое дело - провайдеры хостовых услуг, которые непосредственно предоставляют содержание для WWW или новостных групп и несут ответственность за него в соответствии с законами. В ряде стран уже принято несколько специфических нормативных правовых актов, регулирующих указанные отношения, и правоприменительная практика непосредственно связана с национальными традициями, что вступает в противоречие с всемирным характером сети Интернет.

В некоторых европейских странах приняты или предлагаются к принятию законы, которые позволяют привлечь провайдеров хостовых услуг к юридической ответственности за содержание расположенной на их компьютере информации, если они предположительно знали, что предлагаемое содержание незаконно, или не приняли меры для его устранения, когда их внимание обратили на эти факты. Некоторые идут еще дальше и требуют, чтобы провайдеры доступа ограничили доступ к таким источникам информации. Если незаконное содержание невозможно устранить с сервера, поскольку оно расположено в другой стране, в качестве альтернативы может рассматриваться блокирование доступа со стороны провайдера.

Некоторые страны, такие, как Саудовская Аравия и Китай, ввели законодательство для блокирования любого прямого доступа в Интернет путем внедрения серверов-фильтров и составления централизованных черных списков документов и интернетовских адресов. Это позволяет контролировать открытие сайтов физическими и юридическими лицами данной страны [19]. Такой подход обусловлен политической ориентацией, а сам

принцип нарушает права личности. В Германии регулирование этой проблемы сводится к тому, что доступ подписчиков к незаконному содержанию блокируется на основе судебных решений.

Уже имеется несколько примеров, когда провайдеры доступа в Интернет привлекались к ответственности в суде. В Германии проводилось расследование против компаний, которые предоставляли доступ к неонацистской "домашней странице" в Канаде. Провайдеры были обязаны блокировать доступ к этой информации. Во Франции книга личного врача бывшего премьер-министра Ф. Миттерана, запрещенная цензурой, была помещена на WWW-сервер в одном из "киберкафе" Парижа. Поскольку цензура распространяется только на печатную продукцию, судебное преследование столкнулось с большими трудностями. Французские юристы признают, что в законодательстве, регулирующем электронные публикации, "зияет огромная дыра" [24].

Но поскольку определения правонарушений различны в разных странах, необходимо выработать единые стандарты на международном уровне. При этом, обеспечивая регулирование Интернета в части содержания и безопасности, нужно соблюсти баланс интересов между свободой слова, свободой доступа к информации и информационной безопасностью.

4.3. Развитие информационного законодательства в России

В России, как и в любой другой стране, позиционирование места государства в регулировании Интернета считается одной из важных проблем. Прежде чем определять правовые механизмы, необходимо на уровне государственной политики решить, каковы будут дальнейшие планы по отношению к Интернету.

28 декабря 1999 года прошла встреча Председателя Правительства Российской Федерации В. Путина с представителями

российского интернет-сообщества. Позиция Правительства была изложена четко и ясно: "У государства нет желания монополизировать Интернет". Было также заявлено, что "важно обеспечить элементарный порядок, который бы не мешал развиваться российскому сегменту", чтобы он по своему объему и качеству стал сопоставимым с сегментами развитых стран.

В Доктрине информационной безопасности России (сентябрь 2000 г.) также отмечена необходимость безотлагательного решения задачи "расширения взаимодействия с международными и зарубежными органами и организациями при решении научно-технических и правовых вопросов обеспечения безопасности информации, передаваемой с помощью международных телекоммуникационных систем и систем связи".

Ниже перечислены действующие в Российской Федерации законы, применимые к отношениям в Интернете.

- По наиболее общим вопросам правового режима функционирования информационных сетей и их государственного регулирования:

Конституция Российской Федерации,

Гражданский кодекс Российской Федерации,

Федеральный закон "Об информации, информатизации и защите информации",

Федеральный закон "Об участии в международном информационном обмене",

Федеральный закон "О связи",

Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации".

- По вопросам охраны исключительных прав в отношении информационных объектов Интернета:

Федеральный закон "Об авторском праве и смежных правах",

Закон Российской Федерации "О правовой охране программ для ЭВМ и баз данных",

Закон Российской Федерации "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров",

Уголовный кодекс Российской Федерации,

Патентный закон Российской Федерации.

- По вопросам правового режима информации в Интернете и определения условий доступа к ней:

Закон Российской Федерации "О государственной тайне",

Закон Российской Федерации "О федеральных органах правительственной связи и информации",

Федеральный закон "О рекламе",

Федеральный закон "Об оперативно-розыскной деятельности в Российской Федерации".

В декабре 2001 года Государственной Думой принят Федеральный закон "Об электронной цифровой подписи", соответствующий всем мировым стандартам. Электронная подпись будет широко использоваться и для операций внутри страны, и для бизнес-коммуникаций международного характера. В России признают ЭЦП других стран, отныне будут признавать и подписи из России.

Федеральный закон "Об электронной цифровой подписи" является системообразующим для всего пакета законодательных актов, лежащих в основе Федеральной целевой программы "Электронная Россия". В ее нормативную базу входят также проекты базовых федеральных законов "Об электронной торговле" (до конца 2001 года планировалось рассмотрение во втором чтении) и "Об электронном документе" (первое чтение). Вообще для реализации Программы потребуется внести несколько десятков изменений в законодательную базу - изменить старые законы и принять новые.

Готов к внесению в Государственную Думу проект Федерального закона "Об информации персонального характера", который можно рассматривать и в отрыве от Интернета, так как глобальная сеть является одним из множества носителей персональной информации.

В Правительстве Российской Федерации обсуждается новая редакция Федерального закона "О связи". Ее принятие приведет к дальнейшему развитию рынка интернет-услуг в России. В частности, этому будет способствовать упрощение процедур

лицензирования для операторов, предоставляющих интернет-услуги -этот порядок получит практически уведомительный характер. Под вопросом пока принятие новых, частично уже разработанных федеральных законов "О телевидении и радиовещании", "О праве на информацию" (последний под названием "О гласности" был разработан еще в 1987 году), "Об основах экономических отношений в СМИ", кроме того, и собственно закон о телекоммуникациях (об электросвязи). Примечательно, что в дополнение к Федеральному закону "О связи" были приняты федеральные законы "О почтовой связи", "О фельдъегерской связи", а закона, который бы регулировал отношения в области электросвязи, охватывающей наиболее существенную часть всех ресурсов связи в стране, до сих пор не существует.

Очевидно, что скорость внедрения правовых норм в виртуальные отношения пропорциональна развитию политического и финансового влияния Интернета, причем определенное политическое влияние Сеть уже приобретает. Несмотря на сравнительно небольшое количество пользователей, Рунет силен той группой руководителей, деятелей СМИ, политически и экономически активных граждан, так называемых лидеров мнений, которые регулярно обращаются к сетевой информации и затем транслируют ее в широкие массы посредством административного и медийного ресурсов. Это значит, что скоро можно ожидать и соответствующих правовых инициатив.

4.4. Особенности правового регулирования сетевых коммуникаций

Поскольку определения правонарушений в разных странах различны, необходимо выработать единые стандарты на международном уровне. Все ограничения информационного рынка, кроме экономических, по содержанию должны сводиться к охране авторских прав и ограничению злоупотребления свободой массовой информации. В России уже создана законодательная база регулирования информационного обмена, но все же

применительно к Интернету выявляются некоторые особенности.

Внепространственность. Интернет - не ограниченная национальными границами совокупность различных сетей, объединенных общей технологией предоставления информации. Применение локальных правовых норм к носящим "экстерриториальный" характер правоотношениям в Интернете без учета и связи с законодательством других стран может быть неэффективным. Поэтому разработка универсальных международных соглашений требует приоритетного внимания.

Федеральная целевая программа "Электронная Россия" также должна восприниматься обществом гораздо шире, нежели проект по информатизации государственных ведомств и объединения их внутренних систем. Ее задачи в законодательной сфере не должны ограничиваться границами России - правовые акты в области ИКТ следует выстраивать по аналогии с такими же международными нормами, как морское или космическое право.

Ожидалось, что в ноябре 2001 года 43 государства - члены Совета Европы, а также США, Канада и Япония примут конвенцию, которая станет первым международным законодательным документом по использованию Интернета. В конвенции будет предусмотрена уголовная ответственность за нелегальный доступ, фальсификацию данных, распространение вирусов и посягательство на интеллектуальную собственность [20].

Защита авторских прав в Интернете. Распространена точка зрения, что в Сети в принципе невозможно охранять авторские права, так как она изначально была предназначена для свободного распространения и копирования информации. Помещение на сервер - это обнародование произведения, то есть действие, которое делает произведение доступным для всеобщего сведения, и правомерность такого действия находится в прямой зависимости от воли автора.

В настоящий момент какого-то особого механизма защиты авторских прав в Сети не существует, они охраняются точно так же, как и где бы то ни было. Защита от нарушений прав осу-

ществляется теми же традиционными способами (в том числе и в судебном порядке); размещение на авторских материалах знака охраны авторского права по-прежнему остается предпочтительным.

Электронная почта, появившись 30 лет назад, стала одним из необходимых сервисов Сети. Сейчас в мире насчитывается уже свыше 500 млн. "почтовых ящиков". В России число пользователей электронной почты выросло за последний год в пять раз и к началу 2001 года составило 10,8 миллиона человек. Одной из насущных проблем является защита от спама - информационных атак на почтовые ящики. Сбор адресов электронной почты создает основу для проведения целенаправленного воздействия на большие группы людей, поскольку позволяет накапливать большие базы данных с информацией персонального характера, что дает возможность выделять группы влияния. В дальнейшем, при необходимости, этим группам можно высылать пропагандистские материалы. Кроме того, несанкционированная массовая рассылка рекламных сообщений, агитационных материалов и т.д. может нарушить работу пользователей.

Баннеры являются еще одной особенностью Сети. Правовые проблемы, например, рекламы через баннерную сеть весьма специфичны. Баннер (небольшая картинка, с помощью ссылок связывающая два сайта) представляет собой логотип информационного ресурса и способствует привлечению посетителей на рекламируемый сайт. Во-первых, назойливое употребление баннеров заставляет пользователей решать задачу их "фильтрации".

Во-вторых, в соответствии с Федеральным законом "О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации" (ст. 57, п. 20) во всех материалах, помещаемых в периодических печатных изданиях и оплачиваемых из средств избирательного фонда кандидата должен быть указан источник оплаты. Вряд ли изготовители баннеров с политической рекламой, появляющихся на российских сайтах, в предвыборные дни тысячи раз думают об этом. Интернет все еще вос-

принимается как некая "надзаконная" среда. Не ясно, кто должен выполнять указанную норму закона, если реклама показывается на сайте через баннерную сеть. Ведь на самом сайте рекламы нет - есть только программный код, помещающий ее на экран пользователя из некоего третьего места. Непонятно также, кого именно считать публикатором - эта ситуация немыслима в среде традиционных СМИ.

По мнению некоторых специалистов, информационное право не сможет родиться в здании парламента. Скорее это произойдет в залах суда, и основную роль сыграет судебная практика. Однако по делам, имеющим отношение к ИКТ, она не велика. Сейчас в России известно около десятка судебных прецедентов, связанных со спорами по использованию Сети. Практически все споры касаются института интеллектуальной собственности.

Можно ожидать, что определенное число нормативных проблем, связанных с Интернетом, может и должно быть решено без использования методов государственно-правового регулирования, в том числе на уровне организационного взаимодействия участников интернет-сообщества (в самом широком смысле), а также на уровне алгоритмизации и автоматизации используемых в Интернете процедур (принцип использования внеюрисдикционных методов регулирования).

Основная особенность рыночного регулирования любой отрасли связана с тем, что оно минимально. В наибольшей степени это относится к чисто информационному сектору, где превалируют еще и правовые принципы свободы слова. По большей части все ограничения информационного рынка, кроме базовых экономических (соблюдение законодательства, конкуренция, финансовая отчетность и уплата налогов и др.), по содержанию сводятся к ограничениям, предусмотренным авторским правом, и ограничениям традиционного набора злоупотреблений свободой массовой информации.

4.5. Агитация, результаты опросов и Интернет

В статье 24 ("Иные средства массовой информации") Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" сказано: "Правила, установленные настоящим Законом для периодических печатных изданий, применяются в отношении периодического распространения тиражом тысяча и более экземпляров текстов, созданных с помощью компьютеров и (или) хранящихся в их банках и базах данных, а равно в отношении иных средств массовой информации, продукция которых распространяется в виде печатных сообщений, материалов, изображений.

Правила, установленные настоящим Законом для радио- и телепрограмм, применяются в отношении периодического распространения массовой информации через системы телетекста, видеотекста и иные телекоммуникационные сети, если законодательством Российской Федерации не установлено иное".

Таким образом, правовой статус СМИ сегодня распространяется и на тс сайты, которые прошли государственную регистрацию в Министерстве Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций. 27 ноября 2001 года МПТР России, информируя о работе со СМИ-нарушителями, сообщило о том, что, начиная со второго квартала 2002 года, оно будет проводить мониторинг зарегистрированных электронных СМИ в сети Интернет.

В одной из поправок к Федеральному закону "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации", связанной с опросами общественного мнения (п. 4 ст. 40), говорится: "В течение трех дней до дня голосования, а также в день голосования опубликование (обнародование) результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов и референдумов, иных исследований, связанных с выборами и референдумами, не допускается". Уточнение "обнародование" заменяет здесь ранее существовавшее словосочетание "в средствах массовой информации".

Можно надеяться, что принятие этой поправки сделает возможным использование Интернета для указанных целей независимо от наличия статуса СМИ у сетевого ресурса.

Аналогичная поправка (среди прошедших первое чтение в Государственной Думе) рекомендуется и для Федерального закона "О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации".

5. Проблемы использования Интернета в ходе выборов

5.1. Возможности сети Интернет на разных стадиях выборов

Сетевые технологии потенциально позволяют широко использовать Интернет в избирательных кампаниях - от максимально оперативного информирования избирателей о ходе избирательной кампании до проведения голосования по Сети (что может привлечь к участию в голосовании максимальное число избирателей). Относительно низкая по сравнению с другими техническими средствами себестоимость обеспечивает возможность снижения расходов на проведение выборов.

Информирование избирателей может осуществляться (помимо использования электронной почты) с помощью размещения на веб-сайте различной информации:

- об избирательном законодательстве, включая доступ к базам данных;
- пресс-релизов, сообщений избирательных комиссий для СМИ;
- о финансировании избирательной кампании;
- об образовании избирательных округов, местонахождении избирательных участков;
- о составе избирательных комиссий;
- о регистрации (учете) избирателей;
- о методических и нормативных материалах, образцов бланков, заявлений;
- заявлениях кандидатов о выдвижении и сведениях кандидатов о себе;

- данных о регистрации кандидатов и списков кандидатов, а также сведениях о нарушениях, отказах или отменах регистрации;

- о расходах из избирательного фонда;
- о деятельности наблюдателей в день голосования.

Кроме того, Сеть дает возможность:

- собирать средства в избирательные фонды кандидатов;
- проводить предвыборную агитацию;
- непосредственно осуществлять процедуру голосования;
- подводить итоги голосования, обнародовать информацию о

результатах выборов.

В силу своей доступности Интернет также способствует расширению общественного участия в демократическом контроле избирательного процесса.

5.2. К вопросу о возможности голосования через Интернет

Правительство Германии рассматривает возможность в будущем проводить всеобщее голосование через Интернет. Услуги, которые предоставляет Сеть для участия граждан в политической жизни страны, дадут возможность участвовать в выборах людям с ограниченными физическими возможностями, а также тем, кому приходится много путешествовать. Для этого необходимо гарантировать принципы демократических выборов - прямое, свободное и тайное голосование (например, иметь возможность доказать личность избирателя и в то же время гарантировать тайну голосования). В целях поиска решения этих проблем в МВД Германии создана рабочая группа экспертов в области информатики, юриспруденции и выборов. Одним из первых шагов в этой области станет решение проблемы избирательных участков: необходимо, чтобы избиратель имел возможность проголосовать на любом участке, независимо от места жительства. Планируется обеспечить такую возможность до 2006 года. Тем не менее существует ряд технических проблем и одна из них

- создание электронной подписи, которая позволит конфиденциально передавать данные через всемирную компьютерную сеть.

В Эстонии министерство юстиции в январе 2001 года сформировало группу экспертов по информационным технологиям и юристов для подготовки поправок к эстонскому закону, которые позволят проводить голосование по выборам через Интернет. Поправки должны быть подготовлены и приняты до 2002 года, когда состоятся выборы нового состава законодательного органа Эстонии.

В парламент Франции внесен законопроект о голосовании через Интернет. Единственная статья будущего закона гласит, что разрешается голосование на дому посредством компьютера, подключенного к Интернету, и что правительство в дальнейшем издаст декрет, в котором будут гарантироваться анонимность, тайна и безопасность голосования. Основной причиной внесения законопроекта стало увеличение пассивности избирателей: на парламентские выборы не пришло 30% избирателей, а в референдуме по введению пятилетнего президентского правления не участвовало 70% избирателей. Электронное голосование должно быть опробовано на ближайших выборах местных органов самоуправления, ожидается, что оно привлечет молодых избирателей.

Однако указываются и недостатки данной процедуры. Кроме слабости инфраструктуры Интернета и нерешенности проблем информационной защиты, особую опасность приобретает аспект коррупции.

В США основанием для серьезного анализа новых тенденций в политической жизни послужили президентские выборы 2000 года [23]. Они стали первой избирательной кампанией эпохи Интернета. Хотя экспериментальные попытки использовать Интернет в политических целях предпринимались еще в 1996 году, ситуация сегодня существенно изменилась: в 2000 году около 140 миллионов американцев имели доступ к Интернету. В результате Интернет стал таким же средством воздействия на

избирателей, как газеты, журналы, радио и телевидение, хотя пока и уступает им по влиянию. Каждый из кандидатов имел по крайней мере один сайт, содержащий информацию о претенденте и его политической платформе. Свои сайты имели и партийные комитеты, и различные общественно-политические организации, которые вели предвыборную агитацию. Таким образом избиратели были напрямую вовлечены в избирательную борьбу задолго до момента голосования: так, сайты двух кандидатов во время съездов Республиканской и Демократической партий посетили почти 600 тысяч человек

Кроме того, в марте в штате Аризона на праймериз демократы разрешили своим избирателям голосование по Интернету, и 40 тысяч избирателей впервые воспользовались этой возможностью. Последовав этому примеру, на президентских выборах экспериментальное голосование по электронной сети разрешили в городах Феникс (Аризона), Сан-Диего и Сакраменто (Калифорния). Кроме того, по Интернету могли голосовать 200 военнослужащих, находящиеся за рубежом, но постоянно проживающие в Южной Каролине, Техасе, Флориде и Юте. На будущий год технологию голосования по Интернету предполагается сертифицировать в 40 штатах. Такая форма выборов рассматривается ее сторонниками как дальнейшее развитие демократии. Однако противники голосования по Интернету возражают, видя в этом дискриминацию тех, кто лишен доступа к электронным коммуникациям и отмечая опасность взлома секретных кодов хакерами и даже угрозу прямого подкупа избирателей.

5.3. Дистанционное обучение

Одним из возможных эффективных способов решения задачи повышения политической культуры граждан, а также совершенствования профессионального уровня специалистов избирательных комиссий может стать дистанционное обучение на базе телекоммуникаций. Эта популярная технология получения образования для людей всех возрастов сочетает в себе неоспо-

римые преимущества, например, возможность заниматься в удобное время, в удобном месте и темпе, а при необходимости - и на рабочем месте. Стоимость переподготовки с использованием электронных обучающих систем снижается по сравнению с традиционными формами обучения в два раза.

По сравнению с традиционным заочным обучением, использованием аудиовизуальных носителей или компьютерных обучающих программ основное преимущество Интернета в этой области - высокая степень интерактивности. Парадоксально, но факт: в России дистанционное обучение сегодня быстрее всего развивается в крупных городах, где и так штаты школ и университетов укомплектованы преподавательскими кадрами [20].

В США число желающих записаться на курсы, предлагаемые по сетевым каналам, постоянно увеличивается. Программу электронного образования (e-learning) начинает осуществлять и армия. Военные рассчитывают, что по мере расширения программы число желающих учиться таким образом дойдет к 2005 году до 80 тысяч. Сегодня почти половина из 4000 крупнейших колледжей и университетов США предлагают интернет-курсы или используют Сеть как дополнение к обычным занятиям. На on-line курсах американских учебных заведений, дающих высшее образование, занимаются 2 миллиона студентов, а к 2006 году их может стать 5 миллионов. Люди старше 25 лет составляют половину таких студентов. Большинство из них работают и образование им нужно для карьерного роста.

И это не является исключительно американским феноменом. Обширный рынок электронного образования создается и в развивающихся странах, где в ближайшие годы ожидается резкое увеличение числа молодежи студенческого возраста. Точно так же, как во многих таких странах сотовые телефоны опередили обычные, Интернет в состоянии помочь массовому образованию там, где не хватает преподавателей, где нет учебных заведений или средств на их строительство. Прогнозируется, что затраты на получение высшего образования через Интернет к 2005 году увеличатся более чем вдвое.

5.4. Сеть и ГАС "Выборы": открытость и безопасность

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации" деятельность избирательных комиссий при подготовке и проведении выборов, подсчете голосов и установлении итогов голосования осуществляется гласно и открыто. Это означает, что вся информация, которая имеется в распоряжении комиссий, за исключением персональных сведений об избирателях относится к категории общедоступной.

Граждане, а также иные лица, в свою очередь, вправе беспрепятственно и свободно знакомиться с имеющейся в избирательных комиссиях информацией о финансировании выборов, кандидатах, их регистрации, причинах отказа в регистрации или ее отмены, об использовании избирательных фондов и т.д.

Действующая система ГАС "Выборы" за период с 1995 года была использована в ходе проведения более 5 тысяч выборов различных уровней, что доказывает правильность выбранного направления автоматизации деятельности избирательных комиссий. В декабре 2001 года ЦИК России утвердила Программу развития Государственной автоматизированной системы Российской Федерации "Выборы" на 2001-2004 годы.

Основная задача намеченного совершенствования системы ГАС "Выборы" - автоматизация избирательного процесса и организационной деятельности избирательных комиссий. Кроме того предполагается, что ресурсы ГАС "Выборы" будут также использоваться в интересах федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления.

Результатами развития и совершенствования системы ГАС "Выборы" должно стать и создание регистра избирателей, участников референдумов в Российской Федерации, интеграция этой системы в единое информационное пространство страны.

Программа, осуществление которой обойдется в 2,9 млрд.

рублей, будет финансироваться в основном из федерального бюджета, а также из бюджетов субъектов Российской Федерации, муниципальных бюджетов и внебюджетных источников. Сроки ее реализации приурочены к концу 2003 года с тем, чтобы ее результаты могли быть использованы в ходе будущих парламентских и президентских выборов.

Одним из средств реализации права граждан на свободный доступ к выборной информации является формирование общедоступных баз данных избирательных комиссий всех уровней, в т.ч. на общедоступных серверах российского Интернета. С развитием Сети проблемы взаимодействия Интернета и ГАС "Выборы" приобретают все большую актуальность. В настоящее время имеющийся потенциал ГАС "Выборы" не в достаточной степени используется для обеспечения открытости и гласности процесса.

В соответствии с действующим законодательством информация, получаемая через ГАС "Выборы", является предварительной и не имеющей юридического значения. Планируется представить в Государственную Думу проект закона об использовании системы ГАС "Выборы", обеспечивающего правовую базу системы.

Опыт некоторых стран, например, Бразилии свидетельствует о возможности полного перехода на систему электронного голосования [22]. Таким образом, данные из информационной системы могут иметь юридическую силу, и в перспективе это, вероятно, и произойдет. Об этом говорится и в пункте 3 статьи 62 Федерального закона "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации", где указывается, что данные, полученные через информационную систему, являются предварительной информацией только в том случае, если иное не установлено законами.

Взаимодействие Интернета и ГАС "Выборы" становится насущным еще и потому, что в соответствии с пунктом 1 статьи 13 Федерального закона "Об информации, информатизации и защите информации" органы государственной власти осу-

ществляют массовое информационное обеспечение пользователей по вопросам прав, свобод и обязанностей граждан, их безопасности. Такое взаимодействие прямо предусмотрено пунктом 4 статьи 62 Федерального закона об основных гарантиях и пунктом 9 статьи 86 Федерального закона о выборах депутатов Государственной Думы, согласно которым данные, введенные в систему, должны быть оперативно доступны (в режиме "только чтение") абонентам информационно-коммуникационных сетей общего пользования.

5.5. Использование Интернета в ходе выборов за рубежом

В избирательной кампании 1998 года в Германии большое внимание уделялось пропаганде в Интернете. По бюджету, затраченному на разработку ультрасовременного дизайна страниц, на содержание интернет-редакции, на организацию вещания через Интернет предвыборных мероприятий, социал-демократы оставили далеко позади всех конкурентов. Дизайн был поручен одному из наиболее известных специализированных агентств в Германии - "Wysiwyg". Был арендован широкий канал и современное оборудование, позволявшее выдерживать поток посетителей, который накануне выборов превышал цифру в два с половиной миллиона заходов в месяц, что почти вдвое превышало аналогичные показатели ХДС. На сервере партии были размещены как все необходимые программные документы, так и биографии ведущих деятелей, отчеты о проведенных за последние три года съездах и конференциях. Был организован дискуссионный форум по всем насущным проблемам. Население с высокой степенью оперативности информировалось обо всех проводимых партией предвыборных мероприятиях, размещались видеоролики, звуковые записи выступлений, было организовано вещание в реальном времени Лейпцигского съезда.

Учитывая, что доступ в Интернет в Германии имеет каждый десятый житель, можно утверждать, что в 1998 году в ФРГ было

зафиксировано рождение полноценной предвыборной кампании в Интернете. Опыт СДПГ доказал, что только профессиональный комплексный подход может гарантировать внимание общественности к политическим интернет-проектам, обеспечить положительные отзывы в прессе и стать дополнительным аргументом в формировании позитивного имиджа партии.

Проигравшая партия - ХДС - агитацию в Интернете провела слабо. Нанятое ею PR-агентство лишь обеспечило старомодный дизайн сервера, а вся текущая содержательная информационная работа, в чем и состоит собственно предвыборная кампания в Интернете, велась слабо.

О президентских выборах 2000 года в США уже сказано выше. Здесь лишь добавим, что получивший широкое распространение электронный бизнес с оплатой сделок по Интернету создал благоприятную среду для прямого сбора средств в предвыборные фонды кандидатов. Причем затраты на сбор пожертвований по Интернету незначительны (в несколько раз меньше, чем в случае рассылки печатных материалов с призывами к избирателям делать пожертвования). Средний взнос пожертвований по Интернету составлял 123 доллара. Уже на промежуточных выборах 1998 года по Интернету было собрано 2% всех пожертвований. По оценке руководителей компаний, занимающихся электронным сбором средств, в 2004 году по Интернету будет получено до половины всех политических пожертвований.

5.6. Перспективы применения Интернета на выборах в России

ЦИК России должна определить свое отношение к данной проблеме, выработав концепцию активного присутствия в Интернете в следующих целях:

- обеспечение оперативного освещения всех значимых событий в части выборов, широкого доступа к базам данных с результатами выборов;
- модификация интернет-ресурсов, их количественное и ка-

чественное информационное наполнение, своевременная актуализация;

- использование Сети как "своего" независимого канала вещания, чтобы собственными силами обеспечить своевременное обнаружение позиции ЦИК России по всем вопросам, связанным с выборами.

Сайт ЦИК России на время проведения всех федеральных выборов и особенно в период подведения результатов голосования должен стать, если можно так выразиться, всероссийским виртуальным общедоступным табло. Информирование в режиме реального времени всех участников избирательного процесса о ходе голосования и своевременное представление официальных итогов выборов имеют большое политическое значение для признания выборов легитимными и юридически достоверными.

На выборах депутатов Палаты Представителей Парламента Союзного государства первого созыва от Российской Федерации, кроме того, необходимо заключить соответствующий договор с белорусской стороной об объединении информационных ресурсов обеих центральных избирательных комиссий или о взаимных ссылках на их сайты. В любом случае пользователи вправе ожидать, что им будет предоставлен доступ ко всей информации об избирательной кампании на территории обоих государств.

В сентябре 2002 года в Москве состоится Конференция Ассоциации организаторов выборов стран Центральной и Восточной Европы, в которую с 1998 года входит 18 стран - Армения, Албания, Белоруссия, Болгария, Босния и Герцоговина, Венгрия, Грузия, Латвия, Литва, Македония, Молдавия, Польша, Россия, Румыния, Словакия, Турция, Украина, Хорватия.

Цель и задачи Ассоциации - содействовать демократическим процессам в регионе Центральной и Восточной Европы, укреплению органов власти посредством проведения свободных и демократических выборов, способствовать дальнейшему развитию избирательных систем, созданию избирательных комиссий, действующих на профессиональной основе, организации меж-

дународного наблюдения, распространению и обмену профессиональной информацией. А так как в их реализации Интернет может сыграть не последнюю роль, представляется, что на Конференции российская сторона должна занять активную позицию в части использования сети Интернет на выборах. Говоря о необходимости развития Ассоциации, нужно учитывать, что Россия сегодня не является лидером в области информационных технологий, но, тем не менее, не может допустить здесь сильного отставания. А следовательно обязана интенсивно осваивать и применять ИКТ в своей практике, выявляя сильные и слабые стороны Сети.

Становление демократии в России проходит в условиях формирования и развития глобального информационного сообщества. Благодаря современным информационным и коммуникационным технологиям, в том числе и Интернету, этот процесс в нашей стране может пройти гораздо быстрее, чем в других государствах, где на формирование демократического общества ушло не одно столетие.

Литература

1. Интерактивные коммуникационные стратегии // Сообщение. 2001. № 5, май.
2. Мобильная революция // Мир Интернет. 2001. № 5, май.
3. Минченко Е.Н. Как стать и остаться губернатором. Челябинск Урал Л.Т.Д., 2001.
4. Проблемы информационно-психологической безопасности / Под ред. А.В. Брушлинского, В.Е. Лепского. М.: ИП РАН, 1996; Смолян Г.Л., Зараковский Г.М., Розин В.М. Информационно-психологическая безопасность (определение и анализ предметной области). М.: ИСА РАН, 1996; Смолян Г.Л., Зараковский Г.М., Розин В.М., Войскунский А.Е. Информационно-психологическая безопасность (определение и анализ предметной области). М.: ИСА РАН, 1997.
5. Аносов В.Д., Лепский В.Е. Исходные посыпки проблематики информационно-психологической безопасности // Проблемы информационно-психологической безопасности / Под ред. А.В. Брушлинского, В.Е. Лепского. М.: ИП РАН, 1996. С. 7-11.
6. Смолян Г.Л. Информационно-психологическая безопасность // Информационные вызовы национальной и международной безопасности / Под ред. А.В. Федорова, В.Н. Цыгичко. М.: ПИР-Центр, 2001.
7. Коган В.З. Качество информации и мир инфологем (фрагменты теории) // Проблемы инфовзаимодействия: Сб. Новосибирск, 1993, с. 10-39.
8. Волчинская Е.К., Терещенко И.Н., Якушев М.А. Интернет и гласность. М.: Изд-во "Галерея", 1999.
9. Розин В.М. Области употребления и природа виртуальных дальностей // Технологии виртуальной реальности. Состояние и

тенденции развития: Сб. М., 1966.

10. Носик А. Подноготная "КОГТЯ" // Интернет. 1999. № 13, янв.

11. Войскунский А.Е. Метафоры Интернета // Вопросы философии. 2001. № 11. С. 64-79.

12. Докторов Б.З. Онлайн-опросы: обыденность наступившего столетия // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. 2000. № 4.

13. Войскунский А.Е., Скрипкин С.В. Качественный анализ данных как инструмент научного исследования // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14, Психология. 2001. № 2. С. 93-109.

14. Алексеева И.Ю. "Этика Интернет": опыт международной команды. 2000. URL <http://www.isn.ru/info/seminar-doc/ethics.doc>.

15. Бондаренко С.В. Киберэтика и сетевые сообщества (молодежный аспект проблемы с точки зрения американских социологов и психологов) // Социальные и психологические последствия применения информационных технологий: Материалы междунар. интернет-конф., проходившей 20 марта - 14 мая 2001 г. на информационно-образовательном портале www.auditorium.ru / Под общ. ред. А.Е. Войскунского. М.: Московский общественный научный фонд, 2001. С. 253-261.

16. Войскунский А.Е., Бабанин Л.Н., Солдатова Г.У. Опыт изучения политических предпочтений пользователей Интернета в России // Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. М.: Терра-Можайск, 2000. С. 250-266.

17. Черноморский П. Снова о выборах в Интернете. 2001. URL <http://www.smi.ru/2001/06/28/993733547>.

18. Дворак Дж.С. Нет - выборам по Интернету! // PC Magazine. 2000. № 10. URL <http://www.pcmag.ru/news.asp?ID=638>.

19. Калятин В.О. Правовые вопросы организации сети Интернет // Юридический мир. 2001. № 3, март.

20. E-learning: возможности для России // iBusiness. 2001. № 10, окт.

21. Горский Ю.И. К формированию государственного управления при росте Интернета: Материалы Всерос. объединенной

конф. "Интернет и современное общество", Санкт-Петербург, 20-24 нояб. 2000.

22. Ефремов А.А. Правовые аспекты взаимодействия ГАС "Выборы" и Интернет с 1999 г. <http://www.russianlaw.net/law/doc/a80.htm>.

23. "НГ" 14.09.2000. Интернет и деньги помогли Бушу. С. Рогов.

24. Интернет и правовое регулирование. Регулирование распространения вредной и незаконной информации. И. Мелюхин. <http://www.internews.ras.ru/ZiP/28/melukhin.2.html>.