

# Тема: Особенности российских избирательных кампаний в эпоху цифровизации

ЛУКУШИН Владимир Андреевич — главный специалист Института гуманитарных технологий и социального инжиниринга, лаборант-исследователь Центра политических исследований Финансового университета при Правительстве РФ (125167, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49; valukushin@fa.ru)

## ВОПРОС ДОВЕРИЯ: АНАЛИЗ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТА ЛЕГИТИМАЦИИ И ДЕЛЕГИТИМАЦИИ СИСТЕМЫ ДЭГ В РОССИЙСКИХ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

**Аннотация.** В статье представлены результаты сравнительного анализа цифрового контента, распространяемого в российском сегменте социальных медиа, направленного на легитимацию и делегитимацию системы ДЭГ среди национальной интернет-аудитории. Методом исследования выступает когнитивное картирование тематических информационных материалов, репрезентирующих тематику ДЭГ в социальных медиа в период проведения основных избирательных кампаний с 2022 по 2024 г. Результаты исследования продемонстрировали наличие значительных разграничений в содержании и структуре исследуемых групп контента. К критериям дифференциации контента можно отнести не только объекты и основания для формирования доверия или недоверия к онлайн-голосованию, но и изменения практики их использования в различные периоды избирательной кампании. Одним из возможных объяснений зафиксированных разграничений является принципиальное различие в источниках формирования тематических документов, в т.ч. по линии «внутренние–внешние».

**Ключевые слова:** электронное голосование, дистанционное электронное голосование, онлайн-голосование, выборы, избирательный процесс, легитимация выборов, делегитимация выборов, цифровой контент, когнитивное картирование, социальные медиа

**Проблемное поле.** Дистанционное электронное голосование в России используется с 2019 г. Впервые оно применялось в столичном регионе в ходе выборов депутатов Московской городской думы. В 2020 г. система ДЭГ впервые использована на федеральном уровне в ходе общероссийского голосования по внесению изменений в Конституцию Российской Федерации и была доступна избирателям Москвы и Нижнего Новгорода. В 2021 г. ДЭГ применялось на выборах депутатов Государственной думы ФС РФ, а также в ряде региональных и муниципальных кампаний в 7 субъектах. В Единый день голосования 2022 г. число субъектов, в которых применяется ДЭГ, увеличено до 8. Наиболее масштабное применение системы ДЭГ реализовано в ходе выборов президента РФ 2024 г. Участниками дистанционного электронного голосования на федеральной системе голосования стали свыше 4,4 млн избирателей в 28 субъектах РФ. В Москве участниками ДЭГ на столичной платформе стали еще свыше 3,5 млн избирателей. Таким образом, онлайн-голосование за последние годы стало устоявшейся формой волеизъявления на выборах в Российской Федерации, полностью перейдя из статуса экспериментальной [Гуляев 2024; Дудочников 2023].

Согласно социологическим опросам, российские избиратели активно приспосабливаются к современным формам волеизъявления, относятся к ним с интересом, обращают внимание на удобство и простоту данной системы. Практика использования ДЭГ, как правило, позитивно влияет на электро-

ральное участие, конкурентность и активность избирательных кампаний [Виноградова 2024]. В то же время дистанционное электронное голосование выступает объектом информационного противоборства и своеобразной мишенью в попытках внешнего вмешательства в избирательный процесс, связанных с ограничением субъектности российских граждан, искажением процедуры и итогов голосования, дискредитацией избирательной системы в общественном сознании.

Дополнительными факторами, усиливающими политические риски в электоральном цикле 2022–2024 гг., выступают геополитическая конфронтация и общее ухудшение международной обстановки, активно протекающие в информационно-коммуникативном пространстве [Бродовская, Домбровская, Лукушин 2022; Парма 2024]. На протяжении текущего электорального цикла фиксируются попытки информационного вмешательства в избирательный процесс, а также использование внешними сетевыми акторами тематики электронного голосования в информационной кампании по дезинформации и манипуляции российскими гражданами, распространению фейковых данных, стимулированию неконвенциональных форм гражданской активности среди широких слоев населения с использованием социальных медиа и мессенджеров. Внешние акторы пользуются новизной, технологической сложностью и неизвестностью системы среди массовой аудитории, продвигая политически необходимые дискурсы и нарративы с использованием возможностей цифровых платформ.

С расширением масштаба и уровня использования ДЭГ исследование процессов делегитимации и легитимации данной системы в пространстве современных цифровых коммуникаций представляет особую значимость [Федоров, Ежов 2022]. Социальные медиа в современном мире обладают большим потенциалом влияния на политические установки граждан, а также конструирования общественно-политической реальности, особенно в условиях значительной погруженности российских граждан в информационные потоки [Соколов, Миронова 2023; Володенков, Федорченко 2022]. В настоящей статье представлены результаты сравнительного анализа цифрового контента, распространяемого в российском сегменте социальных медиа, направленного на легитимацию и делегитимацию системы ДЭГ среди национальной интернет-аудитории.

**Методы и инструменты.** Основным методом настоящего исследования является когнитивное картирование цифрового контента, репрезентирующего тематику дистанционного электронного голосования в российских социальных медиа. Выборочная совокупность данных для когнитивного картирования контента составляет 1 200 документов, размещенных в период проведения следующих избирательных кампаний: Единый день голосования 2022 г. (11.09.2022), Единый день голосования 2023 г. (10.09.2023), выборы президента Российской Федерации (17.03.2024) в доэлекторальный, электоральный и постэлекторальный периоды в социальных сетях ВКонтакте, Telegram и Одноклассники. Общая глубина анализа — 14 месяцев. Источниками размещения материалов выступают популярные политические и общественные цифровые сообщества и аккаунты, реализующие информационные потоки легитимации дистанционного электронного голосования в социально-медийном пространстве, и амбивалентные легитимирующие потоки в совокупном объеме 100 аккаунтов при равной представленности сегментов. Критерии отбора документов подчинены тематическому принципу (соответствие предмету исследования), а также учитывают квотирование по неделям. Обработка

собранный базы данных реализована с использованием пакета статистической обработки данных *IBM SPSS Statistics*.

**Результаты исследования.** Почти половина легитимирующих материалов представлена в информирующем жанре, т.е. сообщениями о происходящих событиях, новостными хрониками и короткими справками (49%). Еще порядка 22% материалов являются официальными документами, пресс-релизами органов государственной власти и избирательных комиссий. В целом для информационного потока, легитимирующего дистанционное электронное голосование в социальных медиа, характерен сугубо информирующий и формализованный стиль подачи материалов, направленный на распространение актуальной информации и последующее формирование у избирателей – пользователей социальных медиа общей электоральной установки, повышение уровня их осведомленности. Только 11% материалов включают в себя аналитическую составляющую, т.е. направлены на интерпретацию конкретных фактов и событий. Низкий уровень представленности познавательных материалов, в т.ч. инструкций, инфографики, статистики, схем действий, снижает легитимирующий потенциал контента.

В структуре делегитимирующих материалов основной массив, напротив, представляют аналитические тексты, экспертные комментарии и оценки (39%). Такой способ представления информации предполагает продвижение в публичном пространстве тех дискурсов и нарративов, которые отвечают текущим политическим задачам. С точки зрения влияния на политическое сознание регулярная ссылка на авторитеты, подкрепление репрезентирующих фактов внешними оценками представляются более результативными. Делегитимация системы ДЭГ в социальных медиа выстраивается вокруг субъективных мнений и политических позиций отдельных политических акторов, в первую очередь оппозиционных журналистов, исследователей и активистов, чьи высказывания объединены в единую дискурсивную сеть, пересекаются как лексически, так и на уровне формируемых смыслов. Обращает на себя внимание высокая доля развлекательных материалов в общем объеме проанализированного контента (19%). К таким документам, в частности, относятся популярные интернет-мемы, обесценивающие как саму систему электронного голосования, так и участников волеизъявления. Подобный развлекательный контент в силу массовости и легкости восприятия является удобным средством дискредитации политических институтов в цифровом пространстве.

Информационные материалы, направленные на легитимацию ДЭГ, сохраняют информирующую стилистику в течение всех этапов проведения избирательных кампаний. Жанровая структура материалов на различных этапах реализации избирательных действий серьезным образом не изменяется. Для документов, направленных на делегитимацию ДЭГ, характерны более заметные изменения. В частности, объемы информационного контента увеличиваются ко дню голосования и резко снижаются в период подведения итогов выборов, увеличивается доля аналитических материалов и развлекательного контента. Рассмотренное обстоятельство свидетельствует о том, что базовым периодом для делегитимации системы ДЭГ является именно постэлекторальный этап, связанный с окончанием голосования граждан, подсчетом голосов избирателей и опубликованием официальных результатов выборов.

Материалы, легитимирующие электронное голосование в сети, чаще рассматривают ДЭГ через призму технологических новшеств и представляют институт как достижение отечественной избирательной системы, расши-

Таблица 1

**Используемые жанры материалов в исследуемом цифровом контенте  
(по периодам наблюдения), %**

Жанр сообщения/ Период и тип контента	Предэлекторальный период		Электоральный период		Постэлекторальный период	
	Легитимирующий контент	Делегитимирующий контент	Легитимирующий контент	Делегитимирующий контент	Легитимирующий контент	Делегитимирующий контент
Новости	47	21	51	27	50	19
Официальные пресс-релизы	21	2	20	3	25	3
Развлекательные материалы	4	16	5	20	6	22
Познавательные материалы	9	10	7	9	5	9
Аналитика и экспертиза	10	36	10	34	11	45
Иной жанр	9	15	7	7	3	2

ряющий возможности избирателей. Соответственно, материалы такого рода содержат в себе подробности технического устройства ДЭГ и раскрывают отдельные направления работы программно-технического комплекса. Делегитимирующий контент является более оторванным от самого объекта репрезентации. В большинстве проанализированных материалов критическое отношение к ДЭГ используется в качестве средства дискредитации российских выборов в целом и одновременно аргумента для недоверия к самой системе. Необходимо отметить, что в бюрократическом контуре находится одинаково высокая доля как легитимирующего, так и делегитимирующего контента. Внимание к процедурам является важной составляющей формирования доверия или недоверия к выборам в зависимости от интерпретации отдельных фактов.

В большинстве проанализированных документов ключевым преимуществом голосования посредством ДЭГ называется оперативность, экономия времени и ресурсов, вызванные отсутствием необходимости очно посещать избирательный участок, а также физическая простота участия в выборах с использованием личного смартфона, персонального компьютера или иного гаджета (34%). Меньшая доля материалов обосновывает доверие к ДЭГ через категории открытости и безопасности (19% и 17% соответственно). В таком случае аргументационный ряд является более сложным, но он информирует аудиторию о технологиях обеспечения анонимности и конфиденциальности

голосования в онлайн-формате, а также современных практиках контроля ПТК ДЭГ и процедур, связанных с обеспечением голосования в основном за счет реализации многоуровневого общественного наблюдения и контроля. Крайне редко в качестве аргумента к использованию ДЭГ применяются категории справедливости и законности (6%).

Базовым основанием формирования недоверия к ДЭГ в информационном потоке делегитимации является закрытость и непроверяемость выстроенной в Российской Федерации системы онлайн-голосования (42%). Взаимосвязанным основанием формирования недоверия выступает ненадежность ее использования со стороны избирателей (23%). Таким образом, две трети делегитимизирующего сетевого контента основываются на тех тезисах, которые нуждаются в наиболее серьезной аргументации и по объективным причинам сложны для массового восприятия. Сопутствующие критические замечания и оценки ДЭГ в распространенных цифровых документах в настоящее время не встречают должной контраргументации в необходимых объемах.

Таблица 2

**Используемые основания формирования доверия и недоверия к ДЭГ  
в исследуемых цифровых документах**

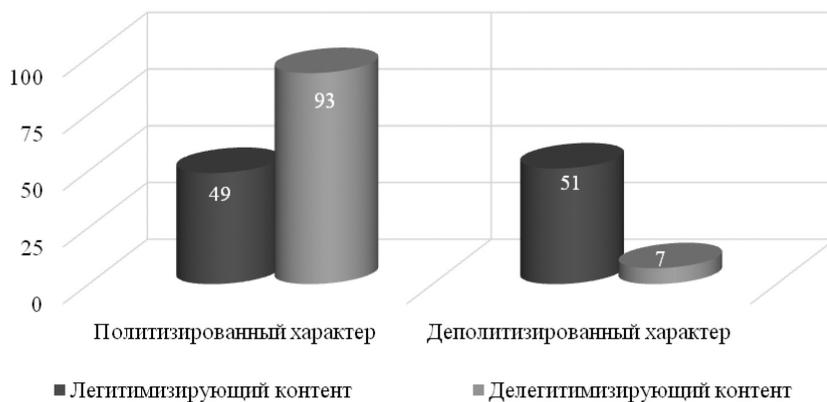
Основания формирования доверия	Частота представ-ленности, %	Основания формирования недоверия	Частота представ-ленности, %
Справедливость и законность	6	Несправедливость и незаконность	12
Понятность и легкость	24	Сложность и непонятность	10
Удобство и доступность	34	Неудобство и недоступность	13
Безопасность и надежность	17	Небезопасность и ненадежность	23
Открытость и проверяемость	19	Закрытость и непроверяемость	42

Основным объектом делегитимации ДЭГ в информационном пространстве чаще выступает избирательная система страны в целом (24%). При этом отдельные элементы системы онлайн-голосования, такие как обработка и подсчет голосов избирателей (23%), техническая инфраструктура (19%) и порядок голосования (17%) также используются в целях делегитимации. В период голосования резко возрастает частота использования процедурных элементов (с 15% до 23%). К исходу выборов увеличивается доля материалов, в которых объектом делегитимации выступает процесс подсчета голосов (с 19% до 26%). При этом частота использования более широких политических контекстов, которые позволяют дискредитировать весь избирательный процесс посредством критики онлайн-голосования, остается стабильно высокой на всех этапах выборов. Наиболее распространенным объектом легитимации выступает комплекс технологий наблюдения и контроля за ДЭГ, в первую очередь реализуемых общественниками (35%). На всех этапах кампании именно обеспечение наблюдения, участие общественных организаций, институтов гражданского общества и экспертного сообщества остаются ключевыми средствами легитимации онлайн-голосования.



*Рисунок 1.* Используемые объекты легитимации и делегитимации дистанционного электронного голосования в исследуемых документах

Результаты проведенного анализа документов позволяют констатировать значительную политизацию дискурса делегитимации ДЭГ в российском сегменте социальных медиа. В большинстве случаев речь идет о намеренном выходе за рамки электорального процесса и основных избирательных процедур с целью дискредитации результатов волеизъявления граждан, ограничения субъектности избирателей, воздействия на принятие решений о выборе форм голосования или сознательного игнорирования самих выборов. Основные акценты в содержании делегитимирующих материалов сформированы вокруг национальной избирательной системы в целом, в отдельных случаях — российской политической системы. В данном случае институт дистанционного электронного голосования выступает удобным для решения поставленных политических задач средством воздействия на общественное сознание, формирующим контекст большинства критических сообщений. Максимальный уровень политизации наблюдается в материалах, где основаниями формирования недоверия к ДЭГ выступают закрытость и непроверяемость системы, а также несправедливость такой формы голосования.



*Рисунок 2.* Уровень политизации исследуемых документов, %

Источниками сообщений или информационных поводов, упоминаемых в публикациях, направленных на легитимацию ДЭГ, являются преимущественно российские центры общественного мнения, представленные крупнейшими государственными СМИ (32%), органы государственной власти и избирательные комиссии (28%), а также общественные организации (24%). Обращает на себя внимание факт низкой вовлеченности политических партий в продвижение повестки дистанционного электронного голосования в социальных медиа и игнорирование темы ДЭГ со стороны тех партийных сил, которые поддерживают внедрение и распространение онлайн-голосования (6%). Основной массив информационных поводов в сообщениях, направленных на делегитимацию ДЭГ, формируют центры и лидеры общественного мнения, признанные иностранными агентами на территории Российской Федерации (43%). К ним относятся как медиаструктуры, так и организации и физические лица, в т.ч. журналисты, политологи, политики и гражданские активисты. Еще почти треть источников составляют зарубежные центры и лидеры общественных мнений, в т.ч. западные СМИ, публичные политики и чиновники, а также международные организации. Таким образом, с содержательной стороны контент делегитимации ДЭГ в российском сегменте социальных медиа на две трети формируется иностранными информационными ресурсами либо физическими лицами и организациями, в той или иной степени аффилированными с ними.

**Заключение.** Реализованный сравнительный анализ цифрового контента, репрезентирующего информационные потоки легитимации и делегитимации системы дистанционного электронного голосования в российских социальных медиа, показывает наличие значительных разграничений в содержании и структуре информационных материалов. К базовым критериям дифференциации контента можно отнести не только объекты и основания формирования доверия или недоверия к онлайн-голосованию, но и изменение практики их использования в различные периоды избирательной кампании. Одним из возможных объяснений зафиксированных разграничений является принципиальное различие в источниках формирования тематических документов, в т.ч. по линии «внутренние—внешние». С одной стороны, на уровне используемых жанров, форматов подачи и упаковки информационных материалов делегитимирующий контент демонстрирует большее разнообразие и адаптивность. С другой стороны, легитимирующий ДЭГ цифровой контент в большинстве случаев опирается на результаты практической деятельности национальных институтов общественного наблюдения и контроля, направленной на повышение прозрачности основных избирательных процедур, что является основополагающим в вопросах формирования доверия массовой аудиторией.

### Список литературы

Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Лукушин В.А. 2022. Совершенствование профилактики усиления социального недовольства в субъектах Российской Федерации. — *Власть*. Т. 30. № 6. С. 30–35.

Виноградова И.М. 2024. Технология дистанционного электронного голосования в России: опыт реализации и дальнейшие перспективы. — *PolitBook*. № 2. С. 51–76.

Володенков С.В., Федорченко С.Н. 2022. Традиционные политические институты в условиях цифровизации: риски и перспективы трансформации. — *Дискурс-Пи*. № 1. С. 84–103.

Гуляев А.А. 2024. Предстоящие президентские выборы в марте 2024 года. — *Власть*. Т. 32. № 1. С. 31-34.

Дудочников А.И. 2023. Масштабирование дистанционного электронного голосования в России. — *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. № 7. С. 40-45.

Парма Р.В. 2024. Факторы проявления и меры упреждения экстремизма среди российской молодежи. — *Власть*. Т. 32. № 1. С. 35-41.

Соколов А.В., Миронова С.В. 2023. Боты как инструмент онлайн-коммуникации в политическом процессе на примере ЕДГ 2023 года в России. — *Социальные и гуманитарные знания*. № 4. С. 358-369.

Федоров В.И., Ежов Д.А. 2022. Особенности репрезентации дистанционного электронного голосования в сознании российского электората: результаты анализа социальных медиа. — *Вестник Московского государственного областного университета*. № 1. С. 65-83.

*LUKUSHIN Vladimir Andreevich, Chief Specialist of the Institute of Humanitarian Technologies and Social Engineering, Research Assistant of the Center for Political Studies, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, Moscow, Russia, 125167; valukushin@fa.ru)*

## THE QUESTION OF TRUST: ANALYSIS OF THE DIGITAL CONTENT OF THE LEGITIMISATION AND DELEGITIMISATION OF E-VOTING SYSTEM IN RUSSIAN SOCIAL MEDIA

**Abstract.** *The article presents the results of the comparative study of digital content distributed in the Russian segment of social media, aimed at legitimising and delegitimising the e-voting system among the national Internet audience. The research method is the cognitive mapping of digital documents representing the topic of the e-voting system in social media during the period of the main election campaigns from 2022 to 2024. The results of the study show that there are significant differences in the content and structure of the studied content groups. The criteria for content differentiation include not only the objects and reasons for building trust or distrust in online voting, but also changes in the practice of their use during different periods of the election campaign. One of the possible explanations for the observed differences is the fundamental difference in the sources of the thematic documents, including along the «internal-external» line.*

**Keywords:** *electronic voting, remote electronic voting, online voting, elections, electoral process, legitimation of elections, delegitimation of elections, digital content, cognitive mapping, social media*

---