

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА
ИСТОРИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

На правах рукописи

Костюнина Елизавета Дмитриевна

**Избирательные кампании Москвы 1999–2018 годов
в освещении общественно-политического сегмента Рунета**

Специальность 5.6.1. Отечественная история

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени
кандидата исторических наук

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент С.В. Орлов

Москва – 2025

Оглавление

Введение	6
Глава 1. Московские выборы 1999–2018 гг. в освещении Рунета: основные кампании и сетевые технологии	22
1.1 Типы выборов, кандидаты, политические силы, особенности кампаний	22
1.2 Интернет в московском политическом и избирательном процессе: основные функции и особенности применения	30
Глава 2. Интернет-технологии в выборах Мэра Москвы 1999 г.	36
2.1 Ход избирательной кампании, ее политico-правовой контекст, кандидаты, программы, результаты	36
2.2 Интернет и выборы 1999 г.: начальный этап использования цифровых технологий в избирательных процессах	46
Глава 3. Изменение роли Интернета в ходе выборов Мэра Москвы 2003 г.	59
3.1 Этапы проведения выборов, политическая обстановка, участники и их программы, итоги кампании	59
3.2 Усиление фактора Интернета в ходе подготовки и проведения выборов	68
Глава 4. Качественное усиление роли интернет-технологий в выборах Мэра Москвы 2013 г.	85
4.1 Политическая повестка России в 2013 г. и предвыборная борьба за пост Мэра	85
4.2 Интернет как основной инструмент московских выборов в 2013 г.	95
Глава 5. Завершение формирования современной системы задействования Интернета при проведении выборов Мэра Москвы в ходе кампании 2018 г.	111
5.1 Кандидаты и их кампании в контексте общественно-политического развития страны в 2018 г.	111
5.2 Отработанные и новые приемы использования интернет-технологий на выборах 2018 г.	121
Глава 6. Использование интернет-ресурсов в кампаниях по избранию депутатов Московской городской Думы	136
6.1 Московская городская Дума: история создания, механизмы формирования и функционирования, полномочия	136
6.2. Превращение Интернета в фактор избирательной активности на выборах в Мосгордуму в 2001–2009 гг.	144
6.3. Выборы в Мосгордуму 2014 г. в эпоху Web3	153
Заключение	161
Список использованных источников и литературы	168

ИЗВЛЕЧЕНИЕ

из «Перечня общественных и религиозных объединений, иных организаций, в отношении которых вступило в законную силу решение суда о ликвидации или запрете деятельности по основаниям, предусмотренным Федеральным законом от 25.07.2002 № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности»»

(URL: <https://minjust.gov.ru/ru/documents/7822/>, дата обращения: 01.12.2025)

96. Американская транснациональная холдинговая компания Meta Platforms Inc. По реализации продуктов – социальных сетей Facebook и Instagram (решение Тверского районного суда города Москвы от 21.03.2022 и апелляционное определение судебной коллегии по гражданским делам Московского городского суда от 20.06.2022).

Решение Тверского районного суда города Москвы от 21.03.2022 и апелляционное определение судебной коллегии по гражданским делам Московского городского суда от 20.06.2022 не распространяются на деятельность мессенджера WhatsApp компании Meta ввиду отсутствия функций по публичному распространению информации (дата размещения сведений: 10.10.2022).

Далее по тексту знаком «*» обозначаются организации, включенные установленным порядком в вышеуказанный перечень (например, Meta*, Facebook* и т.д.)

ИЗВЛЕЧЕНИЕ

из «Реестра иностранных агентов», ведущегося в соответствии со статьей 5 Федерального закона от 14.07.2022 № 255-ФЗ «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием»

(URL: <https://minjust.gov.ru/ru/pages/reestr-inostryannkh-agentov/>, дата обращения: 01.12.2025)

№ п/п	Полное наименование (прежнее наименование (в случае его изменения)) / ФИО «Псевдоним» (при наличии) (прежние ФИО (в случае их изменения))	Основание для включения	Дата принятия Минюстом России решения о включении в Реестр
141	Автономная Некоммерческая Организация «Аналитический центр Юрия Левады»	Статья 32 Федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»	05.09.2016
633	Морев Андрей Зиновьевич	Статья 7 Федерального закона от 14.07.2022 №255-ФЗ «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием»	30.06.2023

Далее по тексту знаком «**» обозначаются лица или организации, включенные установленным порядком в вышеуказанный перечень (например, «Левада-центр»** и т.д.).

ИЗВЛЕЧЕНИЕ

из «Перечня организаций и физических лиц, в отношении которых имеются сведения об их причастности к экстремистской деятельности или терроризму»

(URL: <https://www.fedsfm.ru/documents/terrorists-catalog-portal-act>, дата обращения: 01.12.2025)

№ п/п	Наименование	Раздел перечня	Тип
12056	Навальный Алексей Анатольевич, 04.06.1976 г.р., с. Бутынь Одинцовского района Московской области	Национальный	Физическое лицо

Далее по тексту знаком «***» обозначаются лица или организации, включенные установленным порядком в вышеуказанный перечень (например, «Навальный А.А.»*** и т.д.).

Введение

Научная значимость и актуальность темы исследования. Изучение роли Интернета в избирательных кампаниях Москвы обладает многоаспектной актуальностью для понимания стержневых политических процессов в общественно-политических переменах в России в 1990–2010-х гг. Как наиболее благополучный, технически продвинутый субъект Российской Федерации Москва первая испытала на себе проникновение Интернета во все сферы жизни, в том числе – и в политическую деятельность. Выводы, которые можно сделать на материалах московских избирательных кампаний, необходимы для объяснения эволюции и закономерностей, связанных с выборами Президента РФ и депутатов Государственной Думы, а также с избирательными процессами в остальных регионах России. На примере Москвы наглядно прослеживается рецепция западных практик использования Интернета в политических процессах и совершенствование воздействия цифровой среды в обеспечении общественно-политического развития страны.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования являются избирательные кампании Москвы в период с 1999 по 2018 г. Внимание сосредоточено на избирательных процессах, стратегиях кандидатов и трансформации политического ландшафта столицы за указанный период. Рассматриваются как общие тенденции в избирательной активности, так и особенности конкретных кампаний на разных уровнях – выборы Мэра Москвы, выборы депутатов Московской городской Думы. Предметом исследования является отражение московских избирательных кампаний 1999–2018 гг. в общественно-политическом сегменте Рунета. Анализируются формы, тематика и динамика онлайн-дискурса в блогах, на форумах, новостных сайтах и в социальных медиа. Особое внимание уделяется тому, как цифровая среда влияет на общественное восприятие выборов и политических акторов.

Хронологические рамки исследования охватывают период от избирательной кампании по выборам Мэра Москвы 1999 г. до избирательной кампании по выборам Мэра Москвы 2018 г. Нижняя граница соответствует

кампании, в которой впервые широко задействовались интернет-технологии: личные сайты кандидатов и сайты государственных структур, форумы и иные ресурсы, в которых освещались подготовка к выборам, их проведение и результаты. Верхняя граница, привязанная к выборам Мэра Москвы 2018 г., соответствует времени, к которому в основном сложились принципы и способы задействования цифровой среды в российских эlectorальных кампаниях, которые в целом сохраняются до настоящего времени. К тому же это были последние выборы Мэра Москвы, состоявшиеся перед двумя фундаментальными вызовами стране и обществу – пандемией COVID-19 и СВО, – которые создали качественно новую общественно-политическую реальность в России. Поэтому следующие выборы Мэра в 2023 г. проходили уже в совершенно новую эпоху в истории государства. Выборы же в Московскую городскую Думу в 2019 г. также прошли по той схеме привлечения сетевых ресурсов к эlectorальной кампании, что и выборы Мэра в 2018 г., поэтому именно последние следует рассматривать как верхнюю границу настоящей работы.

Территориальные рамки исследования связаны с объектом и предметом исследования и охватывают границы города Москвы – столицы Российской Федерации и города федерального значения. С учетом глобальной трансграничной структуры сети Интернет территориальные рамки данного исследования до определенной степени условны.

Цель и задачи исследования. Целью работы является изучение того, как технологии Интернета применялись разными группами акторов – органами государственной власти, политическими деятелями, политическими партиями и общественными движениями, политтехнологами, различными структурами и избирателями – в ходе избирательных кампаний Москвы 1999–2018 гг. Для достижения данной цели необходимо решить следующие исследовательские задачи:

– определить основные этапы избирательных кампаний Москвы в 1999–2018 гг., стратегии кандидатов, политических партий и движений;

- установить технологический контекст, стратегии кандидатов по использованию технологий Интернета и их результаты в кампании по выборам Мэра Москвы 1999 г.;
- выявить новшества по применению интернет-технологий в процессе подготовки и проведения избирательной кампании по выборам Мэра Москвы 2003 г.;
- зафиксировать качественные перемены в применении сетевых технологий при подготовке и проведению выборов Мэра Москвы 2013 г.;
- реконструировать основные наработки по воздействию цифровых технологий применительно к избирательной практике московских выборов, накопившиеся к концу 2010-х гг. и использованные в ходе кампании по выборам Мэра в 2018 г.;
- обозначить эволюцию и оценить динамику эффективности способов работы с инструментами Интернета на выборах в Московскую городскую Думу III–VII созывов.

Методологическая основа исследования. Настоящая диссертация написана на основе фундаментальных принципов исторической науки – историзма и объективности.

Методологическую основу настоящего исследования составляют как общенаучные, так и специальные методы, применяемые в области историко-политологических исследований. Использование междисциплинарного подхода позволяет наиболее полно отразить специфику освещения избирательных кампаний в Москве в общественно-политическом сегменте Рунета, а также выявить закономерности трансформации политического дискурса в цифровой среде. Важную часть теоретико-методологической основы исследования составляют работы, восходящих как к идеям о публичной сфере, так и к современным концепциям цифровой коммуникации. Ю. Хабермас подчеркивал значение публичного пространства для формирования демократического

дискурса, что сегодня переосмысляется в контексте сетевых медиа¹. М. Фуко, анализируя механизмы власти и контроля, задает концептуальные основания для изучения цифрового надзора и алгоритмического управления². Дополняют эту теоретическую рамку идеи Х. Арендт о публичности и действии как основаниях политического бытия³, а также медиатеория М. Маклюэна, подчеркивающая влияние коммуникационных технологий на социальные и политические структуры⁴. Основы изучения рассматриваемых в диссертации вопросов были заложены в трудах основоположников анализа интернет-коммуникации – таких, как Г. Рейнгольд⁵, Ф. Уэбстер⁶, М. Кастельс⁷, Р. Барбрук⁸.

Из общенаучных методов в работе применяются анализ и синтез, позволяющие структурировать разрозненные источники информации и выстроить целостную картину освещения избирательных кампаний. Индукция и дедукция используются для перехода от наблюдений за конкретными кейсами (например, отдельными избирательными кампаниями или эпизодами онлайн-дискуссий) к обобщениям относительно всей цифровой политической среды Москвы в рассматриваемый период. Метод сравнения помогает сопоставить разные выборочные циклы и выявить устойчивые или изменяющиеся тенденции в медиапредставлении выборов.

Важную роль играет историко-генетический метод, применяемый для изучения динамики избирательных кампаний Москвы с 1999 по 2018 г. в их политическом и социокультурном контекстах. Он позволяет проследить эволюцию нормативно-правовой и институциональной базы, акторов и стратегий, а также влияние внешних факторов – таких, как федеральная политика, развитие Интернета и изменения общественного мнения. Этот метод

¹ Хабермас Ю. Структурные изменения публичной сферы. Исследования по категории буржуазного общества. – М., 2001.

² Фуко М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. – М., 1999.

³ Арендт Х. Vita activa, или О деятельности. – СПб., 2017.

⁴ Маклюэн М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. – М., 2019.

⁵ Rheingold H. Smart Mobs. The Next Social Revolution. – Los Angeles, 2002.

⁶ Webster F. Theories of the Information Society. – London, 2002.

⁷ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М., 2000.

⁸ Барбрук Р. Интернет-революция. – М., 2015.

позволяет увидеть в цифровом отражении выборов не только мгновенные реакции, но и долговременные тренды.

В рамках политологического подхода применяется дискурсивный анализ, направленный на выявление ключевых тем, смыслов, нарративов и стратегий в общественно-политическом сегменте Рунета. Этот метод позволяет понять, как различные участники информационного поля – от официальных СМИ до блогеров и пользователей форумов – формируют образ выборов и кандидатов, а также влияют на восприятие легитимности и значимости избирательных процедур. Дополнительно используется контент-анализ, позволяющий количественно оценить упоминания, тональность и тематику онлайн-материалов.

Кроме того, исследование опирается на системный подход, трактующий политическую коммуникацию в Рунете как элемент более широкой системы взаимодействий между государством, обществом и медиатехнологиями. Такой подход дает возможность анализировать избирательные кампании не только как отдельные события, но и как части устойчивых структур и процессов, в том числе как формирование цифровой публичной сферы, развитие интернет-цензуры и самоорганизации граждан в Сети.

Степень разработанности темы исследования. Представляя собой события современной истории, политические и электоральные кампании в Москве 1999–2018 гг. вообще еще сравнительно редко становились объектами исследования ученых. Тем более незначительно количество работ, посвященных использованию интернет-технологий в кампаниях по выборам Мэра Москвы 1999 и 2003 гг., а также выборов в Московскую городскую Думу 2001, 2005 и 2009 гг. Роль цифровых технологий в этих кампаниях освещена слабо и в лучшем случае фрагментарно отмечена в работах на сопряженные темы. В 2000-е гг. Интернет еще не рассматривался как серьезный фактор политической активности, поэтому сведения о его роли крайне скучны. А вот возраставшая роль сетевых ресурсов в кампаниях 2010-х гг. освещена гораздо более полно. Однако кампании по выборам в Мосгордуму в 2010-х гг. также освещаются

недостаточно. Единственным по-настоящему разработанным проблемным полем является более широкая тема – использование интернет-технологий в политических процессах как таковых.

Первенство в разработке данной темы принадлежит зарубежным исследователям, обращающимся к вопросам использования Интернета в политическом процессе и в избирательных кампаниях. Так, например, Л. Гроссман рассматривал Интернет в качестве главного инструмента создания новой «электронной республики», основными характеристиками которой станут массовое участие граждан в политике, прямые формы демократии, электронное голосование⁹. Ряд эмпирических исследований показал, что Интернет вряд ли возымеет сильное влияние на вовлечение граждан в избирательный процесс¹⁰. Обнаружилось, что чаще всего Интернет используется в качестве вспомогательного канала коммуникации. Основным мотивом присутствия кандидатов и политических партий в сетевом пространстве становилось желание показать, что они «идут в ногу со временем», а не реальная двусторонняя коммуникация с избирателями. Различные вариации этой точки зрения были очень широко представлены на рубеже тысячелетий и в начале первого десятилетия текущего века¹¹.

Однако в начале 2000-х гг. стало складываться новое понимание роли Интернета в политических процессах. Так, например, К. Фут и С. Шнайдер, основываясь на опыте выборов 2000 г. в США, показывали, что Сеть действительно имеет потенциал к изменению форм и методов политической коммуникации¹². А Т. О’Рейли подчеркивал, что интернет-технологии нового

⁹ Grossman L. The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age. – London, 1995.

¹⁰ См., например: Gibson R.K., Margolis M., Resnik D., Ward S.J. Election Campaigning on the WWW in the USA and UK: A Comparative Analysis // Party Politics. 2003. Vol. 9. № 1. P. 47–75.

¹¹ Bimber B.A., Davis R. Campaigning Online: The Internet in U.S. Elections. Oxford, 2003; Political Parties and the Internet: Net Gain? / R.K. Gibson, P. Nixon, S. Ward. L., 2003; Ward S., Gibson R. On-line and on Message? Candidate Websites in the 2001 General Election // British Journal of Politics and International Relations. 2003. Vol. 5. № 2. P. 188–205.

¹² Trippi J. The Revolution Will Not Be Televised: Democracy, the Internet and the Overthrow of Everything. New York, 2004; Foot K.A., Schneider S.M. Web Campaigning. Cambridge, MA, 2006.

поколения, в техническом аспекте опирающиеся на высокоскоростное подключение к Интернету, в социальном аспекте стараются максимальным образом использовать интерактивные технологии для формирования виртуальных сообществ¹³.

Первые отечественные исследования роли Интернета в предвыборных кампаниях появились на рубеже XX–XXI вв. Так, А.А. Чесноков отмечал, что с лавинообразным распространением Интернета «начинается формирование нового обширного канала политической коммуникации, динамика развития которого может перевернуть представления как о системе обеспечения политической деятельности, так и о традиционных инструментах политического участия»¹⁴. И.И. Засурский также указывал на революционные черты новых средств коммуникации: в противоположность телевидению с его «двадцатью–тридцатью каналами» Интернет, имеющий «бесконечное число» каналов передачи информации, полностью контролировать невозможно¹⁵. Интернет как сетевое средство коммуникации политических акторов различных типов (как в процессе избирательных кампаний, так и вне их рамок) был подробно рассмотрен С.Г. Туронком¹⁶. Сосредотачиваясь на материале предыдущего избирательного цикла 1999–2000 гг., И.И. Кузнецов исследовал Интернет как фактор складывания и функционирования российского избирательного пространства – особой формы политического пространства со специфическими ролями, законами функционирования и набором акторов¹⁷.

С середины 2000-х гг. отечественные исследователи переходят к более подробному и многоаспектному исследованию феномена использования Интернета в избирательных кампаниях. Так, Н.В. Соленикова выделила ряд

¹³ О’Реили Т. Что такое Веб 2.0 // Компьютерра. 2005. № 35. С. 40–45.

¹⁴ Чесноков А.А. Ресурсы Internet и российские политические технологии: состояние и перспективы развития // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. № 4. 1999. С. 66.

¹⁵ Засурский И.И. Ре-конструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е. М., 2001. С. 11.

¹⁶ Туронок С.Г. Интернет и политический процесс // Общественные науки и современность. 2001. № 2. С. 52.

¹⁷ Кузнецов И.И. Рунет как часть российского избирательного пространства // Общественные науки и современность. 2003. № 1. С. 66–70.

функций Интернета в политической жизни в целом и в избирательных процессах в частности¹⁸. Тогда же А.Ю. Бузин детально охарактеризовал современное состояние и перспективы регулирования использования ресурсов Интернета в избирательных практиках¹⁹. С.С. Вакунов исследовал зарубежный опыт регулирования использования Интернета в политических процессах²⁰.

В 2010-х гг. новым трендом в отечественных исследованиях становится рассмотрение использования инструментов Интернета в отдельных избирательных кампаниях. Некоторые из них посвящены их применению в избирательных кампаниях кандидатов на пост Мэра Москвы в 2013 г. И.С. Иванов и О.О. Зуева отмечали, что именно на этих выборах (по причине роста распространения смартфонов) впервые широко использовались мобильные версии интернет-ресурсов, а также подчеркивали связь между успешным использованием таких инструментов в кампании американского президента Б. Обамы и их рецепцией отечественными политиками²¹. Г.В. Березовская подчеркивала, что одной из заметных новаций этих выборов стало использование Интернета как площадки для фандрайзинга, то есть для сбора средств на нужды кампании²². Ю.Н. Носатов указывал на необходимость более глубокого взаимодействия правоохранительных органов, федеральных органов исполнительной власти и надзорных ведомств (в первую очередь –

¹⁸ Соленикова Н.В. Политический Интернет в российских избирательных кампаниях: тенденции развития // Размышления, сообщения, комментарии. 2007. № 1. С. 48–49.

¹⁹ Бузин А.Ю. Проблемы правового регулирования предвыборной агитации // Конституционное и муниципальное право. 2008. № 3. С. 34–35.

²⁰ Вакунов С.С. Агитация в Интернете: мировой опыт и перспективы законодательного регулирования // Избирательное право. 2011. № 4. С. 11.

²¹ Иванов И.С., Зуева О.О. Использование интернет-технологий в предвыборной борьбе (на примере избирательной кампании на пост мэра г. Москвы 2013 года) // Вестник МГГУ им. М.А. Шолохова. Политические институты, процессы и технологии. 2014. № 5. С. 66–67.

²² Березовская Г.В. Интернет-маркетинг – новая тенденция в избирательных кампаниях в РФ (на примере выборов мэра г. Москвы 2013 года) // Социологические науки. Теория и практика общественного развития. 2015. № 1. С. 39.

Роскомнадзора, МВД и Центризбиркома) при выявлении правонарушений, связанных с использованием ресурсов Интернета в предвыборной агитации²³.

Следующий этап изучения отечественными авторами воздействия сетевых ресурсов в избирательных кампаниях начался в конце 2010-х гг. Он был связан с обобщением эмпирического материала, появившегося после кампаний по выборам Президента РФ и Мэра Москвы в 2018 г. Тогда же стали появляться и первые работы, ставящие своей целью показать историческое развитие применения интернет-технологий в избирательных циклах. Так, В.П. Ермолаев обобщил опыт интернет-агитации в Рунете на протяжении первых полутора десятилетий XXI столетия²⁴. Значимой вехой в исследовании темы стала защищенная в 2020 г. кандидатская диссертация Т.В. Прокопенко, посвященная анализу роли соцсетей в политической коммуникации в России²⁵.

Источниковую базу исследования можно систематизировать по семи группам: нормативно-правовые акты, материалы агитации и пропаганды политических деятелей и партий, материалы СМИ, контент социальных сетей и блогов, материалы устных интервью, результаты социологических опросов, данные автоматизированных маркетинговых исследований медиапотребления.

К первой группе относятся нормативно-правовые акты федерального и регионального уровней. Использование этих источников позволяет оценить юридический контекст рассматриваемых процессов. Важную роль здесь играют Конституция РФ, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ, федеральные законы РФ в сфере регулирования использования цифровых коммуникативных технологий и передачи информации, законы города Москвы,

²³ Носатов Ю.Н. К вопросу противодействия некорректным технологиям предвыборной агитации, осуществляемой с использованием современных информационно-коммуникационных средств // Проблемы правоохранительной деятельности. 2017. № 3. С. 104.

²⁴ Ермолаев В.П. Методы агитации в российском интернет-пространстве в период 2000–2015 гг. // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2016. № 3. С. 70–71.

²⁵ Прокопенко Т.В. Роль социальных сетей в российской системе политической коммуникации: дис. ... канд. полит. наук. М., 2020.

распоряжения и постановления Мэра Москвы, нормативно-правовые акты Роскомнадзора, Центризбиркома²⁶.

Вторая группа – это материалы, связанные с непосредственной политической деятельностью кандидатов и политических структур, программы, манифесты, обращения²⁷. Среди них – программные документы политических партий, как электронные, так и на классических «твёрдых» носителях – листовки, газеты, информационные бюллетени. Эти документы партийно-политической борьбы позволяют сформировать представление как об основных нарративах, на которые опирались политики, так и о средствах, методах и технологиях их донесения до аудитории.

Источники третьей группы – материалы газет, интернет-порталов, телеканалов и т.д. – позволяют реконструировать картину рассматриваемых событий. Среди них особое значение имеют интервью акторов и их статьи в СМИ²⁸. В работе использованы материалы как традиционных СМИ – газет (преимущественно – «Ведомостей», «Коммерсанта», «Независимой газеты»), журналов, записи теле- и радиопередач, – так и сетевых ресурсов (интернет-порталов, новостных сайтов, ленты информационных агентств, а также электронные спецпроекты).

²⁶ См., например: Закон г. Москвы от 7 июля 1999 г. № 22 «О выборах депутатов Московской городской Думы, Мэра и Вице-мэра Москвы и советников районного собрания в городе Москве» // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/372107/> (дата обращения: 10.12.2024); Закон города Москвы от 11 июня 2003 г. № 36 «Избирательный кодекс города Москвы» // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/3962369> (дата обращения: 29.12.2024) и др.

²⁷ См., например: Совместное обращение к москвичам лидеров политических организаций «Единство», «Отечество», «Союз Правых Сил» и «Яблоко» // [Электронный ресурс]: <https://www.yabloko.ru/Press/Docs/2001/1105Ot-Ed-SPS-Ybl-Msk.html> (дата обращения: 15.04.2025); Вопрос о кандидате в мэры Москвы от «Яблока» рассмотрит Бюро партии // [Электронный ресурс]: <https://www.yabloko.ru/regnews/Moscow/2018/06/09> (дата обращения: 20.03.2025) и др.

²⁸ См., например: Андрусенко Л.А. «Список Лужкова» становится межпартийным // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/politics/2001-11-06/1_luzhkov.html (дата обращения: 15.04.2025); Бузин А.Ю. Безусловный рефлекс: сколько сомнительных голосов на выборах мэра Москвы // [Электронный ресурс]: <https://www.forbes.ru/mneniya-column/vertikal/244554-bezuslovnyi-refleks-skolko-somnitelnykh-golosov-na-vyborakh-mera-mosk> (дата обращения: 20.02.2025) и др.

К четвертой группе источников относится контент социальных сетей и блогов. Сообщения, оставленные кандидатами, их сторонниками и противниками, избирателями, а также государственными акторами в пространстве блогосферы, сервисов микроблогов, видео- и фотохостингов, с одной стороны, позволяют реконструировать деятельность данных акторов, с другой стороны – что особенно важно в контексте исследования роли технологий Интернета, – делают возможной оценку технологических и смысловых особенностей задействования данных ресурсов на разных исторических этапах.

Пятая группа источников – материалы устных интервью, собранных автором исследования в течение весны 2025 г. с непосредственными участниками событий – депутатами Московской городской Думы разных созывов²⁹. Эти источники уникальны, они впервые вводятся автором в научный оборот. Интервью позволяют рассмотреть процессы агитации и самих выборов изнутри, а также увидеть восприятие событий ключевыми акторами.

К шестой группе источников относятся материалы социологических опросов, касающихся, с одной стороны, политических предпочтений граждан, а с другой стороны – модуса их поведения в сети Интернет, стратегий потребления цифрового медиаконтента³⁰. Эти опросы, проводимые – применительно к тематике настоящего исследования – с конца 1990-х гг., демонстрируют динамичную, многогранную картину эволюции сетевых предпочтений россиян.

Седьмую группу источников составляют материалы автоматизированных маркетинговых исследований медиапотребления³¹. Это данные анализов зарубежных и отечественных медиаагентств, показывающие, каким образом

²⁹ См., например: Орлов С.В. Интервью в Москве 20.03.2025 г. / Архив Е.Д. Костюниной; Семенников А.Г. Интервью в Москве 17.03.2025 г. / Архив Е.Д. Костюниной.

³⁰ См., например: Интернет в России: динамика проникновения. Зима 2017 – 2018 гг. // [Электронный ресурс]: <https://fom.ru/SMI-i-internet/13999> (дата обращения: 20.03.2025); Ишунькина И.Д. Аудитория Интернета в России // [Электронный ресурс]: https://mediascope.net/upload/iblock/530/iMetrix_Mediascope_%D0%98%D1%88%D1%83%D0%BD%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%B0_061118.pdf (дата обращения: 20.03.2025) и др.

³¹ Развитие Интернета в регионах России. Весна 2013 года // [Электронный ресурс]: https://yandex.ru/company/researches/2013/ya_internet_regions_2013/ (дата обращения: 20.02.2025).

население России использовало классические и электронные СМИ, какие паттерны поведения и распространения UGC-контента оно демонстрировало в соцсетях и блогосфере.

Все эти группы источников позволяют составить комплексное, многоаспектное представление о роли интернет-технологий в политических процессах, связанных с московскими электоральными кампаниями. Следует отметить, что в силу технических особенностей современного Интернета сетевые страницы постепенно удаляются или обновляются, что затрудняет доступ к цифровым источникам различных групп. Поэтому в данной работе использовались технологии кэширования и архивирования веб-страниц, о чем сообщается дополнительно в сносках.

Научная новизна исследования заключается в том, что в нем впервые комплексно рассматриваются проблемы, ранее не получившие самостоятельного освещения в историографии. Во-первых, избирательные кампании Москвы 1999–2018 гг. проанализированы как единый эволюционировавший процесс, что позволило выделить их основные этапы, а также определить на каждом из них специфику стратегий кандидатов, политических партий и общественно-политических движений. Во-вторых, показан технологический контекст избирательной кампании по выборам Мэра Москвы 1999 г., на основе чего выявлены особенности раннего использования интернет-технологий кандидатами и дана оценка их эффективности. В-третьих, выявлены и систематизированы инновационные практики применения интернет-технологий в ходе подготовки и проведения избирательной кампании по выборам Мэра Москвы 2003 г., что позволило зафиксировать переход от фрагментарного к стратегически выстроенному использованию сетевых инструментов. В-четвертых, обосновано наличие качественных изменений в использовании сетевых технологий в избирательной кампании по выборам Мэра Москвы 2013 г., связанных с расширением интерактивных форм политической коммуникации и усилением мобилизационного потенциала социальных сетей. В-пятых, реконструирован и проанализирован комплекс цифровых электоральных

технологий, накопленных к концу 2010-х гг. и примененных в ходе избирательной кампании по выборам Мэра Москвы 2018 г., что позволило выявить степень их инновационности в практике московских выборов. В-шестых, прослежена эволюция использования интернет-инструментов в кампаниях по выборам в Московскую городскую Думу III–VII созывов, что позволило определить динамику моделей и тенденций цифрового взаимодействия с избирателем.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что оно на материалах избирательных кампаний Москвы 1999–2018 гг. позволяет уточнить механизмы формирования сетевого избирательного дискурса, а также роль Интернета как медиапространства, в котором конкурируют различные исторические, политические и идеологические нарративы. Тем самым работа вносит вклад в изучение постсоветской отечественной истории, в частности – политических процессов в России конца XX – начала XXI в. и эволюции избирательного поведения избирателей. Анализируемая в диссертации проблематика и сделанные в работе выводы также значимы для исследований в области политологии и медиапотребления.

Практическая значимость исследования состоит в возможности применения его выводов при разработке стратегий политического позиционирования в цифровой среде для политиков, политических партий и общественных движений. Полученные данные могут быть полезны для политтехнологов, пресс-служб кандидатов, SMM-специалистов и исследователей общественного мнения при планировании избирательных кампаний, учитывающих специфику восприятия и поведения интернет-аудитории. Также исследование может стать методологической основой для анализа цифрового следа будущих выборов и оценки эффективности онлайн-коммуникации. Кроме того, результаты работы могут быть использованы в образовательных целях – в рамках курсов по отечественной истории, политической коммуникации, современным избирательным процессам, интернет-медиа. Исследование демонстрирует, как взаимодействуют

традиционные политические институты и новые цифровые платформы, что особенно важно для понимания современных механизмов политической социализации и мобилизации.

Достоверность исследования обеспечивается широкой источниковой базой с одновременным задействованием различных типов источников – как опубликованных, так и неопубликованных, впервые вводимых в научный оборот, как традиционных письменных, так и цифровых. Достоверность также подтверждается применением широкого диапазона научных методов для реконструкции событий рассматриваемого периода.

Апробация результатов исследования. Диссертация прошла обсуждение на кафедре истории общественных движений и политических партий исторического факультета МГУ имени М.В.Ломоносова и была рекомендована к защите.

Основные результаты диссертации были представлены на всероссийских и международных научных конференциях, а также опубликованы в 4 научных работах общим объемом 2,2 п.л., в том числе в 4 статьях общим объемом 2,2 п.л. в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных для защиты в диссертационном совете МГУ имени М.В.Ломоносова по группе специальностей 5.6. Исторические науки.

Структура исследования организована в соответствии с проблемно-хронологическим принципом. Работа состоит из введения, шести глав, разделенных на параграфы, заключения, списка использованных источников и литературы.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Развитие электоральной культуры московских выборов в 1999–2018 гг. проходило поэтапно и сопровождалось трансформацией форм политической конкуренции, практик участия кандидатов и характера мобилизации голосующих. В этот период произошел переход от преимущественно медийно-ориентированных и персоналистских моделей кампаний к комплексным технологическим форматам и расширению применения интернет-коммуникаций.

Итоги выборов Мэра Москвы и выборов депутатов Московской городской Думы свидетельствуют о постепенной профессионализации штабов, усложнении стратегий кандидатов и отражении данных тенденций в цифровых технологиях и в структуре избирательного процесса.

2. Выборы Мэра Москвы в 1999 г. стали первым опытом системного внедрения интернет-технологий в московскую избирательную практику, однако их влияние на конечный результат голосования было ограничено невысоким уровнем адаптации населением цифровых коммуникаций, их неравномерным использованием различными поколениями избирателей. Использование кандидатами персональных сайтов, сетевых публикаций и форматов онлайн-взаимодействия в кампаниях Ю.М. Лужкова – В.П. Шанцева и особенно С.В. Кириенко – В.Л. Глазычева обозначило начальную стадию воздействия новых медиа в политических стратегиях. При этом Интернет выполнял преимущественно вспомогательную функцию и не оказывал преимущественного влияния на исход выборов.

3. В кампании по выборам Мэра Москвы 2003 г. интернет-технологии стали инструментом, массово использованным всеми основными участниками политического процесса, включая органы государственной власти. Расширение интернет-аудитории, развитие электронных СМИ и активное применение сетевых форматов позволили повысить публичность отдельных кандидатов (А.Е. Лебедева, Г.С. Стерлигова), однако не оказали решающего влияния на общие итоги голосования. Интернет к 2003 г. превратился из инновационного ресурса в необходимый и регулярный элемент избирательного сопровождения.

4. Выборы Мэра Москвы 2013 г. продемонстрировали качественно новый уровень воздействия интернет-технологий в избирательных процессах. Социальные сети и интерактивные онлайн-платформы начали выполнять ключевую функцию в обеспечении коммуникаций кандидатов с избирателем. Применение инструментов сетевой мобилизации, визуального контента, целевой коммуникации и интерактивных форматов было характерно как для действующего главы города С.С. Собянина, так и для его оппонентов. Кампания

разворачивалась в условиях повышенной общественной поляризации, что обусловило активное использование интернет-ресурсов для формирования эlectorальной повестки и расширения каналов и практик политического участия граждан.

5. Выборы Мэра Москвы 2018 г. стали кампанией, в ходе которой использование Интернета достигло уровня, в целом сохраняющегося до настоящего времени. В ней проявились устойчивые тенденции цифровизации политической деятельности, включавшие усиление роли социальных сетей, распространение новых форм онлайн-агитации и внедрение децентрализованных технологий. К середине 2010-х гг. Интернет стал основным пространством политической коммуникации, а различия в интенсивности сетевой активности кандидатов непосредственно отражались на итогах кампаний. Снижение интернет-присутствия оппозиционных акторов в 2018 г. и одновременное расширение цифровой инфраструктуры действующего Мэра определили характер используемых стратегий и усилили значимость сетевых ресурсов как фактора эlectorального преимущества.

6. Использование интернет-технологий на выборах в Московскую городскую Думу развивалось в иной парадигме и прошло два заметно отличающихся друг от друга этапа. В кампаниях 2001, 2004 и 2009 гг. сетевые ресурсы имели второстепенное значение, существенно уступая по влиянию и широте использования традиционным СМИ – кабльному городскому телевидению, радио, газетам, непериодическим печатным изданиям, визуальной наружной рекламе, а также личным встречам кандидатов с избирателями. Технологии, основанные на инструментах Интернета, были приоритетными лишь для небольших, не составлявших серьезной конкуренции лидерам политических течений. Начиная с кампании 2014 г. Интернет как в деятельности государства как организатора выборов, так и в стратегиях кандидатов занял ключевое место. Кандидаты стали вкладывать ресурсы в популяризацию личных социальных сетей.

Глава 1. Московские выборы 1999–2018 гг. в освещении Рунета: основные кампании и сетевые технологии

1.1. Типы выборов, кандидаты, политические силы, особенности кампаний

В настоящей части исследования будут охарактеризованы ключевые особенности и результаты избирательных кампаний на территории города Москвы в 1999-2018 годах, а именно – выборов Мэра Москвы 1999 г., 2003 г., 2013 г., 2018 г., выборов депутатов Московской городской Думы 2001 г., 2005 г., 2009 г., 2014 г.

Первая в рассматриваемый период кампания – выборы Мэра Москвы 1999 года – были проведены несколько раньше запланированного срока. В середине 1999 года Московская городская Дума ограничила временной предел полномочий мэра и вице-мэра Москвы (Ю.М. Лужкова и В.П. Шанцева), избранных на предыдущий срок 16 июня 1996 года – четырьмя годами, а именно – периодом до 16 июня 2000 года. В соответствии с релевантными городскими и федеральными нормативно-правовыми актами, дата выборов мэра и вице-мэра Москвы объявлялась публично и фиксировалась не позднее чем за 90 дней до даты выборов (19 сентября 1999 года) по согласованию с действующим мэром. Действующий мэр Ю.М. Лужков письменно подтвердил своё согласие о назначении выборов на 19 декабря 1999 года.

7 июля 1999 года Московской городской Думой был принят закон города Москвы № 22 «О выборах депутатов Московской городской Думы, Мэра и Вице-мэра Москвы и советников районного Собрания в Москве», явившийся новой нормативно-правовой базой предстоявших выборов Мэра Москвы³².

³² Закон города Москвы от 7 июля 1999 г. № 22 «О выборах депутатов Московской городской Думы, Мэра и Вице-мэра Москвы и советников районного Собрания в Москве» // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/372107/> (дата обращения: 30.04.2024).

17 сентября 1999 года действующий мэр Москвы Ю.М. Лужков официально заявил о намерении вновь участвовать в выборах, как и в предыдущий раз – в tandemе с В.П. Шанцевым. Основные конкуренты были выдвинуты Союзом правых сил – бывший премьер-министр РФ С.В. Кириенко и ученый, публицист В.С. Глазычев.

За один месяц до выборов был сформирован и представлен финальный список кандидатов в мэры и вице-мэры в который, помимо названных выше политических деятелей, вошли пенсионер В.В. Воронин, правозащитник из Казани Д.М. Бердников, глава Управления делами Президента РФ П.П. Бородин, депутат Государственной Думы от ЛДПР А.В. Митрофанов, депутат Государственной Думы В.В. Семаго, предприниматель Е.Ф. Мартынов, заместитель председателя Комитета по здравоохранению Москвы И.С. Лешкевич, председатель общественного движения «Национально-патриотический фронт „Память“» Д.В. Васильев (Бурцев) и директор торгового предприятия В.А. Киселёв. По результатам выборов при явке 66% с результатом 69,9% победу одержал действующий tandem Мэра Москвы Ю.М. Лужкова и вице-мэра В.П. Шанцева³³

Выборы мэра Москвы 2003 года были организованы 7 декабря одновременно с выборами в Государственную Думу Федерального собрания Российской Федерации. Заявки на регистрацию в качестве кандидатов были поданы от 7 политических деятелей, однако в избирательных бюллетенях были представлены действующий мэр Ю.М. Лужков (входивший в первую тройку федерального списка всероссийской политической партии «Единая Россия», однако выдвинувшийся как независимый кандидат) и его оппоненты – банкир А.Е. Лебедев, предприниматели Г.Л. Стерлигов и Н.С. Лифанов. Двое из баллотировавшихся кандидатов сняли свою кандидатуру и в итоге не приняли участие в выборах: А.В. Митрофанов (в связи с участием в выборах в

³³ Решение Московской городской избирательной комиссии от 22 декабря 1999 г. № 35/5 «О тексте сообщения об итогах выборов Мэра и Вице-мэра Москвы» // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20150426005202/http://www.alppp.ru/law/> (дата обращения: 10.12.2024).

Государственную Думу по списку ЛДПР) и правозащитник И.Л. Смыков, снявший свою кандидатуру в пользу действующего мэра. Ю.М. Лужков одержал победу с результатом 74,83% голосов; в его поддержку высказались свыше 3 млн москвичей.

В 2004 году в ходе радикальной реформы системы местного самоуправления был изменен механизм избрания высших должностных лиц регионов. Ранее избирающиеся на прямых выборах с участием всего населения, отныне главы субъектов федерации назначались законодательными органами субъектов. Очередной срок полномочий Ю.М. Лужкова истекал в декабре 2007 года, однако в июне 2007 по представлению президента России В.В. Путина депутатами Московской городской Думы Лужков был вновь наделён полномочиями мэра Москвы на четырёхлетний срок. В сентябре 2010 года полномочия Ю.М. Лужкова были прекращены досрочно президентом России В.В. Путиным, в промежуточный период обязанности Мэра Москвы исполнял первый заместитель мэра Москвы в Правительстве Москвы, руководитель Комплекса градостроительной политики и строительства города Москвы В.И. Ресин³⁴. 15 октября 2010 года Президент России Д.А. Медведев внёс на утверждение в Мосгордуму кандидатуру вице-премьера С.С. Собянина. 21 октября 2010 года Московская городская Дума официально утвердила Сергея Собянина в должности мэра Москвы.

В июне 2012 года Президент России Д.А. Медведев вернул прямые выборы руководителей субъектов федерации: «Высшее должностное лицо субъекта Российской Федерации (руководитель высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации) избирается гражданами Российской Федерации, проживающими на территории данного субъекта Российской Федерации и обладающими в соответствии с федеральным законом активным избирательным правом, на основе всеобщего равного и

³⁴ Указ Президента Российской Федерации «О досрочном прекращении полномочий Мэра Москвы» // [Электронный ресурс]: <http://www.kremlin.ru/news/9052> (дата обращения: 30.04.2024).

прямого избирательного права при тайном голосовании»³⁵. 4 июня 2013 года Мэр Москвы С.С. Собянин объявил о намерении уйти в отставку и затем вновь баллотироваться на досрочных выборах мэра Москвы; его заявление было подписано Президентом РФ В.В. Путиным и С.С. Собянин был назначен временно исполняющим обязанности Мэра Москвы до проведения соответствующих выборов. В процессе беспрецедентной избирательной кампании было подано 47 заявок на выдвижение кандидатур на пост Мэра Москвы, однако в избирательные бюллетени были в итоге включены, помимо исполняющего обязанности Мэра Москвы С.С. Собянина, депутат Государственной Думы, член высшего совета ЛДПР М.В. Дегтярев, депутат Государственной Думы, председатель партии «Справедливая Россия» Н.В. Левичев, депутат Государственной Думы, член Президиума ЦК КПРФ И.И. Мельников, председатель партии «Яблоко» С.С. Митрохин, политический и общественный деятель А.А. Навальный***, выдвинутый Республиканской партией России – Партией народной свободы (РПР-ПАРНАС). По результатам выборов, состоявшихся 8 сентября 2013 года при явке немногим более 30%, победу одержал С.С. Собянин с результатом в 51,37 %. Соперники исполняющего обязанности Мэра Москвы отстали с существенным отрывом: А.А. Навальный*** набрал 27,24 % голосов избирателей, И.И. Мельников – 10,69 %, С.С. Митрохин – 3,51 %, М.В. Дегтярёв – 2,68 %, Н.В. Левичев – 2,79 %.

Выборы Мэра Москвы 2018 года состоялись 9 сентября; градоначальник Москвы отыне избирался на пять лет. В процессе подготовки к выборам было выдвинуто и зарегистрировано 5 кандидатов: предприниматель М.Д. Балакин от незарегистрированной политической партии «Союз горожан» (член партии ЛДПР в Мосгордуме), Депутат Государственной Думы, председатель Комитета Госдумы по физической культуре, спорту, туризму и делам молодежи М.В. Дегтярев от ЛДПР, председатель АНО «Интернет-Пресса» В.В. Кумин от КПРФ,

³⁵ Федеральный закон от 2 мая 2012 г. № 40-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» // [Электронный ресурс]: <https://rg.ru/documents/2012/05/04/gubernatori-dok.html> (дата обращения: 20.02.2025).

глава муниципального округа Таганский города Москвы И.Т. Свиридов от «Справедливой России», а также действующий Мэр Москвы С.С. Собянин, шедший на выборы в качестве самовыдвиженца. В результате выборов при явке в 30,86% победу одержал С.С. Собянин с результатом 70,17%, его ключевой оппонент В.В. Кумин набрал 11,38%. И.Т. Свиридов набрал 7,01%, М.В. Дегтярев 6,72%, М.Д. Балакин 1,87%.

Выборы в Московскую городскую Думу III созыва состоялись 16 декабря 2001 года в 35 округах и были проведены по мажоритарной системе. По результатам голосования, 15 мест в столичном парламенте получили представители партии «Единая Россия» (ранее – «Единство», «Медведь»), 10 мест – самовыдвиженцы, 6 мест – представители «Союза правых сил», 4 места – представители «Яблока». Кроме этого, в выборах участвовали представители еще девяти партий и общественных объединений, причем «Единая Россия», СПС и «Яблоко» заявили о желании выступать на выборах консолидированным списком, т.н. «Списком четырех», к которому в итоге принадлежали победители выборов в 33 из 35 округов. В окончательные избирательные бюллетени также были включены списки КПРФ и ЛДПР, суммарно набравшие немногим более 10% и не получившие депутатских мандатов в III созыве Мосгордумы. В итоге в процессе работы Мосгордумы III созыва действовали фракции «Единая Россия», коммунистическая, «Родина» и две демократических – «Яблоко – Объединённые демократы» из представителей «Яблока» и «Союза правых сил» и «Новая Москва» из представителей «Союза правых сил», Российской партии жизни и бывших независимых депутатов.

Выборы в Московскую городскую Думу IV созыва состоялись 4 декабря 2005 года. При незначительно увеличившейся явке в 34,75 % партийный состав нового парламента стал еще более однородным – 28 мест получила партия «Единая Россия», 4 места – Коммунистическая партия Российской Федерации, 3

места – избирательная коалиция «Яблоко-Объединенные демократы»³⁶. Необходимый для доступа к мандатам десятипроцентный барьер не удалось преодолеть партиям ЛДПР, Российской партии жизни, партии «Зеленые», «Свободной России», Партии социальной справедливости и партии «Народная воля». Партия «Родина» была снята с голосования из-за предвыборного ролика, содержавшего призывы к разжиганию межнациональной розни, что, как считается, могло поспособствовать наиболее успешному выступлению КПРФ за всю историю выборов в Московскую городскую Думу.

Выборы в Московскую городскую Думу V созыва состоялись 11 октября 2009 года. Выборы проводились по смешанной системе: по партийным спискам было выбрано 18 из 35 депутатов, 17 депутатов прошли по одномандатным округам. В итоге пять партий приняли участие по «классической схеме» с выдвижением кандидатов по спискам – «Единая Россия» (глава общегородской части списка – Мэр Москвы Ю.М. Лужков), КПРФ (Н.Н. Губенко), ЛДПР (В.В. Жириновский), «Справедливая Россия» (Н.В. Левичев), «Патриоты России» (Г.Ю. Семигин), а молодая партия «Правое дело» списка не выдвигала, но участвовала в выдвижении кандидатов, избиравшихся по одномандатным округам. В отличие от предшествующих кампаний, для попадания в новый состав городского парламента партиям необходимо было преодолеть семипроцентный барьер. Срок полномочий нового состава Мосгордумы также был скорректирован: вместо четырех лет он составил пять лет. По их итогам, при сравнительно высокой для московских выборов явке в 35,36% 32 места получили представители «Единой России», еще 3 места – представители КПРФ, причем кандидаты от «Единой России» одержали убедительные победы во всех одномандатных округах. Иные партии не смогли преодолеть семипроцентный барьер: ЛДПР (6,13 %), «Справедливая Россия» (5,33 %), «Яблоко» (4,71 %) и

³⁶ Московская городская Дума предыдущих созывов // [Электронный ресурс]: <https://duma.mos.ru/ru/212/info/moskovskaya-gorodskaya-duma-predyidushchih-sozyivov/iv-sozyiv> (дата обращения: 30.04.2024).

«Патриоты России» (1,81 %), кандидаты по одномандатным округам от «Правого дела» также не прошли в городской парламент.

Выборы в Московскую городскую Думу VI созывы проводились по принципиально новым правилам с измененной системой голосования и расширенным количеством мест в городском парламенте – вместо 35 депутатов москвичам предстояло выбрать 45 парламентариев. Ряд новшеств было отмечено в предварительных электоральных процедурах³⁷. Так, Мосгордума перешла со смешанной на полностью одномандатную систему формирования своего состава, при том, что подобная схема избрания Мосгордумы только по одномандатным округам ранее использовалась с 1993 по 2005 год. Вместе с ростом численности депутатов, изменению подвергся их статус: отныне три четверти депутатов приступали к работе на непостоянной основе, а пост депутата Московской городской Думы было позволено совмещать с постом сенатора Совета Федерации от города Москвы. При этом существенная часть депутатов отныне могла совмещать свои обязанности с «основной» работой, а на постоянной основе были обязаны трудиться лишь спикер, его заместители, а также – по особому решению – руководители постоянных структурных подразделений или комиссий. По инициативе мэра города Москвы С.С. Собянина была отменена процедура выдачи открепительных удостоверений, которую было призвано заменить досрочное голосование. Важным новшеством данной кампании стали общественные праймериз «Моя Москва». Суть процедуры праймериз, распространенной в Соединенных Штатах Америке применительно к внутрипартийным электоральным процедурам, предполагала предоставление возможностей для политической деятельности и участия в предстоящих выборах непрофессиональным политикам разных убеждений и взглядов, о чем

³⁷ Ульянова Ж.И. Интрига на выборах Мосгордумы осталась только в трех из 45 округов // [Электронный ресурс]: <http://top.rbc.ru/politics/11/09/2014/948481.shtml> (дата обращения: 30.04.2024).

сообщалось в заявлении создателей инициативы, посвященном её запуску³⁸. Несмотря на необычный для отечественной электоральной системы формат, явка на праймериз «Моя Москва» составила свыше 200 тыс. человек³⁹. Параллельно аналогичные процедуры праймериз были проведены и для кандидатов, планировавших идти на выборы по спискам «Единой России». Наконец, схема избирательных округов на территории города Москвы также была радикально пересмотрена, а незадолго до проведения самой процедуры голосования организационная работа на выборах претерпела изменение в сторону большей централизации. Мосгоризбирком впервые наделил одну территориальную избирательную комиссию (ТИК) полномочиями окружной территориальной комиссии (ОИК): регистрировать кандидатов в депутаты, утверждать текст бюллетеня, устанавливать результаты выборов по округу, что было мотивировано более значительным опытом сотрудников территориальной избирательной комиссии по сравнению с их коллегами. По итогам выборов, состоявшихся 14 сентября 2014 года при рекордно низкой явке в 21,04% «Единая Россия» получила 28 депутатских мест, КПРФ – 5 мест, ЛДПР и «Родина» – по 1 месту; 10 мест отошли самовыдвиженцам, поддержаным программой «Моя Москва».

Таким образом, на территории города Москвы в период, ограниченный хронологическими рамками исследования, проводились выборы мэра Москвы и выборы депутатов Московской городской Думы. Характерными чертами всех избирательных кампаний является динамичная нормативно-правовая база, высокая степень корреляции с политическими процессами в стране в целом (расстановка сил, методы агитации, ключевые позиции в избирательных списках), нелинейное развитие «правил игры» (отмена и восстановление прямых выборов Мэра Москвы в 2004-2012 гг.), существенный период интереса к ситуативным избирательным коалициям консервативного и либерального

³⁸ Московским выборам дали общественное начало // [Электронный ресурс]: <https://www.kommersant.ru/doc/2437267> (дата обращения: 30.04.2024).

³⁹ Москвичи сыграли в выборы // [Электронный ресурс]: <https://www.kommersant.ru/doc/2489382> (дата обращения: 30.04.2024).

политического спектра («Моя Москва») в 2010-х годах, постепенное снижение явки избирателей.

1.2 Интернет в московском политическом и избирательном процессе: основные функции и особенности применения

В рамках политических процессов вообще – и избирательных кампаний в частности, средства Интернета выполняют ряд тесно связанных друг с другом и взаимообусловленных функций. По мере совершенствования технических средств передачи информации, те или иные функции могут увеличивать или терять свое значение. В настоящем исследовании целесообразно остановиться на пяти ключевых функциях, присущим Интернет-технологиям в политике на современном этапе: имиджевой, коммуникативной, когнитивной, культурообразующей и аналитической.

Имиджевая функция. В рамках осуществления этой функции Интернет используется как информационное поле, в котором субъекты политики обеспечивают себе складывание целевого политического имиджа и повышение его узнаваемости. Имидж конструируется посредством последовательного размещения информационных материалов о кандидате, политической силе, а также об их союзниках и противниках. Складывание заданного имиджа – ресурсоемкий, но эффективный процесс презентации, неотъемлемый при «игре вдогонку» и совершенно незаменимый для любого типа избирательной кампании. Имиджевая функция информационных материалов в политике не является новшеством, связанным с эпохой Интернета. Имидж политика или партии формировался на радио, посредством печатных (периодических и непериодических), а также телевизионных СМИ, публичных выступлений. Вместе с тем, воздействие средств Интернета делает становление публичного имиджа более быстрым, агрессивным и доступным значительно большей аудитории. Так, посредством закупки политической рекламы в соцсетях, продвижения политических сайтов, иного контента, в течение одного

электорального цикла политическая сила может сформировать, продвинуть и закрепить определенный имидж, на что в предыдущие периоды уходили долгие годы.

В процессе осуществления имиджевой функции особенно рельефно проявляются такие черты политических кампаний в Интернете как децентрализация, «вирусность», тенденция к смешению различных жанров и т.д. К примеру, поведение в Интернете сторонников той или иной политической силы – часть ее имиджа; аналогии этому феномену в «классических» медиа подобрать непросто.

Коммуникативная функция. В процессе осуществления коммуникативной функции политической деятельности в сети Интернет выделяют два этапа: информационный и инструментальный. Первый этап характеризуется проникновением и хранением во всемирной Сети политической информации (новостные ленты, электронные СМИ, электронные издания и т. д.); второй – медиатизацией политической сферы, попыткой использования Интернета в качестве инструмента политических технологий. Данная функция предполагает использование Интернета в качестве пространства и канала коммуникации политика (политической партии) и его аудитории, а также – взаимодействия избирателей между собой. Исследователи считают⁴⁰, что коммуникативной функции Интернета в политической деятельности присущ целый ряд уникальных черт, среди которых называют следующие:

- мультимедийность (сочетание разных типов аудиовизуального контента при подготовке и распространении материалов);
- интерактивность (возможность для адресата информации взаимодействовать с ней, участвовать в ее модификации, комментировании);
- вариативность использования моделей поведения (ожидаемого от адресата информации);

⁴⁰ Бронников, И. А. Новые способы политической коммуникации в сети Интернет / И. А. Бронников // Научные труды Московского гуманитарного университета. Вып. 128. – М. : Изд-во МосГУ, 2011. – С. 82.

- глобальный доступ к информационным ресурсам (равенство в доступе к размещаемой политической информации у различных групп аудитории безотносительно государственных границ и т.д.);
- интегрируемость (возможность встраивать различные виды контента друг в друга, а также самостоятельно размещать на сторонних площадках);
- внутрисистемное пространство коммуникации (наличие внутренних коммуникационных связей и структурно-динамическая организация сети);
- оперативность (повышенная скорость) распространения информации;
- всеобщий архив актов коммуникации (возможность быстро восстановить утраченную или «забытую» информацию в течение долгого периода времени).

При характеристике коммуникативной функции Интернета в политических процессах необходимо учитывать обязательный двусторонний характер коммуникации: политический актор может взаимодействовать со своим избирателем в рамках диалога посредством цифровых каналов связи.

Современные исследователи уделяют особое внимание коммуникативной функции из-за ее ярко выраженного прикладного значения. Примером тому может служить подход к политической коммуникации как к сложноорганизованной системе «...с большим количеством игроков и многовекторным взаимодействием, включающим как вертикальные, так и горизонтальные связи посредством различных каналов трансляции информации»⁴¹. К особенностям современной политической коммуникации относят уменьшение активности политических институтов как политических посредников между властью и обществом, рост числа политических акторов со стороны общества, активизацию политической повестки в социальных медиа, вовлечение инфлюэнсеров в продвижение политической повестки и формирование политических установок, усиление присутствия и активности представителей государственных институтов в социальных медиа.

⁴¹ Прокопенко Т.В. Указ. Соч. С. 31.

Когнитивная функция Интернета в политике предполагает распространение информации, связанной с использованием электронных сетей в качестве инструмента познания мира. С распространением Интернета и современных пользовательских устройств для подключения к нему люди в разных регионах мира все чаще опираются на него в жизненных выборах, в формировании картины происходящего в окружающем мире. Политический процесс, в контексте этой функции, проникает в это информационное поле «исподволь»: потребитель информации не всегда может отличить завуалированную политическую пропаганду от обыденной бытовой информации. Здесь на первый план выходит такие свойства распространения информации в Интернете как неинституциональность, подразумевающую выход общения за рамки статусно-ролевых позиций, сокращение смысловой дистанции между политиком и пользователями Интернет, высокую динамичность, реализуемую за счет постоянного ускоренного обновления лексического состава, возможную смысловую неопределенность и двусмысличество, фантомность; сложность в проверке достоверности представляемой информации рядовым потребителем контента⁴². Когнитивная функция Интернета в политике имеет особую роль для политических манипуляций, т.к. позволяет создавать стойкие, яркие установки в сознании людей, которые становятся основой для ожидаемого политического поведения. Подчеркивая это, исследователи иногда говорят о когнитивно-коммуникативной функции СМИ, в т.ч. и электронных, применительно к политическому дискурсу: используя информирование, политический актор осуществляет контроль и регулирование поведения значительной массы людей, опосредованно управляет

⁴² Сиркия Н. П. Политический дискурс vs политический интернет-дискурс: сходства и различия (когнитивный аспект) // Историческая и социально-образовательная мысль. 2018. Т. 10. № 2. С. 165-166.

коллективным адресатом распространяемого им контента с целью достижения краткосрочных или долгосрочных политических целей⁴³.

Культурообразующая функция Интернета тесно связана с его природой как явления информационного общества. Его динамику определяет основное противоречие, проявляющееся в борьбе двух тенденций: потребности реализации индивидуальности и нивелирования ее в рамках глобализации. С одной стороны, новые информационные технологии предоставляют невиданные ранее возможности для раскрытия индивидуальности, позволяют учитывать своеобразие человека во всех видах контактов: экономических (ориентация на конкретного пользователя), политических (возможность представлять свое мнение достаточно широкой аудитории и тем самым заставить считаться с ним), эстетических (создание художественных произведений, ориентированных не на массовое потребление, а на единичных ценителей) и т. д. С другой стороны, стирание временных и пространственных границ, объективная потребность в единых стандартах в мировом масштабе создают благоприятные условия для манипулирования людьми, использования своих технических приоритетов для эксплуатации менее оснащенных в информационном плане обществ⁴⁴. Культурообразующая функция должна быть четко отделена от когнитивной, т.к. в процессе её осуществления складываются новые культурные феномены, что приводит к гораздо более обширным результатам, в то время как когнитивная функция больше сосредоточена на восприятии отдельно взятым человеком.

Наконец, *аналитическая функция* использования Интернета в политической деятельности представляется одновременно самой молодой и самой перспективной в контексте эволюции современных технических средств. Посредством сети Интернет политический актор может собирать огромное количество данных о своей потенциальной аудитории, своем текущем рейтинге

⁴³ Васильева Л.В. Роль и функции СМИ в современном обществе // Вестник Амурского государственного университета. Сер. «Гуманитарные науки». – Благовещенск: АмГУ, 2010. С.24-25.

⁴⁴ Скородумова О.Б. Интернет и его основные социокультурные функции // Философия и общество. 2004. № 1. С. 11.

и антирейтинге, особенностях поведения интересующих его социальных групп. Также он может замерять метрики вовлеченности с тем, чтобы определять, какие из манипуляций были эффективны в рамках той или иной кампании. В отличие от остальных функций, аналитическая не предполагает диалога, многоканального взаимодействия. Здесь актор сам собирает информацию о поведении своей аудитории, формализует ее, обобщает в виде пригодном для компьютерного исследования, делает выводы из анализа получившегося массива, и, исходя из данных выводов, принимает решение о целесообразности внесения корректива в свою стратегию поведения в сети Интернет.

Глава 2. Интернет-технологии в выборах Мэра Москвы 1999 г.

2.1 Ход избирательной кампании, ее политico-правовой контекст, кандидаты, программы, результаты

В настоящей части исследования будут рассмотрены основные черты политического контекста выборов мэра города Москвы 1999 года, сущностное и идеологическое в политических программах кандидатов, а также ход и результаты выборов.

Выборы мэра Москвы 1999 года состоялись на этапе существенного обновления отечественного законодательства о выборах, формирования его современного облика. В частности, 10 сентября 1997 года Президентом РФ был утвержден новый федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»⁴⁵. Важным новшеством этого закона был отказ от обязательного ранее для субъектов требования созыва собрания избирателей с определенным числом участников как условия выдвижения кандидата. Так, с одной стороны, закон возвращал понятие «группы избирателей», а с другой – давал субъектам больше возможностей для регулирования избирательного процесса в соответствии с местными реалиями. Кроме этого, подтверждалось и право кандидата на выборах разного уровня на самовыдвижение.

Вступление в силу нового ключевого нормативно-правового акта, касающегося волеизъявления граждан, потребовало изменений и в законодательство города Москвы. Как отмечал А.Е. Любарев, 8 апреля 1998 года распоряжением заместителя премьера Правительства Москвы А. В. Петрова начала деятельность рабочая группа для выработки соответствующего законопроекта. В нее вошли, помимо самого вице-премьера, председатель

⁴⁵ Федеральный закон от 19 сентября 1997 г. № 124-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/171520/> (дата обращения: 10.12.2024).

Московской городской избирательной комиссии В.П. Горбунов, секретарь МГИК С.Н. Карманов, депутат городской Думы С.В. Орлов, сотрудник аппарата премьера правительства Москвы Ю.И. Рыжов и др. Новый закон – Закон города Москвы № 22 «О выборах депутатов Московской городской Думы, Мэра и Вице-мэра Москвы и советников районного Собрания в Москве»⁴⁶ – был принят 7 июля 1999 года решением Московской городской Думы. Заменив собой три ранее действовавших нормативно-правовых акта, он и заложил регуляторные основы будущего голосования на выборах Мэра Москвы. В соответствии с новым законом города Москвы, кроме прочего, подтверждалось право гражданина на самовыдвижение. Для города Москвы предписывались новые нижние нормы для количества участников групп избирателей, поддерживающих выдвижение того или иного кандидата. 10 москвичей могли принять решение о поддержке выдвижения кандидата в советники районного собрания внутригородских образований, 30 москвичей – кандидата в депутаты Московской городской Думы, а 50 человек – решение о выдвижении кандидата в мэры города.

Также к июню 1999 года был сформирован новый состав Московской городской избирательной комиссии, которой предстояло заниматься организацией будущих выборов. В том же месяце Московская городская Дума несколько сократила срок полномочий мэра и вице-мэра Москвы, избранных 16 июня 1996 года: ранее он должен был завершиться 16 июня 2000 года. После согласования действующим мэром Ю.М. Лужковым, новая дата выборов была назначена на 19 декабря 1999 года.

Процесс выдвижения кандидатов стартовал сразу после утверждения даты выборов: в соответствии с законом она была опубликована за 90 дней. Крайний срок подачи избирательных документов в МГИК был определен 18 ноября 1999 года. Уже 17 сентября 1999 года действующий мэр Москвы Ю.М. Лужков на встрече с преподавателями, студентами, аспирантами и выпускниками МГТУ им

⁴⁶ Закон г. Москвы от 7 июля 1999 г. № 22 «О выборах депутатов Московской городской Думы, Мэра и Вице-мэра Москвы и советников районного Собрания в городе Москве» // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/372107/> (дата обращения: 10.12.2024).

Н.Э. Баумана объявил о решении баллотироваться на следующий срок: «Я объявляю о том, что баллотируюсь в мэры и только в мэры»⁴⁷. В соответствии с предусмотренной новым законом процедурой, 21 сентября 1999 года в МГИК были поданы документы о выдвижении tandem Ю.М. Лужкова и В.П. Шанцева на пост мэра и вице-мэра города Москвы от инициативной группы избирателей, которую возглавил генеральный конструктор федерального государственного унитарного предприятия (ФГУП) «Московский институт теплотехники» Ю.С. Соломонов.

В первую неделю кампании по выдвижению кандидатов на пост мэра Москвы были поданы 7 заявлений от политических объединений и групп избирателей. Так, в предвыборную гонку вступили главный редактор газеты «Центр» В.А. Воронин, председатель всероссийского общественного движения из г. Казани "Против преступности и беззакония" Д.Н. Бердников, генеральный директор унитарного торгового плодоовощного предприятия "Алтуфьево" В.И. Киселев. 20 сентября 1999 года после выдвижения съездом Либерально-демократической партии Российской Федерации документы подал А.В. Митрофанов, глава комитета Государственной Думы ФС РФ по геополитике и доверенное лицо главы ЛДПР В.В. Жириновского на выборах Президента РФ 1996 года. А.В. Митрофанов первым из кандидатов отказался от процедуры сбора подписей и вместо подписных листов предоставил избирательный залог, составлявший на тот момент 160 980 рублей. На пост вице-мэра кандидат от ЛДПР предложил экономиста А.Ю. Брежнева.

14 октября 1999 года избирательные документы в МГИК подал основной соперник Ю.М. Лужкова на выборах мэра бывший премьер-министр С.В. Кириенко, представлявший политическую партию «Союз правых сил». На пост вице-мэра С.В. Кириенко предложил ученого-архитектора В.Л. Глазычева, занимавшего пост руководителя Академии развития городской среды. Впоследствии избирательные документы также представили управляющий

⁴⁷ Жена московского мэра Елена Батурина баллотируется в Госдуму // [Электронный ресурс]: <https://lenta.ru/news/1999/09/20/baturina/> (дата обращения: 10.12.2024).

делами Президента Российской Федерации П.П. Бородин, экс-депутат Государственной Думы от Коммунистической партии Российской Федерации, член движения «Духовное наследие» В.В. Семаго, вице-президент АО "Стальконструкция" Е.И. Мартынов, заместитель председателя Комитета по здравоохранению Москвы И.А. Лешкевич, председатель общественного движения «Национально-патриотический фронт „Память“» Д.Д. Васильев., предложившие на пост вице-мэра, соответственно, Л.И. Трошина, С.С. Серегина, Б.И. Берестова, А.В. Нетесова, А.П. Семечкина.

В характере предвыборной агитации в рассматриваемой кампании заметную роль сыграла политическая поляризация кандидатов. Так, избирательная кампания кандидата в мэры Москвы Ю.М. Лужкова была неразрывно связано с проходившей параллельно кампанией избирательного блока «Отечество – Вся Россия» (ОВР) на парламентских выборах 1999 года, а в чем-то – и находилась в тени последней. Этот избирательный блок был сформирован на базе Общероссийской политической общественной организации ОПОО «Отечество», возглавляемой Ю.М. Лужковым и движения «Вся Россия» во главе с президентом Республики Татарстан М.Ш. Шаймиевым, президентом Республики Башкортостан М. Г. Рахимовым, президентом Республики Ингушетия Р.С. Аушевым и губернатором Санкт-Петербурга В.А. Яковлевым. Главой ОВР был бывший председатель Правительства РФ Е.М. Примаков, а «тройку» для парламентских выборов 1999 года составили Е.М. Примаков, Ю.М. Лужков и В.А. Яковлев.

В отечественной литературе имидж и агитация Ю.М. Лужкова в рассматриваемый период характеризуется, как правило, скорее в привязке к ОВР и его противостоянию с движением «Единство» («Медведь»), учрежденным в октябре 1999 года. Наиболее примитивные схемы отводят Ю.М. Лужкову и ОВР роль левоцентристских, регионалистских сил, противопоставленных правоцентристским, консервативным, проправительственным и пропрезидентским позициям «Единства», избирательный список которого возглавили министр по чрезвычайным ситуациям С.К. Шойгу, олимпийский

чемпион по греко-римской борьбе А.А. Карелин и генерал-лейтенант милиции А.И. Гуров. Вместе с тем, уже в современных тем событиям трактовках была серьезная критика такого бинарного «черно-белого» деления: «Настоящий правый политик (...) почти имперский, жесткий,ластный, деятельный. Умеющий ставить задачу и добиваться ее выполнения. Одним словом – Шарль де Голль»⁴⁸, «Для Лужкова естественна роль правоцентриста»⁴⁹.

В образе Ю.М. Лужкова 1998-1999 годов аналитики отводят большую роль уверенности в себе, близости и понятности народу, искренности, высокой работоспособности, уравновешенности, сильному характеру. Его избирательные кампании использовали образ «работника, труженика...в рабочей куртке и простой матерчатой кепке»⁵⁰. Заметны и отсылки к патерналистским методам, представлениям: сильному государству, бескомпромиссно отстаивающему интересы граждан, ярким патриотическим тезисам в выступлениях по внешнеполитическим вопросам (последовательная поддержка Севастополя и Крыма, интерес к позициям России на Балканах и судьбам славянских народов, личное взаимодействие с президентом Беларуси А.Г. Лукашенко). Образ Ю.М. Лужкова был обогащен и высокими представлениями о семейных и дружеских ценностях. Наконец, образ «хозяйственника» в Ю.М. Лужкове превалировал над образом «политика» – в выступлениях 1998–1999 гг. мэр последовательно противопоставлял «политическую трескотню» заботе об интересах москвичей и всех россиян.

Собственно предвыборная программа Ю.М. Лужкова была построена на экономических, социальных элементах, призванных достичь благополучия всего населения столицы, а не только бенефициаров приватизации. Исследователи делали акцент на следующих пунктах программы Ю.М. Лужкова осени 1999 года⁵¹:

⁴⁸ Бруни Л. Прощание с матерым // ФАС. № 3. С. 13.

⁴⁹ Кустов Б.И. Претендент из центра // Независимая газета. 15.10.1998.

⁵⁰ Мильштейн И.И. Московская элегия // Известия. 24.10.1998.

⁵¹ Колосов В.А., Бородулина Н.А., Вендина О.Н. Юрий Лужков: Имидж политического лидера // Полития. № 3 (21). 2001. С. 67-68.

- рост объема промышленной продукции (за 9 месяцев 1999 г. – на 4,5%), увеличение инвестиций в экономику Москвы;
- развитие малого и среднего бизнеса, который обеспечивает около половины налоговых поступлений в бюджет;
- реализация программа «Жилище»: за прошедший период 242 тыс. москвичей получили новые квартиры; реконструкция «пятиэтажек»: за 3,5 года было снесено около 300 зданий старой постройки;
- сохранение уровня социальной защиты населения;
- 40% расходов городского бюджета направляется на финансирование социальной сферы;
- 28 млрд рублей столица собирает ежегодно в пенсионный фонд;
- уровень официальной безработицы в Москве – самый низкий в России (меньше 1%);
- список бесплатных лекарств – самый длинный в России;
- реконструкция МКАД;
- возрождение Храма Христа-Спасителя;
- бесперебойное снабжение города продовольственными и промышленными товарами;
- создание условий для культурного и образовательного самовыражения москвичей разных национальностей.

Так, в отсутствие последовательной идеологии Лужков-политик предпочитает опираться на консолидирующие общество идеи. Для него ключевой из таковых стало процветание Москвы, которое снискало ему популярность далеко за пределами российской столицы.

Предвыборная кампания С.В. Кириенко, председателя Правительства Российской Федерации в апреле – августе 1998 года, была построена на критике деятельности Ю.М. Лужкова: как и действующий мэр, его оппонент не сосредотачивался на политической составляющей, отрабатывая недовольство граждан по экономическим и социальным моментам. С.В. Кириенко впервые заявил об амбициях главы Москвы еще летом 1999 года, когда созданное им

движение «Московская альтернатива» организовало уникальную двухнедельную «прямую линию»: каждый москвич мог позвонить по специальному номеру и рассказать о том, что его не удовлетворяет в городе⁵². Мемуаристы отмечали, что «Московская альтернатива» молодого представителя движения «Новая сила», позднее вошедшего в «Союз правых сил», была поддержана сильными политтехнологами: «Московская альтернатива» была создана для поддержки кампании Сергея Кириенко на выборах мэра Москвы. Она поддерживалась Фондом эффективной политики (ФЭП) Глеба Павловского, и ее основной офис находился там же, где и ФЭП – в здании РИА Новости. Насколько я помню, главными руководителями «Московской альтернативы» были Вячеслав Глазычев, Андрей Быстрицкий (...) Позже (в октябре) Быстрицкий возглавил радио «Маяк» и отошел от «Московской альтернативы». Глазычев стал кандидатом в вице-мэры в связке с Кириенко⁵³.

«Отстройка» от Ю.М. Лужкова и после подачи избирательных документов была важной чертой кампании С.В. Кириенко. С одной стороны, он часто намекал на то, что «федеральные» амбиции у действующего мэра заметно превалируют над городскими: «Он (С.В. Кириенко – Е.К.) несколько раз повторил: "Из города Лужков уйдет точно". По мнению экс-премьера, нынешний мэр будет либо премьером, либо вице-президентом, либо президентом (из чего следует, что Кириенко уверен, что на президентских выборах победят представители ОВР). То есть москвичи, голосуя за Лужкова, фактически будут голосовать за Шанцева⁵⁴», «По мнению экс-премьера, сейчас "в Москве власти нет". Нынешний мэр настолько занят борьбой за Кремль, что к городскому хозяйству уже точно не вернется. "Москва не должна быть полем боя, ее жители

⁵² Кириенко можно? // Коммерсантъ-Власть. 1999. № 26. С. 18

⁵³ Любарев А.Е. Года, доставшиеся мне. Мемуары // [Электронный ресурс]: https://lyubarev.narod.ru/memoires/1999-2003_1_4_MA.htm (дата обращения: 10.12.2024).

⁵⁴ Каин С.И. Кириенко предложит Москве альтернативу // Коммерсант. № 189. С. 2.

не должны быть заложниками политической борьбы", – заявил Сергей Кириенко⁵⁵».

Сущностная критика *status quo*, на которой строилась кампания С.В. Кириенко, была весьма подробно сформулирована в статье В.Л. Глазычева, увидевшей свет непосредственно перед выборами в декабре 1999 года⁵⁶. Команда Кириенко-Глазычева последовательно оспаривала образ «крепкого хозяйственника», опираясь на ряд тезисов:

- монополизм: использование власти в интересах предпринимательской деятельности, препятствующее нормальному развитию рыночной экономики и ведущее к удорожанию товаров и услуг;
- чрезмерная централизация власти, сдерживающая развитие местного самоуправления;
- неразумный протекционизм, связанный с поддержанием сложившегося неэффективного строительного комплекса и устаревшей промышленности;
- необоснованная коммерциализация рынка жилья, накручивание цен;
- переливание средств в новое строительство в ущерб проведению ремонтно-профилактических работ в уже существующем жилье;
- приоритет крупных градостроительных программ, связанных с корпоративными интересами и обеспечением бизнеса, над нуждами рядовых москвичей.

Авторы документов этой кампании отмечали, что «минусы лужковской модели управления стали перевешивать ее плюсы»⁵⁷.

Избирательные кампании остальных участников выборов были в большей степени построены на популизме и апеллировали к вопросам, близким малообеспеченным слоям населения, т.е. традиционному избирателю КПРФ. Любопытно, что ярким выразителем таких инструментов и тезисов стал П.П.

⁵⁵ Никитина С.А. Сергей Кириенко хочет в мэры // [Электронный ресурс]: <https://www.ng.ru/events/1999-10-15/kirienko.html> (дата обращения: 10.12.2024).

⁵⁶ Глазычев В.Л. Столица – 99: начало политической жизни. Чего хочет «Московская альтернатива» // Независимая газета. 17.12.1999

⁵⁷ Глазычев В.Л. Указ. Соч.

Бородин, управляющий делами Президента Российской Федерации. Кроме прочего, тот предлагал ограничить функции мэрии: «Город должен нести четыре функции. Это – коммунальное хозяйство, дорожное строительство, общественная безопасность и пожарная безопасность. Это – его четыре основные функции. Сегодня у нас города занимаются всем. Остальные функции, как функции мэра, который если их решает, то и детские сады строятся, и школы, и пенсионеры получают пенсии, и налоги собираются, и инвестор есть, и деньги привозятся, и оборот торговый есть. Всем это выгодно. Я просто назвал основные функции. Вот такие побочные функции, как социальные программы, программы занятости, рынок земли нужны в Москве⁵⁸». Также П.П. Бородин призывал упразднить обязательную регистрацию в Москве (тогда как Ю.М. Лужков подчеркивал свои успехи в противодействии нелегальной миграции) и ввести бесплатный проезд на всех видах городского транспорта.

Лидер национал-патриотического фронта «Память» Д.В. Васильев предсказуемо опирался на монархическую, консервативную и ксенофобную риторику: «Я – русский, а не россиянин. И меня оскорбляет, что мою столицу превратили в вавилонскую блудницу, что наши национальные интересы в городе ущемлены. То, что здесь позволяют себе те, кто приезжает с того же Кавказа, – возмутительно. Я воин, я давал присягу и должен защитить свою столицу»⁵⁹. Задействовал он и популистские нарративы, указав, что намерен внедрить способ управления городом без взимания налогов с граждан.

За неделю до выборов сняли свои кандидатуры В.В. Семаго, призвавший сторонников голосовать за Ю.М. Лужкова, а также И.А. Лешкевич. В итоге, в избирательных бюллетенях были 8 «тандемов» из кандидатов на посты мэра и вице-мэра Москвы, а также допускалось голосование против всех кандидатов. Москвичи, пришедшие к урнам для голосования, получали четыре бюллетеня:

⁵⁸ Павел Бородин уверен, что может на равных конкурировать с нынешним мэром Москвы Юрием Лужковым // [Электронный ресурс]: https://www.1tv.ru/news/1999-11-22/291593-pavel_borodin_uveren_chto_mozhet_na_ravnyh_konkurirovat_s_nyneshnim_merom_moskvy_yuriem_luzhkovym (дата обращения: 10.12.2024).

⁵⁹ Пестерева О.А. Лидер "Памяти" тоже хочет в мэры // Коммерсант. 1999. № 114. С. 3.

один по выборам мэра и вице-мэра Москвы, два по выборам депутатов Государственной Думы, один по выборам советников в районных органах местного самоуправления. В процессе голосования избиратели подавали бюллетени в 125 территориальных избирательных комиссий. Суммарная явка избирателей составила более 66%, что несколько выше, чем на предыдущих выборах (63,6%). С результатом 3 174 658 голосов (69,9%) победил тандем Ю.М. Лужкова и В.П. Шанцева, что было зафиксировано соответствующим решением МГИК⁶⁰. Несмотря на убедительную победу в первом туре на всех избирательных участках, команда Ю.М. Лужкова недосчиталась 20% голосов по сравнению с выборами 1996 года, что еще раз указало на растущую политическую поляризацию общества.

Команда С.В. Кириенко и В.Л. Глазычева набрала 510 958 голосов (11,3%), в то время как П.П. Бородин и Л.И. Трошин собрали 273 026 голосов избирателей (6%). Против всех кандидатов высказались 254 013 москвичей, или 5,6 % проголосовавших, что в три с половиной раза больше, чем на предыдущих выборах. Остальные кандидаты суммарно разделили между собой менее 5% голосов избирателей.

27 декабря 1999 г. Московская городская избирательная комиссия установила общие итоги выборов советников в Москве, прошедших 19 декабря, параллельно с мэрскими и парламентскими выборами. Кандидатов не удалось выбрать на 243 места советников, а в 22 районах собрания не смогли приступить к исполнению своих полномочий, т.к. было избрано менее двух третей от списочного состава советников.

Несмотря на уверенную победу на выборах Мэра Москвы 1999 года, политическая коалиция Ю.М. Лужкова уступила на парламентских выборах не только ключевым оппонентам из «Единства», но и Коммунистической партии. При голосовании по смешанной системе (единий округ и одномандатные округа)

⁶⁰ Решение Московской городской избирательной комиссии от 22 декабря 1999 г. № 35/5 «О тексте сообщения об итогах выборов Мэра и Вице-мэра Москвы» // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20150426005202/http://www.alppp.ru/law/> (дата обращения: 10.12.2024).

движение «Отечество – Вся Россия» получило 68 мест в нижней палате парламента, тогда как коммунисты получили 113 мест, а «Единство» – 73 места. 105 мест отошло независимым кандидатам, а 29 – представителям «Союза правых сил». Несмотря на то, что кампания по выборам в Государственную Думу существенно более подробно освещалась в СМИ, явка здесь была ниже, чем на мэрских выборах в Москве – 61,85%.

Подводя итог данному разделу исследования, важно отметить, что выборы мэра и вице-мэра Москвы 1999 года, хотя и не привлекли того внимания, как проведенные в одно время с ними парламентские выборы, но смогли зафиксировать ряд важных трендов политической жизни в России. Во-первых, это сохранявшаяся популярность левоцентристских идей, которая позволила «оттянуть» часть голосов от Коммунистической партии. Во-вторых, параллельно с «размежеванием» политического спектра, праволиберальные кандидаты (команда С.В. Кириенко) оформились как важная политическая сила – за счет продуманной избирательной кампании и новых решений спустя всего лишь год после отставки С.В. Кириенко с поста председателя правительства и объявления дефолта ему удалось занять второе место с двукратным отрывом от многоопытного ближайшего преследователя. Очевидно, что часть голосов избирателей Ю.М. Лужкова в 1996 году также отошла С.В. Кириенко. Наконец, выраженно популистские программы остальных кандидатов не получили широкого одобрения, что указывало на возросшую политическую зрелость москвичей. Должности мэра и вице-мэра продолжались восприниматься как хозяйствственные, а не политические, что и придало дополнительный импульс образу «крепкого хозяйственника» «вне политики» как важному фактору успеха Ю.М. Лужкова и В.П. Шанцева.

2.2 Интернет и выборы 1999 г: начальный этап использования цифровых технологий в избирательных процессах

Настоящий раздел исследования посвящен роли ресурсов Интернета в проведении и информационном обеспечении выборов Мэра Москвы 1999 года, а также в агитационных предвыборных кампаниях кандидатов на посты мэра и вице-мэра.

С точки зрения технологического контекста и проникновения Интернета в общество период 1999-2000 гг. называется исследователями ключевым. Современные этим процессам материалы указывали, что в 1998 году Интернет исчерпал потенциал первого этапа своего становления в России: к нему закончили подключаться энтузиасты, использовавшие Интернет без целей информирования или материальной выгоды, в качестве хобби или исследовательской деятельности. Вместе с тем, до финансового кризиса 1998 года Интернет в России получил существенную инфраструктурную базу. В 1996 г. предоставлять доступ в Интернет начали телекоммуникационные предприятия на периферии, тогда же начала работу Транссибирская линия радиорелейной связи Москва-Хабаровск, благодаря которой региональные провайдеры Интернета получили качественный и сравнительно недорогой канал связи с крупными московскими провайдерами. Кроме того, в этом же году в Москве и Санкт-Петербурге начали работу т.н. точки взаимного обмена IP-трафиком – Internet eXchange (точки M-IX и SPB-IX), которые позволили разгрузить интернет-каналы связи России с другими странами. Благодаря всему этому Интернет вышел за пределы двух столиц и стал появляться в других городах России.

Дальнейший рост аудитории требовал немедленного появления в Рунете большого числа новых проектов с уникальным контентом, а также новых сервисных служб, ориентированных на массового клиента, не обладавшего глубокими техническими познаниями. Иными словами, Интернет из

специализированного сообщества должен был стать продолжением реальности – где есть то, что нужно и интересно для всех групп пользователей⁶¹.

В региональных и федеральных кампаниях 1998-2000 гг. политики также впервые оценили по достоинству преимущества сети Интернет. По оценкам обозревателей, одним из ключевых катализаторов популярности Интернета в политических кампаниях на раннем этапе стало его удобство для размещения компроматов на конкурирующих кандидатов. С одной стороны, это стоило существенно дешевле и требовало заметно меньше ресурсов, чем задействовать для эти цели телевизионные, печатные СМИ или радио. С другой стороны, за недобросовестное использование Интернета в данных целях было существенно тяжелее наказать организатора. При размещении информации в Интернете, в том числе и в предвыборных кампаниях, не требовалось указания источника и факта оплаты материала из избирательного фонда. Наконец, даже при небольшой степени «покрытия» сервисами Интернета населения России, эффект оказывался сопоставимым – телевизионные и печатные СМИ могли невозбранно ссылаться на информацию, размещенную на том или ином сайте.

В 1999 году первый отечественный Интернет-гигант «Яндекс» провел «перепись» отечественного Интернета. По состоянию на июнь 1999 года российский Интернет состоял из 33 тысяч сайтов, на которых было размещено 7 миллионов документов. Общий объем этой информации превышал неслыханные для того времени 500 гигабайт. По оценкам исследователей, около 33% отечественной аудитории сети интересовалась новостями и финансовой информацией, сопоставимое количество – контентом, направленным на развлечения, 25% постоянных пользователей посещали чаты и игровые серверы, а немногим менее 20% использовали ресурсы сети Интернет для научно-исследовательской работы⁶².

⁶¹ Скабичевский Л.А. Сеть, которая накрыла Россию // Коммерсант. 1999. № 208. С. 8.

⁶² Перфильев Ю.Ю. Российский Интернет: пространственная картина паутины // География. Еженедельное приложение к газете «Первое сентября». №30. 1999. С. 4.

По ключевым показателям для настоящего исследования – проникновению компьютеров и Интернета на 1999 год сформировалось существенное «расслоение» метрик Москвы и России в целом. Уровень компьютеризации среди домохозяйств оценивался современными расчётами как очень низкий: только 4% населения имеют компьютеры в домашнем пользовании. Вместе с тем, в Москве этот показатель превышал 16%⁶³. К аудитории Интернета относилось 2-3% взрослого (от 15 лет) населения России и более 8% населения столицы. Активными пользователями – участвовавшими в дискуссиях, оставлявшими комментарии и в целом проводившими в Интернете заметное количество времени – оставались не более 1,5% от общей численности населения.

Следует отметить, что все данные цифры были приблизительными, т.к. аналитики действовали различные методологии для подсчета числа Интернет-пользователей. Так, зарубежные исследователи медиа выступали и с более оптимистичными оценками компьютеризации страны: по некоторым публикациям, доступ к компьютеру в домашней или рабочей обстановке имели до 17% всего населения России⁶⁴. По материалам Computer Industry Almanac, показатель обеспеченности россиян компьютерами на душу населения в России составил 0.05 компьютера на человека, что было в десять раз ниже, чем в Австралии, Новой Зеландии, Нидерландах и Норвегии, вдвое ниже чем в Венгрии, Чехии и Словакии, сопоставимо с показателями Чили, Саудовской Аравии, Румынии, Польши, Мексики, Малайзии и Венесуэлы, существенно выше, чем в Бразилии, Индии, Индонезии, Китае и ЮАР.

Для 1999 года опубликованы и подробные данные о социально-демографической структуре пользователей Интернета в России. Около трети россиян, постоянно использовавших всемирную паутину, находились в возрасте

⁶³ Российская интернет-аудитория: оценки, тенденции, прогнозы. Аналитический обзор по данным различных исследований // [Электронный ресурс]: https://www.zircon.ru/upload/iblock/a30/Rossijskaja_Internet-auditorija_Obzor_razlichnyh_issledovanij.pdf (дата обращения: 10.12.2024).

⁶⁴ Akin M. Russia: New Users Rush Onto Web, Stay There Longer // The Moscow Times. 2000. № 33. Р. 4.

до 24 лет, сопоставимая доля также приходилась на категорию 25-34 года. Интернет оставался привычной чертой медиапотребления весьма образованных людей: в разных видах аудитории на людей с высоким уровнем образования приходится от 70,8 до 79,2 процентов аудитории Интернета⁶⁵.

Наибольший процент во всех видах аудитории в 1999 – 2000 годах представляли респонденты с уровнем дохода от 1000 до 2000 рублей на одного члена семьи – от 34,8 до 39,8 процентов в аудитории Интернета. Несколько менее были представлены пользователи со средним доходом свыше 2000 рублей на члена семьи в месяц, тогда как прожиточный минимум составлял 945 рублей в месяц, а минимальная продуктовая корзина оценивалась в 549 рублей⁶⁶. По воспоминаниям современников, один час доступа в сеть Интернет мог стоить 15 рублей в дневное время и 10 рублей в ночное время⁶⁷.

Проникновение пользовательского оборудования для доступа в сеть Интернет было еще одним фактором, существенно ускорившим рост числа пользователей сети в России. Доступ в Интернет с пользовательских устройств осуществлялся через dial-up модем по телефонной линии, что делало ее недоступной для обычных звонков. Для отображения Интернет-сайтов требовался компьютер с процессором Pentium тактовой частотой не ниже 100 МГц, ежегодные цифры ввоза которых в Россию превышали 1,3 млн новых (не старше трех лет) устройств в год. Таким образом, средним пользователем сети Интернет в России в период, рассматриваемый в данной статье, был мужчина с высшим специальным образованием и высоким доходом, проживавший в Москве или Санкт-Петербурге.

Ведущие современные исследователи отмечали, что именно на рубеже 1990-2000-х годов электронные коммуникации стали играть ключевую роль в

⁶⁵ Российская интернет-аудитория... С. 26.

⁶⁶ Очень средний уровень жизни // Коммерсант. 1999. № 239. С. 8.

⁶⁷ Чернова И.И. Каким был российский интернет в начале 2000-х // [Электронный ресурс]: <https://www.iphones.ru/iNotes/521468> (дата обращения: 10.12.2024).

электоральных процессах. Вывод Е.И. Волгина, специалиста по отечественному партийно-политическому развитию рассматриваемого периода о том, что парламентские выборы 1999 года окончательно превратили электронные СМИ в фактор политического процесса⁶⁸, по нашему глубокому убеждению, может быть экстраполирован и на выборы на пост мэра Москвы в декабре 1999 года.

Избирательная кампания по выборам Мэра Москвы 1999 года была первой в истории отечественных регионов, когда у каждого из наиболее активных кандидатов был создан собственный веб-сайт. Так, предвыборный сайт действующего мэра Ю.М. Лужкова был официально открыт вечером 15 сентября 1999 года за два дня до официального объявления о его готовящемся участии в выборах. Интересно, что формально, в силу действующего законодательства, этот сайт не мог быть связан с предвыборной кампанией, очевидно являясь ее отправной точкой де-факто. На ресурсе была опубликована биография мэра, в разделе "В политике и на работе" приводилась позиция Лужкова по наиболее острым проблемам внутренней и внешней политики (выборы президента, демократия, Косово, национализм, экономическая политика в Москве и др.). Ежедневно обновляемый раздел «Новости» должен был представлять короткие тексты о деятельности Лужкова как мэра столицы и как политического деятеля. Поскольку ключевое внимание в 1999 году было привлечено к парламентским выборам, на сайте также приводился дайджест материалов СМИ, посвященных мэру и блоку «Отечество – Вся Россия», как и подробные сведения об увлечениях Лужкова и его семье.

Фактически одновременно с запуском сайта Ю.М. Лужков приступил к продвижению «личного бренда» в англоязычном Интернете. 16 сентября 1999 года он провел пресс-конференцию на интернет-сайте американского

⁶⁸ Волгин Е.И. Информационная война как политический выбор постмодерна (по материалам парламентских выборов 1999 года) // Государственное управление. Электронный вестник. Выпуск № 88. Октябрь 2021 г. С. 116.

медиагиганта MSNBC⁶⁹. Вопросы для нее принимала как американская редакция, так и специально созданный ресурс на сайте мэра.

Спустя неделю после запуска официального сайта Ю.М. Лужкова, в Интернете появился ресурс www.lujkov.ru, почти полностью повторявший доменное имя оригинального ресурса мэра. В ироничной манере создатели ресурса отметили, что «задачей сервера будет сбор всей имеющейся информации о Юрии Лужкове и его соратниках. Мы будем поставлять как позитивную, так и негативную информацию, собирая ее из СМИ, Интернета и любых других открытых источников», приурочив начало его работы ко дню рождения действующего мэра Москвы. Запуск «суррогатного» сайта был заметной угрозой для продвижения тандема Ю.М. Лужкова и В.П. Шанцева, поэтому их команда через электронные и печатные СМИ дезавуировало новый ресурс. Разработчик официального сервера Ю.М. Лужкова – веб-сервис "Экстерия" и редакция сайта Общероссийской политической общественной организации "Отечество" официально объявили о том, что не имеют никакого отношения к квазиофициальному сайту Лужкова www.lujkov.ru⁷⁰. Заявление «Экстерии» прямо намекало на причастность команды С.В. Кириенко к информационной атаке на Ю.М. Лужкова, указывая, что о появлении сайта первым объявило РИА «Новости», соседствующее со штабом «Новой силы». Также отмечалось, что появление сайта-клона освещалось в СМИ на фоне падения интереса к сайту самой «Новой силы», а также было сопряжено с финансовыми издержками, явно превышающими возможности частного лица того времени. Подложный веб-сайт Ю.М. Лужкова, который исследователи сразу отнесли к категориям «библиотек компромата», был довольно быстро разделегирован (провайдер хостинга сайта прекратил оказание услуг для данного доменного имени), однако в скором времени появился ресурс lujkov.ru, не снискавший сколько-нибудь заметной

⁶⁹ Moscow Mayor to Chat With MSNBC // [Электронный ресурс]: <http://www.msnbc.com/news/311499.asp#BODY> (дата обращения: 10.12.2024)

⁷⁰ «Отечество» откращивается от квазиофициального сайта Лужкова // [Электронный ресурс]: <https://lenta.ru/news/1999/09/22/lujkov/> (дата обращения: 10.12.2024).

популярности. В отсутствие должной нормативно-правовой базы, очевидно, добиваться ограничения доступа к сайту пришлось неофициальными методами, либо доказывать возможность воспринимать его как определенного рода средство массовой информации.

В начале ноября 1999 года команда Ю.М. Лужкова выступила с необычной инициативой, которая, как и многие другие акции группы действующего мэра, была в большей степени связана с парламентскими выборами. 15 ноября 1999 года пресс-центр "Выборы-99" и компания "Интервидение" (<http://most.intervision.ru>) распространили пресс-релиз, оповещавший о проекте «Виртуальные выборы в Государственную Думу РФ». В пресс-релизе сообщалось, что пользователям русскоязычного Интернета был предложен вопрос «С кем из политиков вы хотели бы встретиться в Сети Интернет?». По итогам голосования 1960 респондентов, голоса распределились следующим образом: Примаков Е.М. – 19,7%, Лужков Ю.М. – 13.7%, Гайдар Е.Т. – 9,8%, Кириенко С.В. – 7,19%, Явлинский Г.А. – 7,1%. В соответствии с пресс-релизом, список персон для голосования был сформирован самими пользователями Интернета, однако обозреватели увидели в этом хитрость команды Ю.М. Лужкова – В.П. Шанцева⁷¹, направленную на отработку волны негатива в информационном пространстве, спровоцированного чередой подложных сайтов.

Активную кампанию в Интернете осуществлял ключевой соперник Ю.М. Лужкова С.В. Кириенко. Подчеркнуто ориентировавшийся на значительно более молодую аудиторию, С.В. Кириенко даже называл Интернет в качестве своих хобби в некоторых интервью. Появившийся летом 1999 года его личный сайт Kirienko.ru претерпел значительное обновление 9 ноября 1999 года. Обновлением и контентом сайта занимался Фонд эффективной политики Г.О. Павловского. В соответствии с официальным объявлением о начале работы обновленного сайта, он позиционировался как «один из первых полноценных

⁷¹ Ваганов А.И. Как голосовал Интернет // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/ideas/1999-12-28/8_how_voted.html (дата обращения: 10.12.2024).

политических информационных ресурсов в Сети»⁷². Отмечалось, что ресурс посвящен как кампании С.В. Кириенко по выборам Мэра Москвы 1999 года, так и парламентской кампании «Союза правых сил». Вторая итерация сайта С.В. Кириенко была призвана сделать его постоянно обновляемым ресурсом, представляющим информацию о предвыборной гонке. Новостная лента сервера выгружала обновления несколько раз в час, что было значительным достижением. На сайте находили свое отражение последние события предвыборных штабов С.В. Кириенко и СПС, последние публикации об их работе, а также культурные проекты штабов: "Москва – территория 2000", "Культурные герои", "Кадровый резерв" и т.д. Освещение культурных проектов сыграло особую роль в использовании ресурсов Интернета в кампании С.В. Кириенко. Так, большое внимание привлек фестиваль «Неофициальная Москва», который команда С.В. Кириенко противопоставляла официозным мероприятиям по случаю Дня города⁷³, традиционно широко отмечавшегося в столице.

Большая часть активности команды С.В. Кириенко в сети Интернет в ходе избирательной кампании по выборам Мэра Москвы была неразрывна связана с его участием в «Московской альтернативе» – общественном движении, которое по инициативе С.В. Кириенко в середине июня 1999 года создал академик В.Л. Глазычев, выдвинутый на пост вице-мэра. При технической поддержке Фонда эффективной политики летом 1999 года «Московская альтернатива» создала интернет-сайт www.msk.ru, на котором был организован прием заявок от москвичей по всем волнующим их вопросам. Таким образом, интерактивность этого портала была призвана дублировать «горячие линии», проводимые посредством телефонной связи. Портал пользовался заметной популярностью летом и осенью 1999 года: москвичи оставили около 3000 писем-высказываний

⁷² Официальный сервер Кириенко: вторая редакция // [Электронный ресурс]: <https://lenta.ru/news/1999/11/09/kirienko/> (дата обращения: 10.12.2024).

⁷³ Кириенко собирается провести альтернативные мероприятия по празднованию Дня города // [Электронный ресурс]: https://www.1tv.ru/news/1999-08-07/294714-kirienko_sobiraetsya_provesti_alternativnye_meropriyatiya_po_prazdnovaniyu_dnya_goroda (дата обращения: 10.12.2024).

на дискуссионной ленте сайта, что составило половину от числа обращений на телефонную горячую линию.

По воспоминаниям В.Л. Глазычева, сайт стал в полной мере центром нового экспертного движения – «шаг за шагом увеличивалось число экспертов "Московской альтернативы", значительная часть которых обозначила себя именно через "горячую" линию или через переписку на сайте. Сегодня таких экспертов уже более полусотни, и треть из них – сотрудники учреждений мэрии и префектур. В работу включились Институт экономики переходного периода и Институт экономики города, депутаты городской Думы, советники районных собраний»⁷⁴. Создатели программы подчеркивали, что руководство города, впечатленное интересом москвичей к необычной акции, пыталось «перехватывать повестку», организовывая мероприятия, призванные дублировать те, которые на сайте анонсировала «Московская альтернатива». Сайт стал и площадкой для публикации наиболее полного программного документа «Московской альтернативы» – доклада «Москва 90-х: тенденции и альтернативы». Выход каждой его главы на сайте сопровождался брифингом для журналистов. Также В.Л. Глазычев ставит в заслугу проекту то, что официальная документация мэрии стала в обязательном порядке публиковаться на сайте mos.ru именно в ответ на активность «Московской альтернативы».

Характерной чертой смыслового наполнения материалов «Московской альтернативы», их тональности был выраженный отказ от соперничества с Ю.М. Лужковым в политическом контексте. Как уже отмечалось выше, авторы в целом разделяли нарратив действующего мэра о том, что в первую очередь, руководитель Москвы – «хозяйственник», и постоянно пытались подчеркнуть это. Сохранившийся манифест сайта «Московской альтернативы» характеризовал это решение отдельным пунктом: «Подчеркнем – мы с уважением относимся к мэру Москвы Ю.М. Лужкову, признаем, что в столице

⁷⁴ Глазычев В.Л. Столица-99: начало политической жизни // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/ideas/1999-12-16/8_capital.html (дата обращения: 10.12.2024).

сделано много хорошего, с надлежащим почтением относимся к законодательной и исполнительной власти Москвы. Нас волнуют проблемы и интересуют решения. Независимо от исхода выборов накопленный таким образом материал окажется полезен и для администрации, и для горожан, которые раньше или позже научатся участвовать в управлении своим городом»⁷⁵. Эти же мысли формулировал С.В. Кириенко и в своих многочисленных интервью в электронных СМИ: «Мы не участвуем в кампании по дискредитации лидеров ОВР. Вряд ли кто-либо слышал от меня хоть одно плохое слово о Примакове или Лужкове. Если у ОВР принято считать дискредитацией экономическую программу или критику неэффективного управления хозяйством, то у них с нами разное понимание дискредитации. И вообще эта драка двух "семей" стала напоминать паранойю»⁷⁶. Еще одна ранее не встречавшаяся черта сайта публичного общественного движения, была связана с тем, что проект «Московская альтернатива» изначально был ориентирован на продолжение работы вне зависимости от результатов выборов.

Заметным эпизодом, подсветившим растущую роль сети Интернет в ходе предвыборной кампании по выборам Мэра Москвы 1999 года, стало виртуальное голосование, объявленное на официальном сайте «Независимой газеты» – одного из наиболее популярных общественно-политических СМИ Российской Федерации. Первые в истории «виртуальные выборы» были назначены на 19 октября 1999 года и принимали голоса на самом сайте «НГ» и на 10 площадках-партнерах. Обозреватели издания отметили, что в голосовании приняли участие 4106 избирателей, в то время как рядовые опросы издания собирали аудиторию до 1500 участников⁷⁷. Представители издания внесли в виртуальные бюллетени

⁷⁵ Основные задачи сервера "Московской альтернативы" // [Электронный ресурс]: https://www.glazychev.ru/habitations&cities/moscow/mos_alternativa_site.htm (дата обращения: 10.12.2024).

⁷⁶ Сергей Кириенко: "Мы можем сделать жизнь в Москве дешевле" // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/politics/1999-12-01/3_kirienko.html (дата обращения: 10.12.2024).

⁷⁷ Сеточкин И.И. С минимальным преимуществом // [Электронный ресурс]: <https://www.ng.ru/politics/1999-10-21/preimushestvo.html> (дата обращения: 10.12.2024).

не всех будущих кандидатов, а только Ю.М. Лужкова, С.В. Кириенко, П.П. Бородина, В.А. Воронина и А.В. Митрофанова. Голоса распределились следующим образом: Ю.М. Лужков получил 2086 голосов (50,8%), С.В. Кириенко – 1677 голосов (40,8%), В.А. Воронин – 129 голосов (3,1%), П.П. Бородин – 109 голосов (2,7%), А.В. Митрофанов – 105 голосов (2,6%). По итогу голосования, несмотря на небольшой разрыв между позициями Ю.М. Лужкова и С.В. Кириенко, организаторы заявили, что уверены в победе действующего мэра на предстоящих выборах уже в первом туре. Высказывалось также удивление слабым результатом П.П. Бородина. Организаторы сами оценили репрезентативность данных «выборов» как невысокую, даже уступающую социологическим опросам, проводимым традиционными способами.

Впоследствии аналогичные «выборы» были проведены еще раз 23 ноября 1999 года одновременно на двух площадках – том же веб-сайте «Независимой газеты» и на набиравшем популярность сайте Mail.ru. Голосование последнего собрало наибольшее количество избирателей (8950 человека) и снова показало убедительную победу Ю.М. Лужкова. Действующий мэр набрал 49%, С.В. Кириенко – 39%, П.П. Бородин – 7%. На втором голосовании «Независимой газеты» единственный раз за всю предвыборную кампанию Ю.М. Лужков уступил, набрав 38% против 47% у С.В. Кириенко и неизменных 7% у П.П. Бородина. При этом в таком голосовании приняло участие крайне небольшое число респондентов – 571 человек⁷⁸.

Исследователи высказывали разные точки зрения относительно конечных итогов применения двумя лидерами избирательной кампании мэрских выборов 1999 года. Так, в рассмотренной выше работе о феномене политического лидера Ю.М. Лужкова скептически отмечалось, что «пожалуй, единственным достойным оппонентом Лужкова, не пытавшимся спекулировать на извечных противоречиях между столицей и провинцией, была «Московская альтернатива», выступившая с действительно серьезным анализом экономической деятельности

⁷⁸ Ваганов А.И. Указ. Соч.

правительства Москвы. Их отчеты, публиковавшиеся преимущественно через Интернет, не считая обширной статьи В.Глазычева в «Независимой газете», были доступны лишь сравнительно узкому кругу компьютеризированных молодых избирателей (...) Несмотря на сравнительную слабость результатов, полученных Кириенко на выборах мэра, использованные в его кампании методы и аргументы заслуживают серьезного внимания»⁷⁹. К похожим выводам пришел и Д.А. Иванов, руководитель Интернет-направления Фонда эффективной политики, организовавшего кампанию С.В. Кириенко: «Россия все-таки пока остается в массе своей страной Ивана Федорова, а не Билла Гейтса. Недаром отражение интернет-публикаций в прессе можно рассматривать как один из критериев эффективности политических ресурсов»⁸⁰. Вместе с тем, кампания С.В. Кириенко смогла значительно увеличить его узнаваемость как федерального политика, заслонив негативные черты его образа, оставшиеся после отставки правительства в 1998 году, и сделать его одним из ключевых системных правых политиков начала 2000-х годов.

Подводя итог данной главе нашего исследования, следует отметить, что кампания 1999 года по выборам Мэра Москвы – первый пример полностью конкурентного противостояния Интернет-стратегий двух кандидатов. Это, в свою очередь, было обусловлено крупными техническими и экономическими сдвигами 1998-1999 гг. Вместе с тем, факторы Интернета еще не оказали решающего влияния на исход выборов, а сама кампания привлекла значительно меньшее внимание, чем проходившие в то же время выборы в парламент. Оба ключевых кандидата – Ю.М. Лужков и С.В. Кириенко – в разных качествах участвовали в обоих кампаниях и соответственно, задействовали методы продвижения в Интернете как для себя, так и для возглавляемых ими политических сил.

⁷⁹ Колосов В.А., Бородулина Н.А., Вендина О.Н. Указ соч. С. 65

⁸⁰ Ваганов А.И. Указ. Соч.

Глава 3. Изменение роли Интернета в ходе выборов Мэра Москвы 2003 г.

3.1 Этапы проведения выборов, политическая обстановка, участники и их программы, итоги кампании

В настоящем разделе исследования будет дана характеристика политическому контексту, программам кандидатов, ходу и результатам Выборов мэра Москвы 2003 года.

Выборы мэра Москвы 2003 года – первая избирательная кампания, проводившаяся в соответствии с новыми городскими нормативно-правовыми актами в соответствующих сферах, а именно – Законом города Москвы от 11 июня 2003 года № 36 «Избирательный кодекс города Москвы»⁸¹ и Законом города Москвы от 23 апреля 2003 года № 23 «О Московской городской избирательной комиссии»⁸². Отдельно следует отметить, что механизм одновременных выборов мэра и вице-мэра Москвы, который к началу 2000-х годов уже не имел себе аналогов среди субъектов федерации, был признан незаконным: 16 января 2003 года Мосгорсуд определил, что нормы устава Москвы о выборности вице-мэра вступают в явное противоречие с нормами федерального законодательства РФ⁸³. В 2003 году еще до избирательной кампании Ю. М. Лужков намеревался оспорить это решение в Верховном Суде, однако выборы вице-мэра так и не вернулись в Москву.

К «федеральной» части нормативно-правового контекста выборов 2003 года следует отнести Федеральный закон от 4 июля 2003 г. N 97-ФЗ "О внесении

⁸¹ Избирательный кодекс города Москвы. Закон города Москвы от 11 июня 2003 года № 36 // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/3962369> (дата обращения: 29.12.2024).

⁸² О Московской городской избирательной комиссии. Закон города Москвы от 23 апреля 2003 года № 23 // [Электронный ресурс]: <https://moskva-pravo.ru/zakon/2003/04/23/n-23/> (дата обращения: 29.12.2024).

⁸³ Юрий Лужков объявил о намерении вновь баллотироваться на пост мэра Москвы // [Электронный ресурс]: <https://www.newsru.com/russia/23sep2003/luzkov.html> (дата обращения: 29.12.2024).

изменений в статьи 2 и 35 Федерального закона "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации"⁸⁴, существенно ужесточивший требования к предвыборной агитации на выборах разных уровней, а также к формированию и декларированию предвыборных фондов кандидатов. Аналитическое сообщество и действующие политики активно критиковали этот закон за создание излишних регуляторных барьеров для агитации, вплоть до перехода к «регулируемой демократии»⁸⁵, где выборам уготован статус формальности, а также за расплывчатость большинства формулировок и широту возможностей для задействования административного ресурса.

Непосредственно дата выборов была назначена постановлением Московской городской Думы от 10 сентября 2003 года № 269 "О назначении даты выборов Мэра Москвы"⁸⁶. В соответствии с документом, датой очередного волеизъявления москвичей было выбрано 7 декабря 2003 года. По оценкам современников, само назначение сроков выборов и предвыборной кампании было сопряжено с интригой: рассматривалась возможность переноса мэрских выборов в Москве на март 2004 года с тем, чтобы совместить их с выборами Президента Российской Федерации⁸⁷. Однако на заседании Мосгордумы 3 сентября 2003 года уже в первом чтении предложение о «стандартной» дате выборов встретило полную поддержку депутатов, т.к. полномочия Ю.М. Лужкова на посту мэра Москвы истекали в декабре 2003 года. Окончательной датой для

⁸⁴ О внесении изменений в статьи 2 и 35 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». Федеральный закон от 4 июля 2003 г. N 97-ФЗ // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/186091/> (дата обращения: 29.12.2024).

⁸⁵ Иванченко А.В. Возвращение номенклатурной агитации // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/politics/2003-09-04/2_agitation.html (дата обращения: 29.12.2024).

⁸⁶ О назначении даты выборов Мэра Москвы. Постановление Московской городской Думы от 10 сентября 2003 года № 269 // [Электронный ресурс]: <http://www.garant.ru/hotlaw/moscow/92700/> (дата обращения: 29.12.2024).

⁸⁷ Офитова С.И. Зачем нужно переносить выборы мэра Москвы? // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/politics/2003-07-15/1_luzhkov.html (дата обращения: 29.12.2024).

выдвижения кандидатуры на пост мэра Москвы, таким образом, определялось 20 октября 2003 года.

Как и выборы 1999 года, рассмотренные в предыдущей главе, выборы на пост мэра Москвы 2003 года проходили «в тени» выборов в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации (IV созыва), которые также были назначены на 7 декабря 2003 года. Существенное влияние на политический контекст обоих выборов и избирательных кампаний по ним оказал процесс 2000-2001 гг., а именно – слияние левоцентристского блока «Отечество – Вся Россия» с общественно-политическим движением (а с 23 марта 2000 года – политической партией) «Единство». 27 октября 2001 года в Колонном зале Дома Союзов состоялись одновременно открылись III съезд партии «Единство» и II съезд «Союза общественных объединений Единство и Отечество», на которых в состав союза вошло движение «Вся Россия». 1 декабря 2001 года на учредительном съезде в Кремле «Единство», «Отечество» и «Вся Россия» объединились в новую всероссийскую политическую партию «Единая Россия», сопредседателями которой стали С.К. Шойгу, Ю.М. Лужков и М.Ш. Шаймиев. Таким образом, уже в конце 2001 года сформировались черты коллизии, при которой Ю.М. Лужков одновременно занимал одно из важнейших мест федерального списка новой политической партии и, несомненно, должен был баллотироваться на пост Мэра Москвы. После поглощения «Единой Россией» структур «ОВР» последней, тем не менее, удалось существенно усилить свои позиции в Госдуме, прибавив к одному посту председателя Комитета (по делам СНГ и связям с соотечественниками) еще четыре (по делам ветеранов, государственному строительству, по делам Федерации и региональной политике и по аграрным вопросам). Вместе с тем, усиление роли всероссийской политической партии «Единая Россия» в политической жизни страны следует назвать важнейшей чертой предвыборных кампаний 2003 года.

Кампания по выдвижению кандидатов стартовала 12 сентября 2003 года. Первым выдвинувшимся кандидатом был предприниматель Г. С. Стерлигов, создатель первой российской товарной биржи «Алиса», известный также как

общественный деятель ультраконсервативного, ксенофобного, фундаменталистского толка. Его программа базировалась на антииммигантской риторике, снискавшей ему популярность в кругах националистически настроенных россиян. Выдвигаясь как независимый кандидат, Г. С. Стерлигов, тем не менее, был поддержан ультраправым националистическим Движением против нелегальной иммиграции, впоследствии признанным экстремистским и запрещенным решением Верховного Суда РФ. В своей программе Г. С. Стерлигов апеллировал к популистским, зачастую противоречивым нарративам, к примеру, одновременно, обрушившись на выходцев с Северного Кавказа и называя себя их «защитником от вспышек межнациональной розни»⁸⁸.

Действующий градоначальник Ю.М. Лужков также баллотировался на выборы 2003 года в качестве независимого кандидата, оставаясь при этом одним из ключевых представителей списка «Единой России» на выборах в Государственную Думу. Такая позиция была своего рода лейтмотивом к предвыборной программе Ю. М. Лужкова, последовательно подчеркивавшего преобладание хозяйственного, а не политического содержания в работе Мэра Москвы: «Я выдвигаюсь в мэры как независимый кандидат – правительство Москвы всегда заявляло о своем деполитизированном характере работы»⁸⁹. Говоря о предвыборной программе, Ю. М. Лужков сосредоточился на улучшении условий жизни москвичей, а среди важных мер по достижению этой цели отмечал решение вопросов жилищно-коммунального хозяйства, пресечения незаконной миграции, борьбу с поставками контрафактной продукции народного потребления. Действующий градоначальник обещал сохранить основной костяк управленческой команды и, как и осенью 1999 года, подчеркивал, что его амбиции ограничиваются городом. Особо Ю.М. Лужков отметил необходимость

⁸⁸ Националистические задачи Германа Стерлигова – только трети в его программе // [Электронный ресурс]: <https://www.sova-center.ru/hate-speech/news/2003/11/d1382/> (дата обращения: 29.12.2024).

⁸⁹ Цит. По: *Офитова С.И.* Московский мэр отказался от услуг "Единой России" // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/politics/2003-09-26/2_luzhkov.html (дата обращения: 29.12.2024).

продолжения работы в городе В.П. Шанцева, что было очевидным ответом на отказ Мосгорсуда закрепить практику выборов вице-мэра Москвы после 1999 года. Непосредственно перед стартом предвыборной кампании и уходом в т.н. «предвыборный отпуск», на время которого деятельность мэра Москвы приостанавливалась, Ю.М. Лужков существенно расширил жилищную программу столицы⁹⁰ и отправил на доработку программу транспортного развития города⁹¹.

Заместитель председателя фракции Либерально-демократической партии Российской Федерации в Государственной Думе А.В. Митрофанов заявил о намерении баллотироваться на пост мэра Москвы 22 сентября 2003 года, однако уже 18 октября отозвал свои документы с тем, чтобы сосредоточиться на избирательной кампании ЛДПР по выборам в Государственную Думу⁹². Вместе с тем, представитель федеральной части избирательного блока «Родина», банкир и предприниматель, руководитель АКБ «Национальный резервный банк» А.Е. Лебедев баллотировался на пост Мэра Москвы в качестве независимого кандидата. Его избирательная программа характеризовалась определенной эклектичностью, и во многом напоминала подход команды С.В. Кириенко, рассмотренный в предыдущей главе – не критикуя действующего мэра и его действий, предлагать свои способы решения тех же проблем, не оперируя политическими лозунгами. Так, в программном интервью консервативному изданию «Завтра», А.Е. Лебедев отмечал, что будет бороться не с Ю.М. Лужковым, а с «социально-политической апатией москвичей». А.Е. Лебедев в рамках своей избирательной кампании под девизом «Лучшее – друг хорошего» намеревался сделать более прозрачным стройкомплекс столицы, унифицировать систему социальных льгот, оптимизировать налогообложение, представив

⁹⁰ Строительство жилья для молодых семей – один из приоритетов Москвы // [Электронный ресурс]: <https://www.rbc.ru/economics/25/09/2003/5703c0669a7947dde8e06f72> (дата обращения: 29.12.2024).

⁹¹ Сыров С.А. Юрий Лужков прокатил программу развития транспорта // Коммерсантъ. 2003. № 173. С. 7.

⁹² Региональные выборы // Коммерсантъ. 2003. № 191. С. 3.

«альтернативную систему управления городом»⁹³. Ретроспективно, А.Е. Лебедев называл коррупцию, экологические проблемы, «непомерную» застройку и дороговизну жизни из-за монополизации в качестве ключевых вызовов для мэра Москвы. В целом, как нам представляется, кампания А.Е. Лебедева имела своей целью привлечение праволиберального избирателя, на который четырьмя годами ранее ориентировалась команда Кириенко-Глазычева. Вместе с тем, его кампания была более противоречивой: так, он критиковал Ю.М. Лужкова за «политизированность» по причине частого упоминания в СМИ, а впоследствии признавал, что «мэр российской столицы – неизбежно политик»⁹⁴.

Еще одним независимым кандидатом на пост мэра города Москвы в 2003 году выступил Н.С. Лифанов, генеральный директор ЗАО «Производственное объединение «Прогресс». Его программа строилась на левых, социально-ориентированных лозунгах, что было оправданным в условиях отсутствия единого кандидата от коммунистических сил, сохранивших популярность в политическом спектре страны. Н.С. Лифанов резко критиковал программу сноса пятиэтажных домов с переселением их жителей на окраины, приводя аналогию с бутиком, который не может заменить продуктовый магазин. Кандидат критиковал монополии в сфере ЖКХ и строительного комплекса, а также подчеркивал необходимость переноса промышленных предприятий за пределы жилой зоны города с целью снижения техногенного бремени на экологическое состояние города Москвы. Особо Н.С. Лифанов отмечал необходимость соблюдения норм законности и правопорядка при привлечении иностранных рабочих в промышленность и строительство⁹⁵. Таким образом, проблемы коррупции, монополий, нелегальной миграции и экологии находили свое

⁹³ Винников В.А. Александр Лебедев: ресурс жареного петуха // [Электронный ресурс]: <https://zavtra.ru/blogs/2003-11-2551> (дата обращения: 29.12.2024).

⁹⁴ МЭРовой масштаб. По чьим лекалам новый мэр будет кроить российскую столицу // [Электронный ресурс]: <https://www.alebedev.ru/news/media/merovoij-masshtab.-po-chim-lekalam-novuj-mer-budet-kroit-rossijskuju-stolicu/> (дата обращения: 29.12.2024).

⁹⁵ Николай Степанович Лифанов, Кандидат на пост мэра Москвы : [плакат] / Н.С. Лифанов. – М., 2003. – 1 л.; 27 x 18 см. – 50 000 экз.

отражение в программах всех активных кандидатов, в итоге дошедших до дня голосования.

Вместе с четырьмя кандидатами, в итоге дошедшими до дня голосования, избирательные документы также подали советник муниципального собрания «Левобережный» (аналог современного муниципального депутата) Е.И. Гусева, бывший глава управы «Пресня» А.В. Краснов, конфликтовавший с Ю.М. Лужковым еще с советских времен⁹⁶, общественный деятель В.С. Барышенко, юрист по уголовному праву и предприниматель И.А. Смыков, общественный деятель Д.Н. Бердников, подававший документы для участия и в прошлых выборах, нижегородский предприниматель, глава ТОО «Амист» А.Н. Слепнев, член высшего политического совета Народно-патриотической партии РФ Е.И. Мартынов, безработный из поселка Реммаш Сергиево-Посадского района, слушатель православного Свято-Тихоновского богословского института С.В. Джрафов, председатель «Союза Гражданского Благополучия» и Партии консервативного развития А.А. Субботин, пенсионер В.А. Кувшинов.

Подобно большинству избирательных кампаний 1990-начала 2000-х годов, кампания по выдвижению кандидатов на пост Мэра Москвы 2003 года изобиловала «серийными» кандидатам, часто представлявшими свои документы, баллотируясь на разные не связанные между собой должности. Так, Г.С. Стерлигов вместе с Д.Н. Бердниковым участвовал в выборах в Красноярском крае в 2002 году, а В.А. Кувшинов баллотировался во Владимирской области, но в окончательный список кандидатов не попал⁹⁷.

В срок до 22 октября 2003 года кандидаты были должны представить по 70 125 подписей (в итоге к этому прибег только Ю.М. Лужков), либо внести избирательный залог в размере 4,5 млн рублей. В итоге большинству кандидатов не удалось преодолеть эти требования, а И.А. Смыков снял свою кандидатуру самостоятельно, призывав своих избирателей голосовать за Ю.М. Лужкова.

⁹⁶ Чернега Ю.А. Юрий Лужков избавился от непримиримого противника // Коммерсант. № 95. 2003. С. 4.

⁹⁷ Шпак А.И. Чертова дюжина против Лужкова // Время новостей. № 196. 2003. С. 2.

В итоге в избирательных бюллетенях были представлены четыре кандидатуры на пост Мэра Москвы, впервые избиравшиеся без вице-мэров, а именно Ю.М. Лужков, Г.С. Стерлигов, А.Е. Лебедев, Н.С. Лифанов. Вместе с этим, допускалось и голосование за вариант «Против всех кандидатов». В результате выборов, состоявшихся 7 декабря 2003 года, одновременно с выборами в Государственную Думу, к урнам на 3200 избирательных участках пришли 4 033 637 избирателей. С результатом в 74,83 % или 3 018 500 голосов избирателей победу одержал действующий Мэр Ю.М. Лужков. Второе место с результатом 499 318 голосов (12,78%) отошло А.Е. Лебедеву, а Г.С. Стерлигов получил 3,65% или 147 320 голосов избирателей. За Н.С. Лифанова проголосовали 1,15% москвичей или 46 222 подошедших к урнам. Существенное количество избирателей – 322 287 участников выборов – испортило бюллетени, либо проголосовало против всех кандидатов – два этих исхода суммарно набрали 7,99% голосов москвичей. Эти исходы набрали порядка трех четвертей от результата шедшего вторым кандидата А.Е. Лебедева.

Существенным отличием данной избирательной кампании от предыдущих выборов 1999 года стало резкое падение явки – 57,54% против 66,13% четырьмя годами ранее. В абсолютных числах это различие составило свыше полумиллиона москвичей, т.е. гораздо больше, чем набрал второй по результативности кандидат. На фоне упавшей явки Ю.М. Лужкову удалось упрочить свои позиции, набрав на 5% больше голосов, чем на предыдущих выборах. Показатели второго кандидата изменились менее существенно – 12,78% у А.Е. Лебедева против 11,3% у тандема С.В. Кириенко и В.Л. Глазычева четырьмя годами ранее. Рост отмечался и у показателя «Против всех» – 7,17% против 5,6%. С одной стороны, это указывает на растущее доверие москвичей к Ю.М. Лужкову, а с другой – на заметную поляризацию общества, выразившуюся в апатии части избирателей, отказе их от голосования в условиях отсутствия кандидатов от коммунистических и либеральных объединений, либо голосованию против всех кандидатов.

17 декабря 2003 года, выступая на инаугурации Мэра Москвы, Президент России В.В. Путин поздравил Ю.М. Лужкова с «убедительной победой». В.В. Путин отметил уникальные успехи Мэра в ходе его предыдущего срока, а также эффективность его взаимодействия с федеральным центром: «Москва – это такое сложное территориально-государственное образование, которое сейчас модно называть словом «мегаполис», со сложнейшей инфраструктурой, с огромным многомиллионным населением и со всеми проблемами, которые присущи подобным образованиям. И миграционные потоки, и слабо обеспеченные слои населения, и проблемы ЖКХ – здесь все есть. Есть все проблемы, как и в других местах. Но здесь есть и другое, чего во многих других местах нет. Есть эффективное развитие и впечатляющее решение этих проблем. Немногие города мира, подобные Москве, могут похвастать таким развитием за 10 лет (...) Мы до сих пор весьма эффективно работали вместе с московской командой и с ее мэром. Уверен, так будет и в будущем»⁹⁸.

Проходившие параллельно с выборами Мэра Москвы выборы в Государственную Думу РФ показали существенно более скромное лидерство победителя – вновь созданной партии «Единая Россия». Партия получила 37,56% голосов избирателей, КПРФ досталось 12,61%, а ЛДПР – 11,45%. Также в новом созыве Государственной Думы были представлены национально-патриотический союз «Родина», партии «Яблоко» и «Союз правых сил», собравшие по 9,02%, 4,3% и 3,97% голосов избирателей соответственно. «Единой России» удалось консолидировать вокруг себя широкий спектр центристских политических сил, а также ряд депутатов, вышедших из других партий. После объявления итогов выборов, ряд ярких представителей предвыборного списка «Единой России» – Ю.М. Лужков, С.К. Шойгу, М.Ш. Шаймиев, Е.С. Строев и Б.В. Громов – сложили свои полномочия в качестве депутатов, отказавшись от мандатов в пользу однопартийцев. Явка составила

⁹⁸ Выступление на инаугурации мэра Москвы Юрия Лужкова 17 декабря 2003 года // [Электронный ресурс]: <http://special.kremlin.ru/events/president/transcripts/22253> (дата обращения: 29.12.2024).

55,75% избирателей, что примерно соответствует явке на выборах Мэра города Москвы. Интересно, что на выборах в Государственную Думу по одномандатным округам на территории Москвы, по ряду округов победителями стали кандидаты от альтернативных партий – Г.П. Хованская от «Яблока» в Ленинградском округе, М.М. Задорнов от «Яблока» в Университетском округе, самовыдвиженец Н.Н. Гончар в Центральном округе, что еще раз указывает на специфику Москвы в контексте отечественного партийно-политического процесса.

3.2 Усиление фактора Интернета в ходе подготовки и проведения выборов

Избирательная кампания по выборам на пост Мэра Москвы 2003 года проходила в контексте существенно более глубокого проникновения технологий Интернета в жизнь россиян, нежели предшествующие ей. Современные тем процессам аналитические публикации подчеркивали роль экономического контекста. Во-первых, к 2003 году экономика отчасти справилась с последствиями кризиса 2000-2001 годов, имевшего особенно пагубные последствия для молодой ИТ-сфера, во-вторых – впервые крупнейшие отечественные Интернет-компании стали безубыточными⁹⁹.

Этот процесс в более полной степени освещен в источниках: с осени 2002 года динамика и особенности использования Интернета населением Российской Федерации ежеквартально отслеживались в рамках исследования «Интернет в России», осуществлявшегося Фондом «Общественное мнение»¹⁰⁰. Постоянный мониторинг осуществлялся на выборке в 3000 респондентов (для одной кампании) от 18 лет в режиме личного интервью по месту жительства в 203

⁹⁹ Вирин Ф.А. Интернет в России: второе дыхание // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/internet/2004-06-04/10_secondbreath.html (дата обращения: 29.12.2024).

¹⁰⁰ Галицкий Е.Б. Опросы «Интернет в России». Выпуск 3. Весна 2003 // [Электронный ресурс]: https://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi_int/o0316061 (дата обращения: 29.12.2024).

сельских и городских населенных пунктов всех федеральных округов, а также в городе Москва.

Авторы исследования выделяли пять когорт респондентов, положительно отвечавших на вопрос о том, пользуются ли они Интернетом – заходившие в Интернет хотя бы раз в последние полгода, в последние три месяца, в последний месяц, в последнюю неделю, и в последние сутки. Представляется, что использовать материалы Интернета в принятии значимых политических решений – в том числе о том, за кого голосовать на выборах – могли лишь последние три когорты, к которым относили себя, соответственно, 8%, 6% и 3% россиян по состоянию на весну 2003 года. Непосредственно к выборам эти показатели могли вырасти на 1% каждый, о чем свидетельствует динамика за 2002-2003 года, выявлена исследованием ФОМ. Ряд аналитиков, однако, уже предсказывали скорое (до 2006-2007 года) достижение «плато», т.е. исчерпание потенциала роста численности пользователей Сети. Всего же к пользователям Интернета себя относили 10% совершеннолетних россиян или 11,5 миллионов человек. Следует отметить, что по данным первых крупных автоматизированных исследований, индексировавших данные со счетчиков пользователей на крупных сайтах, аудитория Интернета в России зимой 2003-весной 2004 года составляла 6,8 млн человек (для сайтов, установивших счетчик посещаемости SpyLOG) и 5,5 млн человек (для сайтов из рейтинга наиболее популярных веб-страниц Rambler Top 100)¹⁰¹.

С социально-демографической и региональной точки зрения однородной эта выборка не была. Так, в Москве проживало 19% всех пользователей Интернета в России, а в Москве, Санкт-Петербурге и регионах ЦФО – ровно половина. Вместе с тем, в огромном Дальневосточном Федеральном округе таких пользователей было менее 4% от общероссийского показателя, а в Уральском Федеральном округе – немногим более 8%. Московская аудитория Интернета не только была самой многочисленной, но и наиболее активной – почти половина

¹⁰¹ Вирин Ф.А. Указ. Соч.

от москвичей, использовавших Интернет в 2003 году, делали это каждые сутки. Таким образом, «ядерная» часть пользователей Интернета в Москве насчитывала 900 тыс. человек, а минимум раз в полгода Интернет использовали 2,1 млн москвичей, или около 25% процентов потенциальных избирателей на выборах Мэра Москвы.

Интересным паттерном потребления контента сети Интернет стал тренд на превалирование доли пользователей, заходивших в Интернет с домашнего компьютера над теми, кто использовал всемирную сеть на работе – Москва оказалась единственным регионом России, где эти величины поменялись местами уже к концу 2003 года. Для большинства россиян домашний компьютер еще был роскошью – стоимость персонального компьютера, способного заходить в Интернет примерно составляла среднюю зарплату россиянина за три месяца¹⁰². Для более удаленных районов подключение спутникового Интернета обходилось в полугодовую зарплату. В связи с этим, темпы роста аудитории Интернета не могли быть высокими по меркам всей страны – в Россию ввозилось около 3,8 млн компьютеров в год, из которых 2,5 млн компьютеров могли быть подключены к Интернету. Число пунктов коллективного доступа в Интернет в 2003 году выросло на треть за год и составило 6292 площадки. Половина из пользователей Интернета в России использовала технологии широкополосного доступа во всемирную сеть, обеспечивающие сравнительно быстрое подключение, а также возможность обращения к мультимедийному контенту.

Вместе с тем, по другим показателям, Москва находилась в контексте общероссийских паттернов. Так, аудитория Интернета в Москве оставалась преимущественно мужской – 58% пользователей были мужчинами, а 42% были женщинами, что лишь на 1% отличалось от общероссийского показателя. К примеру, для Северо-Западного Федерального округа доля мужчин составляла 61%.

¹⁰² О средней заработной плате в России в сентябре 2003 года // [Электронный ресурс]: <https://docs.cntd.ru/document/8386262> (дата обращения: 29.12.2024).

Наиболее динамичной и постоянно нараставшей возрастной группой оставались пользователи Интернета в возрасте 18 – 24 лет. Вместе с тем, в отличие от остальной России, в Москве раньше стали фиксироваться значительные (26 – 33%) показатели использования Интернета среди респондентов старше 35 лет. Наконец, именно в 2003 году в возрастных категориях 18 – 24 и 25 – 34 года в Москве впервые стало больше лиц, использовавших Интернет, чем тех, кто этого избегал. Такой же важнейший переход был зафиксирован в Москве и среди лиц с высшим образованием – 54% из них стали пользователями Интернета.

Аналитики также сравнивали данные своих опросов с общемировыми исследованиями по методологии Nielsen/NetRatings. По состоянию на 2002-2003 год Россия по степени проникновения Интернета находилась на уровне Бразилии (как в абсолютных, так и в относительных цифрах), втрое уступала Гонконгу и Германии и в 5-6 раз Австралии и Швеции¹⁰³.

Исследуя паттерны потребления контента в Интернете россиянами в 2003 году, аналитики отмечали, что к использованию Сети для «серьезных» задач – получение информации, приобретение и оплата товаров и услуг, пользование системами дистанционного обучения, получение медицинских консультаций – россияне еще не были готовы. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения за 2003 год, лишь 20 – 30 % россиян, заявлявших о себе, как о пользователях Интернета, рассматривали его применительно к таким задачам¹⁰⁴. Примерно вдвое было больше число тех, кто однозначно говорил о неготовности к таким решениям. Таким образом, вкупе с первым всплеском популярности сетевого общения и развлекательных порталов, можно с уверенностью сказать, что по состоянию на 2003 год, Интернет для большинства

¹⁰³ Радкевич А.Л. Интернет-аудитория в России: состояние, динамика, тенденции // Знание. Понимание. Умение. 2009. № 1. С. 232.

¹⁰⁴ Цит. По: Чугунов А.В. Развитие Интернета в России и мониторинг общественного мнения о ходе реализации ФЦП «Электронная Россия» (2002 – 2006 гг.) // Информационные ресурсы России. 2007. № 4. С. 12.

его российских пользователей был средством досуга, социализации, творчества, а в меньшей степени – средой получения и распространения политической информации для принятия электоральных решений. О «неглубоком» восприятии Интернета, которое было присуще россиянам в 2003 году, говорят и первые обзорные исследования зависимости от него. В материале для крупнейшего отраслевого IT-портала CNews исследователи отмечали, что Интернет-зависимость россиянам, несмотря на заметную долю пользователей Интернета в населении страны, не грозила – частные случаи аддикции были связаны с увлечением анонимным общением в сети и «мнимой близостью» виртуального окружения¹⁰⁵.

Таким образом, совершеннолетний (обладающий избирательным правом) москвич – пользователь Интернета в 2003 году представляется исследователям представителем мужского пола, с высшим или средним специальным образованием, со средним доходом, использующим Интернет как минимум раз в неделю, заходящим на развлекательные веб-сайты с домашнего компьютера по широкополосному проводному соединению, не склонным, однако, доверять информации из Интернета при принятии важных решений. Как и в случае с избирательной кампанией по выборам Мэра Москвы 1999 года, специальных исследований политической ориентации аудитории Интернета не проводилось по причине ограниченности выборки и несовершенства технологий.

Важной чертой контекста избирательной кампании по выборам Мэра Москвы 2003 года был сформировавшийся тренд на внимание государственных органов к использованию ресурсов Интернета в политической жизни страны, в том числе – в Москве. Именно законы начала 2000-х годов заложили фундамент формирования нормативно-правовой базы развития информационного общества

¹⁰⁵ Покушалова О.И. Интернет-зависимость россиянам не грозит? // [Электронный ресурс]: https://www.cnews.ru/articles/internetzavisimost_rossiyanam_ne_grodit_ (дата обращения: 29.12.2024).

в Москве¹⁰⁶. Первый нормативно-правовой акт в этом направлении в столице был принят еще в 1996 году – в соответствии с ним, кроме прочего, в сети Интернет создавался «Интернет-узел и WWW-сервер» Мэрии Москвы – предшественники современных городских официальных порталов¹⁰⁷. Так, большое внимание было привлечено к городской целевой программе «Электронная Москва», к обсуждению которой депутаты Мосгордумы, чиновники и общественность приступили во второй половине 2002 года. Приоритетным направлением программы заявлялось радикальное упрощение системы управления городским хозяйством, оптимизация работы чиновников с обратной связью от населения, а также унификация координации работ по различным электронным сервисам информирования и социального обеспечения: социальная карточка москвича, электронная система списания штрафов за нарушение правил дорожного движения, система идентификации личности и т. п. Вместе с тем, интересующий нас в рамках данного исследования контекст также присутствовал в обосновании программы – в итоговом варианте «развитие демократических институтов» называлось в числе ключевых целей программы¹⁰⁸. Разработанная под общим руководством Ю.И. Припачкина, гендиректора вновь созданного ОАО «Электронная Москва», программа отличалась большой амбициозностью – на нее планировалось потратить сумму, примерно соответствовавшую аналогичной программе для всей России, при этом собственно городские расходы должны были покрывать почти половину этой суммы. Депутат Мосгордумы С.В. Орлов в бытность координатором направления «Информация, информатизация, связь, телекоммуникации и телевидение» отмечал высокую проработанность программы, указывая, однако, на ряд нерешенных проблем в части, касавшейся

¹⁰⁶ Орлов С.В. Этапы становления цифровой экономики: экономическая сущность информации (на примере города Москвы) // Вестник Московского университета. Серия 8. История. 2021. № 1. С. 111.

¹⁰⁷ О дальнейшем развитии интернет-технологий в Мэрии Москвы. Распоряжение Мэра Москвы от 18 ноября 1996 года № 500/1-РМ // [Электронный ресурс]: <https://www.mos.ru/authority/documents/doc/28779220/> (дата обращения: 29.12.2024).

¹⁰⁸ О городской целевой программе «Электронная Москва». Закон города Москвы № 47 от 9 июля 2003 года // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/380296/> (дата обращения: 29.12.2024).

соотношения городских (бюджетных), федеральных и инвестиционных средств в финансировании программы¹⁰⁹. Первоначальные цифры бюджета программы были негативно восприняты действующим Мэром Ю.М. Лужковым¹¹⁰, однако, после консультаций с отраслевыми экспертами из НИИ Радио и Министерства связи РФ, было решено остановиться на первоначальном, самом амбициозном проекте программы, который и был принят в качестве Закона города Москвы, подписанного 9 июля 2003 года. Текст программы, не указывая прямо на необходимость использования электронных технологий на выборах, предписывал создание информационных систем взаимодействия граждан и правительства Москвы, информационных систем, которые бы вовлекали граждан в политические и социальные процессы и т.д.

Еще одной важной вехой в становлении Интернета в качестве инструмента политической жизни Москвы стало принятие постановления Правительства Москвы «О принципах организации Городского портала Москвы в сети Интернет», датированное 7 октября 2003 г. Помимо прочих функций, новый портал – предшественник современного сервиса Mos.Ru – был призван создать инструмент для развития в Москве гражданского общества, строительства сообществ граждан, в том числе – и для осуществления функций территориального самоуправления, а также должен был оказывать организациям и гражданам информационные услуги¹¹¹. «Информационная» нагрузка нового инструмента была уточнена вышедшим в тот же день постановлением Правительства Москвы № 841-ПП «Об обеспечении доступности информации о деятельности Правительства Москвы, городских органов исполнительной власти

¹⁰⁹ Грановский Ю.И., Борейко А.А. «Электронная Москва» размером с Россию // [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2003/02/11/jelektronnaya-moskva-razmerom-s-rossiyu> (дата обращения: 29.12.2024).

¹¹⁰ Кодачигов В.В. "Электронная Москва" шокировала Юрия Лужкова своим бюджетом // Коммерсант. 2003. № 20. С. 4.

¹¹¹ О принципах организации Городского портала Москвы в сети Интернет. Постановление Правительства Москвы № 840-ПП от 7 октября 2003 года // [Электронный ресурс]: <https://www.mos.ru/authority/documents/doc/13325220/> (дата обращения: 29.12.2024).

и городских организаций»¹¹². По состоянию на тот момент, этот документ задавал совершенно новые стандарты в области информационной открытости городских органов исполнительной власти субъекта федерации.

Ключевым документом общероссийского правового контекста использования Интернета в избирательном процессе следует считать Федеральный закон от 10.01.2003 г. № 20-ФЗ «О Государственной автоматизированной системе Российской Федерации “Выборы”», который помимо федеральных требований и норм возлагал особую ответственность за использование электронных технологий на выборах разных уровней на субъекты Федерации, в том числе и на город Москву. Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Выборы» или ГАС «Выборы» изначально была создана Указом Президента РФ от 23 августа 1994 года № 1723 «О разработке и создании Государственной автоматизированной системы Российской Федерации „Выборы“». С технической точки зрения это постоянно обновляемая совокупность баз данных, собирающая, обрабатывающая и хранящая значимые сведения об осуществлении избирательного процесса в режиме реального времени.

В 1990-е годы она использовалась исключительно в тестовом режиме как вспомогательное средство хранения информации при проведении выборов в Государственную Думу ФС РФ, а также выборов Президента России. Версия с

¹¹² Об обеспечении доступности информации о деятельности Правительства Москвы, городских органов исполнительной власти и городских организаций" (вместе с "Перечнем категорий организаций и предприятий города, для которых создание и ведение информационных ресурсов о своей деятельности является обязательным", "Перечнем сведений о деятельности Правительства Москвы и комплексов городского управления, подлежащих обязательному размещению в общедоступных информационных ресурсах в сети Интернет", "Перечнем сведений об органах исполнительной власти города Москвы, подлежащих обязательному размещению в общедоступных информационных ресурсах, и сведений, рекомендуемых для размещения предприятиями в общедоступных информационных ресурсах") Постановление Правительства Москвы № 841-ПП от 7 октября 2003 года // [Электронный ресурс]: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=MLAW&n=49253#uEW7RdUT9usk3SW5> (дата обращения: 29.12.2024).

полной функциональностью была представлена в 2000 году. В рассматриваемый нами период – а именно в 2001 – 2003 годах система претерпела радикальную модернизацию; была выпущена т.н. «вторая очередь». Бюджет этого переоснащения составил 2,9 млрд рублей, что даже превысило изначальные затраты на разработку «первой очереди» программы в 1990-е (2,26 млрд рублей). В рамках этого релиза было начато создание регистра избирателей, а к системе постепенно стали подключать избирательные комиссии субъектов Федерации, а затем – территориальные и окружные избирательные комиссии. По данным ЦИК, в результате модернизации 2001 – 2003 гг. возможности государственной автоматизированной системы "Выборы" по передаче и обработке данных в 2003 году увеличились в 45 раз. По состоянию на конец года с помощью ГАС "Выборы" было проведено более 10 тысяч избирательных кампаний всех уровней¹¹³.

Принятым в 2003 году законом предписывалось, что именно субъект «обеспечивает использование и эксплуатацию ГАС "Выборы" на территории субъекта Российской Федерации, представление в Центральную избирательную комиссию Российской Федерации информации о ходе и результатах выборов и референдумов всех уровней с использованием ГАС "Выборы" в установленном порядке»¹¹⁴. Непосредственная ответственность за использование информационной системы ГАС «Выборы» и качество передачи её данных в федеральный центр возлагалась на информационный центр избирательной комиссии субъекта Федерации. Системные администраторы таких центров должны были иметь статус государственных служащих субъекта Российской Федерации.

¹¹³ Рудычева Н.И., Шалманов С.А. ГАС "Выборы": как автоматизированы избирательные процессы // [Электронный ресурс]: <https://www.interface.ru/home.asp?artId=6578> (дата обращения: 29.12.2024).

¹¹⁴ О Государственной автоматизированной системе Российской Федерации «Выборы». Федеральный закон от 10.01.2003 г. № 20-ФЗ // [Электронный ресурс]: <http://kremlin.ru/acts/bank/19010/page/1> (дата обращения: 29.12.2024).

С момента своего создания и начала функционирования на федеральном и региональном уровне, ГАС «Выборы» была призвана индексировать и сохранять большой объем данных разных категорий, среди которых выделялись следующие:

- персональные данные об избирателях, участниках референдума, о выдвинутых кандидатах, зарегистрированных кандидатах на выборную должность, об избранных кандидатах, о доверенных лицах, об уполномоченных представителях, о членах избирательных комиссий, комиссий референдума. Перечень таких данных устанавливается федеральными законами;
- информация о ходе и об итогах голосования;
- картографическая информация об административно-территориальном делении федерального и регионального уровней, о территориальном устройстве муниципальных образований, используемая при подготовке и проведении выборов и референдума;
- информация, связанная с деятельностью избирательных комиссий, комиссий референдума;
- информация о нормативных правовых актах о выборах и референдуме;
- иная информация, предусмотренная федеральными законами, нормативными правовыми актами Центральной избирательной комиссии Российской Федерации.

Несмотря на то, что в том или ином виде технологии электронного учета голосов использовались в мире с 1960-х годов (с появлением компьютеров, работавших на перфокартах), по состоянию на начало 2000-х годов, ГАС «Выборы» представляло собой одно из передовых мировых средств в данной отрасли. Наряду с отечественным кодом, в ее программном обеспечении был существенный вклад специалистов Microsoft и Oracle, влиятельных мировых IT-

корпораций. Техническая база первых двух версий ГАС «Выборы» была представлена компьютерами Compaq.

Как уже отмечал автор этих строк, избирательная кампания по выборам Мэра Москвы 2003 года была первой для российской столицы, прошедшей с заметным задействованием инструментов Интернета¹¹⁵. Существенные подготовительные меры были предприняты Московской городской избирательной комиссией. По данным одного из первых отраслевых обзоров «Интернет и выборы», уже к 2002 году Москва была одним из 11 регионов, в которых избирательная комиссия имела активно обновляющийся официальный сайт в Интернете¹¹⁶.

4 ноября 2003 года по инициативе редакций интернет-издания Лента.ру и Дни.ру, аналитической дирекции Первого канала, а также почтового клиента Mail.ru был создан независимый информационно-аналитический портал v2003.msk.ru. Поддержку проекту оказал официальный сайт Думских выборов «Выборы-2003», созданный Центризбиркомом на домене v2003.ru. Главным продюсером сайта был медиаменеджер К.И. Рыков, глава Интернет-департамента Первого канала, а в состав редакции входили первопроходцы отечественного Интернета – А.Б. Носик, А.В. Андреев, Н.А. Данилов. По заявлению создателей, новый проектставил своей целью «повышение интереса к московским выборам среди российских пользователей Интернета, что, в свою очередь, должно увеличить их участие в процессах самоуправления Москвы и формирования той власти, которая учитывала бы их нужды»¹¹⁷. К задачам проекта относились всестороннее и непредвзятое освещение выборов, а также мониторинг событий деловой и культурной жизни столицы в предвыборный период. Подчеркивалось, что ресурс не ставит своей целью агитации за того или

¹¹⁵ Костюнина Е.Д. Интернет как инструмент избирательного процесса в Москве в 2000-2010-х гг. // Клио. 2024. № 5. С. 199.

¹¹⁶ Большаков С.В., Ланин В.Г., Мешков П.Я, Панарин И.Н. Интернет и выборы. М., 2002. С. 33.

¹¹⁷ Открылся сайт "Выборы мэра Москвы" // [Электронный ресурс]: <https://lenta.ru/news/2003/11/05/v2003msk/> (дата обращения: 29.12.2024).

иного кандидата, а лишь выступает агрегатором материалов из открытых источников. При этом, официальные сведения о кандидатах, публикация которых предписывалась по закону, направлялись в редакцию «Выборов Мэра Москвы» Мосгоризбиркомом в рамках достигнутой договоренности. В контенте сайта были представлены новости избирательной кампании, аналитические статьи, подборка нормативно-правовых актов, относившихся к выборам, справочные материалы о кандидатах. Важным новшеством данного ресурса была интерактивность – посетители могли участвовать в дискуссиях на форумах, а также моделировать свое участие в голосовании.

На специализированных порталах – «Право.ру», «Гарант», «Консультант Плюс» – впервые в истории избирательных кампаний по выборам Мэра Москвы были размещены нормативно-правовые акты, регулирующие их проведение, в организационных и информационных аспектах: права и обязанности кандидатов, избирательных комиссий, избирателей, надзорных органов.

Популярные сетевые средства массовой информации вели активное освещение предвыборной кампании посредством собственных официальных интернет-ресурсов. Показательной с точки зрения общероссийских русскоязычных СМИ и их участия в освещении избирательных кампаний кандидатов может служить серия материалов «Выборы – 2003», выпускавшаяся в августе – декабре 2003 года на портале NewsRu.com. Авторы портала уделяли значительное внимание процессу подачи заявок для включения в бюллетень, результатам социологических опросов Всероссийского центра изучения общественного мнения и Левада-центра**, сведениям о судебных процессах по оспариванию активного избирательного права отдельных москвичей, подведению окончательных итогов выборов¹¹⁸. Как показывают счетчики на рассмотренных страницах, заметки пользовались особой популярностью среди аудитории веб-сайта, поскольку выходили раньше, чем бумажные и даже

¹¹⁸ Подведены окончательные итоги выборов мэр Москвы: победил Юрий Лужков // [Электронный ресурс]: <https://www.newsru.com/russia/10dec2003/win.html> (дата обращения: 29.12.2024).

телевизионные СМИ успевали разместить ту или иную информацию о выборах. К освещению выборов были привлечены как Интернет-сайты «старых» СМИ, так и ресурсы, изначально выходившие исключительно в электронном виде. К примеру, не создавая отдельной «серии» процесс подготовки к данным выборам освещал портал «Росбизнесконсалтинг» (РБК). «Лента.Ру» освещала выдвижение кандидатов и сопутствующие этому высказывания в серии коротких заметок, сосредотачиваясь на ключевых моментах предвыборной гонки (начало выдвижения кандидатов, завершение выдвижения кандидатов, последние экзит-поллы и т.д.). Сайты «старых» СМИ, к примеру, Первого канала, освещали выборы мэра в Москве гораздо менее подробно.

Крупные социологические центры задействовали свои сайты для самостоятельного размещения информации об опросах населения относительно предпочтений на выборах мэра Москвы. Так, Левада-центр** уделил выборам Мэра Москвы несколько публикаций серии «Пресс-выпуск». Наиболее вероятно, что «Пресс-выпуск № 31: Москвичи о выборах мэра»¹¹⁹, увидевший свет 30 ноября 2003 года был максимально близким к выборам социологическим опросом во временном отношении. Этот документ с большой точностью предсказал победителя выборов: в опубликованном опросе Ю.М. Лужков набрал 79% голосов при заявленной статистической погрешности 4,5%. Авторы опроса отдельно поставили перед респондентами вопросы о намерении голосовать на выборах (лишь 60% москвичей ответили, что собираются или скорее собираются голосовать на выборах), об узнаваемости кандидатов (если о намерениях Ю.М. Лужкова баллотироваться на пост мэра знали 92% респондентов, то о подобных планах А.Е. Лебедева знал лишь каждый третий москвич). В определенной мере, этот опрос запечатлел и отмеченную в предыдущем разделе «политическую апатию» москвичей – каждый десятый из них либо не определился с

¹¹⁹ Пресс-выпуск № 31: Москвичи о выборах мэра // [Электронный ресурс]: <https://www.levada.ru/2003/11/30/press-vypusk-31-moskvichi-o-vyborah-mera/> (дата обращения: 29.12.2024).

политическими предпочтениями, либо планировал голосовать против всех кандидатов.

Как и в случае с выборами 1999 года, крупные цифровые сервисы проводили собственные виртуальные опросы – «интернет-выборы». Так, отечественная IT-компания Mail.Ru на специально выделенном домене vote.mail.ru 3-5 ноября, а также 30 ноября – 2 декабря 2003 года провела опросы о предпочтениях москвичей на предстоящих выборах. Помимо собственно сайта, информация об обоих раундах виртуального голосования распространялась среди пользователей клиента электронной почты Mail.ru, а также на вышеназванном специализированном сайте "Выборы мэра Москвы". Две процедуры голосования показали интересную динамику, а также оставили четкое представление о том, насколько слабо интернет-аудитория 2003 года коррелировала с основной массой избирателей.

По итогам интернет-голосования победу, как и по официальным итогам одержал Ю.М. Лужков. Вместе с тем, его результат был скромнее – 44% в первом голосовании и 40,23% во втором голосовании. А.Е. Лебедеву удалось улучшить результат за месяц в полтора раза – с 20% до 29%, а Г.С. Стерлигову – в четыре раза с 2,98% до 11,47%. По-видимому, как А.Е. Лебедев, так и Г.С. Стерлигов смогли пополнить ряды своих сторонников за счет категорий граждан, не собиравшихся идти на выборы, либо планировавших голосовать против всех кандидатов. Обе категории сократились с 18,17% до 7,5% и с 16,32% до 10,32% соответственно. Анализируя результаты этого голосования, можно прийти к двум ключевым выводам. Во-первых, аудитория Интернета в гораздо менее значительной мере была склонна поддерживать Ю.М. Лужкова изначально – оба голосования как минимум допускали возможность назначения второго тура, т.к. 50% не удавалось набрать ни одному из кандидатов в списке. Во-вторых, взгляды аудитории Интернета были пластичны, динамичны – за один месяц А.Е. Лебедеву и Г.С. Стерлигову удалось привлечь существенную долю симпатий

горожан¹²⁰. Вместе с тем, всерьез этот опрос не претендовал на большую репрезентативность – в обоих турах участвовали немногим более 5 тыс. избирателей, при этом никакой фильтрации, направленной на то, чтобы допустить к онлайн-голосованию только лиц, имеющих активное избирательное право, не осуществлялось. Следует отметить, что на аналогичном голосовании по Думским выборам, проведенным 6 октября 2003 года, москвичи показали экзотические результаты: против всех кандидатов – 20,5%, СПС – 20%, «Яблоко» – 14,7%, не планировали участвовать в выборах 12,4%, «Единая Россия» – 9,4%, «Родина» – 6%, остальные партии – 11% суммарно. В свете этих результатов 40-45% как статистика Ю.М. Лужкова на интернет-выборах выглядит, с одной стороны, весомым успехом – подобного авторитета в Госдуме у москвичей не было, с другой стороны – показывает его важнейшую роль как консенсусной, компромиссной фигуры между частями избирателей, использовавшими и не использовавшими Интернет.

Вместе с тем, наиболее ярким эпизодом, отразившим в сети Интернет данную предвыборную кампанию, была собственная агитация кандидатов. У всех кандидатов были созданы личные сайты, информировавшие потенциальных избирателей о биографиях и предвыборных планах политических деятелей. Парадоксальным оказался факт наибольшей вовлеченности в сетевые процессы агитации кандидата Г.Л. Стерлигова, использовавшего радикальную консервативную риторику. В материалах его агитации впервые демонстрируется «кросс-платформенность»: в печатных избирательных материалах размещались ссылки на веб-сайты кампании и адреса электронной почты. Кампания Г.С. Стерлигова «подсветила» одни из первых сайтов непарламентских партий и движений. Стремясь использовать подавленность и тревожность москвичей после террористических атак начала 2000-х годов, кандидат использовал антииммигантскую риторику и заручился поддержкой признанного позже

¹²⁰ Интернет-выборы мэра Москвы: протестный избирательный электорат поднял голову // [Электронный ресурс]: <https://lenta.ru/news/2003/12/02/protest/> (дата обращения: 29.12.2024).

экстремистским Движения противодействия нелегальной иммиграции. Агитируя за Г.С. Стерлигова, движение разместило адрес своего сайта и контактную электронную почту на печатных материалах¹²¹.

В рамках предвыборной активности кандидатов распространялись в Интернете и технологии т.н. «черного пиара». Так, как и четырьмя годами ранее, 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. На этот раз противники действующего мэра пошли дальше и запустили вирус, который преобразовывал заставку экрана в листовку, якобы приписываемую действующему мэру. Помимо негатива, связанного с заражением компьютеров вредоносной программой, листовка содержала ксенофобные лозунги антиисламского и антикавказского характера, не присущие политической агитации Ю.М. Лужкова в действительности. При заражении одного компьютера, он начинал рассылать вирус всем своим контактам, с которыми он ранее обменивался электронной почтой¹²². На использование технологий спама – неавторизованной массовой рассылки сообщений рекламного, диффамационного или вредоносного характера – жаловался и Г.С. Стерлигов.

По всей видимости, выборы на пост Мэра Москвы 2003 года представляли собой первую кампанию, где ресурсы Интернета были задействованы в том числе для политической аналитики при построении стратегии роста узнаваемости кандидата. Так, обосновывая критику Ю.М. Лужкова и собственный нарратив «отказа от политизированности», А.Е. Лебедев отмечал, что прибег к «контент-

¹²¹ Москвичи! Русские люди! Обращение Движения против нелегальной иммиграции. Программа кандидата в мэры города Москвы Стерлигова Германа Львовича // [Электронный ресурс]: <http://elib.shpl.ru/ru/nodes/11004-moskvichi-russkie-lyudi-obraschenie-dvizheniya-protiv-nelegalnoy-immigratsii> (дата обращения: 29.12.2024).

¹²² Гусев А.В. Юрия Лужкова атаковали вирусы // [Электронный ресурс]: <https://iz.ru/news/282656> (дата обращения: 29.12.2024).

анализу» для выявления важнейшего содержания в сотнях публикациях о деятельности действовавшего Мэра Москвы¹²³.

Подводя итог третьей главе настоящего исследования, целесообразно отметить, что Интернет играл противоречивую роль в избирательной кампании по выборам Мэра Москвы 2003 года. С одной стороны, впервые среди совершеннолетних москвичей было больше использовавших Интернет, чем тех, кто не прибегал к его инструментам. Впервые были созданы специальные независимые сайты о выборах, централизованно проводились интернет-опросы, а кандидаты более полно использовали возможности глобальной сети. С другой стороны, Интернет еще слабо влиял на выбор политических предпочтений граждан, а доля его постоянных уверенных пользователей оставалась небольшой. Автоматизированная система ГАС «Выборы», несмотря на два полноценных релиза, еще не была задействована в полной мере. Наконец, лакуны в нормативно-правовом регулировании агитации в Интернете еще оставляли множество возможностей для злоупотреблений.

¹²³ Винников В.А. Указ. Соч.

Глава 4. Качественное усиление роли интернет-технологий в выборах Мэра Москвы 2013 г.

4.1 Политическая повестка России в 2013 г. и предвыборная борьба за пост Мэра

В настоящей главе исследования будет проанализирована роль технологий Интернета в организации и проведении выборов Мэра Москвы 2013 года, а также в предвыборном информировании и агитации кандидатов и ряде иных избирательных процессов.

Выборы Мэра Москвы 2013 года проходили в необычном, динамичном политическом контексте. С точки зрения правового статуса выборов, они были первыми после возвращения субъектам Российской Федерации права на непосредственные выборы глав гражданами. С декабря 2004 года в Российской Федерации действовал иной порядок наделения властью глав субъектов Федерации – отныне их утверждали законодательные органы на основе представления Президента РФ¹²⁴. Помимо отказа от прямых выборов, Президент РФ наделялся правом отстранять главу субъекта от должности в связи с утратой, за ненадлежащее исполнение своих обязанностей, а также в иных случаях, предусмотренных федеральным законом.

В результате этого нововведения, призванного укрепить вертикаль федеральной власти в середине 2000-х годов, выборы Мэра Москвы, которые должны были состояться не позднее конца 2007 года, были отменены. Вместо этого, фракция «Единая Россия», победившая на выборах в Мосгордуму 2005 года, выдвинула кандидатуру Ю.М. Лужкова для утверждения Президентом РФ:

¹²⁴ О внесении изменений в Федеральный закон "Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации" и в Федеральный закон "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации" // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/12137945/> (дата обращения: 20.02.2025).

о подобных планах еще в июле 2006 года заявлял руководитель фракции А.Н. Метельский¹²⁵. 23 июня 2007 года Президент России В.В. Путин внёс кандидатуру Ю.М. Лужкова для утверждения в Мосгордуму, а уже спустя четыре дня столичный мэр был избран 32 голосами «за» из 35 голосовавших на пятый срок. Полномочия Ю.М. Лужкова были прекращены указом Президента РФ Д.А. Медведева¹²⁶ 28 сентября 2010 года. В соответствии с п. 2 данного указа, полномочия Мэра Москвы был назначен исполнять В.И. Ресин, первый заместитель Ю.М. Лужкова.

9 октября 2010 года президиум генерального совета партии «Единая Россия» представил на рассмотрение Д.А. Медведева четыре кандидатуры на пост Мэра Москвы – вице-премьера С.С. Собянина, министра транспорта И.Е. Левитина, губернатора Нижегородской области и бывшего вице-мэра Москвы В.П. Шанцева, а также первого заместителя мэра Москвы Л.И. Швецовой. 15 октября 2010 года Президент России Д.А. Медведев внес кандидатуру С.С. Собянина на утверждение в Мосгордуму, а шестью днями позже Мосгордума официально утвердила С.С. Собянина в должности Мэра Москвы (32 голоса «за», 2 – «против»).

2 мая 2012 года Д.А. Медведев подписал федеральный закон, возвращавший субъектам федерации право назначать выборы глав¹²⁷. 24 мая 2012 года фракция «Единая Россия» в Мосгордуме внесла на рассмотрение столичного парламента поправки в «Устав города Москвы», которые предусматривают выборы мэра жителями вместо его утверждения столичным парламентом по представлению Президента РФ и условия для отзыва с поста

¹²⁵ Мосгордума пообещала выдвинуть Лужкова на новый срок // [Электронный ресурс]: <https://lenta.ru/news/2007/04/09/luzhkov1/> (дата обращения: 20.02.2025).

¹²⁶ О досрочном прекращении полномочий мэра Москвы. Указ Президента РФ № 1183 от 28 сентября 2010 года // [Электронный ресурс]: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/9052> (дата обращения: 20.02.2025).

¹²⁷ Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации" и Федеральный закон "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации. Федеральный закон от 2 мая 2012 г. N 40-ФЗ // [Электронный ресурс]: <https://rg.ru/documents/2012/05/04/gubernatori-dok.html> (дата обращения: 20.02.2025).

столичного градоначальника: «Мэр Москвы избирается сроком на пять лет жителями города Москвы на основе всеобщего равного и прямого избирательного права при тайном голосовании. Порядок выборов мэра Москвы устанавливается законом города»¹²⁸.

4 июня 2013 года Мэр Москвы С.С. Собянин заявил о намерении уйти в отставку с тем, чтобы принять участие в назначавшихся таким образом досрочных выборах Мэра Москвы. Днем позднее Президент России В.В. Путин принял отставку С.С. Собянина и назначил его исполняющим обязанности Мэра Москвы вплоть до вступления в должность вновь избранного мэра. Уже 7 июня 2013 года Мосгордума назначила выборы Мэра Москвы на следующий единый день голосования, выпадавший на 8 сентября 2013 года. 11 июня 2013 года стартовала избирательная кампания, которая также проходила в соответствии с новыми правилами выдвижения кандидатов. Как и прежде, окончательное решение о регистрации кандидата или отказе в ней оставалось за Московской городской избирательной комиссией. Выдвигать свои кандидатуры могли как самовыдвиженцы, так и кандидаты от политических партий. Обе группы кандидатов были обязаны собрать 6% подписей муниципальных депутатов не менее чем в трех четвертях муниципальных образований (110 подписей). Помимо подписей муниципальных депутатов, самовыдвиженцы должны были заручиться поддержкой одного процента от общего числа избирателей столицы, представив в МГИК 73 021 подпись¹²⁹. Кандидат получал право сформировать список из 100 доверенных лиц, при этом предельная сумма расходов на деятельности избирательного штаба не могла превышать 200 млн рублей для кандидатов, участвующих в первом туре, и 220 млн рублей для кандидатов, участвовавших в двух турах голосования.

¹²⁸ В Мосгордуму внесены поправки в Устав Москвы о выборах и отзыве мэра // [Электронный ресурс]: <https://ria.ru/20120524/656512403.html> (дата обращения: 20.02.2025).

¹²⁹ Стартовала кампания по выборам мэра Москвы // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20130614013447/http://rbcdaily.ru/politics/562949987330332> (дата обращения: 20.02.2025).

Всего в Мосгоризбирком была подана 41 заявка от кандидатов на пост Мэра Москвы, а именно – 29 самовыдвиженцев и 12 кандидатов от политических партий. Большинство кандидатов не дошло до этапа регистрации в соответствующем качестве, также 10 подавшим документы было отказано по причине отсутствия необходимого количества подписей муниципальных депутатов («муниципального фильтра»).

Все зарегистрированные кандидаты закончили сборы подписей муниципальных депутатов и граждан к 11 июля 2013 года. В окончательную версию избирательных бюллетеней были включены депутат Государственной Думы РФ, член Высшего совета ЛДПР М.В. Дегтярев, депутат Государственной Думы РФ, председатель партии «Справедливая Россия» Н.В. Левичев, депутат Государственной Думы РФ, член Президиума ЦК КПРФ И.И. Мельников, председатель непарламентской партии «Яблоко» С.С. Митрохин, представитель непарламентской партии «Республиканская партия России – Партия народной свободы» А.А. Навальный*** и исполняющий обязанности Мэра Москвы С.С. Собянин, баллотировавшийся в качестве самовыдвиженца. Окончательно избирательный бюллетень был сформирован 24 июля 2013 года, а с 12 августа по 6 сентября кандидаты принимали участие в 12 раундах публичных дебатов на городских телеканалах Москвы. Впрочем, ни в одном из раундов дебатов кандидаты не были представлены в полном составе.

Программа С.С. Собянина «7 приоритетов» продолжала традицию «неполитических» программных документов, с которыми выступал Ю.М. Лужков. Обращаясь к своему потенциальному избирателю, С.С. Собянин планировал сосредоточиться на решении транспортных проблем, формировании комфортной городской среды, развитии образования и здравоохранения, социальной защите, борьбе с нелегальной миграцией, открытости власти и её подконтрольности москвичам¹³⁰. Представляя программу, С.С. Собянин

¹³⁰ 7 приоритетов. Предвыборная программа С.С. Собянина 2013 года // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20130815103330/http://xn--2013-93d6b8abf3a0n.xn--p1ai/program/> (дата обращения: 20.02.2025).

подчеркивал, что сформировал её по итогам анализа своего трехлетнего опыта во главе Москвы в качестве назначенного Президентом РФ Мэра, а также отмечал, что город стал для него, уроженца Ханты-Мансийского автономного округа, «вторым домом». В программе подчеркивалось, что прямо по ходу кампании граждане могут направлять свои предложения через мобильные приложения, форму обратной связи на предвыборном веб-сайте, а также по электронной почте.

Интересно, что программа А.А. Навального***, главного оппозиционного кандидата на Выборах Мэра Москвы 2013 года, включала в себя почти те же пункты, что у его визави – С.С. Собянина. Снискавший себе известность как блогер и правозащитник, А.А. Навальный*** призывал сосредоточиться на построении честной, подотчетной и сменяемой городской власти в Москве, решении транспортных проблем, борьбе с произволом полиции, сокращении нелегальной миграции, обеспечении достойного уровня жизни пенсионеров, доступных качественных услуг ЖКХ, здравоохранения и образования, создания благоприятной среды для развития бизнеса¹³¹. На контрасте с С.С. Собяниным, который неоднократно подчеркивал, что должность Мэра Москвы выглядит для него привлекательнее поста в Правительстве России, А.А. Навальный*** делал акцент на том, что изменения в Москве должны стать прообразом будущих радикальных перемен в России. Еще одним заметным отличием программы А.А. Навального*** является иная расстановка акцентов – сосредоточенность на борьбе с коррупцией, децентрализации властных полномочий (вплоть до передачи важных инструментов на уровень муниципальных собраний и выделения муниципальной полиции) и т.д. Говоря о борьбе с нелегальной миграцией, А.А. Навальный*** намеревался добиваться введения визового режима с государствами Центральной Азии и Закавказья, а также интеграции тех

¹³¹ Программа кандидата в Мэры Москвы Алексея Навального*** // [Электронный ресурс]: https://web.archive.org/web/20130717141410/http://navalny.ru/platform/Navalny_Program.pdf . (дата обращения: 20.02.2025).

мигрантов, которые уже проживают в Москве. Наконец, «визитной карточкой» данной программы был пункт об облегчении условий ведения бизнеса в Москве.

Программа кандидата от ЛДПР М.В. Дегтярева «Порядок. Комфорт. Достаток»¹³², напротив, призывала избавить Москву от статуса «гигантского бизнес-инкубатора», сосредоточившись на социальных программах. Традиционно тяготеющая к популизму риторика ЛДПР отразилась и в программе к выборам Мэра Москвы 2013 года – так, М. В. Дегтярев обещал к концу своего срока на посту Мэра довести среднюю зарплату по Москве до 125 тыс. рублей. Вместе с тем, в программе М.В. Дегтярева большое внимание уделялось борьбе с коррупцией – представитель ЛДПР, кроме прочего, требовал от чиновников пересесть на личный или общественный транспорт, создать комитет для аудитов бюджета (Комитет общественного контроля), бороться с конфликтами интересов в среде чиновников. Выдвигались и тезисы, явно выходящие за пределы полномочий Мэра Москвы, а именно – «ликвидация противоправной практики использования фирм-однодневок, пресечение деятельности компаний, осуществляющих незаконные финансовые операции» и др. Антимигрантская риторика сосредотачивалась на предложении полного запрета на работу иностранцев в торговле, а также введение запрета на въезд в Москву мигрантов без загранпаспортов с 2015 года. Также М.В. Дегтярев предлагал ряд эксцентричных мер социальной поддержки: дополнительные выходные женщинам, ипотеку молодым бюджетникам под 1%, особые условия для выезда из города в дачный сезон и т.д.

С последовательной критикой городского руководства выступала оппозиционная непарламентская партия «Яблоко», представленная в избирательной кампании С.С. Митрохиным. Его программа «Московскую власть

¹³² Предвыборная программа кандидата на пост Мэра Москвы Михаила Дегтярева «Порядок, комфорт, достаток» // [Электронный ресурс]: https://web.archive.org/web/20190427152446/https://ldpr.ru/events/The_electoral_program_of_the_candidate_for_the_post_of_Mayor_Michael_Degtyarev_The_order_comfort_wealth/ (дата обращения: 20.02.2025).

– под контроль москвичей!»¹³³ – единственная, где наряду с хозяйственным, экономическим компонентом, прописывался и политический: «Мы предлагаем содержательную политическую альтернативу существующей в стране авторитарной власти (...) Мы ведем бескомпромиссную и профессиональную борьбу за реализацию либерально-демократической альтернативы на выборах». С.С. Митрохин первым пунктом своей программы указывал необходимость радикальной политической реформы, которая бы начиналась с роспуска Мосгордумы, сокращения Правительства Москвы, ликвидацию управ, отмены ограничений на массовые акции. Также в программе были положения о радикальном пересмотре бюджета в Москве, антикоррупционных мерах, борьбе с нелегальной иммиграцией, преобразованиях в сфере ЖКХ, градостроительной, транспортной и инфраструктурной политики и т.д. Наибольшее внимание среди всех кандидатов С.С. Митрохин уделил проблемам экологии и градозащиты, культуры и досуга москвичей, а также решению проблем Новой Москвы.

В отличие от предыдущих выборов, в кампании 2013 года принимал участие кандидат от КПРФ, ветеран партии И.И. Мельников. Его программа «От города проблем к городу успехов» наиболее бескомпромиссно критиковала действия С.С. Собянина и Ю.М. Лужкова на посту Мэра Москвы. В преамбуле программы столицы России описывалась как «парализованный пробками развлекательный центр с бесконтрольными потоками миллионов мигрантов, с ежедневной стрельбой, жестокими убийствами и авариями, со сносом памятников, вырубкой деревьев и парков, опасным для жизни общественным транспортом и беспределом на дорогах, сплошь «элитным жильем», дорогой медициной, химическим питанием и загазованным воздухом»¹³⁴. Из всех рассмотренных программ, документ И.И. Мельникова давал менее всего

¹³³ Московскую власть – под контроль москвичей! // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20130624064608/https://www.yabloko.ru/programm2013> (дата обращения: 20.02.2025).

¹³⁴ От города проблем к городу успехов // [Электронный ресурс]: https://web.archive.org/web/20130818190922/http://cs1.kprf.ru/filestorage/newsstory/98d03f_programma_i_i_melnikova.pdf (дата обращения: 20.02.2025).

конкретики, ограничиваясь критикой предыдущих руководителей и абстрактными, эмоционально окрашенными предложениями, отсылающими к избирателю КПРФ. Так, кроме прочего, И.И. Мельников сетовал на «однобокость торгово-снабженческого облика» Москвы и обещал, что в случае избрания его Мэром «снова гордо зазвучит имя человека труда». С подобных позиций критиковалась и миграция: кандидат отмечал, что миллионы граждан Центральной России и москвичей «ждут» рабочие места, ныне занятые мигрантами. И.И. Мельников также обещал распустить Мосгордуму и провести новые выборы в нее не позднее 2014 года.

Наконец, предвыборная программа Н.В. Левичева «Город справедливости», прямо обозначала необходимость отказа от «аполитичного» нарратива в деятельности Мэра Москвы, на который опирались С.С. Собянин и Ю.М. Лужков: «Мэр такого города, как наша Москва, не может быть «техническим» менеджером, завхозом со спецсвязью. Он должен быть настоящим политиком и действовать как политик – смело, решительно, ответственно!»¹³⁵. Вместе с С.С. Митрохиным, И.И. Мельниковым, Н.В. Левичев также настаивал на радикальной реформе городской власти в Москве, предлагая разделить полномочия Мэра Москвы и Главы Правительства Москвы с тем, чтобы первая должность была скорее политической, а вторая – скорее хозяйственной. Также предполагалось резкое увеличение численности депутатов Мосгордумы вместе с расширением ее полномочий. Управы и префектуры предполагалось ликвидировать, оставив двухуровневую систему самоуправления, где Мэр и Правительство взаимодействовали бы с муниципальными собраниями. При этом, роль муниципальных собраний должна была резко возрасти, как и доля налоговых средств, которые выделялись бы им для осуществления деятельности. Остальные части неожиданно подробной 40-

¹³⁵ Город справедливости. Николай Левичев. Программа кандидата на должность Мэра Москвы // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20130805081432/http://89.108.121.143/datadepot/pf55/049852.pdf> . (дата обращения: 20.02.2025).

страничной программы в целом соответствовали документам оппонентов Н.В. Левичева, а именно – забота об инвалидах, молодежи, решение жилищной проблемы путем бюджетного субсидирования покупки и аренды квартир, поддержку пенсионеров, решение проблем ЖКХ, упорядочение миграции, сокращение расходов на содержание городской власти, пересмотр подхода к деятельности органов правопорядка и т.д. В завершение программы Н.В. Левичев подчеркивал, что планирует исходить из «социал-демократических» принципов и взглядов на управление крупным городом.

Избирательные участки в Москве были открыты с 8:00 до 22:00 по московскому времени 8 сентября 2013 года. Впервые в выборах Мэра Москвы принимали участие жители Новой Москвы – Троицкого и Новомосковского административных округов, расположенных к юго-западу от границ МКАД. Было существенно ограничено количество открепительных удостоверений – до 10 тыс. независимо от количества обращений граждан за ними. При этом, приоритет отдавался сотрудникам самих избирательных участков, а также правоохранительных органов. В иных субъектах федерации и за границей возможности проголосовать москвичам не предоставлялось. В результате стечения ряда обстоятельств (нараставшая еще с рубежа 1990 – 2000-х «политическая апатия» москвичей, близость даты выборов к активной фазе дачного сезона и сезона отпусков, отсутствие «сопутствующих» выборов вышестоящего уровня – депутатов Государственной Думы, Президента РФ и т.д.), выборы Мэра Москвы 2013 года прошли при рекордно низкой явке на тот момент – к урнам пришли лишь 32,02% избирателей. Впервые на одного проголосовавшего приходилось больше двух не участвовавших в выборах. По сравнению с выборами 1999 года, явка упала более чем вдвое.

В результате выборов Мэра Москвы 2013 года победу с результатом 51,37% одержал С.С. Собянин, за которого отдали свои голоса 1 193 178 избирателей. А.А. Навальный*** получил 27,24% голосов (632 697 избирателей). И.И. Мельников набрал 10,69% или 248 294 голоса. Наконец, С.С. Митрохин, М.В.

Дегтярев и Н.В. Левичев суммарно набрали 9,16% голосов избирателей. Еще 35 610 бюллетеней (1,54%) были признаны недействительными.

Наблюдатели в целом отмечали, что выборы прошли без существенных нарушений и применения административного ресурса. Поданные жалобы в основном касались необоснованного завышения количества избирателей, которым удалось проголосовать на дому – таковых оказалось 4,5 – 5% на разных участках, что вдвое превышало все показатели предыдущих кампаний¹³⁶. Инаугурация избранного Мэра Москвы С.С. Собянина прошла 12 сентября 2013 года на Поклонной горе в Зале Славы Центрального музея Великой Отечественной войны. Приветствуя нового Мэра, Президент России В.В. Путин отметил, что «Выборы прошли в конкурентной борьбе, без фальсификаций и показали стране, как надо избирать руководителей. Никто не голосовал против Собянина! Чего против него голосовать? Он, кроме хорошего, ничего не сделал, особенно за короткий период своей работы. Люди голосовали против чванства и непроходимых стен чиновниччьего произвола – это протестное голосование. Сам Собянин чванства лишен, он приличный человек и должен изменить ситуацию с чиновничьим произволом»¹³⁷.

Подводя итог настоящему разделу нашего исследования, следует отметить, что кампания 2013 года существенно отличалась от предыдущих рассмотренных нами кампаний. С одной стороны, программы кандидатов во многом повторяли друг друга – каждый апеллировал к проблемам ЖКХ, нелегальной иммиграции, доступного жилья, охраны правопорядка, защиты. С другой стороны, впервые оппозиционные кандидаты сосредоточились на введении «политического» в свои представления о позиции мэра, а также призывали к радикальной реформе органов местного самоуправления в Москве. Интересно, что противоборствующие силы

¹³⁶ Бузин А.Ю. Безусловный рефлекс: сколько сомнительных голосов на выборах мэра Москвы // [Электронный ресурс]: <https://www.forbes.ru/mneniya-column/vertikal/244554-bezuslovnyi-refleks-skolko-somnitelnykh-golosov-na-vyborakh-mera-mosk> (дата обращения: 20.02.2025).

¹³⁷ Инаугурация избранного мэра Москвы С.С. Собянина. Онлайн // [Электронный ресурс]: <https://www.rbc.ru/textonlines/12/09/2013/57040f6f9a794761c0ce1b36> (дата обращения: 20.02.2025).

видели ее примерно одинаково – децентрализация полномочий и ресурсов, упразднение управ и префектур, рост роли собраний муниципальных депутатов и прямое взаимодействие этих собраний с Мэром и Правительством Москвы. Кроме этого, бросается в глаза эклектичность программ оппозиционных кандидатов. Так, либеральный кандидат А.А. Навальный*** наиболее жестко призывал ограничить миграцию в Москву и немедленно устроить систему тотального видеонаблюдения для безопасности города. Кандидат от ЛДПР М.В. Дегтярев призывал не сосредотачиваться на Москве, как хабе для бизнеса, а «социал-демократ» Н.В. Левичев предлагал задействовать для охраны общественного порядка реестровых казаков. В целом, по поводу позиции С.С. Собянина в обществе сформировался заметный консенсус – исполняющий обязанности Мэра Москвы победил во всех округах, кроме Гагаринского.

4.2 Интернет как основной инструмент московских выборов в 2013 г.

В настоящем разделе исследования будет охарактеризована роль инструментов сети Интернет в подготовке и проведении выборов Мэра Москвы 2013 года, а также в избирательных кампаниях кандидатов и сопутствующих электоральных процедурах.

Степень проникновения технологий Интернета в жизнь жителей России и Москвы по состоянию на осень 2013 года радикально отличалась от той, что исследования фиксировали в период прошлых выборов 2003 года. Она достигала той самой «массовости», которая, по оценкам исследователей, обуславливает получение экономических или социальных эффектов от использования

технологий в различных сферах жизни общества¹³⁸. По оценкам «Яндекса»¹³⁹, одного из крупнейших Интернет-гигантов России, доля регулярных пользователей Интернета в Москве и Санкт-Петербурге в 2013 году достигла 70% и перестала расти, выйдя «на плато», обусловленное технологическими, инфраструктурными и социологическими факторами. В своих исследованиях «Яндекс» задействовал оригинальную методологию, опираясь на собственные сервисы Яндекс.Метрика, Яндекс.Новости, Яндекс.Справочник и Яндекс.Каталог. При этом, доля пользователей мобильного интернета достигла 30% для Москвы. В 2013 году впервые доля пользователей смартфонов превысила долю пользователей обычных телефонов, либо не поддерживавших подключение к Интернету, либо подключавшихся к сети через устаревшие протоколы, которые делали Интернет-серфинг неудобным, медленным и дорогим. Косвенно на это же указывает преобладание (60% на начало 2013 года против 42% годом ранее) смартфонов на передовых операционных системах iOS и Android над уходящими в прошлое Symbian и ее аналогами.

Несмотря на существенный рост показателей проникновения Интернета по всей территории России, фактор цифрового неравенства оставался заметным – Интернет в Москве был на втором месте по дешевизне после Санкт-Петербурга и безусловно самым доступным относительно средней зарплаты горожанина. Составляющей цифрового неравенства было и качество поставляемых Интернет-услуг: «Тратя на интернет ту же часть зарплаты, что и москвич, житель ДВФО получает скорость в 18 раз ниже»¹⁴⁰.

Данные, собранные «Яндексом» в 2013 году по результатам анализа данных автоматизированных сервисов, сопутствующих одноименной поисковой

¹³⁸ Орлов С.В. К вопросу о генезисе представлений о формировании информационного общества и основных подходах к его изучению // Информационное общество. 2025. № 1. С. 19.

¹³⁹ Развитие интернета в регионах России. Весна 2013 года // [Электронный ресурс]: https://yandex.ru/company/researches/2013/ya_internet_regions_2013/ (дата обращения: 20.02.2025).

¹⁴⁰ Развитие интернета в регионах России. Весна 2013 года...

системе, в целом находят подтверждение в результатах социологических опросов. Показательным является ежеквартальный бюллетень Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) «Интернет в России: динамика проникновения. Лето 2013»¹⁴¹. В соответствии с его данными, за 10 лет доля респондентов старше 16 лет, утверждавших, что они пользовались ресурсами Интернета в последние сутки, выросла с 34% до 79%.

По данным опросов Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), в 2013 году продолжался рост доли населения, считавшим использование Интернета скорее полезным, нежели вредным. Если в 2002 году о положительном влиянии Интернета говорили 43%, то на момент опроса – уже 54%. Авторы особо подчеркивали, что это мнение было присуще прежде всего тем, кто им ежедневно пользуется (75%). Этой же позиции придерживаются чаще остальных 18–24-летние (72%), высокообразованные респонденты (64%), столичные жители (63%)¹⁴². Если, как показано выше, географическое измерение цифрового неравенства оставалось заметным, то социально-демографическое измерение постепенно размывалось: Интернет завоевывал доверие во все новых группах потенциальных избирателей.

Представляется целесообразным считать, что эти метрики напрямую коррелируют с количеством пользователей Сети, тем или иным образом опиравшихся на нее в принятии политических и избирательных решений.

В ряде социальных групп по уровню доверия материалы Интернета уже конкурировали с телевизионными передачами. Среди россиян, заявлявших об активном пользовании сетью Интернет, получать информацию о ситуации в стране именно через нее предпочитали 48%, а через телевидение – уже 40%. Новости в Интернете больше всего интересовали респондентов в возрасте от 18

¹⁴¹ Интернет в России: динамика проникновения. Лето 2013 // [Электронный ресурс]: <https://fom.ru/posts/11067> (дата обращения: 20.02.2025).

¹⁴² Проникновение интернета в Россию и его последствия // [Электронный ресурс]: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/proniknenie-interneta-v-rossiyu-i-ego-posledstviya> (дата обращения: 20.02.2025).

до 24 лет: половина из них назвала интернет своим главным источником новостей о событиях в стране¹⁴³. Вместе с тем, в масштабах всей страны, до такого равенства было еще далеко – 60% населения больше доверяли телевидению и лишь 22% больше доверяли Интернету. Следует отметить, что даже в масштабах страны новостные сайты постепенно становились самыми популярными интернет-ресурсами, вытесняя форумы, платформы знакомств, файлообменники и т.д.

В 2013 году социальные сети – отечественные («ВКонтакте», «Одноклассники», «Мой Мир Mail.Ru», а также сервис блогов «Живой журнал») и зарубежные (Facebook*, Google+, Twitter, MySpace) – использовались 65% москвичей и 43% россиян, при этом по популярности Facebook* и Twitter Москва обходила среднероссийские показатели втрое, а по популярности отечественных социальных сетей (кроме «Одноклассников») – вдвое¹⁴⁴. Таким образом, общероссийские избирательные кампании 2011-2012 гг. и кампания по выборам Мэра Москвы 2013 года были первыми, в которых роль социальных сетей в восприятии гражданами политических процессов была заметной.

По сравнению с периодом предшествовавшей избирательной кампании, органы федеральной и городской исполнительной власти на совершенно новом уровне оценивали перспективы использования технологий Интернета в избирательном процессе. Еще в 2008 году были подведены итоги первого этапа Городской целевой программы «Электронная Москва», охватившего 2003-2007 г. В соответствии с распоряжением Правительства Москвы, результаты этого этапа были признаны удовлетворительными¹⁴⁵. Несмотря на огромный перечень задач, реализовывавшихся в процессе выполнения данной программы, использование

¹⁴³ ВЦИОМ: Россияне доверяют телевидению больше интернета // [Электронный ресурс]: <https://vz.ru/news/2013/8/13/645452.html> (дата обращения: 20.02.2025).

¹⁴⁴ Москва накануне выборов Мэра: Полное исследование // [Электронный ресурс]: <https://www.levada.ru/2013/07/17/moskva-nakanune-vyborov-mera-polnoe-issledovanie/> (дата обращения: 20.02.2025).

¹⁴⁵ О выполнении Городской целевой программы «Электронная Москва» за 2003-2007 годы. Распоряжение Правительства Москвы от 31 июля 2008 года № 1742-РП // [Электронный ресурс]: <https://www.mos.ru/authority/documents/doc/17385220/> (дата обращения: 20.02.2025).

технологий «Электронной Москвы» для демократических процедур называлось отраслевыми экспертами в числе ключевых: «Важнейшим в понимании подходов к решению задач "Электронной Москвы" является осознание факта, что это – отнюдь не технологический, а крупнейший в России государственный организационный проект, нацеленный на создание оперативного демократичного взаимодействия власти и общества»¹⁴⁶.

С приходом С.С. Собянина на пост Мэра Москвы в 2010 году усилия Правительства Москвы в сфере внедрения информационно-коммуникационных технологий во взаимодействия городских властей и общества были сосредоточены в контексте программы «Информационный город»¹⁴⁷, разворачивавшейся параллельно с проектом Метасистемы «Электронная Москва» (СЭВ МЭМ), важнейшие вехи которой (введение электронных подписей городских чиновников, отладка межведомственного взаимодействия в электронном виде и т.д.) также пришлись на первую половину 2010-х гг. Многие наработки этих программ были впервые использованы Московской городской избирательной комиссией при проведении Выборов Мэра Москвы 2013 года.

Во-первых, впервые в истории московских выборов наблюдателей приглашали присоединиться к процессу наблюдения за выборами через специально созданную страницу на портале Mos.Ru. Сервис vybory.mos.ru позволял горожанам авторизоваться посредством электронной почты или аккаунта в отечественных социальных сетях либо личного кабинета на портале «Госуслуги». Через сервис можно было в режиме реального времени получать видеотрансляцию с каждого избирательного участка в Москве. По оценкам связанного с московскими властями кросс-платформенного информационного портала «Москва 24», видеокамерами и оборудованием для непрерывной

¹⁴⁶ Петровский Д.И. «Электронная Москва» в сетях // Стандарт. 2008. № 8. С. 31-40.

¹⁴⁷ Об утверждении Государственной программы города Москвы «Информационный город». Постановление Правительства Москвы от 9 августа 2011 года № 349-ПП // [Электронный ресурс]:<http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&prevDoc=120071592&backlink=1&&nd=120039403> (дата обращения: 20.02.2025).

трансляции было оснащено 95% участков¹⁴⁸. 6786 камер было установлено на участках при том, что на каждую участковую избирательную комиссию приходилось по две камеры – одна наблюдала за процессом голосования (подачей бюллетеней в урны), а другая – за работой сотрудников участковой комиссии. Трансляция была доступна в любом современном браузере при необходимой установке вспомогательного программного обеспечения Adobe Flash Player. Также на портале заблаговременно была размещена инструкция о том, как стать наблюдателем в классическом понимании – официальным представителем избирательного штаба одного из кандидатов, контролирующим соблюдение законности на всех этапах избирательного процесса. Техническое обеспечение функционала видеотрансляции и потоковой записи видео было возложено на ПАО «Ростелеком»¹⁴⁹, которое опиралось на уже готовое оснащение, задействованное на выборах Президента России 2012 года.

Также был реализован функционал для рядовых граждан, заинтересованных в реализации активного избирательного права. В специальном поле гражданин мог найти избирательный участок, к которому относился его домашний адрес, а также проверить, внесен ли он в списки избирателей на этом участке. Места расположения избирательных участков также демонстрировались на интегрированных онлайн-картах. Заинтересованные в тонкостях избирательного процесса граждане могли также ознакомиться с историей процедуры выборов в Москве, а также посмотреть, в каких еще городах мира проходят местные выборы одновременно с московскими. В рамках отдельного функционала была реализована возможность отложенного просмотра видео – в течение года со дня голосования любой зарегистрированный пользователь мог запросить запись.

¹⁴⁸ Сайты, камеры, КОИБы: в Москве начались выборы мэра // [Электронный ресурс]: <https://www.m24.ru/articles/internet/08092013/25094> (дата обращения: 20.02.2025).

¹⁴⁹ Логинов В.А. Выборы мэра Москвы покажут в интернете // [Электронный ресурс]: <https://iz.ru/news/551741> (дата обращения: 20.02.2025).

Информация о важнейших показателях процесса голосования была доступна и в машиночитаемом виде – технически подготовленные наблюдатели могли запросить статистику по каждому избирательному участку в бинарном виде посредством интеграции API.

Еще одним важным новшеством стала установка программно-аппаратных комплексов обработки избирательных бюллетеней (КОИБов). Этот комплекс позволял в автоматическом режиме учитывать голоса избирателей непосредственно после голосования – в урну бюллетень отправлялся после того, как данные с него считает КОИБ. Степень охвата участков КОИБами была изначально амбициозной – из 7 миллионов подготовленных бюллетеней 2,2 миллиона были предназначены для автоматизированной обработки. На 13,4 тысячи избирательных участков суммарно приходилось 1 035 КОИБов.

В полной мере были реализованы и механизмы информирования в сети Интернет, апробированные в кампании по выборам Мэра Москвы 2003 года. В частности, на главной интернет-странице выборов, запущенной Мосгоризбиркомом в августе 2013 года (vbybory2013.mosgorizbirkom.ru) были доступны полные официальные биографии всех кандидатов, включенных в избирательные бюллетени.

Применение электронных технологий на выборах Мэра Москвы 2013 года было частью гораздо более широкого тренда на востребованность таких инструментов в отечественном и мировом масштабах. Так, на конференции «Право цифровой администрации в России и во Франции» весной 2013 года руководитель Российского центра обучения избирательным технологиям при ЦИК РФ А.В. Иванченко отмечал, что «практику масштабного применения информационных технологий на выборах различных уровней должен санкционировать законодатель»¹⁵⁰, отмечая, однако, необходимость закрепления статуса электронного голосования соответствующими федеральными законами.

¹⁵⁰ Иванченко А.В. Новые информационные технологии в избирательной системе России // [Электронный ресурс]: <https://www.rcoit.ru/news/17064/> (дата обращения: 20.02.2025).

Среди ключевых рисков в данной сфере законодатель отмечал технические проблемы (производительность и безопасность электронной системы), нормативно-правовые проблемы (упорядоченность законодательства всех уровней для придания правового статуса электронным избирательным процедурам), социально-психологические проблемы (трудность восприятия новых технологий существенными группами избирателей) и т.д.

Разнообразные Интернет-технологии также применялись в процессе агитации и информирования всеми кандидатами на пост Мэра Москвы 2013 года. Важным инструментом избирательной кампании С.С. Собянина стал специально созданный сайт <http://собянин2013.рф/>, привлекавший внимание относительно редким тогда в политических технологиях кириллическим доменным именем. Сайт приветствовал потенциальных избирателей девизом «Главное – Москва, главные – москвичи!» и содержал 6 разделов: «Кандидат», «Программа», «Честные выборы», «Стань наблюдателем», «Видеоагитация» и «Пикеты». В разделе «Кандидат» была размещена подробная биография С.С. Собянина, этапы его трудового и политического пути. Раздел «Программа» содержал рассмотренную в Разделе 4.1 предвыборную программу С.С. Собянина, при том, что для каждого из направлений программы была создана специальная выделенная страница. Для чтения в режиме офф-лайн без подключения к Интернету и для распространения в печатном виде программу предлагалось загрузить в формате .pdf. На этой же странице размещалось поле для обратной связи граждан, для комментариев, касавшихся программы, а также для пожеланий избиратората С.С. Собянина своему кандидату. Разделы «Честные выборы» и «Стань наблюдателем» были посвящены подробностям предстоящей избирательной процедуры, а также набору наблюдателей от избирательного штаба С.С. Собянина. Раздел «Видеоагитация» представлял собой коллекцию видеороликов, демонстрирующих основные положения программы и агитации С.С. Собянина в формате инфографики, а также обращение кандидата к своим избирателям. Наконец, раздел «Пикеты» рассказывал о процедуре агитации в

городе, когда сторонники С.С. Собянина создавали мобильные агитационные пункты и общались с гражданами. Помимо указанных разделов, на сайте размещались адреса и телефоны штабов С.С. Собянина, координаты электронной почты для связи, а также обязательные по закону данные об избирательном счете кандидата.

Интересно, что формально С.С. Собянин не проводил агитации в социальных сетях: на его официальном сайте нет перечня страниц в соцсетях, который необходим, чтобы отличать легитимные страницы от созданных сторонними лицами. Как отмечали исследователи, это ожидаемо привело к появлению большого количества неофициальных страниц, распространявших нейтральный, а чаще – негативный контент, касающийся С.С. Собянина¹⁵¹. Вместе с тем, серьезные агитационные усилия в социальных сетях были зафиксированы в BTL-каналах, формально никак не связанных с личностью кандидата, а представленных как «общественные» проекты, которые якобы велись сторонниками действующего мэра и не маркировались в качестве предвыборной агитации. Так, 31 июля 2013 года в социальной сети Facebook* начинает размещать контент анонимное сообщество «Собянин. Человек, который изменил всё». Как отмечали его создатели, формально сообщество даже не было посвящено выборам: «В суматохе дня многие изменения москвичи просто не замечают или даже не знают о них. Мы решили создать это сообщество, чтобы показать, как наш любимый город меняется и становится лучше!». Лишь спустя несколько недель, когда страница уже набрала определенную популярность, ее создатели опубликовали «Манифест неравнодушных москвичей», в котором перечислили достижения С.С. Собянина за два с половиной года во главе города – развитие дорожной и спортивной инфраструктуры, цивилизованной торговли, работу по развитию безопасной инфраструктуры для детей и т.д. Манифест завершался личным эмоционально

¹⁵¹ Подосокорский Н.И. Выборы мэра Москвы – 2013. Образ Сергея Собянина в социальных медиа // [Электронный ресурс]: <https://blog.greensmm.ru/?p=1021> (дата обращения: 20.02.2025).

окрашенным обращением: «Мэр Собянин изменил не только город, но и нас самих. Мы поняли, что хотим жить в современном, удобном и привлекательном городе. И мы готовы изменить Москву к лучшему. (...) Именно поэтому мы поддерживаем Сергея Собянина. Мы не стесняемся поддерживать человека, который сумел все изменить». Несмотря на то, что группа как таковая не стала популярной (число подписчиков ресурса едва превысило 1 тыс. человек), каждая из публикаций вызывала оживленную дискуссию, некоторые из которых достигали 150 комментариев с одобрением и критикой С.С. Собянина.

Гораздо более продуктивным и популярным оказался одноименный канал на YouTube – «Собянин. Человек, который изменил всё». В августе 2013 года канал, на который ссылалась страница Facebook*, разместил 4 видеозаписи, каждая из которых набрала 1,2-1,3 млн просмотров, десятки тысяч комментариев и тысячи отметок «лайк». Видео, выполненные на высоком профессиональном уровне, как и контент страницы в Facebook*, демонстрировали достижения С.С. Собянина на посту мэра – борьбу с нелегальными парковками, укладку новой плитки, эстетичные общественные пространства вместо стихийных торговых зон и т.д. Несмотря на небольшой хронометраж (до 2 мин каждое), видеозаписи давали представления о пунктах программы С.С. Собянина и выгодно отстраивали его от предшественника – подчеркивалось, что именно Собянин, получив тяжелое наследство, смог переломить ход процессов в городе и позволил ему развиваться на новом уровне. Помимо небольшой страницы в Facebook*, видеозаписи канала активно продвигались в отечественных социальных сетях – авторы многих комментариев сетуют, что видят рекламу этого контента во «ВКонтакте» каждый день, даже не интересуясь политикой. На результативность такой политики продвижения указывает и то, что основной трафик на канал явно приходил извне – при почти 5 миллионов просмотров в сумме на сам канал было подписано менее 700 пользователей YouTube.

Яркой страницей продвижения С.С. Собянина на YouTube стала публикация серии роликов «Кто угодно, только не Собянин». Как отмечали

исследователи кампании по выборам Мэра Москвы 2013 года, это пример «квазинегативной»¹⁵² стратегии – явно негативно окрашенные образы, характерные герои, подвергающиеся критике москвичей выступают против С.С. Собянина. Так, в разных эпизодах данной серии роликов С.С. Собянина критиковали трудовой мигрант, сотрудник ГИБДД, рекламный агент, продавец шаурмы и оператор нелегальной парковки – подразумевалось, что причиной недовольства героев является бескомпромиссность С.С. Собянина в борьбе с нелегальной миграцией, коррупцией на дорогах, незаконной визуальной рекламой, нелегально установленными торговыми точками и использованием городских площадей под стихийные парковки. Самый популярный ролик из серии был просмотрен более 1,5 млн раз. При этом, канал «Штаб Собянина», который функционировал при поддержке молодежного движения «Молодая Гвардия Единой России» не снискал такой популярности.

Оригинальными онлайн-решениями запомнилась москвичам кампания по продвижению образа С.С. Собянина на сторонних сайтах. Так, онлайн-проект «Добавь Собянина» художника И. Кублина призывал москвичей сравнить визуально 50 фотографий города эпохи Ю.М. Лужкова и 50 изображений, созданных с тех же ракурсов после преобразований С.С. Собянина. Негативная ссылка к прежнему мэру была заложена в самом контенте сайта – кнопка под названием "Все дело в кепке" вызывала отображение того, как выглядело то или иное место в городе ранее: торговцы у метро, бездомные у здания "Лукойла" на Чистых прудах, и превратившиеся в парковки детские площадки. Напротив, кнопка "Фильтр Собянина" позволяет увидеть, каким стало это место сегодня. Вместо спящих бомжей – велосипедные парковки, вместо автомобилей на детской площадке и ржавых качелей – небольшой детский городок для игр, вместо торговцев у метро – чистая и красивая площадь. Интересно, что, как и в случае с сетью страниц «Человек, который изменил всё», формально данная

¹⁵² Иванов И.С., Зуева О.О. Использование Интернет-технологий в предвыборной борьбе (на примере избирательной кампании на пост мэра г. Москвы 2013 г.) // Вестник МГГУ им. М.А. Шолохова. Серия «Политические институты, процессы и технологии». № 12. 2013. С. 67.

активность никак не была связана с избирательной кампанией – создатель заявлял, что «делал сайт не с какой-то определенной политической целью, а именно обратить внимание людей на изменения, происходящие в городе»¹⁵³. Пользователи сайта могли размещать данные о нем в Интернете, а также – делиться на своих страницах фотографиями с т.н. «фильтрами» – готовыми средствами обработки изображений, так или иначе отсылающими к положительным изменениям в облике города.

Наконец, необычный онлайн-флешмоб стартовал в начале августа 2013 года. На специальном вновь созданном сайте «Мой друг согласен» и его страницах в социальных сетях пользователям предлагалось опубликовать изображение домашних питомцев, так или иначе отсылающих к агитации за С.С. Собянина. Как и в случае с кампанией «Человек, который изменил всё», сайт позиционировался как независимый, а именно администрирующийся группой горожан-владельцев животных: «На посту мэра Собянин сделал многое для города, однако мало кто задумывается о том, что именно благодаря ему за последнее время во многих дворах и парках появились специальные огороженные площадки для выгула и дрессировки наших четвероногих питомцев. Мы – владельцы домашних животных – благодарны Сергею Собянину за это и хотим, чтобы он и дальше благоустраивал наш родной город. Здорово, что он думает не только о нас, москвичах, но и о наших питомцах»¹⁵⁴. Позже стало известно, что идея проекта принадлежит сценаристу Е. Костиковой и телеведущей М. Иваковой. Материалы проекта были размещены в социальных сетях простых горожан, а также активно копировались звездами телевидения, эстрады и шоу-бизнеса.

¹⁵³ Новый хит Рунета: "Добавь Собянина" – посмотри, как изменилась Москва // [Электронный ресурс]: <https://regnum.ru/news/1693528> (дата обращения: 20.02.2025).

¹⁵⁴ Смирнова А.А. Интернет-проект в поддержку Собянина «Мой друг согласен» набирает популярность // [Электронный ресурс]: <https://newdaynews.ru/moskow/453428.html> (дата обращения: 20.02.2025).

Использование ресурсов Интернета в избирательной кампании А.А. Навального*** имело ряд особенностей как по сравнению с крупными кампаниями всех предшествующих электоральных циклов, так и по сравнению с кампанией С.С. Собянина. Во-первых, избирательная кампания главного оппозиционного кандидата была сосредоточена на использовании онлайн-методов лишь как способа перевод протестного потенциала в оффлайн-взаимодействия. Иными словами, если у остальных кандидатов в подаче и сущностном содержании их контента преобладала информационная функция, то у А.А. Навального*** в большей степени была заметна мобилизационная функция. Мы не можем в полной мере согласиться с И.С. Ивановым и О.О. Зуевой, указывавших, что «переход из онлайн в оффлайн» был исключительной прерогативой А.А. Навального*** – и С.С. Собянин через сайт набирал наблюдателей и оповещал о пикетах – но, несомненно, для соперника действующего мэра Интернет был именно способом мобилизации.

Так, кампания «Навальный*** в каждый дом», набравшая 36 тыс. участников, позволяла каждому стороннику политика, оставившему адрес электронной почты и домашний адрес, не только получать рассылку о новостях кампании, но и получать задания «в оффлайне» – доставить агитационную газету или посетить мероприятия. Платформа «Мосвписка» была призвана привлечь иногородних волонтеров (это было ноу-хау кампании А.А. Навального***) – любой сторонник, приехавший из другого города, мог создать заявку с указанием персональных данных, срока пребывания в Москве, а москвичи, в свою очередь, могли принять у себя таких волонтеров. Проект «Агитируй Москву» позволял каждому стать волонтером избирательной кампании с учетом ресурсов и возможностей для агитации. Наконец, фандрайзинговый ресурс А.А. Навального*** вплоть до самого завершения кампании принимал пожертвования от сторонников посредством сервиса «Яндекс.Кошелек». По оценкам

исследователей¹⁵⁵, такой способ сбора средств на осуществления предвыборной кампании был прецедентным – до этого на выборах всех уровней кандидаты либо опирались на собственные заранее собранные со спонсоров средства, либо на ресурсы выдвинувшей их партии или политического объединения. Популярным средством мобилизации был сайт А.А. Навального*** и применительно к «Кругам Навального***» – личным встречам избирателей с политиком, а также к «Кубам» – мобильным агитационным пунктам, которые сторонники кандидата устраивали в оживленных местах города.

Опирался А.А. Навальный*** и на классические методы информирования посредством собственного сайта. Как и С.С. Собянин, его оппонент сосредоточился на небольшом числе проблем, рассказывая о своих планах по борьбе с ними на ресурсе five.navalny.com – были созданы специальные страницы, касавшиеся нелегальной миграции, высокой стоимости жизни в столице, проблем доступности транспорта, проблем здравоохранения и жилищно-коммунального хозяйства. Как и С.С. Собянин, А.А. Навальный*** активно и успешно использовал контекстную и баннерную рекламу, а также продвижение в социальных сетях. Исследователи политической активности в сети микроблогов Twitter отмечают, что в ходе предвыборной кампании хэштеги, связанные с политической агитацией кандидатов соперничали по популярности¹⁵⁶. При этом, противоборствующие группы могли публиковать негативную информацию про оппонента по тем же хэштегам, по которым сторонники продвигали своего лидера, что делало этот простой инструмент поиска и атрибуции информации в сети важным рычагом продвижения политического контента. В целом, важным достижением А.А. Навального*** следует считать децентрализацию процесса распространения информации о себе в Интернете. По оценкам специалистов сервиса кибербезопасности «Крибрум»,

¹⁵⁵ Березовская Г.В. Интернет-маркетинг – новая тенденция в избирательных кампаниях в РФ (на примере выборов Мэра Москвы 2013 года) // Теория и практика общественного развития. 2015. Серия «Социологические науки». № 1. С. 23.

¹⁵⁶ Новикова С.А. Российские хэштеги микроблога «Твиттер» как политико-идентификационный маркер // Социум и власть. 2014. № 5 (49). С. 22.

информацию о мероприятиях предвыборной кампании А.А. Навального*** распространяло до 50-60 тыс. человек, что превышало 60% всех написавших в Интернете что-либо о выборах Мэра Москвы 2013 года¹⁵⁷.

Оставшиеся четыре кандидата в мэры Москвы на выборах 2013 года вели кампании в Интернете существенно менее активно. Так, С.С. Митрохин даже не запускал собственного сайта, опираясь исключительно на материалы официального ресурса партии «Яблоко». Информация о его программе и активности продвигалась в Интернете посредством рекламных сервисов Google. По итогам кампании он существенно уступал по показателям упоминаний в Интернете С.С. Собянину и А.А. Навальному***. Так, по данным сервиса Advance Mediabrands, у действующего мэра было более 200 тыс. упоминаний, у его главного оппонента 350 тыс., а у С.С. Митрохина – всего 24 тыс. упоминаний¹⁵⁸. Исследователи отмечали крайне слабую настройку таргетированной рекламы у С.С. Митрохина – его объявления демонстрировались в том числе на англоязычных ресурсах книголюбов, сайтах любителей эстетики киберпанка, форумах для беременных и т.д¹⁵⁹.

Кандидат от КПРФ И.И. Мельников, хотя и запустил свой сайт, опубликовал подробную программу и сведения о встречах с избирателями, существенной активностью отмечен не был. Вероятно, справедливым был расчет на то, что целевая аудитория КПРФ еще в небольшой мере владеет ресурсами Интернета и вряд ли будет опираться на них при принятии выбора о кандидате, за которого стоит голосовать на выборах. Вместе с тем, в пользу И.И. Мельникова агитировало сетевое сообщество левых блогеров «Искра», размещавшее материалы на сайте im2013.ru. Также отмечалось, что ресурсы И.И. Мельникова

¹⁵⁷ Кирка А.В. Социально-сетевые технологии в избирательном процессе на региональном уровне на примере предвыборной кампании А.А. Навального*** // Вестник университета. 2013. № 10. Серия «Политические науки». С. 24.

¹⁵⁸ Навальный*** и Левичев: как продвигались кандидаты в мэры Москвы в интернете // [Электронный ресурс]: <https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2013/09/11/102050.phtml> (дата обращения: 20.02.2025).

¹⁵⁹ Иванов И.С., Зуева О.О. Указ. Соч.

продвигались посредством платных слотов для ссылок в поисковой выдаче Google.

Об активности в плане продвижения в сети Интернет кандидатов М.Д. Дегтярева и Н.В. Левичева сохранилось существенно меньше сведений. По данным автоматизированных систем, последний использовал ролики формата pre-roll на видеохостинге YouTube – аудиовизуальную рекламу, которую показывают при просмотре сторонних роликов на хостинге. М.Д. Дегтярев обещал выпустить ряд видео в стилистике руководителя своей партии В.В. Жириновского, но они так и не были опубликованы.

Подводя итог данной главе исследования, следует отметить, что выборы 2013 года ознаменовали собой совершенно новый этап в применении Интернет-технологий в эlectorальных кампаниях в городе Москва. Во-первых, все интернет-кампании основных кандидатов были проведены на совершенно ином техническом уровне, с вложением больших ресурсов как в работу сайтов, так и в политический маркетинг в соцсетях, сервисах видеоблогов, микроблогов и т.д. Во-вторых, впервые онлайн- и офлайн-активности кандидатов стали находить определенный уровень синергии, что стало возможным благодаря вызреванию совокупности технологических и социальных факторов. Наконец, впервые в стратегии продвижения кандидатов в Интернете стали приходить децентрализованные практики, а Интернет в отдельных группах избирателей стал составлять серьезную конкуренцию телевидению в качестве основного средства политической информации.

Глава 5. Завершение формирования современной системы задействования Интернета при проведении выборов Мэра Москвы в ходе кампании 2018 г.

5.1 Кандидаты и их кампании в контексте общественно-политического развития страны в 2018 г.

В настоящем разделе исследования будут освещены основные черты политического контекста (федерального и регионального) выборов Мэра Москвы 2018 года, программы кандидатов, ход их предвыборных кампаний, результаты выборов и их оценка в обществе.

Выборы Мэра Москвы 2018 года проводились в соответствии с Постановлением Московской городской Думы № 52 от 2 июня 2018 года¹⁶⁰. Дата выборов назначалась на Единый день голосования в России – второе воскресенье сентября – выпавшее на 9 сентября 2018 года. Во исполнение данного постановления, Московская городская избирательная комиссия сформирована Календарный план мероприятий, определявший очередность и сроки предвыборной кампании кандидатов¹⁶¹. В соответствии с данным планом, комиссия должна была немедленно рассчитать количество подписей муниципальных депутатов, которое предстояло собрать каждому из кандидатов для регистрации на выборах Мэра Москвы. Пакет документов, который включал бы в себя заполненные подписные листы с необходимым количеством подписей муниципальных депутатов, участники выборов должны были подать до окончания рабочего дня 3 июля 2018 года. В течение 10 календарных дней

¹⁶⁰ О назначении даты выборов Мэра Москвы. Постановление Московской городской Думы № 52 от 2 июня 2018 года // [Электронный ресурс]: <https://www.mosgorizbirkom.ru/documents/50617/e0c68c8d-1446-4430-9865-b53cd54554aa.pdf> (дата обращения: 20.03.2025).

¹⁶¹ О Календарном плане мероприятий по подготовке и проведению выборов Мэра Москвы 9 сентября 2018 года. Решение Московской городской избирательной комиссии от 4 июня 2018 года № 57/1 // [Электронный ресурс]: <http://www.mosgorizbirkom.ru/en/web/guest/10496> (дата обращения: 20.03.2025).

Московская городская избирательная комиссия оценивала подписи и принимала окончательное решение о внесении того или иного кандидата в избирательный бюллетень.

Новшеством стал порядок заявления граждан о необходимости голосования вне закрепленного за адресом проживания избирательного участка – такие заявления можно было направлять в электронном виде через портал «Госуслуги» вплоть до 5 сентября. Наконец, как и в предшествовавших кампаниях, 8 сентября, за сутки до начала выборов, объявлялся «день тишины», в ходе которого запрещалась агитация за кандидатов в любых формах. Сама процедура выборов 9 сентября 2018 года предполагала голосование с 08:00 до 22:00, что на два часа превышало время, отводившееся избирателям в других избирательных кампаниях.

Несмотря на то, что кандидатам, которые участвовали в избирательной кампании в качестве самовыдвиженцев, предстояло пройти через процедуру прямого сбора подписей у горожан – необходимо было собрать 39 689 подписей, что немногим превышало 0,5 % от общего числа зарегистрированных избирателей-москвичей – острой критики удостоилась именно процедура «муниципального фильтра», т.е. необходимого сбора подписей муниципальных депутатов. Для выдвижения на выборах кандидатам надо было собрать подписи 110 муниципальных депутатов из не менее 75% всех муниципальных округов. С учетом политического контекста, сформировавшегося в столице по итогам муниципальных выборов в Москве 10 сентября 2017 года, такая схема требовала от оппозиционных кандидатов диалога с представителями «Единой России» – эта всероссийская политическая партия получила 1153 мандата из 1502. С учетом того, что в Москве всего функционировало 125 муниципальных образований, «региональная специфика» предписывала принцип «1 муниципальный совет – 1 голос», который делал «муниципальный фильтр» в столице более жестким, чем в остальных субъектах Федерации: к примеру, оппозиционная партия «Яблоко» имела 176 мандатов, но все они отошли кандидатам в 51 округе. Уже в 2017 году с осторожной критикой «муниципального фильтра» выступала как глава ЦИК

Э.А. Памфилова и первый заместитель главы Администрации Президента РФ С.В. Кириенко, так «Комитет гражданских инициатив» А.Л. Кудрина, однако схема не была отменена или смягчена к выборам осени 2018 года.

Процесс выдвижения кандидатов на выборы Мэра Москвы 2018 года стартовал еще до начала официальной избирательной кампании. Так, действующий Мэр Москвы С.С. Собянин заявил о намерении баллотироваться на новый срок еще 26 мая на праздновании годовщины со дня запуска онлайн-платформы «Активный гражданин»¹⁶². Ключевой мотивацией С.С. Собянин назвал желание завершить начатые им в первый срок масштабные городские проекты с тем, чтобы они не превратились в долгострои при новом руководстве. Решение С.С. Собянина баллотироваться на пост Мэра Москвы в качестве самовыдвиженца было поддержано участниками XXVIII Конференции Московского городского регионального отделения Всероссийской политической партии «Единая Россия» 9 июня 2018 года.

Важные оппозиционные политические силы – КПРФ и «Яблоко» – приняли решение выбирать кандидатов от своих сторонников посредством процедуры «праймериз» – предварительного внутрипартийного голосования. Интересно, что ни в одном из случаев заимствованная из западной политической практики процедура роли не сыграла. От КПРФ был выдвинут В.В. Кумин, предприниматель-энергетик и банкир, экс-депутат Государственной Думы РФ и один из видных спонсоров Коммунистической партии, явившийся, однако, беспартийным кандидатом. В то же время, победу в праймериз одержала депутат Московской городской Думы от КПРФ Е.А. Шувалова, опередив занявшего третье место В.В. Кумина втрое по числу голосов. Также были проведены праймериз, организованные отдельно Московским городским комитетом КПРФ, на них победил руководитель горкома депутат Государственной Думы РФ В.Ф. Рацкин, а В.В. Кумин едва вошел в десятку лидеров. Вместе с тем, на конференции МГК КПРФ 6 июня 2018 года, В.В. Кумин оказался единственным

¹⁶² Собянин объявил о своем намерении баллотироваться в мэры Москвы // [Электронный ресурс]: <https://tass.ru/politika/5239303> (дата обращения: 20.03.2025).

кандидатом: за его выдвижение проголосовало 93 делегата, против – 34, 64 коммуниста воздержались¹⁶³.

Ситуация с выдвижением кандидата от «Яблока» была еще более запутанной. Победитель праймериз глава Тверского района Москвы Я.Б. Якубович, который с 58% голосов опередил руководителя московского отделения партии С.С. Митрохина, по итогам беседы с основателем «Яблока» Г.А. Явлинским отказался участвовать в выборах¹⁶⁴. Вместе с тем, С.С. Митрохин столкнулся с альтернативными кандидатами – главами районов «Гагаринский» и «Якиманка» Е.Л. Русаковой и А.З. Моревым**. В результате конференция московского регионального отделения «Яблока» вовсе не смогла выставить кандидата¹⁶⁵. По итогам повторного голосования городское отделение «Яблока» 22 июня 2018 года все же поддержало С.С. Митрохина, но это решение было отменено федеральным бюро партии¹⁶⁶. Заметные оппозиционеры, так или иначе связанные с муниципальной кампанией оппозиции в Москве в 2017 году, и объявлявшие публично о своем намерении участвовать в выборах Мэра Москвы 2018 года не смогли договориться с руководством «Яблока» о поддержке в прохождении муниципального фильтра. В итоге, они не смогли собрать должное количество голосов муниципальных депутатов, а партия «Яблоко» решило не выставлять кандидатуру на выборы.

Кандидат от «Справедливой России», глава муниципального округа «Таганский» общественный деятель И.Т. Свиридов прошел муниципальный фильтр, отказавшись от «коалиции» с КПРФ и ЛДПР. И.Т. Свиридов собрал наибольшее число подписей по итогам Второго форума Совета муниципальных

¹⁶³ Хамраев В.И. У спонсора КПРФ не нашлось конкурентов // [Электронный ресурс]: <https://www.kommersant.ru/doc/3652151> (дата обращения: 20.03.2025).

¹⁶⁴ Праймериз «Яблока» к выборам мэра Москвы провалились // [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2018/06/05/771903-praimeriz-provalilis> (дата обращения: 20.03.2025).

¹⁶⁵ Вопрос о кандидате в мэры Москвы от «Яблока» рассмотрит Бюро партии // [Электронный ресурс]: <https://www.yabloko.ru/regnews/Moscow/2018/06/09> (дата обращения: 20.03.2025).

¹⁶⁶ Партия «Яблоко» отказалась от участия в выборах мэра Москвы // [Электронный ресурс]: <https://www.rbc.ru/politics/02/07/2018/5b39db229a79476db814c844> (дата обращения: 20.03.2025).

образований Москвы. Из 300 муниципальных депутатов подписи кандидатам в мэры оставили 66 депутатов. За И.Т. Свиридова подписались 18 депутатов, за В.В. Кумина – 15; за М.В. Дегтярева – 10, за М.Д. Балакина – 7 подписей: существенной роли в процессе выдвижения кандидатов форум не сыграл.

От ЛДПР, как и в предыдущую кампанию, баллотировался М.В. Дегтярев. Наконец, кандидат от непарламентской партии «Союз горожан» предприниматель М.Д. Балакин был сначала зарегистрирован, а впоследствии, после признания трех подписей муниципальных депутатов недействительными, был снят с голосования Мосгоризбиркомом. Кандидат был возвращен в избирательный бюллетень решением Мосгорсуда. Таким образом, в бюллетене оказались пять кандидатов – М.Д. Балакин, М.В. Дегтярев, В.В. Кумин, И.Т. Свиридов, С.С. Собянин, всего документы в Мосгоризбирком подали 40 потенциальных кандидатов на пост Мэра Москвы.

Предвыборная программа С.С. Собянина «Мой район – мой город» формировалась в необычном режиме. Непосредственно в процессе избирательной кампании, а именно с 2 июля по 9 августа 2013 года она формулировалась на основе наказов избирателей всех 126 районов столицы. Как отмечал глава избирательного штаба действующего мэра К.В. Ремчуков, главный редактор и генеральный директор «Независимой газеты», такое решение было принято в связи с тем, что интересы и требования к Мэру Москвы могут сильно отличаться в центре и на окраинах города: «У нас интенсивный период создания хорошей незанудной программы, но мы методологически для себя решили – и у нас здесь полное единодушие – что каждый район может иметь повестку, отличную от другого района. Наша сверхзадача – сделать программу развития Москвы с учетом специфики каждого района, чтобы была актуализирована идея “Мой район – мой город”»¹⁶⁷. Процедура подготовки данной предвыборной программы стала своеобразным апогеем «технократического» подхода к формированию образа «мэра вне политики». В процессе подготовки программы

¹⁶⁷ Девизом предвыборной программы Собянина станет идея "Мой район – мой город" // [Электронный ресурс]: <https://tass.ru/politika/5340974> (дата обращения: 20.03.2025).

волонтерами предвыборного штаба С.С. Собянина было обработано 8 тыс. наказов избирателей, из которых 1 500 вошли в итоговую редакцию программы, а еще 800 были исполнены сразу же. Вместо предвыборных дебатов с оппонентами и встреч с избирателями, С.С. Собянин провел 10 круглых столов с профессионалами в сфере развития городских территорий – урбанистами, архитекторами, управленцами, экономистами, врачами и т.д. В итоговых материалах С.С. Собянин сформулировал две уникальных черты программы «Мой район – мой город», выгодно отличавших ее от всех остальных документов кандидатов в 2018 году и в предшествующих кампаниях. Во-первых, он отказался от традиционных представлений о необходимости единого документа, который бы касался преобразований во всем городе – в пользу программ для каждого отдельно взятого района: «Все наши программы развития Москвы нацелены на то, чтобы обеспечить равные возможности москвичей и сейчас, если смотреть показатели «в среднем по городу» – все замечательно. Но на деле в одном районе не хватает поликлиники, в другом – детского дошкольного учреждения, в третьем – парка»¹⁶⁸. Во-вторых, он заявил, что данная совокупность программ вообще не должна быть привязана к предвыборному периоду, а должна постоянно обновляться в соответствии с запросами горожан. Основные смысловые блоки программ касались здравоохранения, благоустройства территорий, жилищной политики (в первую очередь – программы реновации жилого фонда), развития университетов и т.д.

Своеобразным программным документом этой работы – формально не связанным с предстоявшими выборами¹⁶⁹ – была т.н. программа преодоления территориального неравенства «Мой район» на 2018-2023 гг. Ее положения включали в себя унификацию финансирования школ и поликлиник, комплексное благоустройство территорий, поддержку малого бизнеса, переустройство

¹⁶⁸ Грачева Г.И. Собянин сделает основой своей предвыборной программы 146 районных планов развития // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/moscow/2018-08-01/2_7279_moscow.html (дата обращения: 20.03.2025).

¹⁶⁹ Бутрин Д.Н. От Тверской до самых до окраин // Коммерсантъ. 2018. № 134. С. 1.

городской транспортной сети, т.е. многоаспектное «выравнивание» центральных и периферийных территорий Москвы.

Предвыборная программа В.В. Кумина, который, в отличие от своих предшественников, представлял не только КПРФ, а широкий спектр левопатриотических сил (общественные движения «Левый фронт», Народно-патриотический союз России и т.д.), включала в себя 12 пунктов. В соответствии с документом, озаглавленным «Москва – это люди», приоритетом политики В.В. Кумина должна была стать борьба с бедностью и «пресечение эгоизма правящего класса»¹⁷⁰. В частности, политик планировал изменить основы градостроительной политики, а также подход к решению вопросов жилищно-коммунального хозяйства.

В.В. Кумин заявлял о намерениях прекратить «оптимизацию» учреждений здравоохранения и образования, воссоздать закрытые научные учреждения и промышленные предприятия, а также пересмотреть программы заботы о старшем поколении. Улучшение экологической обстановки и борьба с мусором также рассматривались в качестве приоритетов предвыборной программы. Планировал кандидат и поддержку малого предпринимательства и молодежной политики, а также развитие местного самоуправления – расширение полномочий Московской городской Думы и передачу всех функций на местах советам муниципальных депутатов. Программа завершалась требованием изменения бюджетной политики, направленной на пресечение бесконтрольности использования городских финансовых ресурсов. Как и ряд кандидатов на предыдущих выборах, В.В. Кумин выступал и с обещаниями, существенно превосходящими полномочия потенциального мэра – отмена ЕГЭ, пересмотр результатов пенсионной реформы и т.д.

Аналогичная умеренно левая риторика может быть выявлена и в программе «За родную Москву»¹⁷¹ представителя «Справедливой России» И.Т.

¹⁷⁰ Презентация предвыборной программы Вадима Кумина // [Электронный ресурс]: <https://kprf.ru/activity/elections/177866.html> (дата обращения: 20.03.2025).

¹⁷¹ За родную Москву! Программа Кандидата-2018 // [Электронный ресурс]: <https://ilyasviridov.ru/2018/09/03/programma-kandidata-2018/> (дата обращения: 20.03.2025).

Свиридова. Кандидат призывал перейти к социально-ориентированному бюджету и открытой градостроительной политике. В рамках реформы органов местного самоуправления в Москве, И.Т. Свиридов предлагал перераспределить большую часть полномочий в пользу советов депутатов. Отдельные пункты программы сосредотачивались на достойном образовании и качественном здравоохранении. И.Т. Свиридов призывал сделать Москву городом удобным как для водителей, так и для пешеходов, задействовав для этого научный подход. Необычным предложением можно считать пункт о необходимости развития Московской агломерации, т.е. соотнесения траекторий развития Москвы и ближайшего Подмосковья. Кандидат предлагал перейти к ответственной экологической политике и навести порядок в сфере жилищно-коммунального хозяйства. Наконец, он предлагал полностью запретить снос домов,озведенных до 1956 года с тем, чтобы сохранить исторический облик старой Москвы.

Программа кандидата от ЛДПР М.В. Дегтярева, как и в предыдущих кампаниях, изобиловала популистскими предложениями, в сущностном смысле не выходя за пределы того, что предлагали его оппоненты. Так, говоря о развитии городского пространства, он предлагал сделать парковку бесплатной для всех москвичей. Все вновь возводимые в Москве дома М.В. Дегтярев предлагал ограничить пятью этажами, а городские учреждения перенести в Новую Москву. Наконец, кандидат предложил создать пост министра туризма в Москве, а часть туристических доходов перераспределить среди социально незащищенных слоев населения.

Наконец, эксцентричная программа М.Д. Балакина опиралась на тезисы, противоположные основным положениям кампаний остальных кандидатов. Так, бывший руководитель строительной компании «СУ-155» настаивал на необходимости строительства новых небоскребов, в том числе и на въезде в Москву, а также расширении Москва-сити. В противовес последним преобразованиям С.С. Собянина, М.Д. Балакин призывал вернуть небольшие

торговые павильоны и маршрутные такси в Москву, а также способствовать привлечению в город отечественного и зарубежного крупного бизнеса. Он призывал ускорить темпы реновации, сносить старую застройку целыми кварталами, а стройкомплексу вернуть статус приоритетного бизнеса в Москве. М.Д. Балакин подчеркивал, что положительно относится к С.С. Собянину, однако позиционировал себя как «лужковского кандидата». Также он предлагал ужесточить требования к получателям любых типов социальной помощи в Москве – пенсий, пособий и т.д., а также критиковал чрезмерное внимание к экологической повестке¹⁷².

Выборы Мэра Москвы 2018 года начались в 08:00 утра 9 сентября. Помимо увеличенного времени голосования (до 22:00), впервые москвичи получили возможность проголосовать в сопредельных регионах – Калужской, Тульской и Владимирской областях. Всего к урнам пришли 2 255 697 избирателей, что было эквивалентно рекордно низкому показателю явки в 30,86%. Безоговорочную победу во всех территориях одержал действующий мэр С.С. Собянин с результатом в 70,17% голосов избирателей. Второе место получил В.В. Кумин с результатом в 11,38%. И.Т. Свиридов получил голоса 7,01 % избирателей, М.В. Дегтярев – 6,72 %, а М.Д. Балакин – 1,87 %. Еще 2,85 % бюллетеней были признаны недействительными. По заключениям независимых наблюдателей, выборы прошли без серьезных нарушений избирательного законодательства. Вместе с тем, новшества, призванные повысить явку – расширение времени голосования, открытие участков в дачной местности и в соседних регионах – не оказали существенного влияния на итоги выборов.

Президент России В.В. Путин, во второй раз подряд поздравляя С.С. Собянина с победой на выборах Мэра Москвы, высоко оценил его достижения и уровень поддержки среди москвичей: «Жители столицы оказали Вам поддержку, доверие, оценили Ваше умение работать с большой отдачей, выполнять обещания, держать слово. Пять лет назад Вы представили масштабную

¹⁷² Миллер Л. Кандидаты в мэры Москвы подготовили свои обещания // [Электронный ресурс]: <https://www.kommersant.ru/doc/3713378> .(дата обращения: 20.03.2025).

программу развития столицы. Планка была задана очень высокая, и Вы доказали, что умеете решать самые сложные задачи, добиваться позитивных перемен. (...) Мы с Вами работаем вместе давно, многие годы. На всех участках Вы проявляли свои лучшие качества – надёжность, настойчивость, открытость ко всему новому»¹⁷³.

Подводя итог данному разделу, следует отметить несколько особенностей предвыборной кампании кандидатов на пост Мэра Москвы 2018 года. Во-первых, впервые наиболее сильный кандидат (действующий мэр) решил не выступать с единой программой для города, а сосредоточиться на программах развития всех городских территорий. Такой подход следует расценивать как первый опыт децентрализованного планирования управления городом на длительный период. С точки зрения результатов, вероятно, одним из его плодов стало заметное «выравнивание» уровней поддержки С.С. Собянина в центральных и периферийных муниципальных территориях Старой и Новой Москвы. Во-вторых, противопоставленные С.С. Собянину оппозиционные кандидаты никогда не были так слабы: «Яблоко» не смогло выставить кандидатуру из-за внутренних противоречий и партийных механизмов, заметные внепартийные оппозиционные кандидаты не прошли муниципальный фильтр, а КПРФ выдвинула практически неизвестного москвичам в качестве публичного политика В.В. Кумина. В-третьих, впервые были проведены партийные праймериз с публично объявленными результатами, которые, однако, не сыграли существенной роли при определении конечного списка кандидатов. Наконец, несмотря на ряд новшеств в избирательном процессе и массовую многоаспектную кампанию по информированию о готовящихся выборах, избиратели показали рекордно низкую явку, что свидетельствует о невысоком уровне партийной мобилизации и нараставшей «политической апатии» москвичей.

¹⁷³ Инаугурация мэра Москвы // [Электронный ресурс]: <http://www.kremlin.ru/catalog/keywords/86/events/copy/58580> (дата обращения: 20.03.2025).

5.2 Отработанные и новые приемы использования интернет-технологий на выборах 2018 г.

В настоящем разделе будут освещены ключевые аспекты использования технологий Интернета в процессе предвыборной кампании по Выборам Мэра Москвы различными её акторами – органами государственной власти, кандидатами, общественными организациями.

К 2018 году показатели степени проникновения Интернета в России во многом прекратили рост – каждый гражданин, которому потенциально было бы интересно пользоваться Интернетом, получил такую возможность. Так, общий показатель проникновения Интернета в 2018 году вырос по сравнению с прошлогодними значениями с 73% до 75,4%¹⁷⁴, причем для Москвы эти показатели отличались ещё менее значительно. В 2015 и 2016 годах этот показатель составлял 70,4%, не меняясь существенно год к году.

Ключевой тенденцией проникновения технологий Интернета в России в 2018 года стало преобладание числа пользователей, выходивших в сеть с мобильных устройств, над теми, кто делал это с персональных настольных компьютеров. Этот показатель демонстрировал самый динамичный рост на протяжении целого ряда предшествующих лет: так, по данным исследования Growth for Knowledge «Проникновение Интернета в России. Итоги 2017 года», доля россиян, использовавших Интернет на смартфонах, выросла с 11,9% в 2013 году до 51,5% в 2017 году, впервые превысив половину общей численности населения Российской Федерации старше 16 лет. Напротив, доля россиян, использовавших для доступа в сеть планшетные компьютеры, фактически

¹⁷⁴ Аудитория мобильного интернета в России за 2018 год выросла до 61% // [Электронный ресурс]: <https://www.interfax.ru/russia/646242> (дата обращения: 20.03.2025).

оставалась неизменной – в 2015, 2016 и 2017 годах она составила 19,2%, 19%, и 19,7% соответственно¹⁷⁵.

Проблемы цифрового неравенства, рассмотренные подробно в предыдущих главах исследования, хотя и сглаживались постепенно, но совершенно актуальности не теряли. Так, если в сёлах к 2018 году Интернетом пользовались 69% населения, то в городах за пределами Москвы этот показатель составлял 72–74%. В Москве же эта метрика превышала 83%. Для понимания роли Интернета в политических процессах, это наблюдение представляется важным – при анализе доступности Интернета различия между Москвой и остальной Россией были многократно более заметными, чем между городскими и сельскими населенными пунктами на периферии, включая и города-миллионники. Для мобильного Интернета – наиболее востребованной технологии, начиная с рубежа 2017 – 2018 гг. – разрыв выглядит еще более заметным: в сёлах им пользовались 48% населения, в городах за пределами Москвы 51%, а в Москве – 65% горожан. В этой категории, однако, наблюдался сильный перекос в возрастных категориях – чем старше потенциальный пользователь, тем с меньшей вероятностью он заходил в Интернет с мобильного устройства.

Данные Фонда «Общественное мнение», хотя и подтверждали выводы исследований GfK о сохранении цифрового неравенства, все же, показывали, что здесь «сглаживание» достигло больших результатов. Так, по данным ФОМ, если в сёлах проникновение Интернета составляло 60%, в городах за пределами двух столиц 70–75%, то в Санкт-Петербурге этот показатель достигал 80%, а в Москве – 81%¹⁷⁶. Так или иначе, суточная аудитория Интернета в Москве в абсолютных цифрах достигала 7,7 млн пользователей, что даже превышало число имевших

¹⁷⁵ Омнибус GfK 2018. Проникновение Интернета в России: Итоги 2017 года – Январь 2018 // [Электронный ресурс]: https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2405078/cms-pdfs/fileadmin/user_upload/dyna_content/ru/documents/reports/2018/gfk_rus_internet_penetration_in_russia_2017-2018.pdf (дата обращения: 20.03.2025).

¹⁷⁶ Интернет в России: динамика проникновения. Зима 2017–2018 гг. // [Электронный ресурс]: <https://fom.ru/SMI-i-internet/13999> (дата обращения: 20.03.2025).

право голосовать на выборах Мэра Москвы. Гендерное неравенство в количестве пользователей Интернета также сокращалось: если летом 2016 года к суточной аудитории Интернета относили себя 54% женщин и 60% мужчин, то к началу 2018 года эти показатели достигли 62% и 66% соответственно.

Менялись и паттерны поведения в сети Интернет и потребления цифрового контента. Средний пользователь стал проводить в сети около 3 часов ежедневно. При этом, по данным исследования WEB Index, проводившегося компанией Mediascope, наиболее популярной категорией сайтов стали социальные сети (Facebook*, Twitter, «ВКонтакте», «Одноклассники») – ими ежедневно пользовались 20% россиян, что существенно выше, чем у сервисов электронной почты, занимавших вторую позицию с 9,5% популярности¹⁷⁷. При этом, использование Интернета, хотя и оставалось утилитарно-развлекательным (для заказа такси Интернет задействовали 73% пользователей, для просмотра ресурсов о финансах и законодательстве, включая мобильные банки – 60%, а для просмотра новостей – лишь 49% пользователей) но сохраняло тренд на рост интереса к «серьезным» сайтам. Так, по данным того же исследования Mediascope, категория «Госуслуги, финансы» входила в Топ-5 самых быстрорастущих, уступая только ресурсам о недвижимости, технологиях, купонах и скидках, а также музыкальным сервисам.

Наиболее популярными ресурсами Интернета в России в 2018 году были сервисы «Яндекса» (была востребована у 41,3% населения), социальная сеть «ВКонтакте» (38,6%), экосистема Google (34,1%), мессенджер WhatsApp (26,8%) и видеохостинг YouTube (26,5%). Что касается YouTube, у отечественной аудитории сформировались и собственные паттерны просмотра видео – свыше 44% просмотров приходились на ролики продолжительностью в пределах 2

¹⁷⁷ Ишунькина И.Д. Аудитория Интернета в России // [Электронный ресурс]: https://mediascope.net/upload/iblock/530/iMetrix_Mediascope%D0%98%D1%88%D1%83%D0%BD%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%B0_061118.pdf (дата обращения: 20.03.2025).

минут, при этом ролики продолжительностью от 3 до 5 минут смотрели втрое реже. 35% пользователей, которые смотрели видеоролики в Интернете, делали это не на специальных видеохостингах, в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники» и «Мой Мир Mail.ru».

Наконец, важнейшей чертой динамики роли Интернета в политических процессах в 2018 году был рост доверия к его информации. С 2010 по 2018 год доверие к теленовостям упало на 30 процентных пунктов (с 79% до 49%), а к информации интернет-изданий – выросло с 7 до 24%, как было установлено опросом¹⁷⁸ «Левада-Центра» **. При этом, впервые за всю историю наблюдений, в возрастной категории 18 – 24 года респонденты стали отвечать, что доверяют Интернету больше, чем телевидению. Во всех группах населения, доля называвших Интернет в качестве приоритетного источника информации, достигло 37%, при этом россияне отмечали, что более полное и объективное отражение в Интернете находят темы личной жизни и благосостояния политиков, положения дел в экономике и внешней политике и т.д. Это позволяет говорить о том, что Интернет становился, наконец, фактором политической социализации, которую исследователи определяют как первостепенную для формирования у избирателя политических предпочтений¹⁷⁹.

Важным аспектом участия государства в избирательных кампаниях второй половины 2010-х годов в контексте использования технологий Интернета является развитие и совершенствование нормативно-правового регулирования этой сферы. Как отмечал автор этих строк в специальном исследовании¹⁸⁰, с вступлением в силу 1 февраля 2014 года Федерального закона № 398-ФЗ от 28 декабря 2013 года «О внесении изменений в Федеральный закон „Об

¹⁷⁸ Мухаметшина Е.А. Вслед за доверием к власти упало и доверие к телевидению // [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2018/09/12/780726-za> (дата обращения: 20.03.2025).

¹⁷⁹ Орлов С.В., Ермаков Д.Н. Социально-правовые аспекты формирования политических предпочтений современной российской молодежи // Образование и право. 2020. № 4. С. 34.

¹⁸⁰ Костюнина Е.Д. Эволюция правового регулирования использования Интернета в избирательных кампаниях в Российской Федерации в 2010-2018 годы // Клио. 2024. № 12. С. 194-197.

информации, информационных технологиях и о защите информации“» появился более эффективный механизм ограничения доступа к сайтам, распространявшим экстремистские материалы и призывы, а также информацию о массовых (публичных) мероприятиях, проводившихся с нарушением установленного порядка. Если раньше для этого требовалось решение судебного органа, то теперь эти функции были возложены на Генеральную прокуратуру (требование о блокировке направлял Генеральный прокурор РФ, либо один из его заместителей) и Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). В 2015 году были выпущены первые методические материалы ЦИК, характеризующие взаимодействие с правоохранительными органами по вопросам борьбы с неправомерной агитацией в Интернете. Таким образом, именно кампания по Выборам Мэра Москвы 2018 года была одной из первых электоральных кампаний, прошедших в контексте обновленного нормативно-правового регулирования.

В целом, органы государственной власти федерального и городского уровня приложили серьезные многоаспектные усилия для организации Выборов Мэра 2018 года с точки зрения задействования технологий Интернета. Во-первых, с ужесточением регулирования предпринимались более серьезные меры для предотвращения правонарушений, касавшихся распространения информации через Интернет, а также внештатных ситуаций. Так, Роскомнадзор вместе с операторами связи, избиркомами и органами исполнительной власти в июле-августе 2018 года проводил тренировки по отработке действий по внештатным ситуациям во время выборов¹⁸¹. Также, ведомство предприняло ряд мер по ужесточению контроля за соблюдением законодательства в сфере распространения персональных данных в связи с Выборами Мэра 2018 года. Наконец, Департамент информационных технологий Правительства Москвы

¹⁸¹ Роскомнадзор начал тренировки действий при внештатных ситуациях на выборах мэра // [Электронный ресурс]: <https://www.m24.ru/news/vlast/22082018/43030> (дата обращения: 20.03.2025).

(ДИТ) предпринял комплекс мер для защиты информационной инфраструктуры выборов, отразив свыше 160 тыс. атак на ресурсы Правительства Москвы, 50 сетевых атак на компьютеры наблюдателей за выборами, 75 попыток установки вредоносных программ с физических носителей, а также ряда попыток получить доступ к материалам Единого центра хранения данных, куда сгружались видеозаписи с камер видеонаблюдения¹⁸².

Выборы 2018 года запомнились москвичам беспрецедентно масштабной кампанией по информированию потенциальных избирателей о процедуре голосования и рекламой с призывом к участию в выборах. Так, информирование в Интернете – баннерная реклама, материалы в социальных сетях и мессенджерах, сайты с информацией о выборах – были важными составляющими информационной кампании, на которую московские власти потратили порядка 120 млн рублей из всего потраченных на выборы 587 млн рублей¹⁸³. Заметной частью этой активности стало ведение BTL-кампании (от англ. *Beyond the headlines* – «неявная» реклама). С июля 2018 года в соцсетях и мессенджерах стали распространять выполненные в разговорной стилистике видеоматериалы с призывом не пренебрегать возможностью проголосовать на выборах Мэра Москвы в сентябре. В серии роликов «Когда тебе не все равно» принимали участие видные представители молодежной культуры, а также актеры, изображавшие москвичей, отметивших улучшение дорожной инфраструктуры и социальной защиты граждан в городе в последние годы. В роликах демонстрировались «Зарядье» и Парк Горького – символы преобразований в Москве эпохи С.С. Собянина. Несмотря на то, что формально эти ролики не были связаны не только с каким-либо кандидатом в мэры, но и с избирательной кампанией как таковой, они «считывались» как призыв к участию

¹⁸² ДИТ Москвы: около 162 тысяч хакерских атак на ресурсы Правительства Москвы отражено в день выборов мэра // [Электронный ресурс]: https://www.cnews.ru/news/line/2018-09-24_dit_moskvy_okolo_162_tysyach_hakerskih_atak_na (дата обращения: 20.03.2025).

¹⁸³ Мухаметшина Е.А. Москва увеличит финансирование информационной кампании к выборам мэра // [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2018/06/15/772842-finansirovание-kampanii-k-viboram> (дата обращения: 20.03.2025).

в выборах. Позже аналогичные публикации появились у большого количества блогеров, призывавших проявить зрелость и неравнодушие, придя к избирательным урнам.

Важным этапом «цифрового» участия государства в процессе проведения выборов стала организация видеонаблюдения на избирательных участках. Каждый из избирательных участков в Москве был охвачен видеокамерами с функцией немедленной отправки видео на специальные сервера – в качестве исключения такая возможность была обеспечена даже на участках, находившихся в воинских частях. Несмотря на то, что в отличие от предыдущих выборов, возможность посмотреть трансляции с участков не была свободной для любого заинтересованного избирателя, полноценное видеонаблюдение сыграло свою роль в проведении открытых и демократичных выборов.

Заметным новшеством стало использование Комплексов обработки избирательных бюллетеней на 100% участков. Для обновления парка КОИБов после президентских выборов было выделено свыше 30 млн рублей. Несмотря на то, что внедрение этого средства не обошлось без эксцессов, в целом, это техническое новшество способствовало прозрачности и открытости избирательного процесса, как и ресурсоэффективности и скорости обработки результатов.

С 25 июля 2018 года потенциальным участникам выборов был доступен сервис «Мобильный избиратель». С его помощью свыше 200 тыс. россиян воспользовались возможностью выбора удобного избирательного участка для голосования 9 сентября¹⁸⁴. Существенную часть из них составили москвичи. Эксперимент с приложением можно считать успешным – больше половины заявлений от общего количества было подано в электронном виде через Единый портал госуслуг и мобильное приложение «Госуслуги». Для дистанционного

¹⁸⁴ Бакур В.И. Сервисом «Мобильный избиратель» воспользовались более 200 тысяч россиян // [Электронный ресурс]: https://www.cnews.ru/news/line/2018-08-29_servisom_mobilnyj_izbiratel_vospolzovalis (дата обращения: 20.03.2025).

выбора удобного избирательного участка нужно было в электронной форме на gosuslugi.ru или в мобильном приложении указать адрес регистрации, выбрать избирательный участок и отправить заявление. Проект работал вплоть до 5 сентября 2018 года, а его техническим оснащением и поддержкой занималась фирма «РТ-Лабс», дочерняя компания ПАО «Ростелеком».

Наконец, Выборы Мэра Москвы 2018 года – первая масштабная эlectorальная кампания в России, в рамках которой обсуждалось применение технологии блокчейн (распределенного реестра) – особого принципа передачи данных в формате цепочки взаимосвязанных блоков. Данные, вписанные в блокчейн, можно легко верифицировать и крайне тяжело подделать. Впервые эта технология была реализована в платежной системе «Биткоин» в 2009 году. В государственном и муниципальном управлении блокчейны используются для хранения реестров с большими массивами данных, а в ряде стран – и при проведении выборов. 6 июня 2018 года представители фракции ЛДПР в Государственной Думе предложили использовать блокчейн на выборах Мэра Москвы, переведя для желающих голосование в полностью электронный формат¹⁸⁵. По заявлению представителя партии, такое решение позволило бы увеличить явку, а также защитить выборы от внешнего вмешательства, попутно сократив расходы на их проведение.

Накануне выборов непарламентская Партия роста выступила с основанным на блокчейне механизмом мобилизации избирателей с целью повышения явки¹⁸⁶. Каждому потенциальному участнику голосования предлагалось создать блокчейн-кошелек, а придя на избирательный участок 9 сентября 2018 года поделиться своей геопозицией через смартфон. После проверки результатов, участники должны были получить виртуальные токены,

¹⁸⁵ Редичкина К.И. ЛДПР предлагает провести выборы мэра Москвы с помощью блокчейн-технологий // [Электронный ресурс]: <https://www.pnp.ru/politics/ldpr-predlagaet-provesti-vybory-mera-moskvy-s-pomoshhyu-blokcheyn-tehnologiy.html> (дата обращения: 20.03.2025).

¹⁸⁶ Партия роста намерена привлечь людей на выборы мэра Москвы виртуальными призами // [Электронный ресурс]: <https://tass.ru/ekonomika/5498261> (дата обращения: 20.03.2025).

которые впоследствии им предстояло обменять на призы и бонусы. Кампания была явно направлена на привлечение внимания к самой партии – Партия роста не выступала с поддержкой того или иного кандидата на выборах. Вместе с тем, крайне непрозрачный механизм наград и большая задержка перед распределением призов привели к тому, что акция не стала популярной. Таким образом, применение технологии распределенного реестра на выборах осталось на уровне обсуждений, но впервые было предложено крупными политическими силами.

Все кандидаты на пост Мэра Москвы, вошедшие в окончательный список для голосования на выборах 2018 года, задействовали в своих агитационных кампаниях средства сети Интернет. Наиболее масштабной была кампания С.С. Собянина, которая, в форматах BTL-коммуникаций, стартовала еще до официального объявления о планах действующего мэра выдвигаться на новый срок. В середине мая 2018 года, за неделю до старта кампании С.С. Собянина, в аккаунтах социальных сетей ключевых деятелей культуры, искусства, спорта и сферы массовых коммуникаций, стали появляться публикации трёх типов. Во-первых, авторы, не называя имен политических деятелей, и не отсылая к предстоящим выборам формально, выражали одобрение изменениям и проектам, ставшим знаковыми для периода 2013-2018 гг., а именно – инициативе «Московское долголетие», замене керамической плитки на каменную, реорганизации парковочных и дорожных пространств в городе, открытию новых спортивных объектов и современных общеобразовательных школ, увеличению финансирования социальных и градостроительных программ и т.д. Во-вторых, ряд спикеров высказались в поддержку ранее неизвестного общественного движения «За Собянина». Наконец, небольшое количество публичных деятелей прямо высказались в поддержку С.С. Собянина, который еще не объявил о своих планах баллотироваться на пост Мэра Москвы на следующий срок. Важным элементом публикаций были хэштеги – обозначения, призванные охарактеризовать тематику публикации, облегчить ее поиск и группировку с

похожим контентом. Как и для первых публикаций мая 2018 года, так и для последующей кампании, наиболее важную роль сыграли хэштеги #заСобянина¹⁸⁷, #СобянинМэр, #МояМосква, #жизньНалаживается, а также #PutinTeam.

Как и в кампанию 2013 года, заметную роль в формировании образа С.С. Собянина в Интернете сыграли BTL-ролики на YouTube, явно предназначенные для «вирусного», децентрализованного распространения. В одной из серий роликов главная героиня благодарила «Сергея» за дорогие подарки в виде обновленного Парка Горького и бесплатного Wi-Fi в Московском Метрополитене. Также героиня сравнивала «Сергея» и «Юрия» не в пользу последнего, что было еще одной важной частью «собянинского» нарратива в продвижении в Интернете – «отстройка» от Ю.М. Лужкова. Другая серия роликов изображала С.С. Собянина в виде Геракла, а его преобразования в Москве – в виде 12 подвигов античного героя. Формально, ни один из этих материалов не был связан с предвыборной кампанией Мэра, однако опыт использования таких инструментов следует признать успешным.

Следующий этап развития агитационной кампании С.С. Собянина в Интернете начался с середины июля 2018 года, когда в Москве завершились мероприятия Чемпионата мира по футболу. В нем большую роль сыграли медиаволонтеры – в большинстве своем, представители молодежных движений, которые помогали готовить и размещать агитационный контент¹⁸⁸. Функционировавшее с элементами децентрализации, движение медиаволонтеров отправляло материалы для «Одноклассников», «ВКонтакте» и иных социальных сетей в предвыборный штаб С.С. Собянина – а после

¹⁸⁷

Пример:

https://x.com/hashtag/%D0%97%D0%90%D0%A1%D0%9E%D0%91%D0%AF%D0%9D%D0%98%D0%9D%D0%90?src=hashtag_click

¹⁸⁸ Миллер Л.И. Сергей Собянин ждет от москвичей осознанного выбора // Коммерсантъ. 2018. № 130. С.3.

утверждения тематики, стилистики и содержания подачи добивалось максимального распространения контента.

В конце июля – начале августа 2018 года была зафиксирована еще одна волна массового размещения «аполитичного» BTL-контента в аккаунтах ключевых лидеров мнений у молодежи. Так, ролики с одобрением бесплатного Wi-Fi в метро появились у блогеров Гусейна Гасанова, Николая Соболева и других «миллионников». В ряде случаев, нарратив был «кастомизирован», адаптирован под характер того или иного спикера и его аудитории. Так, блогеры, снискавшие популярность lifestyle-контентом и публикациями о моде, рассуждали о том, как бы они «приодели» С.С. Собянина, либо о дизайне одежды для его волонтеров¹⁸⁹.

Важной частью избирательной кампании С.С. Собянина в Интернете был его персональный блог на предвыборном сайте. По оценкам журналистов, резкая активизация блога и изменение его стилистики могли быть связаны с составленными на базе опросов общественного мнения рекомендациями кандидату строить, с одной стороны, более «человечный», личностно окрашенный образ, с другой стороны – показать себя более близким москвичам¹⁹⁰. В блоге кандидат рассказывал о новостях своего штаба, набирал волонтеров, а также делился подробностями кампании – поездок в отдаленные районы, бесед с москвичами, встреч с отраслевыми профессионалами и политологами, сбора наказов и т.д¹⁹¹. Несомненно, этот подход сыграл свою роль в позитивном восприятии С.С. Собянина, так как выгодно отличался от типичных «безличных» сообщений блогов должностных лиц и организаций. Понимая

¹⁸⁹ Миронова К.А., Миллер Л.И. За Wi-Fi, парки и тротуары // [Электронный ресурс]: <https://www.kommersant.ru/doc/3696498> (дата обращения: 20.03.2025).

¹⁹⁰ ВЦИОМ рекомендовал Собянину идти на выборы в образе «служителя» // [Электронный ресурс]: <https://www.rbc.ru/politics/20/06/2018/5b2916079a79476f2ca1cf21> (дата обращения: 20.03.2025).

¹⁹¹ Сергей Собянин проголосовал на выборах Мэра Москвы // [Электронный ресурс]: <https://www.sobyanin.ru/team/news/sergei-sobyanin-progolosoval-na-vyborah-mera-moskvy> (дата обращения: 20.03.2025).

потенциал ресурсов Интернета, штаб С.С. Собянина опирался и на новые технологии, в том числе и довольно эксцентричные. Так, в поддержку С.С. Собянина высказывался робот-волонтер. Гостям предвыборного штаба также предлагались очки виртуальной реальности. Посредством таких VR-очков, потенциальные избиратели, политические аналитики и журналисты могли проследить визуальную историю изменений в облике Москвы с начала XX века по первую половину 2010-х годов.

Остальные кандидаты преимущественно сосредоточили свои предвыборные кампании в Интернете на личных сайтах, сообществах в социальных сетях, интервью цифровым изданиям. Так, В.В. Кумин на специально созданном сайте [kumin.online](https://www.kumin.online) опубликовал программные заявления «Обращение к москвичам» и «Позиция». В противовес «apolитичной» программе, его заявления подчеркивали противоречия его программы и курса московской власти: «Мэрами большинства крупных европейских городов (Парижа, Берлина, Лондона) в этом десятилетии всё чаще становятся представители левых сил. Это связано с тем, что прежние методы руководства правых и либеральных сил завели жизнь этих мегаполисов в тупик. Развитие городов вступило в противоречие с прежними правыми и либеральными идеями. Это касается и Москвы. Либерально-технократический подход к управлению Москвой привёл к появлению множества трудноразрешимых проблем. (...) Я готов решать эти проблемы. Я надеюсь, что мне в этом поможет КПРФ и её актив, представители других левых и патриотических сил, с которыми я намерен сотрудничать»¹⁹². Помимо заявлений и программных документов, на сайте была размещена биография, контактные данные кандидата, а также форма для регистрации в качестве волонтера В.В. Кумина. В качестве ключевых социальных сетей для агитации В.В. Кумин выбрал Twitter и Facebook*. При этом, первая публикация в Twitter в его блоге была размещена в день выдвижения

¹⁹² Обращение к москвичам // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20180726045256/https://www.kumin.online/?p=312> (дата обращения: 20.03.2025).

в качестве кандидата на пост мэра, а именно 8 июня 2018 года. Важная характеристика продвижения кандидата В.В. Кумина в соцсетях – кросс-платформенность: его аккаунты в Facebook* и Twitter ссылаются друг на друга, причем активность публикаций падает по мере приближения даты выборов. Работая с Интернет-СМИ, В.В. Кумин стремился давать интервью не только традиционным для КПРФ консервативным медиа («Свободная пресса»), но и более востребованным, как, к примеру, Daily Storm. Также, В.В. Кумин активно использовал сайт КПРФ для информирования о своей деятельности, а раздел блога на собственном сайте, напротив, ограничился парой десятков публикаций. Продвигаясь в социальной сети «ВКонтакте», кандидат сосредоточился на личном блоге (5716 друзей по состоянию на начало сентября 2018 года), в то время как две публичные страницы суммарно не набрали и 700 подписчиков.

Существенно меньшую активность в Интернете и социальных сетях продемонстрировали оставшиеся три кандидата. Сайт И.Т. Свиридова, созданный на бесплатной платформе Tilda, обладал лишь функционалом связи с кандидатом, возможностью стать волонтером или наблюдателем, а также контактными данными штаба. Раздел с новостями перестал обновляться еще в ходе кампании, в июле 2018 года. В разделе блога штаб кандидата публиковал новости кампании, материалы со встреч И.Т. Свиридова с горожанами. Помимо YouTube-канала, И.Т. Свиридов разместил несколько видеозаписей непосредственно на сайте. Публичные страницы в социальных сетях И.Т. Свиридова заметной аудитории не собрали. Вместе с тем, по данным политических оппонентов, И.Т. Свиридов активно удалял из «ВКонтакте» фотоматериалы и текстовые сведения о его деятельности в качестве руководителя Хуторского казачьего общества «Разумовский», вступавшие в диссонанс с агитационными нарративами леволиберального кандидата, который претендовал на долю протестного электората. Как и остальные кандидаты, И.Т. Свиридов активно давал интервью СМИ и редакторам официального сайта партии «Справедливая Россия».

Кампании в Интернете М.Д. Балакина и М.В. Дегтярева прошли практически незамеченными. Известно, что последний освещал основные этапы кампании, а также программных документов на личном сайте degyarev.info. Страницы в социальных сетях носили исключительно неофициальный характер и сосредотачивались на других аспектах деятельности М.В. Дегтярева – так, в описании к самой крупной группе он позиционировался как «самарский политик». Обозреватели даже высказывали удивление, насколько малыми были вложения ЛДПР в избирательную кампанию своего кандидата¹⁹³. М.Д. Балакин, по-видимому, даже не создавал официального сайта, ограничившись агитацией в мессенджерах. Выдвинувшая его ранее неизвестная партия «Союз горожан» также не имела своего публичного сайта. Его каналы назывались «Лужковский кандидат», что соответствовало нарративу о нем, как о кандидату от «старой власти» в Москве.

По итогам избирательной кампании впервые с уверенностью можно сказать, что ни один из противников действующего мэра не смог составить ему серьезную конкуренцию в плане агитации в Интернете. Так, по данным автоматизированной системы «Медиалогия», С.С. Собянина в Интернете в ходе предвыборной кампании упомянули 45377 раз, а остальных кандидатов суммарно 20539 раз¹⁹⁴. При этом, в сегменте соцсетей С.С. Собянину удалось добиться существенного преобладания положительных коннотаций – в двух крупнейших социальных сетях соотношение «позитивных» и «негативных» публикаций было порядка 10:1.

Подводя итог пятой главе нашего исследования, целесообразно отметить, что с точки зрения использования технологий Интернета, Выборы Мэра Москвы 2018 года отметились рядом новшеств. Во-первых, впервые в контексте

¹⁹³ Петровский И.И. Михаил Дегтярев: "Наша главная задача – выйти во второй тур" // [Электронный ресурс]: <https://newizv.ru/news/2018-09-05/mihail-degtyarev-nasha-glavnaya-zadacha-vyyti-vo-vtoroy-tur-273597> (дата обращения: 20.03.2025).

¹⁹⁴ СМИ упоминали Собянина во время кампании вдвое чаще других кандидатов // [Электронный ресурс]: <https://www.rbc.ru/politics/07/09/2018/5b90f9959a79476c0684a13b> (дата обращения: 20.03.2025).

электорального процесса были задействованы технологии виртуальной реальности и обсуждалось использование средств блокчейна. Во-вторых, впервые на этих выборах средства информации, адаптированные для мобильных устройств, преобладали над «стационарными». В-третьих, гораздо более масштабные ресурсы были задействованы государством, что определило характер как объемов агитации за участие в выборах, так и технических средств – видеонаблюдения, КОИБов и т.д. Говоря о применении ресурсов Интернета кандидатами, мы приходим к выводу о полном преобладании материалов С.С. Собянина в различных сегментах СМИ и соцсетей. Действующий мэр грамотно сделал ставку на комбинацию BTL-рекламы и масштабные усилия децентрализованных команд медиаволонтеров, приложивших руку к ранее невиданному количеству контента.

Глава 6. Использование интернет-ресурсов в кампаниях по избранию депутатов Московской городской Думы

6.1 Московская городская Дума: история создания, механизмы формирования и функционирования, полномочия

В настоящем разделе исследования будут освещены основные этапы создания и функционирования Московской городской Думы, вопросы ее исторической преемственности, полномочий, ключевые принципы формирования.

Московская городская Дума – представительный орган законодательной власти Москвы как города федерального значения – представляет собой ключевой элемент современного этапа многовековых демократических традиций участия москвичей в решении ключевых вопросов жизни города. Впервые это участие было институционализировано в соответствии с Грамотой на права и выгоды городам («Жалованной грамотой городам»), принятой Екатериной II в 1785 году. В соответствии с этим документом, фиксировавшим права и полномочия дворянского и мещанского сословий, все полноправное население города делилось на шесть сословий. Общегородское избирательное собрание – Общая городская Дума – функционировавшая в соответствии с Городской обывательской книгой, выбирала Шестигласную Думу сроком на три года. В Шестигласную Думу включались по одному представителю от шести привилегированных сословий – домовладельцев («настоящих городских обывателей»), купцов трёх гильдий, ремесленников, зарегистрированных в том или ином цеху, иностранцев и иногородних, «именитых граждан» и посадских людей (рабочих)¹⁹⁵. Собственники недвижимости и посадские люди выбирали по

¹⁹⁵ Екатерина II. Грамота на права и выгоды городам Российской империи // Полное собрание законов Российской империи с 1649 года. – СПб.: Типография II отделения Собственной Его Императорского Величества канцелярии, 1830. – Т. XXII, 1784–1788, № 16187. – С. 358–384.

одному гласному от каждой части Москвы. По одному гласному избиралось от каждой из купеческих гильдий, а цеховые ремесленники избирали по одному гласному от каждого цеха. От каждого подразделения именитых граждан (только при условии численности свыше пяти граждан) избиралось по одному гласному. Изначально в состав Общей городской Думы входил городской голова, 15 гласных об собственников недвижимости («настоящих городских обывателей»), 3 представителей купеческих гильдий, 16 от цеховых, 15 – от мещанства, 12 – от иностранцев (по одному от каждой диаспоры) и одного от «именитых граждан»¹⁹⁶.

Таким образом, самоуправление базировалось на строгом имущественном и сословном цензе. Вместе с тем, и фактическая власть Шестигласной Думы была ограничена – все решения подлежали утверждению губернатора, а деятельность Думы контролировалась органами центральной администрации. Кроме этого, многие процедурные моменты существования городского общества и его самоуправления были недостаточно прояснены¹⁹⁷. В 1799 году деятельность городского собрания и Шестигласной Думы была прекращена указом Павла I, но уже спустя три года возобновлена императором Александром I.

Радикальные преобразования произошли в результате Городовой реформы 1870 года, проведённой в рамках либеральных преобразований Александра II. В соответствии с новым Городовым положением 1870 года в Москве была создана новая структура Городской Думы и исполнительного органа – Городской управы. Члены Думы избирались на основе имущественного ценза, и её состав формировался по куриям (первой – наиболее состоятельной, третьей – наименее). Городская управа возглавлялась городским головой, избираемым Думой и утверждаемым министром внутренних дел. Эта система обеспечивала определённую автономию городского управления, особенно в сфере благоустройства, образования, здравоохранения и хозяйственной деятельности,

¹⁹⁶ Алексеева Г. А. Москва. Городское управление. Справочник. –М., 1997. – С. 120–122.

¹⁹⁷ Дитятин И.И. Устройство и управление городов России. Ярославль, 1875-1877. С. 440-441.

включая управление городским имуществом и сбором налогов. При Общей городской Думе функционировали постоянные комиссии – для решения повседневных городских вопросов – и временные комиссии, распускавшиеся после решения конкретных задач. В 1872 году полномочия Общей городской Думы перешли к Городской Думе. В 1892 году в процессе контреформ Александра III городское самоуправление в России было превращено, по оценкам ряда исследователей, в разновидность государственной службы¹⁹⁸ – был радикально поднят имущественный ценз, исключались законодательные положения, закреплявшие независимость городских Дум, сокращалась численность заседаний, а общее число избирателей в Москве сократилось более чем втрое за счет лишения избирательного права всех горожан без какой-либо недвижимой собственности.

После Февральской революции, отменившей имущественный ценз, 25 июня 1917 года прошли первые всеобщие выборы в Городскую Думу по партийным спискам – 117 мест из 200 отошли партии социалистов-революционеров. В начале ноября 1917 года гордума была распущена решением Московского военно-революционного комитета. Управление городским хозяйством стал осуществлять Московский совет рабочих и солдатских депутатов (с 19 марта 1918 года – Московский совет рабочих и красноармейских депутатов, Моссовет). Первые после революции выборы в Моссовет прошли в конце марта – начале апреля 1918 года. От заводов и красноармейских частей численностью от 100 до 500 человек избирался один депутат, от более крупных предприятий – депутат от каждого 500 человек, от профсоюзов – один депутат от 5 тыс. человек. К участию в выборах были допущены только представители лояльных к большевикам партий – левых эсеров и меньшевиков. По итогам голосования большевики получили 67% мест, меньшевики – 11,5%, левые эсеры – 5%.

¹⁹⁸ Самородов Д.А. Контреформы Александра III: содержание и последствия // Царскосельские чтения. 2012. С. 79.

После выделения Москвы в 1931 году в отдельную административно-хозяйственную единицу был создан Московский городской совет рабочих и красноармейских депутатов. В 1920-1930-х годах выборы его депутатов проходили не по месту жительства, а по месту работы избирателей: горожане голосовали открытым способом на предприятиях, в учреждениях, домоуправлениях¹⁹⁹.

В соответствии с Конституцией СССР 1936 года горсовет получил новое название – Московский совет депутатов трудящихся (с 1977 года – Московский городской совет народных депутатов). Он являлся высшим органом государственной власти в столице (исполнительной и законодательной). С 1939 года выборы в Моссовет стали проходить на избирательных участках по месту жительства путем прямого и тайного голосования. До 1990 года выборы в него проходили 20 раз, при этом количественный состав депутатов неоднократно менялся. В позднесоветские годы состав Моссовета был огромным: так, в 1977 году были избраны 1160 депутатов: 543 (46,8%) рабочих; 606 депутатов (52,2%) – члены и кандидаты в члены КПСС и 247 депутатов (21,3%) – члены ВЛКСМ; в числе депутатов 517 (44,6%) женщин. 583 депутата (50,3%) избраны впервые²⁰⁰. Моссовет занимался обширным перечнем задач: «Моссовет руководит на своей территории государственным, хозяйственным и социально-культурным строительством, утверждает план комплексного экономического и социального развития, бюджет города, отчёты о выполнении плана и исполнении бюджета, осуществляет руководство подчинёнными ему государственными органами, предприятиями, учреждениями и организациями, обеспечивает соблюдение законов, охрану государственного и общественного порядка, прав граждан: Моссовет координирует и контролирует деятельность расположенных в Москве предприятий, учреждений и организаций вышестоящего подчинения в области

¹⁹⁹ История выборов в Московскую городскую Думу // [Электронный ресурс]: <https://tass.ru/info/21782123> (дата обращения: 15.04.2025).

²⁰⁰ Моссовет. // Москва. Энциклопедия. 1980. [Электронный ресурс]: https://mos80.ru/m/moskvoretskaya_muzey/mossovet.html (дата обращения: 15.04.2025).

землепользования, охраны природы, строительства, использования трудовых резервов, производства товаров народного потребления, социально-культурного, бытового и иного обслуживания населения города. Постоянный и эффективный характер деятельности Моссовета обеспечивается работой его сессий, Исполкома, постоянных комиссий и депутатов. Сессии созываются Исполкомом Моссовета не реже четырёх раз в год»²⁰¹.

В марте 1990 года были проведены первые альтернативные выборы в Моссовет – т.е., кроме коммунистов и беспартийных в них участвовали и представители иных общественных объединений. В ходе двух туров были избраны 465 депутатов из 498. Большинство мандатов – 285 (61,3%) – получили представители блока "Демократическая Россия". В апреле 1990 года Моссовет возглавил один из лидеров демократического движения Г.Х. Попов. Вскоре Моссовет и Исполком Моссовета были разделены, а с июня 1991 года главным органом городского управления в Москве становится Мэрия Москвы. После избрания Г.Х. Попова Мэром Москвы, его обязанности в Моссовете перешли к Н.Н. Гончару²⁰².

После конституционного кризиса конца 1993 года, Моссовет был распущен – по мнению правоведов, в строгом смысле, в том числе и поэтому Мосгордуму нет смысла рассматривать как преемницу Моссовета²⁰³. В соответствии с Указом Президента РФ Б.Н. Ельцина от 24.10.1993 № 1738 «О поддержке мер правительства Москвы и Московского областного совета народных депутатов по реформе органов государственной власти и органов местного самоуправления в Москве и Московской области»²⁰⁴, представительным органом государственной

²⁰¹ Там же.

²⁰² Сухов И.И. Все говорят – Союз, Союз, а как только подошли к созданию Союза, так начинаются маневры // [Электронный ресурс]: <https://www.kommersant.ru/doc/5076447> (дата обращения: 15.04.2025).

²⁰³ Дубовик В.Н. Организация законодательной власти в городе Москве: преемственность, новеллы, специфика // Труды Института государства и права Российской академии наук. 2008. № 5. С. 66.

²⁰⁴ О поддержке мер правительства Москвы и Московского областного совета народных депутатов по реформе органов государственной власти и органов местного самоуправления в Москве и Московской области. Указ Президента РФ от 24.10.1993 № 1738 // [Электронный

власти г. Москвы становилась Московская городская Дума, выборы первого созыва которой были назначены на 12 декабря 1993 года. Исследователи неоднократно подчеркивали экспериментальный характер преобразований в городском самоуправлении Москвы в первой половине 1990-х годов²⁰⁵.

Современная Московская городская Дума функционирует, в первую очередь, в соответствии с Уставом города Москвы – ключевым законом города, принятым 28 июня 1995 года и действующем в редакции Закона г. Москвы от 25 декабря 2024 г. № 12²⁰⁶. Непосредственно статус и полномочия Мосгордумы предписываются статьями Главы 6 Устава города Москвы «Законодательная власть города Москвы». В соответствии со ст. 33 данной Главы, Московская городская Дума является постоянно действующим представительным и единственным законодательным органом государственной власти города Москвы. Численность Московской городской Думы установлена в 45 депутатов, а срок их полномочий – 5 лет. Депутаты Московской городской Думы избираются жителями города Москвы на основе всеобщего равного и прямого избирательного права при тайном голосовании.

Московская городская Дума считается правомочной, если в ее состав избрано не менее двух третей от установленного числа в 45 депутатов. В число депутатов включаются как депутаты, исполняющие свою деятельность на профессиональной постоянной основе, так и депутаты, действующие без отрыва от основной деятельности.

Статья 35 Устава города Москвы «Полномочия Московской городской Думы» предписывает широкий круг полномочий, осуществляемых депутатами городского парламента.

ресурс]:

<https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=EXP&n=226900#dcC7IIUUeMkOrfE7> (дата обращения: 15.04.2025).

²⁰⁵ Раевская А.Р. Этапы правового регулирования местного самоуправления в Москве на рубеже XX-XXI вв. // Социология власти. 2012. № 3. С. 165.

²⁰⁶ Устав города Москвы // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/998898/> (дата обращения: 15.04.2025).

Законодательные полномочия включают принятие Устава города Москвы и законов в пределах компетенции города. Дума также принимает постановления, регулирующие различные аспекты городской жизни. Организационные функции предусматривают избрание Председателя МГД и его заместителей, а также формирование структуры Думы, включая создание комиссий и рабочих групп. Дума утверждает положение об Аппарате МГД и назначает его руководителя.

Контрольные полномочия включают контроль за исполнением городских законов и заслушивание ежегодных отчетов Мэра Москвы о деятельности Правительства города. Дума также заслушивает информацию о деятельности территориальных органов федеральных исполнительных властей в Москве.

МГД обладает правом законодательной инициативы в Федеральном Собрании Российской Федерации и направляет запросы в Конституционный Суд РФ в соответствии с Конституцией. Дума избирает представителя в Совет Федерации от МГД и участвует в формировании избирательных комиссий. Дополнительные полномочия включают назначение выборов в МГД и выборов Мэра Москвы, выражение недоверия Мэру и другим должностным лицам, назначение и освобождение от должности Уполномоченного по правам человека в городе, а также установление порядка проведения городского референдума.

Таким образом, Московская городская Дума выполняет ключевую роль в системе государственной власти города, обеспечивая законодательное регулирование, контроль за исполнительной властью и организацию собственной деятельности.

Согласно Уставу города Москвы, Председатель Московской городской Думы и его заместители выполняют ключевые функции в организации работы законодательного органа столицы.

Председатель избирается из числа депутатов тайным голосованием и осуществляет следующие функции:

- организует подготовку и проведение заседаний Думы;

- ведёт заседания, исполняя полномочия председательствующего;
- созывает внеочередные заседания;
- подписывает постановления, заявления, обращения и иные документы Думы;
- осуществляет представительские функции;
- выполняет иные функции в соответствии с федеральными законами, законами и нормативными правовыми актами города Москвы.

В случае отсутствия Председателя его функции исполняет один из заместителей в порядке, установленном Регламентом Думы.

Заместители Председателя избираются из числа депутатов тайным голосованием. Они исполняют функции по поручению Думы или её Председателя, включая ведение заседаний и участие в представительских мероприятиях.

Право законодательной инициативы в Московской городской Думе принадлежит депутатам, комиссиям, фракциям и рабочим группам Думы, Мэру Москвы, Председателю Московского городского суда, Председателю Арбитражного суда города Москвы, Прокурору города Москвы, представителю Думы в Совете Федерации, Уставному суду города Москвы, представительным органам местного самоуправления, а также гражданам, реализующим право гражданской законодательной инициативы в порядке, установленном законом города Москвы.

Законопроекты, предусматривающие расходы из бюджета города Москвы, рассматриваются Думой по представлению Мэра Москвы либо при наличии его заключения. Дума правомочна принимать законы, постановления и иные акты при наличии не менее половины от установленного числа депутатов. Законы принимаются большинством голосов от установленного численного состава депутатов, если иное не предусмотрено федеральным законом. Постановления принимаются большинством голосов от числа избранных депутатов.

Принятые законы подписываются Мэром Москвы и обнародуются в четырнадцатидневный срок. Постановления подписываются Председателем Думы. Таким образом, Председатель и его заместители обеспечивают организацию и функционирование законодательного процесса в городе Москве, а порядок принятия законов регламентирован Уставом города.

6.2. Превращение Интернета в фактор электоральной активности на выборах в Мосгордуму в 2001–2009 гг.

В данном разделе исследования будут подробно освещены особенности применения технологий Интернета в избирательных кампаниях кандидатов в Московскую городскую Думу в 2001, 2005 и 2009 годах, с акцентом на то, как постепенно менялась роль сетевых ресурсов в электоральной активности и политической коммуникации в столице. Анализ охватывает как законодательные изменения, так и практику партийного и независимого использования Интернета в агитации, а также освещение кампаний в электронных СМИ.

В 2001 году выборы в Московскую городскую Думу проходили по мажоритарной системе в 35 одномандатных округах. Дата голосования была назначена на 16 декабря 2001 года. Своих кандидатов на эти выборы выдвинули различные политические силы: недавно учреждённая всероссийская политическая партия «Единая Россия», партии «Союз правых сил», ЛДПР, КПРФ, «Яблоко», а также непарламентские объединения – анархисты, Социал-демократическая партия России, Российская объединенная промышленная партия, Российская коммунистическая рабочая партия, Рабочая партия России, а также избирательные объединения с нестандартными названиями вроде «Миллион друзей» и «Мы – первое свободное поколение». На момент завершения процесса подачи документов, 18 ноября 2001 года, из 326 человек, выдвинувших свои кандидатуры, полные пакеты документов сдали лишь 192. Из них 73 кандидата были зарегистрированы, восьмерым было отказано в

регистрации²⁰⁷. 28 кандидатов внесли избирательный залог в размере 450 тыс. рублей, в то время как остальные приступили к сбору подписей: для утверждения кандидата требовалось собрать 1% подписей жителей его избирательного округа.

Особенностью избирательной кампании 2001 года стал необычный опыт консолидации различных политических сил. Уже 5 ноября 2001 года представители «Единой России» (тогда еще работавшие по отдельности как «Отечество» и «Единство»), «Союза правых сил» и «Яблока» – С.К. Шойгу, Ю.М. Лужков, Г.Я. Явлинский и Б.Е. Немцов – достигли договоренности о планах выставить единый список кандидатов в депутаты Московской городской Думы. По оценкам тогдашнего мэра Москвы Ю.М. Лужкова, это был первый подобный прецедент в истории московских выборов. Формирование так называемого «Списка четырех» получило значительную поддержку различных слоев избирателей, что позволяло ожидать серьезного влияния на результаты голосования.

По итогам выборов, при сравнительно небольшой явке – 30,47% избирателей, 15 мест в Московской городской Думе достались представителям «Единой России», 10 – самовыдвиженцам, 6 – представителям «Союза правых сил», 4 – представителям «Яблока», тогда как КПРФ и ЛДПР не получили своих представителей в III созыве Мосгордумы. Ход избирательной кампании и сами выборы были подробно освещены в наиболее популярных электронных СМИ того времени – на сайтах «Коммерсант», «Лента.ру», «СМИ.ру» и других, а также на специализированных порталах. Согласно данным газеты «Панорама», освещение процесса и результатов выборов происходило в первую очередь через ресурсы Мосгоризбиркома – <http://mik.mos.ru/> и <http://show.mgik.mos.ru/>, а также через общественные Интернет-ресурсы, созданные для наблюдения за выборами – <http://mosdeputat.ru/>, <http://www.gorduma.ru/>, <http://www.mosdep.narod.ru/>. Взаимодействие избирателей с Мосгоризбиркомом можно было проследить и через текстовые материалы сервера Межрегионального объединения

²⁰⁷ Кто хочет стать московским депутатом // Коммерсантъ. 2001. № 210. С. 3.

избирателей (<http://www.votas.ru/>), где размещались сведения о встречах избирателей и работе комиссий. Следует отметить, что с 21 декабря 1997 года официально функционировал сайт Мосгордумы, что позволяло использовать интернет-технологии для информирования граждан о деятельности парламента.

Таким образом, набирающие популярность электронные СМИ и ресурсы органов государственной власти способствовали распространению информации о выборах в сети Интернет. При этом агитация в пользу кандидатов развивалась в несколько иной парадигме. По всей видимости, сами общественные и политические деятели, выдвигавшиеся в депутаты Мосгордумы, не вели заметных личных сайтов и блогов. Вместе с тем, политические силы, выдвигавшие кандидатов, уже активно использовали собственные веб-ресурсы. Например, сайт политической партии «Яблоко» опубликовал эмоциональное обращение ко всему избирателю с призывом поддержать «список четырех»²⁰⁸, сопровождавшееся разъяснением о политической ответственности руководителей партий за выдвинутых кандидатов. Ресурс также распространял пресс-релизы для максимального охвата аудитории через электронные и печатные СМИ²⁰⁹.

По свидетельству депутата М.М. Вышегородцева, в интервью автору исследования, реклама в Интернете действительно являлась частью предвыборной кампании 2001 года. Депутат С.В. Орлов отмечал, что использование Интернета носило скорее модный характер, тогда как Е.Б. Балашов и А.Г. Семеников считали, что основными методами агитации оставались личные встречи с населением, а также в меньшей степени – реклама

²⁰⁸ Андрусенко Л.А. "Список Лужкова" становится межпартийным // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/politics/2001-11-06/1_luzhkov.html (дата обращения: 15.04.2025).

²⁰⁹ Совместное обращение к москвичам лидеров Общероссийской политической общественной организации – Партии "Единство", Общероссийской политической общественной организации "Отечество", Общероссийской политической общественной организации "Политическая партия "Союз Правых Сил" и Общероссийской политической общественной организации "Объединение "Яблоко" // [Электронный ресурс]: <https://www.yabloko.ru/Press/Docs/2001/1105Ot-Ed-SPS-Ybl-Msk.html> (дата обращения: 15.04.2025).

в газетах и кабельном телевидении²¹⁰. Таким образом, ресурсы Интернета, хотя и применялись в кампании, во-первых, использовались исключительно политическими партиями, а не отдельными кандидатами, а во-вторых, носили подчиненный, вспомогательный характер по сравнению с классическими методами распространения информации. Например, представители «Яблока» указывали адрес своего сайта на печатной агитационной продукции.

Выборы в Московскую городскую Думу IV созыва прошли 4 декабря 2005 года. В отличие от предыдущей кампании, избирательное законодательство столицы было существенно изменено. Во-первых, от схемы с одномандатными округами Мосгоризбирком перешел к смешанной мажоритарно-пропорциональной системе: из 35 депутатов городского парламента 15 избирались по одномандатным округам, а 20 – по единому избирательному округу, то есть по городскому списку от каждой политической партии, допущенной к выборам. Во-вторых, был значительно увеличен размер избирательного залога – до 15 млн рублей. В бюллетенях оказались кандидаты от 9 партий: «Единая Россия», КПРФ и ЛДПР были освобождены от предварительной процедуры регистрации, остальные партии либо внесли залог, либо собрали подписи для допуска к выборам. Для некоторых партий, таких как «Зеленые» и «Свободная Россия», проверка подписей показала, что небольшая часть подписей была недействительной, но лимит забракованных подписей составлял 10%, что позволяло им пройти регистрацию. Партия «Родина» была допущена после внесения залога, но из-за распространения ксенофобского агитационного видеоролика впоследствии была снята с выборов.

Лимит забракованных подписей на тех выборах был установлен в 10%²¹¹. Партия «Родина» была включена в избирательные бюллетени после внесения

²¹⁰ Вышегородцев М.М. (2025) Интервью в Москве 12.03. (Архив Е.Д. Костюниной).

²¹¹ 10 партий будут участвовать в выборах в Мосгордуму 4 декабря // [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru/library/news/2005/10/27/10-partij-budut-uchastvovat-v-vyborah-v-mosgordumu-4-dekabrya> (дата обращения: 15.04.2025).

избирательного залога, однако, за создание и распространение ксенофобского агитационного видеоролика, впоследствии была снята с выборов.

Среди других новелл московского Избирательного кодекса 2005 года следует отметить отказ от графы «Против всех кандидатов», а также довольно высокий проходной барьер для общегородского списка – 10%, что вдвое превышало аналогичный показатель для Государственной Думы.

В итоге, при несколько возросшей явке – до 34,75% – убедительную победу одержала партия «Единая Россия», список которой возглавлял действующий мэр Ю.М. Лужков. В голосовании по партийным спискам «Единая Россия» получила 47,25 % голосов (или 13 мест в городском парламента). 10-процентный барьер преодолели ещё две партии – КПРФ (16,75 %, 4 места) и «Яблоко-Объединенные демократы» (19,11 %, 3 мандата). В голосовании по одномандатным округам «Единая Россия» получила все 15 мест, заняв первое место в каждом из голосований с результатами победивших кандидатов от 29,3% (И.Е. Антонов) до 61,7% (О.Е. Бочаров) и с отрывом от второго места от 1,3% до 45,1%. Таким образом, в новом созыве Московской городской Думы 28 мест отошло «Единой России», 4 места – КПРФ, 3 места – коалиции «Яблоко – Объединенные демократы».

Возросшая задействованность технологий Интернета по сравнению с предыдущими выборами в Мосгордуму была характерной чертой кампании 2005 года применительно ко всем ее акторам. Так, цифровой автоматизированный сервис ГАС «Выборы» уже был задействован не только для подсчета голосов, но и для проверки качества подписей, направленных непарламентскими объединениями, не вносящими избирательный залог²¹². Это говорит о росте доверия к системе и расширения её функционала. Еще одно важное направление – проникновение технологий Интернета в избирательные процедуры – публикация

²¹² Кынев А.В. Выборы Московской Городской Думы 4 декабря 2005: апофеоз имитационных выборов // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20070209081527/http://www.frip.ru/newfrip/cnt/library/books/0013> . (дата обращения: 15.04.2025).

большого количества опросов, экзит-поллов, электоральных исследований на Интернет-сайтах. К таким обносятся бюллетень «Выборы в Мосгордуму» от «Левада-центра» **, публиковавший данные по планам москвичей участвовать в голосовании, поддержке конкретной политической силы²¹³. Интересно, что в большинстве публикаций этого цикла заметную популярность демонстрировала правоконсервативная партия «Родина», снятие которой с выборов, во многом, обусловило сравнительно успешное выступление КПРФ. Аналогичные материалы «Всероссийского центра изучения общественного мнения» включали также опросы с показателями общей информированности граждан о выборах, а также наиболее острых городских проблемах, вызывавших беспокойство жителей города²¹⁴.

Использование технологий Интернета непосредственно в агитационных процессах все еще оставалось ограниченным. Впервые выявляются сообщения об использовании сетевых ресурсов отдельными кандидатами. Преимущественно, как и в предыдущих кампаниях, агитация в Интернете оставалась прерогативой политических партий. По оценке депутата Е.А. Бунимовича, объединение «Яблоко-Объединенные демократы» проявило существенную активность в кампании 2005 года, в том числе – и на сайте партии «Яблоко»²¹⁵. Из мейнстримных политических сил значительной была активности КПРФ, освещавшей основные этапы предвыборной кампании, переговоры с разными политическими силами и т.д. как на собственном сайте, так и на сайтах средств массовой информации (СМИ). Интересным явлением стала кампания «Свободной России», которая до избирательной кампании называлась «Сетевой партией». Тяготевшая к радикально-либертарианским взглядам, близкая «новым правым», эта партия оценивалась как одна из первых, сформировавшихся в

²¹³ Выборы в МосгорДуму: Пресс-выпуск // [Электронный ресурс]: <https://www.levada.ru/2005/10/06/vybory-v-mosgordumu/> (дата обращения: 15.04.2025).

²¹⁴ Выборы в МосгорДуму и проблемы, волнующие москвичей // [Электронный ресурс]: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analyticheskii-obzor/vybory-v-mosgordumu-i-problemy-volnuyushchie-moskvichej> (дата обращения: 15.04.2025).

²¹⁵ Бунимович Е.А. (2025) Интервью в Москве 14.03. (Архив Е.Д. Костюниной).

Интернете, на базе набиравшего популярность «Живого журнала». С её деятельностью была связана полемическая, провокативная публицистика ключевых деятелей раннего русскоязычного ЖЖ – журналиста М.В. Кононенко («Мистер Паркер»), предпринимателя Ю.П. Аммосова («Скунс»), писательницы М.И. Арбатовой и других. Так, «Свободная Россия» размещала в Интернете баннеры, воспроизводящие заявления с критикой «Яблока – Объединенных демократов». Заметного влияния на исход выборов это не оказало – «Свободная Россия» заняла третье место с конца, получив около 2,2% голосов избирателей и даже не приблизилась к результатам, дававшим право на депутатские мандаты – однако для истории выборов в Мосгордуму этот тренд стал примерном эlectorальной консолидации в Интернете.

Исследователи предвыборной кампании на выборах в Мосгордуму 2005 года говорили о начинавшейся «джентрификации» использования Интернета – по оценкам эксперта А.Ю. Бузина²¹⁶, более активно Интернет-публикации были использованы в благополучном и «продвинутом» Западном административном округе столицы. Так, в 14 округе, в основном соответствовавшем району Крылатское, кандидат от «Единой России» Е.В. Герасимов существенно опередил своего визави от «Российской партии жизни» А.Г. Тарнавского именно за счет большего числа упоминаний в Интернете.

Интернет впервые упоминался в политических программах партий – так, «Яблоко-Объединенные демократы» призывали «установить строжайшую отчетность о расходовании бюджетных средств каждым бюджетополучателем, обязав его публиковать в Интернете данные о расходовании им средств в режиме on-line»²¹⁷.

Выборы в Мосгордуму V созыва были назначены на 11 октября 2009 года. По сравнению с предыдущей кампанией, было пересмотрено соотношение

²¹⁶ Бузин А.Ю. Административные избирательные технологии: московская практика. М., 2006. С. 135.

²¹⁷ Кынев А.В. Указ. Соч.

мажоритарной и общегородской (пропорциональной) части в смешанной системе выборов. Пропорциональная часть была сокращена до 18 мандатов, что обусловило фактическое равенство обоих принципов голосования. Также был сокращен необходимый барьер для голосования по партийным спискам – отныне депутатские места получала партия, получившая от 7 % голосов избирателей. Наконец, была полностью отменена практика избирательного залога, и все партии, принимавшие участие в выборах, за исключением парламентских, должны были собирать подписи среди потенциальных избирателей. Впервые в современной истории России Мосгордума избиралась сроком на 5 лет. За счет ужесточения требований к политическим силам, претендующим на места в региональном парламенте, а избирательные бюллетени по партийным спискам прошло только шесть партий – «Единая Россия», КПРФ, «Справедливая Россия», «Яблоко» и «Патриоты России», а партия «Правое дело», не выставляя партийного списка и не договорившись с «Яблоком» о совместном выступлении, заявляла кандидатов по одномандатным округам. На выборы не были допущены представители леволиберального движения «Солидарность», а также националистического «Российского общенародного союза».

По итогам голосования, при еще несколько повысившейся явке – 35,26% – убедительную победу на выборах одержала «Единая Россия». Представители партии заняли первые места во всех одномандатных округах, и получили 66,25% на выборах по партийным спискам. КПРФ, с результатом 13,3% получила три мандата депутатов по итогам выборов по партийным спискам. Все остальные участники выборов – ЛДПР, «Справедливая Россия», «Яблоко», «Патриоты России» – не смогли преодолеть 7-процентный барьер. В пятом созыве современной Московской городской Думы «Единая Россия» получила 32 места, а КПРФ – 3 мандата. Таким образом, число политических сил, представленных в городском парламенте, снизилось с трёх партий до двух.

В плане использования технологий Интернета в контексте избирательной кампании, две тенденции следует рассматривать как новые. Во-первых, большее

внимание электронных СМИ разного характера было направлено не на процесс подготовки к выборам, избирательной кампании как таковой, агитации кандидатов, а на обсуждение итогов выборов, которые, по мнению ряда политических сил, прошли с существенными нарушениями. В центре внимания Интернет-СМИ оказались альтернативные методы подсчета голосов, использование административного ресурса, «джерримендеринг» – политически мотивированное изменение границ избирательных округов, фальсификации протоколов результатов голосования и т.д. Следует отметить, что в заочной Интернет-дискуссии звучали голоса как СМИ, обвинивших власти в возможной фальсификации итогов выборов («Новая газета», «Коммерсант-Власть», «Эхо Москвы»), так и представивших позицию политических сил, считавших, что выборы прошли с незначительными нарушениями («Независимая газета и др.»). Таким образом, Интернет прошел путь от чисто информационного и агитационного источника к полю заочной полемики между разными политическими силами.

Вторая тенденция, непосредственно связанная с выборами в Мосгордуму 2009 года – огромное число опросов общественного мнения и экзит-поллов, широко освещавшихся в электронных СМИ. Так, масштабные исследования общественного мнения проголосовавших москвичей проводились организациями «ИМА-Консалтинг» (500 участков из 3296), «Поколение Ай-Пи» (66 участков), «Левада-центром»**, ВЦИОМ (уникальный экспериментальный опыт SMS-экзит-полла) и др. Также, впервые проводились исследования общественного мнения москвичей после выборов, но с вопросами, отсылающими к их проведению. Так, опрос «Левада-центра»** показал противоречивую картину восприятия выборов москвичами²¹⁸. С одной стороны, 42% москвичей были довольны результатами выборов, а 35% – не смогли однозначно ответить на вопрос. Для 72% респондентов итоги выборов были «такими, как ожидали».

²¹⁸ Москвичи о выборах в МосгорДуму 11 октября 2009 г // [Электронный ресурс]: <https://www.levada.ru/2009/12/07/moskvichi-o-vyborah-v-mosgordumu-11-oktyabrya-2009-g/> (дата обращения: 15.04.2025).

С другой стороны, заметен и скепсис респондентов – 63% ответили, что в результате выборов власть станет «ни ближе и ни дальше» к рядовым москвичам, и ровно столько же – что выборы никак не изменят качество жизни москвичей. 62% респондентов считали, что власть будет работать так же, как и работала в предыдущий цикл, и лишь 20% согласились с тем, что победившая фракция «Единая Россия» будет защищать интересы города и москвичей. Наконец, на фоне ожесточенной общественной полемики в СМИ, соцсетях и блогосфере, примерно поровну (по 40-45%) разделились мнения горожан, считавших, что официальные результаты выборов надо признать, и их оппонентов.

6.3. Выборы в Мосгордуму 2014 г. в эпоху Web3

Выборы в Московскую городскую Думу VI созыва, состоявшиеся в Единый день голосования 14 сентября 2014 года, проводились в наиболее радикально изменившимся правовом, технологическом и политическом контекстах.

Выборы вновь, как и в 1993 – 2001 гг. проводились исключительно по мажоритарной системе. 22 декабря 2010 года состав Московской городской Думы был увеличен до 45 человек, чтобы не допустить противоречия с Федеральным законом от 05 апреля 2010 года № 42-ФЗ «О внесении изменений в статью 4 Федерального закона „Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации“». Закон предписывал, что число депутатов, устанавливаемое конституцией (уставом) субъекта Российской Федерации, должно составлять не менее 45 и не более 110 депутатов при численности избирателей свыше 2 миллионов человек²¹⁹.

²¹⁹ О внесении изменений в статью 4 Федерального закона "Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти

В июне 2014 года Мэр Москвы С.С. Собянин внёс в Мосгордуму поправки к закону «О статусе депутата Московской городской Думы», которые уточнили отдельные детали процесса осуществления депутатами законодательной деятельности. Так, большая часть состава парламента города переводилась на неоплачиваемую работу. Предполагалось, что это позволит депутатам сохранить основную занятость, уделяя законодательной деятельности свободное время и шесть дополнительных выходных в месяц. Помимо этого, беспартийным депутатам разрешалось снова вступать во фракции. Количество заседаний резко сокращалось с четырех до одного в месяц. На постоянной основе отныне функционировали лишь спикер Мосгордумы, его заместители, а также – по специальному решению парламента – руководители постоянных структурных подразделений (комиссий и комитетов). Также, сенатору от города Москвы в Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации теперь позволялось сохранить за собой депутатский мандат в Мосгордуме.

Переход к увеличенному составу Мосгордумы – 45 депутатов вместо 35 – потребовал изменения схемы избирательных округов в Москве, а также «нарезки» округов в территориях Новой Москвы – Троицком и Новомосковском административных округах. Утвержденные весной 2014 года границы избирательных округов не соответствовали привычному делению по районам, и потребовали от кандидатов дополнительной адаптации.

По инициативе мэра Москвы С.С. Собянина был также изменен механизм голосования вне избирательных участков. Были полностью отменены открепительные удостоверения, которые, по мнению Собянина, представляли собой пример «серой и мутной схемы»²²⁰, обуславливавшей появление

субъектов Российской Федерации" в связи с установлением требований к числу депутатов законодательного (представительного) органа государственной власти субъекта Российской Федерации". Федеральный закон от 5 апреля 2010 г. N 42-ФЗ // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/12174776/> (дата обращения: 15.04.2025).

²²⁰ Собянин предложит МГД отменить открепительные удостоверения на выборах // [Электронный ресурс]: <https://ria.ru/20130627/946202721.html> (дата обращения: 15.04.2025).

подозрений в нечестных выборах. Вместо них было предложено существенно расширить период досрочного голосования – до 10 суток перед выборами.

Наконец, в июне 2014 года были проведены праймериз «Моя Москва», которые, по замыслу их организаторов, должны были привести на выборы в Мосгордуму непрофессиональных политиков, формально не зависящих ни от одной из партий. Победитель праймериз получал право на выдвижение от общественного объединения «Моя Москва». В результате, на праймериз, прошедших 8 июня 2014 года, к избирательным урнам пришли 200 тыс. москвичей, или немногим более 2.5% имеющих право голоса. В список победителей вошли 16 действующих депутатов Мосгордумы, и три представителя оппозиции. Аналогичная инициатива непарламентской оппозиции «За Москву» потерпела неудачу.

Всего в избирательных бюллетенях в 45 округах было 258 депутатов (при 457 выдвинувшихся), представлявших «Единую Россию», КПРФ, ЛДПР, «Родину», «Гражданскую платформу», «Яблоко», «Справедливую Россию». Парламентские партии, а также «Яблоко» были освобождены от предварительного сбора подписей. При рекордно низкой явке в 21,04% в 38 округах победу одержали представители «Единой России» и поддержанные ими победители праймериз «Моя Москва», выступавшие в качестве самовыдвиженцев. В пяти округах победили представители КПРФ, по одному мандату получили депутаты от ЛДПР и «Родины». Наибольшая интрига была в округах, где представителями «Единой России» и самовыдвиженцам противостояли узнаваемые фигуры альтернативных партий. Так, в 43 округе (Арбат, Пресненский район, Хамовники) главврачу, члену «Единой России» В.Р. Шастиной противостоял актер Л.И. Ярмольник, выдвигавшийся от «Гражданской платформы». В итоге В.Р. Шастина опередила Л.И. Ярмольника на 316 голосов, что составило менее 0.9% голосов избирателей. В соседнем 44 округе (районы Замоскворечье, Таганский, Тверской, Якиманка), представитель КПРФ Е.А. Шувалова опередила И.Т. Свиридова из «Справедливой России» на

4.1% голосов. Напротив, в 21 округе (часть Выхино-Жулебино, часть Рязанского районов), депутат-коммунист А.Е. Клычков на 5% опередил статусного единоросса В.Б. Зотова, известного своим рекордом по длительности пребывания на посту префекта ЮВАО – с 1991 по 2015 годы. В остальных округах, после отказа в регистрации некоторым оппозиционным кандидатам, интриги практически не было.

Выборы в Мосгордуму 2014 года, с точки зрения задействования технологий Интернета, во многом, обозначили начало нового этапа – именно с этой кампании Интернет приобретает статус ключевого канала диалога кандидатов в депутаты и населения. При этом, по воспоминаниям участников событий, опрошенных автором исследования, качественный переход наметился не в саму кампанию лета 2014 года, а именно в цикл 2010-2014 гг, во время работы Мосгордумы V созыва. Так, руководитель фракции Партии «Единая Россия» в Московской городской Думе, депутат Московской городской Думы III-VIII созывов А.Г. Семенников отмечал: «Когда уже всерьез на Интернет смотрели как на средство продвижения – это выборы 2014 года. Вот это первые выборы, где весь ход можно проследить по страницам в Instagram*, во «ВКонтакте», в Facebook*, там видно всё, и что делал кандидат, и кто его ругал, и кто поддерживал»²²¹. Говоря о влиянии этого изменения на сущность предвыборного процесса, респондент отмечает противоречия: «Начиная с 2014 года, вся деятельность – как на ладони, и для многих это стало большой проблемой, потому что стало видно, например, кто не очень состоятелен в проведении публичных мероприятий (...) С другой стороны, опять же, 2014 год породил огромное количество людей, которые были супер-успешны в интернете, в соцсетях, (...) и в то же время наоборот – в живом общении ничего из себя не представляли»²²².

²²¹ Семенников А.Г. (2025) Интервью в Москве 17.03. (Архив Е.Д. Костюниной).

²²² Там же.

На важность кампании 2014 года указывает и С.В. Орлов: «Я думаю, что первые выборы мои, где Интернет начал играть какую-то роль – это 2014 год. (...) Информирование и агитация – это уже в 2014 году получалось»²²³. Респондент отмечал, что (по убыванию приоритетности) кандидаты на выборах 2014 года использовали Facebook*, «ВКонтакте», Instagram*, «Одноклассники», а в существенно меньшей степени – Twitter. Важное значение приобрели средства электронной коммуникации и во взаимодействии депутатов и избирателей вне избирательных кампаний – электронная почта, комментарии в соцсетях, мессенджеры, а электронная приемная на личном сайте, напротив, работала неактивно. С.В. Орлов связывает это с тем, что обратиться в социальных сетях было гораздо удобнее для самого избирателя. Процесс становился децентрализованным – с одной стороны, даже без резолюции депутата обратную связь от избирателей могли рассмотреть его помощники, а с другой – избиратель мог обратиться к депутату когда угодно без каких-бы то ни было предварительных условий: «Потому что любой избиратель, который меня нашел в Интернете, даже если мы не являемся друзьями [здесь в значении – не добавлены в списки друзей в социальных сетях – авт.] – он мог послать мне заявку. Если я ее не успел принять по какой-то причине – он все равно может мне написать в мессенджере, он мне может написать комментарий под моим постом – чего раньше не было»²²⁴. Другой важный аспект децентрализации – асинхронные взаимодействия, инициируемые мониторингом Интернет-пространства со стороны политика или его штаба: «Я мониторю группы «ВКонтакте», отдельные аккаунты и вижу какие-то какую-то проблематику. «В Орехово-Борисово плохо работает транспорт. Долго ждем автобус номер такой-то». Это не обращение ко мне, это написали в какой-то группе жителей. Но я тут же могу это взять в работу!»²²⁵.

²²³ Орлов С.В. (2025) Интервью в Москве 20.03. (Архив Е.Д. Костюниной).

²²⁴ Орлов С.В. (2025) Интервью в Москве 20.03. (Архив Е.Д. Костюниной).

²²⁵ Там же.

Существенно изменилось, стало более сложным и многоаспектным участие государства в Интернет-процессах, сопровождавших выборы. Так, Московская городская избирательная комиссия решила обеспечить видеонаблюдение на всех участках, в том числе – и на период длительного досрочного голосования. Впервые круглосуточно подключенные к Интернету видеокамеры были размещены и в зданиях территориальных избирательных комиссий, что было сопряжено с существенными дополнительными расходами на проведение выборов²²⁶. Также, на фоне подъема популярности мессенджера Telegram, Мосгордума завела канал @mgd_broadcast²²⁷ («Трансляции из Мосгордумы»), где также публиковались материалы, связанные с выборами в городской законодательный орган, а общий официальный канал Мосгордумы работал с 2018 года.

Не остались в прошлом и традиционные для выборов в Мосгордуму средства информирования. Так, «Яблоко» на своем официальном сайте не только опубликовало список всех кандидатов, поддержанных партией в разных округах, но и, вопреки традиционно сильному нарративу об «аполитичности» городских выборов, «Меморандум о политических позициях» и программу реформ «Выбор есть!»²²⁸. Вместе с тем, как отметил Е.А. Бунимович, с 2014 года все чаще кандидаты стали больше уделять время личным сайтам, соцсетям, аккаунтам в мессенджерах, не полагаясь на инструменты, связанные с партиями²²⁹.

Подводя итог завершающей главе исследования, следует подробно охарактеризовать два основных этапа использования технологий Интернета на выборах в Московскую городскую Думу. На первом этапе, который охватывает кампании 2001, 2004 и 2009 годов, ресурсы Интернета играли второстепенную,

²²⁶ Интрига на выборах Мосгордумы осталась только в трех из 45 округов // [Электронный ресурс]: <https://www.rbc.ru/politics/11/09/2014/570422019a794760d3d4164d> (дата обращения: 15.04.2025).

²²⁷ https://t.me/mgd_broadcast (Архив текстовых трансляций заседаний Мосгордумы седьмого созыва и аналитика вокруг)

²²⁸ Мосгордума: выбор есть! // [Электронный ресурс]: <https://www.yabloko.ru/programm2014> (дата обращения: 15.04.2025).

²²⁹ Бунимович Е.А. (2025) Интервью в Москве 14.03. (Архив Е.Д. Костюниной).

подчиненную роль. Их влияние и степень использования были значительно ниже, чем у традиционных средств массовой информации. Основными каналами взаимодействия с избирателями оставались газеты, кабельное городское телевидение, радио, непериодические печатные материалы, визуальная наружная реклама, а также личные встречи кандидатов с избирателями. В то время технологии, основанные на инструментах сети Интернет, применялись преимущественно маргинальными политическими силами – такими как либертарианские, националистические и прочие малые движения, чья аудитория была ограничена. Интернет, хотя и присутствовал в арсенале кампаний, оставался вспомогательным инструментом, используемым эпизодически и чаще как дополнение к основным традиционным каналам коммуникации.

Второй этап использования Интернета начинается с кампании 2014 года, когда эта технология приобрела стратегическое значение как для государственных органов, организующих выборы, так и для самих кандидатов. С этого времени кандидаты начали активно сосредотачиваться на ведении собственных страниц и аккаунтов в социальных сетях, отдавая предпочтение таким ресурсам, как Facebook*, «ВКонтакте», «Одноклассники», а также популярному мессенджеру Telegram. Значение Интернета в 2014 году было особенно высоким в условиях кардинальных политических и правовых изменений, которые создали новый контекст выборов. Через онлайн-ресурсы распространялась информация о проведении праймериз, формировании предвыборных коалиций и общих стратегиях кампаний. Кроме того, именно начиная с выборов 2014 года можно проследить зарождение практики использования кандидатами децентрализованных технологий и новых методов коммуникации в предвыборной деятельности. Интернет перестал быть вспомогательным инструментом и стал ключевым элементом стратегий, позволяющим напрямую взаимодействовать с избирателями, координировать команды, продвигать политические инициативы и формировать общественное мнение.

Таким образом, эволюция использования сети Интернет на выборах в Мосгордуму демонстрирует переход от второстепенного вспомогательного инструмента к одному из центральных компонентов современной предвыборной кампании. Первый этап характеризуется ограниченным применением и преобладанием традиционных СМИ, тогда как второй этап, начиная с 2014 года, показывает активное и комплексное внедрение цифровых технологий, социальных сетей и децентрализованных практик в избирательный процесс. Интернет стал не только каналом информирования, но и стратегическим ресурсом, формирующим новые подходы к организации кампаний, взаимодействию с избирателями и выстраиванию политической повестки, что открывает новые горизонты для изучения и анализа в будущем.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы об освещении в общественно-политическом сегменте Рунета избирательных кампаний Москвы 1999–2018 гг.

Во-первых, в истории избирательных кампаний Москвы в 1999–2018 гг. можно выделить несколько основных этапов, отражающих изменения стратегий кандидатов, политических партий и движений. В кампаниях конца 1990-х – начала 2000-х гг. преобладали традиционные формы агитации при экспериментальном использовании интернет-инструментов. В 2000-е гг. происходило постепенное институциональное закрепление цифровых технологий как вспомогательного элемента избирательных стратегий. В 2010-е гг. Интернет и сетевые коммуникации трансформировались в один из ключевых ресурсов избирательной мобилизации, политического маркетинга и формирования публичной повестки, что привело к изменению соотношения централизованных и децентрализованных моделей ведения кампаний. Избирательные кампании проводились в условиях динамично меняющейся нормативно-правовой базы, высокой степени корреляции с политическими процессами в стране в целом (расстановка сил, методы агитации, ключевые позиции в избирательных списках), нелинейное развитие «правил игры» (отмена и восстановление прямых выборов Мэра Москвы в 2004-2012 гг., отмена выборов вице-мэра, перенос ряда избирательных кампаний), возраставшей роли ситуативных избирательных коалиций («Моя Москва» и т.д.). Вместе с тем, по уровню освещения в СМИ, по степени интереса избирателей и кандидатов, по остроте политической борьбы московские городские кампании, хоть и становились во многом прообразом федеральных избирательных процессов, но всегда находились «в тени» выборов Президента РФ, Депутатов Государственной Думы РФ. По мнению исследователей существуют несколько функций средств Интернета – имиджевая, коммуникативная, когнитивная, культурообразующая и аналитическая. Цифровые технологии в политике выполняют

многофункциональную роль, обеспечивая не только передачу информации, но и формирование имиджа, культурного контекста и когнитивной базы для избирателей. Имиджевая функция Интернета позволяет политическим актерам быстро и целенаправленно конструировать публичный образ, значительно сокращая временные и ресурсные затраты по сравнению с традиционными СМИ. При этом особенности цифровой среды, такие как децентрализация, «вирусность» и смешение жанров, делают политический имидж более динамичным и доступным для широкой аудитории. Коммуникативная и когнитивная функции Интернета усиливают его влияние на избирательные процессы. Сетевая коммуникация обеспечивает двусторонний обмен информацией между политиками и избирателями, интегрируя мультимедийность, интерактивность и глобальный доступ к информации. Одновременно когнитивная функция позволяет формировать устойчивые установки у пользователей, нередко влияя на их политическое поведение через скрытую или завуалированную пропаганду. Культурообразующая функция подчеркивает роль Интернета в создании новых социальных и культурных феноменов, одновременно способствуя раскрытию индивидуальности и унификации глобального информационного пространства

Во-вторых, кампания по выборам Мэра Москвы 1999 г. проходила в условиях ограниченного, но расширявшегося доступа избирателей к Интернету, что определяло специфику стратегий кандидатов по использованию цифровых технологий. Интернет рассматривался преимущественно как дополнительный канал коммуникации и имиджевого позиционирования. Более активное и многоаспектное использование интернет-инструментов отдельными кандидатами позволило привлечь внимание технологически продвинутых групп избирателей, прежде всего молодежи, однако не оказалось решающего влияния на результаты голосования. Кампания 1999 г. выявила ключевые ограничения эффективности Интернета, связанные с цифровым неравенством и низким уровнем политической вовлеченности пользователей Сети. Избирательная кампания по выборам Мэра Москвы 1999 года – первый в отечественной истории

пример, когда два наиболее сильных кандидата и их команды реализовали конкурентные стратегии противоборства в Интернете. Появление такой возможности было обусловлено тектоническими техническими и экономическими сдвигами 1998-1999 гг., сделавшими пользовательские средства Интернета доступными заметному количеству москвичей – для большинства россиян переход к использованию Интернета и восприятия его в качестве политического средства еще был впереди. Тем не менее, факторы Интернета еще не оказали решающего влияния на исход выборов, а сама кампания привлекла значительно меньшее внимание, чем проходившие в то же время выборы в парламент. Оба ключевых кандидата – Ю.М. Лужков и С.В. Кириенко – в разных качествах участвовали в обоих кампаниях и соответственно, задействовали методы продвижения в Интернете как для себя, так и для возглавляемых ими политических сил. Более активная, многоаспектная и масштабная кампания была предпринята командой С.В. Кириенко – В.Л. Глазычева, что позволило ей привлечь определенное количество молодого избирателя, но не составить серьезную конкуренцию тандему Ю.М. Лужкова и В.П. Шанцева. При несомненном интересе обеих команд к технологиям продвижения в Интернете, оба тандема оценивали влияние цифровых средств в 1999 году как далекое от определяющего. Кампания выявила различные аспекты цифрового неравенства в России (гендерный, возрастной, социально-экономический, территориальный), которые в той или иной степени будут определять использование Интернета в избирательных кампаниях вплоть до середины 2010-х гг.

В-третьих, выборы Мэра Москвы 2003 г. продемонстрировали появление качественно новых форм применения интернет-технологий в избирательном процессе. Впервые Интернет стал использоваться системно: создавались специализированные информационные ресурсы о выборах, проводились онлайн-опросы, расширялась цифровая представленность кандидатов и избирательных комиссий. Интернет способствовал росту узнаваемости отдельных кандидатов и диверсификации каналов политической коммуникации, однако по-прежнему не стал доминирующим фактором избирательного выбора. Существенными

ограничениями оставались нормативно-правовая неопределенность, восприятие Сети как преимущественно развлекательного пространства и недостаточная технологическая зрелость электронных систем администрирования выборов. Впервые среди совершеннолетних москвичей было больше использовавших Интернет, чем тех, кто не прибегал к его инструментам. С уверенностью можно сказать, что такое распространение средств Интернета еще не сделало его серьезным фактором политического выбора горожан. Впервые энтузиастами, журналистами крупнейших федеральных и городских изданий, экспертами, политтехнологами и политологами были созданы специальные независимые сайты о выборах, централизованно проводились интернет-опросы, а кандидаты более полно использовали возможности глобальной сети. Современный и постоянно обновляемый сайт поддерживала Московская городская избирательная комиссия. Активное использование технологий Интернета не в последнюю очередь обусловило существенный рост узнаваемости и популярности кандидатов А.Е. Лебедева и Г.С. Стерлигова, которые, однако, снова не смогли составить конкуренции Ю.М. Лужкову, ставшему по-настоящему консенсусной фигурой для самых разных социальных и избирательных групп в Москве. С другой стороны, Интернет еще не избавился от ярлыка развлекательного сервиса для большинства его пользователей, что ограничивало возможности работы с избирателем в цифровых сетях, Автоматизированная система ГАС «Выборы», несмотря на две выпущенных полноформатных функциональных версии на базе передовых технологий программного (Microsoft и Oracle) и аппаратного (Compaq) обеспечения, еще не смогла в значительной мере оптимизировать процесс учета избирателей и подсчета голосов. Нормативно-правовое регулирование Интернета начало «запаздывать», что открыло широкие возможности для злоупотреблений – распространения вредоносных программ от имени политических оппонентов, тиражирования ксенофобных экстремистских призывов, диффамации, подложной атрибуции веб-сайтов и т.д.

В-четвертых, кампания по выборам Мэра Москвы 2013 г. зафиксировала качественные перемены в применении сетевых технологий. Массовое распространение смартфонов и мобильного Интернета обеспечило постоянное присутствие цифровых каналов в повседневной жизни избирателей. Интернет-стратегии основных кандидатов отличались высоким уровнем технологического и организационного развития, активным использованием социальных сетей, видеоплатформ и интерактивных форм коммуникации. Впервые отчетливо проявился эффект взаимного усиления онлайн- и офлайн-практик, а децентрализованные формы цифровой мобилизации стали важным элементом эlectorальных стратегий. Интернет начал конкурировать с телевидением за роль основного источника политической информации для репрезентативных групп избирателей. Во-первых, все интернет-кампании основных кандидатов были проведены на передовом техническом уровне, с вложением больших ресурсов как в работу сайтов, так и в политический маркетинг в соцсетях, сервисах видеоблогов, микроблогов и т.д. Во-вторых, впервые был зафиксирован опыт «перехода онлайн в офлайн» и наоборот – классические эlectorальные практики и цифровые инструменты стали дополнять и обуславливать друг друга. Впервые в стратегии продвижения кандидатов в Интернете стали приходить децентрализованные практики, а Интернет для важных слоёв эlectorата стал составлять серьезную конкуренцию телевидению и иным классическим СМИ в качестве основного средства политической информации. Иными словами, избиратель с большой вероятностью мог не только узнать что-то из Интернета, но и сделать свой выбор на основе полученной информации.

В-пятых, в течение 2010-х гг. в Москве был накоплен значительный опыт использования цифровых технологий в эlectorальных практиках, который нашел отражение в кампании по выборам Мэра Москвы 2018 г. Характерной особенностью данной кампании стали внедрение в механизмы ее проведения инновационных цифровых решений, включая технологии виртуальной реальности и распределенных реестров, а также преобладание мобильных форм интернет-коммуникаций. Существенно возросла роль государства в цифровом

сопровождении выборов, включая информационное обеспечение, видеонаблюдение и автоматизированные системы подсчета голосов. Кампания 2018 г. продемонстрировала высокий уровень концентрации цифровых ресурсов в руках действующего Мэра и эффективность сочетания централизованной интернет-рекламы с децентрализованной активностью медиаволонтеров. Впервые на этих выборах средства информирования, адаптированные для мобильных устройств, преобладали над «стационарными», что было целесообразно в контексте продолжившегося распространения мощных и недорогих смартфонов. Гораздо более масштабные ресурсы были задействованы государством, что определило характер как объемов агитации за участие в выборах, так и технических средств – видеонаблюдения, КОИБов и т.д. Говоря о применении ресурсов Интернета кандидатами, очевидным представляется вывод о всеобъемлющем преобладании материалов С.С. Собянина в различных сегментах СМИ и соцсетей. Действующий мэр грамотно сделал ставку на комбинацию разных видов Интернет-рекламы и масштабные усилия децентрализованных команд, создавших объем рекламных и информационных материалов, который нельзя было представить ранее.

В-шестых, использование интернет-инструментов на выборах в Московскую городскую Думу III–VI созывов демонстрировало поступательную, но неоднородную динамику их эффективности. В кампаниях начала 2000-х гг. Интернет играл второстепенную роль и использовался преимущественно непарламентскими или маргинальными политическими акторами. Начиная с выборов 2014 г. цифровые технологии заняли ключевое место как в деятельности организаторов выборов, так и в стратегиях кандидатов. Интернет стал основным каналом распространения информации о праймериз, о формировании коалиций и новых формах политической мобилизации, а также пространством развития децентрализованных электоральных практик, существенно изменивших характер выборов в Московскую городскую Думу. В кампаниях 2001, 2004 и 2009 годов ресурсы Интернета демонстрировали второстепенное значение, существенно уступая по влиянию и широте использования традиционным СМИ

– газетам, кабельному городскому телевидению, радио, непериодическим печатным материалам, визуальной наружной рекламе, а также личным встречам кандидатов с избирателями. Технологии, основанные на инструментах сети Интернет, были приоритетными лишь для небольших, не составлявших серьезной конкуренции лидерам политических течений. Начиная с кампании 2014 года, Интернет, как в деятельности государства как организатора выборов, так и в стратегиях кандидатов, занял ключевое место. Кандидаты стали вкладывать ресурсы в популяризацию личных социальных сетей, отдавая предпочтение ресурсам Facebook*, «ВКонтакте», «Одноклассники», а также сервису микроблогов Twitter. В кардинальных политических и правовых изменениях, обусловивших контекст выборов 2014 года, Интернет также сыграл важную роль – через него распространялась информация о праймериз и формировании предвыборных коалиций. Наконец, именно с выборов 2014 года начинается история использования кандидатами в депутаты Мосгордумы децентрализованных технологий и практик.

Список использованных источников и литературы

Источники

I. Нормативно-правовые акты

1. Закон г. Москвы от 7 июля 1999 г. № 22 «О выборах депутатов Московской городской Думы, Мэра и Вице-мэра Москвы и советников районного Собрания в городе Москве» // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/372107/> (дата обращения: 10.12.2024)
2. Закон города Москвы от 11 июня 2003 г. № 36 «Избирательный кодекс города Москвы» // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/3962369> (дата обращения: 29.12.2024)
3. Закон города Москвы от 23 апреля 2003 г. № 23 «О Московской городской избирательной комиссии» // [Электронный ресурс]: <https://moskva-pravo.ru/zakon/2003/04/23/n-23/> (дата обращения: 29.12.2024)
4. Закон города Москвы от 9 июля 2003 г. № 47 «О городской целевой программе „Электронная Москва“» // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/380296/> (дата обращения: 29.12.2024)
5. Федеральный закон от 19 сентября 1997 г. № 124-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/171520/> (дата обращения: 10.12.2024)
6. Федеральный закон от 10 января 2003 г. № 20-ФЗ «О Государственной автоматизированной системе Российской Федерации „Выборы“» // [Электронный ресурс]: <http://kremlin.ru/acts/bank/19010/page/1> (дата обращения: 29.12.2024)
7. Федеральный закон от 4 июля 2003 г. № 97-ФЗ «О внесении изменений в статьи 2 и 35 Федерального закона „Об основных гарантиях избирательных прав и права

на участие в референдуме граждан Российской Федерации“» // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/186091/> (дата обращения: 29.12.2024)

8. Федеральный закон от 5 апреля 2010 г. № 42-ФЗ «О внесении изменений в статью 4 Федерального закона „Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации“» // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/12174776/> (дата обращения: 15.04.2025)

9. Федеральный закон от 2 мая 2012 г. № 40-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» // [Электронный ресурс]: <https://rg.ru/documents/2012/05/04/gubernatori-dok.html> (дата обращения: 20.02.2025)

10. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон „Об общих принципах организации законодательных и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации“ и Федеральный закон „Об основных гарантиях избирательных прав...“» // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/12137945/> (дата обращения: 20.02.2025)

11. Московская городская Дума предыдущих созывов // [Электронный ресурс]: <https://duma.mos.ru/ru/212/info/moskovskaya-gorodskaya-duma-predyiduschih-sozyivov/iv-sozyiv> (дата обращения: 30.04.2024)

12. Решение Московской городской избирательной комиссии от 22 декабря 1999 г. № 35/5 «О тексте сообщения Московской городской избирательной комиссии об итогах выборов Мэра и Вице-мэра Москвы по общегородскому избирательному округу» // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20150426005202/http://www.alppp.ru/law/konstitucionnyj-stroj/referendum--vybory--izbiratelnaja-sistema/9/reshenie-mosgorizbirkoma-ot-22-12-1999--355.pdf> (дата обращения: 30.04.2024)

13. Федеральный закон от 2 мая 2012 г. № 40-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон „Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти

субъектов Российской Федерации“ и Федеральный закон „Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации“ // [Электронный ресурс]: <https://www.rg.ru/documents/2012/05/04/gubernatori-dok.html> (дата обращения: 30.04.2024)

14. Закон города Москвы от 7 июля 1999 г. № 22 «О выборах депутатов Московской городской Думы, Мэра и Вице-мэра Москвы и советников районного Собрания в Москве» // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/372107/> (дата обращения: 30.04.2024)

15. Указ Президента Российской Федерации «О досрочном прекращении полномочий Мэра Москвы» // [Электронный ресурс]: <http://www.kremlin.ru/news/9052> (дата обращения: 30.04.2024)

16. Постановление Московской городской Думы от 10 сентября 2003 г. № 269 «О назначении даты выборов Мэра Москвы» // [Электронный ресурс]: <http://www.garant.ru/hotlaw/moscow/92700/> (дата обращения: 29.12.2024)

17. Постановление Московской городской Думы от 2 июня 2018 г. № 52 «О назначении даты выборов Мэра Москвы» // [Электронный ресурс]: <https://www.mosgorizbirkom.ru/documents/50617/e0c68c8d-1446-4430-9865-b53cd54554aa.pdf> (дата обращения: 20.03.2025)

18. Решение Московской городской избирательной комиссии от 22 декабря 1999 г. № 35/5 «О тексте сообщения об итогах выборов Мэра и Вице-мэра Москвы» // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20150426005202/http://www.alppp.ru/law/> (дата обращения: 10.12.2024)

19. Решение Московской городской избирательной комиссии от 4 июня 2018 г. № 57/1 «О Календарном плане мероприятий по подготовке и проведению выборов Мэра Москвы 9 сентября 2018 г.» // [Электронный ресурс]: <http://www.mosgorizbirkom.ru/en/web/guest/10496> (дата обращения: 20.03.2025)

20. Постановление Правительства Москвы от 9 августа 2011 г. № 349-ПП «Об утверждении Государственной программы города Москвы „Информационный

город“» // [Электронный ресурс]: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/> (дата обращения: 20.02.2025)

21. Распоряжение Правительства Москвы от 31 июля 2008 г. № 1742-РП «О выполнении городской целевой программы „Электронная Москва“ за 2003–2007 годы» // [Электронный ресурс]: <https://www.mos.ru/authority/documents/doc/17385220/> (дата обращения: 20.02.2025)

22. Указ Президента РФ от 24 октября 1993 г. № 1738 «О поддержке мер правительства Москвы и Московского областного совета народных депутатов...» // [Электронный ресурс]: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=EXP&n=226900> (дата обращения: 15.04.2025)

24. Указ Президента РФ от 28 сентября 2010 г. № 1183 «О досрочном прекращении полномочий мэра Москвы» // [Электронный ресурс]: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/9052> (дата обращения: 20.02.2025)

25. Устав города Москвы // [Электронный ресурс]: <https://base.garant.ru/998898/> (дата обращения: 15.04.2025)

26. Средняя заработка плата в России в сентябре 2003 г. // [Электронный ресурс]: <https://docs.cntd.ru/document/8386262> (дата обращения: 29.12.2024)

27. Екатерина II. Грамота на права и выгоды городам Российской империи // Полное собрание законов Российской империи с 1649 года. – СПб.: Тип. II отделения Собств. Е.И.В. канцелярии, 1830. – Т. XXII. – 556 с.

II. Агитационные материалы политических партий и деятелей.

28. Совместное обращение к москвичам лидеров политических организаций «Единство», «Отечество», «Союз правых сил» и «Яблоко» // [Электронный ресурс]: <https://www.yabloko.ru/Press/Docs/2001/1105Ot-Ed-SPS-Ybl-Msk.html> (дата обращения: 15.04.2025)

29. Вопрос о кандидате в мэры Москвы от «Яблока» рассмотрит Бюро партии // [Электронный ресурс]: <https://www.yabloko.ru/regnews/Moscow/2018/06/09> (дата обращения: 20.03.2025)
30. Выступление на инаугурации мэра Москвы Юрия Лужкова 17 декабря 2003 года // [Электронный ресурс]: <http://special.kremlin.ru/events/president/transcripts/22253> (дата обращения: 29.12.2024)
31. *Глазычев В.Л.* Столица – 99: начало политической жизни. Чего хочет «Московская альтернатива» // Независимая газета. 17.12.1999.
32. Город справедливости. Николай Левичев. Программа кандидата на должность Мэра Москвы // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20130805081432/http://89.108.121.143/datadepot/pf55/049852.pdf> (дата обращения: 20.02.2025)
33. За родную Москву! Программа кандидата – 2018 // [Электронный ресурс]: <https://ilyasviridov.ru/2018/09/03/programma-kandidata-2018/> (дата обращения: 20.03.2025)
34. Мосгордума: выбор есть! // [Электронный ресурс]: <https://www.yabloko.ru/programm2014> (дата обращения: 15.04.2025)
35. Московскую власть – под контроль москвичей! // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20130624064608/https://www.yabloko.ru/programm2013> (дата обращения: 20.02.2025)
36. Николай Степанович Лифанов, кандидат на пост мэра Москвы : [плакат] / Н.С. Лифанов. – М., 2003. – 1 л.; 27 × 18 см. – 50 000 экз.
37. Обращение к москвичам // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20180726045256/https://www.kumin.online/?p=312> (дата обращения: 20.03.2025)

38. Основные задачи сервера «Московской альтернативы» // [Электронный ресурс]:

https://www.glazychev.ru/habitations&cities/moscow/mos_alternativa_site.htm (дата обращения: 10.12.2024)

39. От города проблем к городу успехов // [Электронный ресурс]:
https://web.archive.org/web/20130818190922/http://cs1.kprf.ru/filestorage/newsstory/98d03f_programma_i_i_melnikova.pdf (дата обращения: 20.02.2025)

40. Презентация предвыборной программы Вадима Кумина // [Электронный ресурс]: <https://kprf.ru/activity/elections/177866.html> (дата обращения: 20.03.2025)

41. Программа кандидата в Мэры Москвы Алексея Навального*** // [Электронный ресурс]:
https://web.archive.org/web/20130717141410/http://navalny.ru/platform/Navalny_Program.pdf (дата обращения: 20.02.2025)

42. Предвыборная программа кандидата на пост Мэра Москвы Михаила Дегтярева «Порядок, комфорт, достаток» // [Электронный ресурс]:
https://web.archive.org/web/20190427152446/https://ldpr.ru/events/The_electoral_program_of_the_candidate_for_the_post_of_Mayor_Michael_Degtyarev_The_order_comfort_wealth/ (дата обращения: 20.02.2025)

43. 7 приоритетов. Предвыборная программа С.С. Собянина 2013 года // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20130815103330/http://xn--2013-93d6b8abf3a0n.xn--p1ai/program/> (дата обращения: 20.02.2025)

III. Материалы СМИ.

44. *Андрусенко Л.А.* «Список Лужкова» становится межпартийным // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/politics/2001-11-06/1_luzhkov.html (дата обращения: 15.04.2025)

45. *Бруни Л.* Прощание с матерым // ФАС. № 3. С. 13.

46. *Бузин А.Ю.* Безусловный рефлекс: сколько сомнительных голосов на выборах мэра Москвы // [Электронный ресурс]: <https://www.forbes.ru/mneniya-column/vertikal/244554-bezuslovnyi-refleks-skolko-somnitelnykh-golosov-na-vyborakh-mera-mosk> (дата обращения: 20.02.2025)
47. *Бутрин Д.Н.* От Тверской до самых до окраин // Коммерсантъ. 2018. № 134. С. 1.
48. *Бакур В.И.* Сервисом «Мобильный избиратель» воспользовались более 200 тысяч россиян // [Электронный ресурс]: https://www.cnews.ru/news/line/2018-08-29_servisom_mobilnyj_izbiratel_vospolzovalis (дата обращения: 20.03.2025)
49. *Ваганов А.И.* Как голосовал Интернет // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/ideas/1999-12-28/8_how_voted.html (дата обращения: 10.12.2024)
50. *Винников В.А.* Александр Лебедев: ресурс жареного петуха // [Электронный ресурс]: <https://zavtra.ru/blogs/2003-11-2551> (дата обращения: 29.12.2024)
51. *Вирин Ф.А.* Интернет в России: второе дыхание // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/internet/2004-06-04/10_secondbreath.html (дата обращения: 29.12.2024)
52. *Грачева Г. И.* Собянин сделает основой своей предвыборной программы 146 районных планов развития // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/moscow/2018-08-01/2_7279_moscow.html (дата обращения: 20.03.2025)
53. *Грановский Ю.И., Борейко А.А.* «Электронная Москва» размером с Россию // [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2003/02/11/jelektronnaya-moskva-razmerom-s-rossiyu> (дата обращения: 29.12.2024)
54. *Гусев А.В.* Юрия Лужкова атаковали вирусы // [Электронный ресурс]: <https://iz.ru/news/282656> (дата обращения: 29.12.2024)

55. Девизом предвыборной программы Собянина станет идея «Мой район – мой город» // [Электронный ресурс]: <https://tass.ru/politika/5340974> (дата обращения: 20.03.2025)
56. ДИТ Москвы: около 162 тысяч хакерских атак на ресурсы Правительства Москвы отражено в день выборов мэра // [Электронный ресурс]: https://www.cnews.ru/news/line/2018-09-24_dit_moskvy_okolo_162_tysyach_hakerskih_atak_na (дата обращения: 20.03.2025)
57. Жена московского мэра Елена Батурина баллотируется в Госдуму // [Электронный ресурс]: <https://lenta.ru/news/1999/09/20/baturina/> (дата обращения: 10.12.2024)
58. *Иванченко А. В.* Возвращение номенклатурной агитации // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/politics/2003-09-04/2_agitation.html (дата обращения: 29.12.2024)
59. Инаугурация избранного мэра Москвы С.С. Собянина. Онлайн // [Электронный ресурс]: <https://www.rbc.ru/textonlines/12/09/2013/57040f6f9a794761c0ce1b36> (дата обращения: 20.02.2025)
60. *Истомина Д.А.* Парламентская оппозиция провалилась в Москве // [Электронный ресурс]: <https://www.rosbalt.ru/news/2017-09-11/parlamentskaya-oppozitsiya-provalilas-v-moskve-4632884> (дата обращения: 03.05.2024)
61. Интернет в России: динамика проникновения. Лето 2013 // [Электронный ресурс]: <https://fom.ru/posts/11067> (дата обращения: 20.02.2025)
62. *Кашин С.И.* Кириенко предложит Москве альтернативу // Коммерсантъ. 1999. № 189. С. 2.
63. Кириенко можно? // Коммерсантъ–Власть. 1999. № 26. С. 18.

64. Кириенко собирается провести альтернативные мероприятия по празднованию Дня города // [Электронный ресурс]: https://www.1tv.ru/news/1999-08-07/294714-kirienko_sobiraetsya_provesti_alternativnye_meropriyatiya_po_prazdnovaniyu_dnya_goroda (дата обращения: 10.12.2024)
65. Кодачигов В.В. «Электронная Москва» шокировала Юрия Лужкова своим бюджетом // Коммерсант. 2003. № 20. С. 4.
66. Кто хочет стать московским депутатом // Коммерсантъ. 2001. № 210. С. 3.
67. Кустов Б.И. Претендент из центра // Независимая газета. 15.10.1998. С.4
68. Логинов В.А. Выборы мэра Москвы покажут в интернете // [Электронный ресурс]: <https://iz.ru/news/551741> (дата обращения: 20.02.2025)
69. Миллер Л.И. Кандидаты в мэры Москвы подготовили свои обещания // [Электронный ресурс]: <https://www.kommersant.ru/doc/3713378> (дата обращения: 20.03.2025)
70. Миллер Л.И. Сергей Собянин ждет от москвичей осознанного выбора // Коммерсантъ. 2018. № 130. С. 3.
71. Миронова К.А., Миллер Л.И. За Wi-Fi, парки и тротуары // [Электронный ресурс]: <https://www.kommersant.ru/doc/3696498> (дата обращения: 20.03.2025)
72. Мильштейн И.И. Московская элегия // Известия. 24.10.1998. С. 3.
73. Мосгордума пообещала выдвинуть Лужкова на новый срок // [Электронный ресурс]: <https://lenta.ru/news/2007/04/09/luzhkov1/> (дата обращения: 20.02.2025)
74. Москвичи сыграли в выборы // [Электронный ресурс]: <https://www.kommersant.ru/doc/2489382> (дата обращения: 30.04.2024)
75. Московским выборам дали общественное начало // [Электронный ресурс]: <https://www.kommersant.ru/doc/2437267> (дата обращения: 30.04.2024)

76. Муниципальные выборы в Москве состоялись – Мосгоризбирком // [Электронный ресурс]: <https://www.interfax.ru/russia/234349> (дата обращения: 03.05.2024)
77. *Мухаметшина Е.А.* Вслед за доверием к власти упало и доверие к телевидению // [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2018/09/12/780726-za> (дата обращения: 20.03.2025)
78. *Мухаметшина Е.А.* Москва увеличит финансирование информационной кампании к выборам мэра // [Электронный ресурс]: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2018/06/15/772842-finansirovaniye-kampanii-k-viboram> (дата обращения: 20.03.2025)
79. *Никитина С.А.* Сергей Кириенко хочет в мэры // [Электронный ресурс]: <https://www.ng.ru/events/1999-10-15/kirienko.html> (дата обращения: 10.12.2024)
80. Новый хит Рунета: «Добавь Собянина» – посмотри, как изменилась Москва // [Электронный ресурс]: <https://regnum.ru/news/1693528> (дата обращения: 20.02.2025)
81. Открылся сайт «Выборы мэра Москвы» // [Электронный ресурс]: <https://lenta.ru/news/2003/11/05/v2003msk/> (дата обращения: 29.12.2024)
82. «Отечество» откращивается от квазофициального сайта Лужкова // [Электронный ресурс]: <https://lenta.ru/news/1999/09/22/lujkov/> (дата обращения: 10.12.2024)
83. Официальный сервер Кириенко: вторая редакция // [Электронный ресурс]: <https://lenta.ru/news/1999/11/09/kirienko/> (дата обращения: 10.12.2024)
84. *Офитова С.И.* Зачем нужно переносить выборы мэра Москвы? // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/politics/2003-07-15/1_luzhkov.html (дата обращения: 29.12.2024)
85. Очень средний уровень жизни // Коммерсант. 1999. № 239. С. 8.

86. Павел Бородин уверен, что может на равных конкурировать с нынешним мэром Москвы Юрием Лужковым // [Электронный ресурс]: https://www.1tv.ru/news/1999-11-22/291593-pavel_borodin_uveren_chto_mozhet_na_ravnyh_konkurirovat_s_nyneshnim_merom_moskvy_yuriem_luzhkovym (дата обращения: 10.12.2024)
87. Партия роста намерена привлечь людей на выборы мэра Москвы виртуальными призами // [Электронный ресурс]: <https://tass.ru/ekonomika/5498261> (дата обращения: 20.03.2025)
88. Партия «Яблоко» отказалась от участия в выборах мэра Москвы // [Электронный ресурс]: <https://www.rbc.ru/politics/02/07/2018/5b39db229a79476db814c844> (дата обращения: 20.03.2025)
89. *Петров А.В.* Москве эти выборы нужны вдвойне // [Электронный ресурс]: <https://www.mk.ru/politics/world/article/2008/02/28/52658-moskve-eti-vyboryi-nuzhnyi-vdvoynye.html> (дата обращения: 02.05.2024)
90. *Петровский И.И.* Михаил Дегтярев: «Наша главная задача – выйти во второй тур» // [Электронный ресурс]: <https://newizv.ru/news/2018-09-05/mihail-degtyarev-nasha-glavnaya-zadacha-vyyti-vo-vtoroy-tur-273597> (дата обращения: 20.03.2025)
91. *Покушалова О.И.* Интернет-зависимость россиянам не грозит? // [Электронный ресурс]: https://www.cnews.ru/articles/internetzavisimost_rossiyanam_ne_grodit_ (дата обращения: 29.12.2024)
92. Подведены окончательные итоги выборов мэра Москвы: победил Юрий Лужков // [Электронный ресурс]: <https://www.newsru.com/russia/10dec2003/win.html> (дата обращения: 29.12.2024)
93. Региональные выборы // Коммерсантъ. 2003. № 191. С. 3.

94. *Редичкина К.И.* ЛДПР предлагает провести выборы мэра Москвы с помощью блокчейн-технологий // [Электронный ресурс]: <https://www.pnp.ru/politics/ldpr-predlagaet-provesti-vybory-mera-moskvy-s-pomoshhyu-blokcheyn-tekhnologiy.html> (дата обращения: 20.03.2025)
95. Роскомнадзор начал тренировки действий при внештатных ситуациях на выборах мэра // [Электронный ресурс]: <https://www.m24.ru/news/vlast/22082018/43030> (дата обращения: 20.03.2025)
96. *Рудычева Н.И., Шалманов С.А.* ГАС «Выборы»: как автоматизированы избирательные процессы // [Электронный ресурс]: <https://www.interface.ru/home.asp?artId=6578> (дата обращения: 29.12.2024)
97. Сайты, камеры, КОИБы: в Москве начались выборы мэра // [Электронный ресурс]: <https://www.m24.ru/articles/internet/08092013/25094> (дата обращения: 20.02.2025)
98. Сергей Кириенко: «Мы можем сделать жизнь в Москве дешевле» // [Электронный ресурс]: https://www.ng.ru/politics/1999-12-01/3_kirienko.html (дата обращения: 10.12.2024)
99. *Семирнова А.А.* Интернет-проект в поддержку Собянина «Мой друг согласен» набирает популярность // [Электронный ресурс]: <https://newdaynews.ru/moskow/453428.html> (дата обращения: 20.02.2025)
100. *Сеточкин И.И.* С минимальным преимуществом // [Электронный ресурс]: <https://www.ng.ru/politics/1999-10-21/preimushestvo.html> (дата обращения: 10.12.2024)
101. Собянин объявил о своем намерении баллотироваться в мэры Москвы // [Электронный ресурс]: <https://tass.ru/politika/5239303> (дата обращения: 20.03.2025)

102. Собянин предложит МГД отменить открепительные удостоверения на выборах // [Электронный ресурс]: <https://ria.ru/20130627/946202721.html> (дата обращения: 15.04.2025)
103. СМИ упоминали Собянина во время кампании вдвое чаще других кандидатов // [Электронный ресурс]: <https://www.rbc.ru/politics/07/09/2018/5b90f9959a79476c0684a13b> (дата обращения: 20.03.2025)
104. Стартовала кампания по выборам мэра Москвы // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20130614013447/http://rbcdaily.ru/politics/562949987330332> (дата обращения: 20.02.2025)
105. Строительство жилья для молодых семей – один из приоритетов Москвы // [Электронный ресурс]: <https://www.rbc.ru/economics/25/09/2003/5703c0669a7947dde8e06f72> (дата обращения: 29.12.2024)
106. Ульянова Ж.И. Интрига на выборах Мосгордумы осталась только в трех из 45 округов // [Электронный ресурс]: <http://top.rbc.ru/politics/11/09/2014/948481.shtml> (дата обращения: 30.04.2024)
107. Чернега Ю.А. Юрий Лужков избавился от непримиримого противника // Коммерсант. 2003. № 95. С. 4.
108. Чернова И.И. Каким был российский интернет в начале 2000-х // [Электронный ресурс]: <https://www.iphones.ru/iNotes/521468> (дата обращения: 10.12.2024)
109. Юрий Лужков объявил о намерении вновь баллотироваться на пост мэра Москвы // [Электронный ресурс]: <https://www.newsru.com/russia/23sep2003/luzkov.html> (дата обращения: 29.12.2024)

IV. Материалы соцопросов и автоматизированных маркетинговых исследований

110. Выборы в Мосгордуму и проблемы, волнующие москвичей // [Электронный ресурс]: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vybory-v-mosgordumu-i-problemy-volnuyushchie-moskvichej> (дата обращения: 15.04.2025)
111. Выборы в Мосгордуму: пресс-выпуск // [Электронный ресурс]: <https://www.levada.ru/2005/10/06/vybory-v-mosgordumu/> (дата обращения: 15.04.2025)
112. Галицкий Е.Б. Опросы «Интернет в России». Вып. 3. Весна 2003 // [Электронный ресурс]: https://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi_int/o0316061 (дата обращения: 29.12.2024)
113. Интернет в России: динамика проникновения. Зима 2017–2018 гг. // [Электронный ресурс]: <https://fom.ru/SMI-i-internet/13999> (дата обращения: 20.03.2025)
114. Ишунькина И.Д. Аудитория Интернета в России // [Электронный ресурс]: https://mediascope.net/upload/iblock/530/iMetrix_Mediascope_%D0%98%D1%88%D1%83%D0%BD%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%B0_061118.pdf (дата обращения: 20.03.2025)
115. Москва накануне выборов Мэра: полное исследование // [Электронный ресурс]: <https://www.levada.ru/2013/07/17/moskva-nakanune-vyborov-mera-polnoe-issledovanie/> (дата обращения: 20.02.2025)
116. Пресс-выпуск № 31: москвичи о выборах мэра // [Электронный ресурс]: <https://www.levada.ru/2003/11/30/press-vypusk-31-moskvichi-o-vyborah-mera/> (дата обращения: 29.12.2024)

117. Развитие интернета в регионах России. Весна 2013 года // [Электронный ресурс]: https://yandex.ru/company/researches/2013/ya_internet_regions_2013/ (дата обращения: 20.02.2025)

118. Российская интернет-аудитория: оценки, тенденции, прогнозы. Аналитический обзор по данным различных исследований // [Электронный ресурс]: https://www.zircon.ru/upload/iblock/a30/Rossijskaja_Internet-auditorija_Obzor_razlichnyh_issledovanij.pdf (дата обращения: 10.12.2024)

V. Личные интервью

Бунимович Е.А. Интервью в Москве 14.03.2025 г. / Архив Е.Д. Костюниной.

Вышегородцев М.М. Интервью в Москве 12.03.2025 г. / Архив Е.Д. Костюниной.

Орлов С.В. Интервью в Москве 20.03.2025 г. / Архив Е.Д. Костюниной.

Семенников А.Г. Интервью в Москве 17.03.2025 г. / Архив Е.Д. Костюниной.

Литература

1. Алексеева Г. А. Москва. Городское управление: справочник. – М.: Мэрия Москвы, 1997. – 518 с.
2. Арендт Х. *Vita activa*, или О деятельности. – СПб.: Алетейя, 2017. – 344 с.
3. Барбрук Р. Интернет-революция. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. – 121 с.
4. Беляков Н.С., Кургачева К.Д. Интернет-технологии в условиях современного политического процесса // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2019. Вып. 25(1). С. 170 – 180.
5. Березовская Г.В. Интернет-маркетинг – новая тенденция в избирательных кампаниях в РФ (на примере выборов Мэра Москвы 2013 года) // Теория и практика общественного развития. 2015. Серия «Социологические науки». № 1. С. 22–30.
6. Бронников И.А. Новые способы политической коммуникации в сети Интернет // Научные труды Московского гуманитарного университета. Вып. 128. М.: Изд-во МосГУ, 2011. С. 79 – 86.
7. Бронников И.А. Особенности сети Интернет как формы политической коммуникации. – М., 2011. С. 10 – 16.
8. Бронников И.А. Опыт использования сети Интернет в ходе выборальных циклов в России // Теория и практика общественного развития. 2011. № 4. С. 195 – 199.
9. Бузин А.Ю. Административные избирательные технологии: московская практика. – М., 2006. – 50 с.
10. Большаков С. В., Ланин В. Г., Мешков П. Я., Панарин И. Н. Интернет и выборы. – М., 2002. – 111 с.
11. Васильева Л.В. Роль и функции СМИ в современном обществе // Вестник Амурского государственного университета. Сер. «Гуманитарные науки». 2010. С. 24 – 29.
12. Вакунов С.С. Агитация в Интернете: мировой опыт и перспективы законодательного регулирования // Избирательное право. 2011. № 4. С. 3 – 19.

13. *Водолагин А.А.* Интернет-СМИ как арена политической борьбы // Общественные науки и современность. 2002. № 1. С. 50 – 59.
14. *Волгин Е. И.* Информационная война как политический выбор постмодерна (по материалам парламентских выборов 1999 года) // Государственное управление. Электронный вестник. Вып. 88. Окт. 2021. С. 110 –131.
15. *Володенков С.В.* Особенности Интернета как современного пространства политических коммуникаций // Вестник Московского государственного областного университета. 2017. № 4. С. 2 – 14.
16. ВЦИОМ: россияне доверяют телевидению больше Интернета Российская интернет-аудитория: оценки, тенденции, прогнозы. Аналитический обзор по данным различных исследований // [Электронный ресурс]: <https://vz.ru/news/2013/8/13/645452.html> (дата обращения: 20.02.2025).
17. ВЦИОМ рекомендовал Собянину идти на выборы в образе «служителя» // [Электронный ресурс]: <https://www.rbc.ru/politics/20/06/2018/5b2916079a79476f2ca1cf21> (дата обращения: 20.03.2025).
18. *Дитятин И. И.* Устройство и управление городов России. – Ярославль, 1875–1877. – 112 с.
19. *Дубовик В. Н.* Организация законодательной власти в городе Москве: преемственность, новеллы, специфика // Труды Института государства и права Российской академии наук. 2008. № 5. С. 60 – 70.
20. *Евдокимов В.А.* Сетевое взаимодействие граждан и институтов власти в предвыборной конкуренции // Омский научный вестник. Философские науки. 2012. № 5. С. 110 – 118.
21. *Ермолаев В.П.* Методы агитации в российском Интернет-пространстве в период 2000–2015 гг. // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2016. № 3. С. 70–81.
22. *Засурский И.И.* Ре-конструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е. – М., 2001. – 89 с.

23. *Иванов И.С., Зуева О.О.* Использование Интернет-технологий в предвыборной борьбе (на примере избирательной кампании на пост мэра г. Москвы 2013 г.) // Вестник МГГУ им. М. А. Шолохова. Серия «Политические институты, процессы и технологии». 2013. № 12. С. 60 – 70.
24. *Иванченко А.В.* Новые информационные технологии в избирательной системе России // [Электронный ресурс]: <https://www.rcoit.ru/news/17064/> (дата обращения: 20.02.2025).
25. Инаугурация мэра Москвы [Электронный ресурс]. // [Электронный ресурс]: <http://www.kremlin.ru/catalog/keywords/86/events/58580> (дата обращения: 20.03.2025).
26. Интернет-выборы мэра Москвы: протестный избирательный электорат поднял голову // [Электронный ресурс]: <https://lenta.ru/news/2003/12/02/protest/> (дата обращения: 29.12.2024).
27. История выборов в Московскую городскую Думу // [Электронный ресурс]: <https://tass.ru/info/21782123> (дата обращения: 15.04.2025).
28. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 300 с.
29. *Карпов П.Н.* Роль новых медиа в политической коммуникации: Интернет как инструмент формирования новой политической реальности // Вестник РУДН. Серия «Политология». 2013. № 1. С. 145 – 150.
30. *Кислицина И.С., Кислицын С.А.* Сайты политических партий – каковы перспективы? Анализ партийных Интернет-коммуникаций в период избирательных кампаний 2007–2012 гг. // Политическая наука. 2013. № 4. С. 240 – 247.
31. *Кирка А.В.* Социально-сетевые технологии в избирательном процессе на региональном уровне на примере предвыборной кампании А. А. Навального*** // Вестник университета. 2013. № 10. Серия «Политические науки». С. 22 – 29.
32. *Крайнова К.А.* Интернет как средство политической манипуляции в современном политическом управлении // PolitBook. 2013. № 2. С. 20 – 31.

33. *Колосов В.А., Бородулина Н.А., Вендина О.Н.* Юрий Лужков: Имидж политического лидера // Полития. 2001. № 3 (21). С. 65 – 70.
34. *Костюнина Е. Д.* Интернет как инструмент избирательного процесса в Москве в 2000–2010-х гг. // Клио. 2024. № 5. С. 195 – 200.
35. *Костюнина Е.Д.* Эволюция правового регулирования использования Интернета в избирательных кампаниях в Российской Федерации в 2010–2018 годы // Клио. 2024. № 12. С. 19 – 25.
36. *Кынев А.В.* Выборы Московской городской Думы 4 декабря 2005 г.: апофеоз имитационных выборов // [Электронный ресурс]: <https://web.archive.org/web/20070209081527/http://www.frip.ru/newfrip/cnt/library/books/0013> (дата обращения: 15.04.2025)
37. *Любарев А.Е.* 1999: выборы Государственной Думы, мэра Москвы и советников районных собраний // [Электронный ресурс]: <https://lyubarev.narod.ru/elect/1999.pdf> (дата обращения: 10.12.2024)
38. *Любарев А.Е.* Года, доставшиеся мне. Мемуары // [Электронный ресурс]: https://lyubarev.narod.ru/memoires/1999-2003_1_4_MA.htm (дата обращения: 10.12.2024)
39. *Маклюэн М.* Понимание медиа: Внешние расширения человека. – М.: АСТ, 2019. – 222 с.
40. *Малькевич А.А.* Использование избирательных Интернет-технологий в XXI веке: опыт, механизмы, эволюция, перспективы развития // Среднерусский вестник общественных наук. 2010. № 2(15). С. 123 – 141.
41. *Мархгейм Л.В., Никонова Л.И.* Предвыборная агитация в сети интернет: версии доктрины и динамизм практики // Научные ведомости БелГУ. НОМОТНЕТИКА: Философия. Социология. Право. 2018. Том 43. № 3. С. 135 – 145.
42. *Моссовет* // Москва. Энциклопедия. 1980 // [Электронный ресурс]: https://mos80.ru/m/moskvoretskaya_muzey/mossovet.html (дата обращения: 15.04.2025)

43. МЭРовой масштаб. По чьим лекалам новый мэр будет кроить российскую столицу // [Электронный ресурс]: <https://www.alebedev.ru/news/media/merovoj-masshtab.-po-chim-lekalam-novyj-mer-budet-kroit-rossijskuju-stolicu/> (дата обращения: 29.12.2024).
44. Навальный*** и Левичев: как продвигались кандидаты в мэры Москвы в интернете // [Электронный ресурс]: <https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2013/09/11/102050.phtml> (дата обращения: 20.02.2025).
45. Надпорожский И.А. Применение Интернет-технологий в российских избирательных кампаниях // Вопросы студенческой науки. 2018. Вып. 1. С. 40 – 51.
46. Националистические задачи Германа Стерлигова – только третьи в его программе // [Электронный ресурс]: <https://www.sova-center.ru/hate-speech/news/2003/11/d1382/> (дата обращения: 29.12.2024).
47. Новикова С. А. Российские хэштеги микроблога «Твиттер» как политико-идентификационный маркер // Социум и власть. 2014. № 5 (49). С. 18 – 33.
48. Носатов Ю.Н. К вопросу противодействия некорректным технологиям предвыборной агитации, осуществляемой с использованием современных информационно-коммуникационных средств // Проблемы правоохранительной деятельности. 2017. № 3. С. 99 – 111.
49. О'Рейли Т. Что такое Веб 2.0 // Компьютера. 2005. № 35. С. 40 – 45.
50. Орлов С.В., Ермаков Д.Н. Социально-правовые аспекты формирования политических предпочтений современной российской молодежи // Образование и право. 2020. № 4. С. 33 – 40.
51. Орлов С.В. К вопросу о генезисе представлений о формировании информационного общества и основных подходах к его изучению // Информационное общество. 2025. № 1. С. 10 – 23.
52. Орлов С.В. Этапы становления цифровой экономики: экономическая сущность информации (на примере города Москвы) // Вестник Московского университета. Серия 8. История. 2021. № 1. С. 108 – 127.

53. *Павлютенкова М.Ю., Анохин М.Г.* Информационно-коммуникационные технологии в политике // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия “Политология”. 1999. № 1. С. 22 – 31.
54. *Перфильев Ю.Ю.* Российский Интернет: пространственная картина паутины // География. Еженедельное приложение к газете «Первое сентября». 1999. № 30. С. 3 – 10.
55. *Пестерева О.А.* Лидер «Памяти» тоже хочет в мэры // Коммерсант. 1999. № 114. С. 3.
56. *Петровский Д.И.* «Электронная Москва» в сетях // Стандарт. 2008. № 8. С. 31–40.
57. *Погребняк В.В.* Манипуляционные практики Интернета: управление политическим поведением с помощью социальных сетей // Ученые записки СКАГС. Государственное и муниципальное управление. 2015. Вып. 1. С. 50 – 71.
58. *Подосокорский Н.И.* Выборы мэра Москвы – 2013. Образ Сергея Собянина в социальных медиа // [Электронный ресурс]: <https://blog.greensmm.ru/?p=1021> (дата обращения: 20.02.2025).
59. *Прокопенко Т.В.* Роль социальных сетей в российской системе политической коммуникации. – М., 2020. – 213 с.
60. *Радкевич А. Л.* Интернет-аудитория в России: состояние, динамика, тенденции // Знание. Понимание. Умение. 2009. № 1. С. 230-240.
61. *Раскладкина М.К.* Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ. – М., 2003. С. 32 – 43.
62. *Самородов Д. А.* Контрреформы Александра III: содержание и последствия // Царскосельские чтения. 2012. С. 70 – 80.
63. *Скабичевский Л. А.* Сеть, которая накрыла Россию // Коммерсант. 1999. № 208. С. 8.
64. *Сиркия Н.П.* Политический дискурс vs политический интернет-дискурс: сходства и различия (когнитивный аспект) // Историческая и социально-образовательная мысль. 2018. Т. 10. № 2. С. 163 –169.

65. Скаб А.И. Чертова дюжина против Лужкова // Время новостей. 2003. № 196. С. 2.
66. Скородумова О.Б. Интернет и его основные социокультурные функции // Философия и общество. 2004. № 1. С. 10 – 21.
67. Соленикова Н.В. Политический Интернет в российских избирательных кампаниях: тенденции развития // Размышления, сообщения, комментарии. 2007. № 1. С. 41 – 51.
68. Спасенников В.В., Голубева Г.С. Социально-психологические особенности использования современных технологий в избирательных кампаниях // Вестник КГУ. Педагогика. Социокинетика. 2016. № 4. С. 89 – 99.
69. Сыров С.А. Юрий Лужков прокатил программу развития транспорта // Коммерсантъ. 2003. № 173. С. 5 – 12.
70. Танцура М.С., Грищенко Р.А., Прокопчук Д.Д. Сравнительный анализ использования Интернет-технологий для политической агитации в России в избирательных циклах 2011 г. и 2016 г. // Общество: политика, экономика, право. 2018. № 1. С. 15 – 25.
71. Татманин Д.В. Основные направления развития политического сектора Рунета // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2011. С. 295 – 302.
72. Троицкая Т.В. Предвыборная агитация в России: конституционно-правовой аспект // Государственный советник. 2017. № 2. С. 5 – 12.
73. Туронок С.Г. Интернет и политический процесс // Общественные науки и современность. 2001. № 2. С. 50 – 60.
74. Фуко М. Надзирать и наказывать: Рождение тюрьмы. – М.: Ad Marginem, 1999. – 512 с.
75. Хабермас Ю. Структурные изменения публичной сферы. Исследования по категории буржуазного общества. – М.: Весь Мир, 2001. – 432 с.
76. Чесноков А.А. Ресурсы Internet и российские политические технологии: состояние и перспективы развития // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 1999. № 4. С. 60 – 70.

77. Чижов Д.В. Формирование имиджа российских политических партий в сети Интернет // Мониторинг общественного мнения. Экономические и социальные перемены. 2016. № 1. С. 320 – 334.
78. Чугунов А. В. Развитие Интернета в России и мониторинг общественного мнения о ходе реализации ФЦП «Электронная Россия» (2002–2006 гг.) // Информационные ресурсы России. 2007. № 4. С. 10 – 20.
79. Шапова А.А., Куликова С.А. Правовое регулирование предвыборной агитации в сети Интернет // Известия Саратовского университета. Новая Серия. Серия «Экономика. Управление. Право». 2016. Т. 16. Вып. 4. С. 470 – 480.
80. Шевцов А.В. Интернет и российская избирательная социология // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2013. № 156. С. 141 – 150.
81. Akin M. Russia: New Users Rush Onto Web, Stay There Longer // The Moscow Times. 2000. № 33. P. 4.
82. Bimber B.A., Davis R. Campaigning Online: The Internet in U.S. Elections. – Oxford, 2003; – 132 p.
83. Budge I. The New Challenge of Direct Democracy. – Oxford, 1996. – 432 p.
Davis R. The Web of Politics. – Oxford, 1999. – 311 p.
84. Dertouzos M. What Will Be: How the New Information Marketplace Will Change Our Lives. – San Francisco, 1997. – 212 p.
85. Foot K.A., Schneider S.M. Web Campaigning. – Cambridge, MA, 2006. – 111 p.
Governance.Com: Democracy in the Information Age / ed. by E.C. Kamarck, J.S. Nye. – Washington, 2002; – 56 p.
86. Grossman L. The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age. – L., 1995. – 199 p.
87. Hansen G.J., Benoit W.L. Residential Campaigning on the Web: The Influence of Candidate World Wide Web Sites in the 2000 General Election // Southern Communication Journal. 2005. Vol. 70. № 3. P.10 – 20.
88. Morris D. Vote.com: How Big-Money Lobbyists and the Media Are Losing Their Influence, and the Internet Is Giving Power Back to the People. – L.A., 1999. – 220 p.

89. Moscow Mayor to Chat With MSNBC // Электронный ресурс: <http://www.msnbc.com/news/311499.asp#BODY> . Режим доступа: открытый. Дата обращения: 10.12.2024 г.
90. *Negroponte N.* Being Digital. – N.-Y., 1995. – 121 p.
91. Political Parties and the Internet: Net Gain? / R.K. Gibson, P. Nixon, S. Ward. – L., 2003; – 133 p.
92. *Rheingold H.* Smart Mobs. The Next Social Revolution. – L.A., 2002. – 100 p.
93. *Trippi J.* The Revolution Will Not Be Televised: Democracy, the Internet and the Overthrow of Everything. – N.Y., 2004; – 212 p.
94. *Ward S., Gibson R.* On-line and on Message? Candidate Websites in the 2001 General Election // British Journal of Politics and International Relations. 2003. Vol. 5. № 2. P. 12 – 20.
95. *Webster F.* Theories of the Information Society. – London, 2002. – 311 p.