

DOI: 10.25629/НС.2026.10.02

УДК: 94(470)

ВАК: 5.6.1. Отечественная история

Костюнина Елизавета Дмитриевна, кандидат исторических наук, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Kostiunina99@mail.ru

Орлов Степан Владимирович, кандидат экономических наук, доцент, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Orlov@duma.mos.ru

Березкина Оксана Степановна, кандидат политических наук, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, os-berezkina@yandex.ru

СТАНОВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ И ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ КАМПАНИИ МОСКВЫ: РОЛЬ РУНЕТА (1999–2010 ГГ.)

Аннотация

Статья посвящена исследованию взаимосвязи между становлением информационного общества в России и трансформацией освещения избирательных кампаний Москвы в общественно-политическом сегменте Рунета в 1999–2010 гг. Цель исследования заключается в выявлении изменений форм, инструментов и содержания сетевого освещения выборов в зависимости от технологических, социальных и нормативно-политических условий развития информационного общества. Хронологические рамки охватывают два электоральных цикла: выборы Мэра Москвы и депутатов Мосгордумы 1999–2003 гг., а также выборы депутатов Мосгордумы и муниципальных депутатов 2005–2009 гг. В качестве исследовательской рамки используются три взаимосвязанных аспекта: технологический, характеризующий развитие интернет-инфраструктуры, цифровых платформ и инструментов измерения аудитории; социальный, отражающий расширение и изменение состава интернет-аудитории и возникновение сетевых сообществ; политологический, связанный с освоением Интернета политическими акторами и изменением характера электоральной коммуникации. В 1999–2003 гг. Интернет преимущественно выполнял функции дополнительного информационного и агитационного канала, площадки для распространения компрометирующих материалов и проведения виртуальных опросов. В 2005–2009 гг. распространение блогов и социальных сетей способствовало переходу от модели одностороннего вещания к пользовательскому производству контента и формированию сетевых политических сообществ. Одновременно Интернет стал пространством общественной оценки результатов выборов и дискуссий об их легитимности. Автор приходит к выводу, что технологическая и социальная модернизация Рунета опережала политико-правовую адаптацию, а расширение цифрового инструментария не стоит увязывать автоматически с усилением политической конкуренции.

Ключевые слова

информационное общество, Интернет, цифровизация, выборы Мэра Москвы, выборы депутатов Мосгордумы, выборы муниципальных депутатов, история Москвы, социология Интернета

Kostyunina E.D., Candidate of Historical Sciences, Lomonosov Moscow State University, Kostyunina99@mail.ru,

Orlov S.V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Lomonosov Moscow State University, Orlov@duma.mos.ru

Berezkina O.S., Candidate of Political Sciences, Lomonosov Moscow State University, os-berezkina@yandex.ru

THE FORMATION OF THE INFORMATION SOCIETY IN RUSSIA AND THE ELECTION CAMPAIGNS COVERAGE IN MOSCOW: ROLE OF THE RUSSIAN INTERNET (1999–2010)

Abstract

This article examines the relationship between the formation of the information society in Russia and the transformation of coverage of Moscow electoral campaigns in the socio-political segment of the Runet in 1999–2010. The study aims to identify changes in the forms, instruments, and content of online election coverage depending on the technological, social, and regulatory-political conditions of information society development. The chronological scope encompasses two electoral cycles: the elections of the Mayor of Moscow and deputies of the Moscow City Duma in 1999–2003, and the elections of deputies of the Moscow City Duma and municipal deputies in 2005–2009. The research framework comprises three interrelated aspects: the technological, which characterizes the development of Internet infrastructure, digital platforms, and audience measurement tools; the social, which reflects the expansion and changing composition of the Internet audience and the emergence of online communities; and the political-science aspect, which concerns the adoption of the Internet by political actors and changes in the nature of electoral communication. In 1999–2003, the Internet primarily served as an additional information and campaigning channel, a platform for disseminating compromising materials and conducting virtual polls. In 2005–2009, the proliferation of blogs and social networks facilitated a transition from the one-way broadcasting model to user-generated content and the formation of networked political communities. At the same time, the Internet became a space for public assessment of election results and discussions about their legitimacy. The author concludes that the technological and social modernization of the Runet outpaced political and legal adaptation, and that the expansion of the digital toolkit should not be automatically linked to increased political competition.

Keywords

information society, Internet, digitalization, Moscow mayoral elections, elections to the Moscow City Duma, municipal elections, history of Moscow, Internet sociology

Введение

Настоящее исследование посвящено взаимосвязи двух процессов, разворачивавшихся в России на рубеже XX–XXI веков: становления информационного общества и трансформации освещения избирательных кампаний города Москвы в общественно-политическом сегменте Рунета.

Объект исследования – московские электоральные кампании 1999–2010 годов, предмет – эволюция форм, инструментов и содержания их отражения в сетевой среде в контексте изменения технологических, нормативных и социальных условий.

Цель исследования – выявить характер связи между становлением информационного общества в России и изменением форм, инструментов и содержания сетевого освещения московских избирательных кампаний в 1999–2010 годах.

Для достижения цели были сформулированы следующие исследовательские задачи:

- определить рабочее понимание информационного общества, пригодное для исторического исследования, и свойства, отличающие сетевую среду от классических средств массовой информации;
- реконструировать технологический контекст кампаний: инфраструктуру, государственные информационные системы, средства измерения аудитории;
- охарактеризовать социальный контекст: динамику и состав интернет-аудитории, формы цифрового неравенства, переход пользователя к производству контента;
- типологизировать способы освоения сетевой среды политическими акторами в двух электоральных циклах;
- определить характер рассогласования технологического, социального и политологического аспектов в каждом из циклов.

Рабочая гипотеза исследования заключалась в том, что становление информационного общества в России носило неравномерный характер: технологическая и социальная составляющие опережали политико-правовую, вследствие чего расширение цифрового инструментария не сопровождалось ростом политической конкуренции и не превращало Сеть в среду принятия электорального решения. Причина рассогласования при этом не остается постоянной: в первом цикле она связана с ограниченностью инструментария, во втором – с сужением поля санкционированной конкуренции при уже сложившейся сетевой среде.

Научная новизна и значимость исследования заключались в том, что два московских электоральных цикла впервые рассмотрены не как последовательность отдельных кампаний, а как единый процесс, соотношенный с динамикой информатизации страны. Предложена трехаспектная рамка, позволяющая измерять не состояние, а рассогласование темпов развития разнородных составляющих. Выделены три модели присутствия политического актора в Сети, результаты виртуальных голосований 1999 и 2003 годов впервые сопоставлены с официальными итогами, зафиксирована смена масштаба цифрового неравенства. В научный оборот введены материалы интервью с депутатами Московской городской Думы, собранные автором в 2025 году.

Теоретическая значимость состоит в верификации на отечественном материале «нормализационного» тезиса, согласно которому сетевая среда воспроизводит существующее распределение политических ресурсов, а не перераспределяет его. Практическая – в применимости результатов при подготовке курсов по новейшей отечественной истории и политической коммуникативистике и при разработке регламентов информационного сопровождения выборов.

Теоретико-методологические основания исследования

Методологическую основу составляют принципы историзма и объективности. Проблемно-хронологический метод задает композицию: поскольку предметом выступает процесс, а не отдельное событие, материал организован по двум циклам, внутри каждого из которых изложение ведется по трем аспектам, а не по отдельным кампаниям. Историко-генетический метод позволяет показать происхождение форм сетевого присутствия и объяснить, что модель партийного ресурса 2001 года представляла собой не регресс, а рациональный ответ на низкую явку и высокие издержки освоения среды. Историко-сравнительный метод применяется при сопоставлении кампаний внутри цикла, циклов между собой и результатов виртуальных голосований с официальными итогами, что позволяет количественно оценить расхождение предпочтений сетевой и общей аудитории. Историко-системный метод обосновывает трехаспектную рамку: аспекты трактуются как подсистемы единого процесса с собственными темпами

развития. Привлечены также классифицирующий метод, вторичный анализ социологических данных и метод устной истории, позволяющий реконструировать мотивацию участников кампаний, не отраженную в письменных источниках.

Источниковая база и историография исследования

Источниковая база исследования носит комплексный характер и включает четыре основных типа источников. Первый тип составляют нормативно-правовые и официально-административные документы: федеральные и московские законы, постановления и распоряжения, регулирующие организацию выборов, избирательное законодательство, информатизацию и развитие государственной цифровой инфраструктуры, а также документы, связанные с деятельностью избирательных комиссий и ГАС «Выборы». Второй тип – материалы общественно-политических и сетевых СМИ, официальных сайтов политических партий, кандидатов и государственных органов: публикации «Независимой газеты», «Известий», «Коммерсанта», Lenta.ru, материалы сайтов Ю.М. Лужкова, С.В. Кириенко, «Яблока», а также сохранившиеся сведения о первых политических интернет-ресурсах Москвы. Они позволяют реконструировать непосредственное содержание сетевой агитации, формы присутствия политических акторов в Рунете, практики виртуального голосования, распространения компрометирующих материалов и обсуждения результатов выборов.

Третий тип составляют социологические, статистические и количественные материалы – исследования Фонда «Общественное мнение», ВЦИОМ, данные об интернет-аудитории, результатах виртуальных голосований, электоральных опросов и экзит-поллов, позволяющие сопоставить динамику распространения Интернета с электоральным поведением и оценить различия между сетевой и общей аудиторией. Наконец, четвертый тип – источники устной истории, прежде всего интервью с депутатами Московской городской Думы, проведенные автором в 2025 г. и хранящиеся в ее архиве. Их использование позволяет дополнить документальные и цифровые свидетельства реконструкцией мотивации и практического опыта участников избирательных кампаний. В совокупности, указанные четыре группы источников дают возможность рассмотреть московские выборы 1999–2010 гг. одновременно в технологическом, социальном и политико-электоральном измерениях.

Понятие информационного общества сформировалось в 1960-е годы. Ф. Махлуп в работе 1962 года подошел к проблеме со стороны экономической статистики, предложив рассматривать знание как самостоятельный сектор хозяйства и подсчитав его долю в валовом продукте США (Machlup, 1962). Эти взгляды получили развитие в медиатеории М. Маклюэна, который термином «информационное общество» не пользовался, но сформулировал тезис, без которого дальнейшая дискуссия немыслима: средство коммуникации само по себе является сообщением, а смена коммуникационной технологии перестраивает восприятие, социальные связи и политические институты независимо от передаваемого содержания (Маклюэн, 1964/2019). Для исторического исследования этот подход ценен тем, что помещает технологию не в число внешних обстоятельств политического процесса, а в число его формообразующих условий.

Э. Тоффлер предложил метафору трех волн цивилизационного развития, в которой третья, информационная, волна приносит демассификацию производства, средств массовой информации и самой политики (Тоффлер, 1980/2004). Из тоффлеровской схемы вытекало предсказание, подтвердившееся впоследствии лишь частично: дробление аудитории должно было повлечь за собой и дробление политического представительства.

Наиболее развернутую и одновременно наиболее осторожную версию концепции предложил М. Кастельс. Он развел понятия информационного и информационального общества, настаивая, что информация присутствует в любом обществе, а специфику современности составляет иное – организация экономики и власти в форме сетей с переменной геометрией и без

единого центра (Кастельс, 1996/2000). Категории пространства потоков и вневременного времени описывали среду, в которой политическое действие перестает быть привязанным к территории и к последовательности событий. Позднее Кастельс распространил эти положения непосредственно на сетевую среду, отметив, что она усиливает уже существующие формы политического участия значительно чаще, чем порождает новые (Кастельс, 2001/2004). Критическую ревизию всей традиции выполнил Ф. Уэбстер. Он выделил пять оснований, по которым разные авторы объявляли общество информационным, – технологическое, экономическое, связанное с занятостью, пространственное и культурное, – и показал, что ни одно из них не дает порогового значения, позволяющего зафиксировать момент перехода (Уэбстер, 2002/2004).

Отечественная традиция развивалась в иной понятийной рамке – через категорию информатизации, закрепившуюся в государственных документах еще в конце 1980-х годов. Первую развернутую концептуализацию предложил А.И. Ракитов, сформулировавший в 1991 году набор критериев информационного общества: доступность информационных ресурсов для любого гражданина, развитая технологическая инфраструктура, ускоренная автоматизация производства и управления, радикальное изменение социальных структур (Ракитов, 1991). К концу 1990-х годов дискуссия сместилась от философского обоснования к эмпирическому: И.С. Мелюхин впервые соединил теоретический обзор с анализом реального состояния российской информационной инфраструктуры, рынка телекоммуникаций и государственной политики (Мелюхин, 1999). В 2000-е годы центр тяжести обсуждения перешел в сторону государственной политики, и А.В. Чугунов систематизировал накопленный корпус теорий, концепций и программ, зафиксировав переход от академической полемики к практике программного управления (Чугунов, 2007b).

Говоря о широком концепте технологий Интернета, в данной статье мы понимаем их как сумму приемов и инструментов, посредством которых политические акторы – органы государственной власти, кандидаты, партии и движения, средства массовой информации, аналитические центры и сами избиратели – производят, распространяют и потребляют политически значимую информацию в сетевой среде. Как показал автор в своих предыдущих работах (Костюнина, 2024b, 2024c, 2025), с конца 1990-х годов по настоящее время набор таких инструментов менялся радикально, от статической страницы с биографией кандидата до распределенных систем общественного наблюдения за голосованием.

Представления о применении Интернета в политических процессах также подробно освещены в зарубежной и отечественной исследовательской литературе. Сопоставив кампании в США и Великобритании, Р. Гибсон, М. Марголис, Д. Резник и С. Уорд заключили, что Сеть воспроизводит существующее распределение политических ресурсов, а не перераспределяет его (Gibson et al., 2003). Б. Бимбер и Р. Дэвис показали, что присутствие кандидата в сетевом пространстве чаще мотивировано желанием обозначить технологическую современность, нежели намерением вести двусторонний диалог с избирателем (Bimber & Davis, 2003). Г. Рейнгольд описал феномен «умных толп» – самоорганизующихся сообществ, координирующих коллективное действие средствами мобильной связи и Сети (Rheingold, 2002), а Т. О'Рейли ввел в оборот понятие Веб 2.0, зафиксировав переход от вещательной модели распространения контента к модели участия (О'Рейли, 2005).

Отечественная линия исследований начинается на рубеже XX–XXI веков. А.А. Чесноков одним из первых указал, что лавинообразное распространение Сети формирует новый канал политической коммуникации, способный изменить представления как о системе обеспечения политической деятельности, так и о традиционных инструментах политического участия (Чесноков, 1999). И.И. Засурский отмечал принципиальную неподконтрольность нового средства коммуникации: в отличие от телевидения с его конечным числом каналов, Интернет располагает практически неограниченным их количеством (Засурский, 2001). С.Г. Туронок рассмотрел Сеть как среду взаимодействия политических акторов различных типов (Туронок, 2001), а И.И. Кузнецов ввел понятие российского электорального пространства, частью которого выступает Рунет (Кузнецов, 2003). К середине 2000-х годов Н.В. Соленикова систематизировала функции Интернета в политической жизни и электоральных процессах (Соленикова, 2007).

На современном этапе историографической дискуссии о тенденциях и противоречиях информационного общества представляются особенно важными труды Н.Г. Осиповой. Так, выделяя самостоятельный феномен «цифровизации социальной реальности» (подчинения социальных, межличностных, внутриобщественных связей технологическим инструментам, цифровым парадигмам – вплоть до искусственного интеллекта), Н.Г. Осипова предостерегает от его эволюции в конструкт политических манипуляций, которые открывают дорогу тоталитарным, глобалистским проектам (Осипова, 2022). В особенности, такие манипуляции пагубны для уязвимых групп (Осипова, 2023), а средства реагирования на них не всегда успевают за прогрессом технических инструментов, сред и процессов. Другие аспекты «рискового профиля» цифровой трансформации применительно к политике вообще, и в современном российском обществе в частности – цифровое неравенство, социальная дифференциация регионов, дисбаланс рынка труда – подробно рассматриваются в работах Ю.А. Холоденко (Холоденко, 2022).

Обобщая эти наблюдения, следует выделить несколько особенностей, отличавших Интернет от классических средств массовой информации в рассматриваемый период. Во-первых, низкий порог входа: размещение материала не требовало ни лицензии, ни типографии, ни эфирного времени, а стоимость его была несопоставима с расценками телевидения и печати. Во-вторых, скорость: сетевая публикация появлялась раньше, чем сопоставимое сообщение успевали разместить бумажные и телевизионные редакции. В-третьих, отсутствие обязательной атрибуции: на раннем этапе размещение агитационного материала в Сети не требовало ни указания заказчика, ни отметки об оплате из избирательного фонда, что создавало правовую лакуну. В-четвертых, измеримость: счетчики посещений впервые позволили оценивать реальный охват сообщения, а не рассчитывать его по тиражу или доле аудитории.

Первый электоральный цикл (1999–2003): становление сетевого освещения выборов

Первый раздел настоящего текста охватывает три кампании – выборы Мэра и вице-мэра Москвы 19 декабря 1999 года, выборы в Московскую городскую Думу III созыва 16 декабря 2001 года и выборы Мэра Москвы 7 декабря 2003 года. Представляется продуктивным провести анализ по трем аспектам – технологическому, социальному и политологическому.

Технологической предпосылкой всего цикла стало инфраструктурное строительство второй половины 1990-х годов. В 1996 году доступ в Интернет начали предоставлять телекоммуникационные предприятия за пределами двух столиц, тогда же в строй Транссибирская линия радиорелейной связи Москва – Хабаровск, давшая региональным провайдером недорогой канал связи с московскими операторами, и заработали точки взаимного обмена трафиком М-IX и SPB-IX. К 1998 году первый этап становления Рунета исчерпал себя: подключение завершили энтузиасты, использовавшие Сеть как хобби или исследовательский инструмент, и дальнейший рост требовал появления массовых сервисов, рассчитанных на пользователя без специальных технических познаний (Скабичевский, 1999). К 2003 году положение несколько изменилось, что, однако, едва ли должно было немедленно отразиться на парадигме использования Интернета в политических процессах. Ежегодный ввоз компьютеров вырос до 3,8 млн штук, из которых подключаться к Сети могли 2,5 млн, а половина пользователей перешла на широкополосное соединение (Вирин, 2004). В этот же период были заложены первые элементы государственных цифровых средств инфраструктуры электорального участия и политического представительства как такового. Так, распоряжение Мэра Москвы от 18 ноября 1996 года № 500/1-РМ предусматривало создание интернет-узла и WWW-сервера мэрии – прямых предшественников современных городских порталов. К 2002 году Москва вошла в число одиннадцати регионов, чья избирательная комиссия располагала активно обновлявшимся сайтом.

Социальный аспект в 1999 году определялся разрывом между столицей и страной, который правильнее описывать не как отставание регионов, а как сосуществование двух разных технологических режимов. Компьютером располагали около 4% российских домохозяйств и более 16%

московских; к аудитории Сети относилось 2–3% взрослого населения страны и свыше 8% населения столицы. К 2003 году картина стала не только иной, но и впервые поддающейся систематическому наблюдению: с осени 2002 года Фонд «Общественное мнение» ежеквартально проводил мониторинг «Интернет в России» на выборке в 3000 респондентов в 203 населенных пунктах всех федеральных округов (Галицкий, 2003). Именно в 2003 году в московских группах 18–24 и 25–34 лет пользователей впервые оказалось больше, чем воздерживавшихся от использования Интернета, а среди москвичей с высшим образованием доля пользователей достигла 54%.

Вместе с тем, по данным Всероссийского центра изучения общественного мнения, в 2003 году лишь 20–30% россиян, называвших себя пользователями Сети, допускали обращение к ней для решения «серьезных» задач, тогда как о неготовности к таким решениям заявляло примерно вдвое больше (Чугунов, 2007а). Интернет оставался для большинства средой досуга, общения и творчества, но не источником, на который опираются при выборе кандидата.

Сквозное сопоставление трех кампаний позволяет выделить три сосуществовавшие модели присутствия политического актора в Сети. Первую уместно назвать моделью витрины: сайт Ю.М. Лужкова, открытый 15 сентября 1999 года за два дня до официального объявления об участии в выборах, содержал биографию, изложение позиций по острым вопросам политики, ежедневно обновлявшийся раздел новостей, дайджест публикаций о мэре и блоке «Отечество – Вся Россия», сведения о семье и увлечениях. Ресурс не предполагал обратной связи и воспроизводил в электронном виде жанр биографической брошюры.

Вторая модель – сетевой штаб – была реализована командой С.В. Кириенко и представляла собой качественно иной уровень освоения среды. Обновленный 9 ноября 1999 года ресурс Kirienko.ru, которым занимался Фонд эффективной политики, выгружал новостную ленту несколько раз в час и объединял московскую и федеральную кампании²¹. Еще существеннее был сайт движения «Московская альтернатива», организовавший прием обращений горожан: на дискуссионной ленте было оставлено около трех тысяч писем, что составило половину от числа обращений на телефонную горячую линию. По свидетельству В.Л. Глазачева, ресурс стал центром складывавшегося экспертного сообщества, к которому присоединилось более полусотни специалистов, причем треть из них работала в учреждениях мэрии и префектур (Глазачев, 1999). Показательно, что именно в ответ на эту активность официальная документация мэрии стала в обязательном порядке размещаться на mos.ru.

Третья модель – партийный ресурс без кандидата – характерна для выборов в Московскую городскую Думу 2001 года и на первый взгляд выглядит регрессом. Личных сайтов кандидаты в депутаты, судя по имеющимся данным, не вели; работали ресурсы выдвигавших их политических сил. Сайт «Яблока» опубликовал обращение к избирателям с призывом поддержать «список четырех»²². Опрошенные депутаты того созыва оценивают роль Сети сдержанно: реклама в Интернете входила в кампанию, но носила, по выражению одного из них, скорее модный характер, тогда как основными методами агитации оставались личные встречи, газеты и кабельное телевидение²³.

Ярким фактором рассмотренных кампаний стали практики «черного пиара», на раннем этапе служившие главным катализатором политического интереса к Сети. Размещение компрометирующих материалов обходилось несопоставимо дешевле, чем на телевидении или в печати, и почти не влекло ответственности: закон не требовал ни указания заказчика, ни отметки об оплате из избирательного фонда, а печатные и эфирные редакции могли свободно ссылаться на сетевую публикацию, многократно увеличивая ее охват при незначительном собственном проникновении. В сентябре 1999 года был запущен ресурс lujkov.ru, доменное имя которого

²¹ Официальный сервер Кириенко: вторая редакция. (1999, 9 ноября). Lenta.ru. <https://lenta.ru/news/1999/11/09/kirienko/>

²² Совместное обращение к москвичам лидеров партии «Единство», организации «Отечество», партии «Союз Правых Сил» и объединения «Яблоко». (2001, 5 ноября). Яблоко. <https://www.yabloko.ru/Press/Docs/2001/1105Ot-Ed-SPS-Ybl-Msk.html>

²³ Интервью с депутатами Московской городской Думы, 2025. Личный архив Е.Д. Костюниной.

почти повторяло адрес официального сайта мэра; разработчик официального сервера публично отмежевался от него и указал на вероятную причастность конкурирующего штаба²⁴. В 2003 году прием был повторен с отягощением: распространялась вредоносная программа, подменявшая заставку экрана листовкой с ксенофобными лозунгами, приписывавшимися Ю.М. Лужкову, и рассылавшая себя по адресной книге зараженного компьютера (Гусев, 2003).

Показательным политологическим феноменом цикла стали виртуальные голосования, совмещавшие функции измерения, агитации и информационного повода. Первое виртуальное голосование «Независимая газета» провела 19 октября 1999 года: в нем участвовали 4106 человек против обычных для издания полутора тысяч, и Ю.М. Лужков получил 50,8% против 40,8% у С.В. Кириенко (Сеточкин, 1999). Повторное голосование 23 ноября на площадке Mail.ru собрало 8950 участников и подтвердило тот же расклад, репрезентативность же подобных процедур сами организаторы оценивали как невысокую (Ваганов, 1999). В 2003 году два раунда голосования на домене vote.mail.ru дали результат, важный для понимания расхождения сетевого и общего электората: Ю.М. Лужков получил 44% и затем 40,23% при официальных 74,83%, А.Е. Лебедев вырос с 20% до 29% при официальных 12,78%, а Г.Л. Стерлигов – вчетверо, до 11,47%²⁵. Сетевая аудитория систематически недооценивала действующего мэра и оказалась заметно подвижнее общей.

К кампании 2003 года сетевое освещение выборов впервые приобрело институциональную форму. 4 ноября редакции «Ленты.ру» и «Дней.ру», аналитическая дирекция Первого канала и компания Mail.ru создали независимый информационно-аналитический портал v2003.msk.ru, продюсером которого выступил К.И. Рыков, а в редакцию вошли А.Б. Носик и А.В. Андреев. Официальные сведения о кандидатах поступали туда от Мосгоризбиркома по договоренности, а посетители могли моделировать собственное голосование²⁶.

Подводя итог настоящему разделу нашего исследования, следует отметить, что три рассмотренных аспекта развивались с разной скоростью, и именно их рассогласование определяет содержание цикла. Технологический опережал остальные: к 2003 году были созданы и магистральная инфраструктура, и государственные информационные системы, и независимые средства измерения аудитории. Социальный следовал за ним с отставанием, о чем говорят «перекосы» цифрового неравенства и в целом крайне умеренная роль Интернета в кампаниях вплоть до самого конца 2000-х годов. Политологический отставал сильнее всех, поскольку набор освоенных инструментов рос от кампании к кампании, но Сеть оставалась средой ускоренного распространения сведений и теневого воздействия, а не средой формирования электорального решения.

Второй электоральный цикл (2005–2009): платформизация и политизация оценки результатов

Второй цикл, рассматриваемый в этом тексте, охватывает выборы в Московскую городскую Думу IV созыва 4 декабря 2005 года, выборы депутатов муниципальных собраний в марте 2008 года и выборы в Московскую городскую Думу V созыва 11 октября 2009 года. Федеральный закон декабря 2004 года заменил всенародное избрание глав субъектов утверждением по представлению Президента РФ²⁷, и назначенные на 2007 год выборы Мэра Москвы не состоялись

²⁴ «Отечество» отрешивается от квазиофициального сайта Лужкова. (1999, 22 сентября). Lenta.ru. <https://lenta.ru/news/1999/09/22/lujkov/>

²⁵ Интернет-выборы мэра Москвы: протестный электорат поднял голову. (2003, 2 декабря). Lenta.ru. <https://lenta.ru/news/2003/12/02/protest/>

²⁶ Открылся сайт «Выборы мэра Москвы». (2003, 5 ноября). Lenta.ru. <https://lenta.ru/news/2003/11/05/v2003msk/>

²⁷ 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»: федеральный закон от 11 декабря 2004 г. № 159-ФЗ. (2004).

– 27 июня 2007 года Ю.М. Лужков был утвержден Мосгордумой на пятый срок 32 голосами из 35. Вся электоральная активность города на пять лет сместилась на законодательный и муниципальный уровни.

Технологический аспект в эти годы характеризуется прежде всего углублением государственного контура, начало которому было положено ранее. Государственная автоматизированная система «Выборы» перестала быть только средством подсчета голосов: в кампании 2005 года она уже применялась для проверки достоверности подписей, представленных непарламентскими объединениями, не вносившими избирательный залог.

Второе технологическое изменение носило платформенный характер и было для рассматриваемого периода решающим. Кампания 2005 года стала первой московской кампанией, отразившей растущую популярность бесплатного хостинга блогов «Живой журнал», а основание в 2006 году сетей «ВКонтакте» и «Одноклассники» превратило кампанию 2009 года в одну из первых региональных кампаний эпохи социальных сетей: обе платформы очень быстро стали использоваться для политических дискуссий и распространения агитации. Политический актор впервые оказался в среде, которую он не контролировал технически.

Третье изменение затронуло измерительную инфраструктуру. Если в предыдущем цикле сетевые опросы были самодеятельностью медиакомпаний, то теперь их место заняли регулярные публикации профессиональных социологических служб: уже к кампании 2005 года относятся бюллетень «Выборы в Мосгордуму», приводивший данные о намерении москвичей участвовать в голосовании и о поддержке отдельных политических сил, и материалы Всероссийского центра изучения общественного мнения с показателями информированности горожан о выборах и перечнем наиболее острых городских проблем²⁸. К 2009 году сложилась развитая система независимого измерения результата, публиковавшаяся преимущественно в Сети. Масштабные исследования мнения проголосовавших москвичей провели «ИМА-Консалтинг», охвативший 500 участков из 3296, «Покорение Ай-Пи» с выборкой в 66 участков и Всероссийский центр изучения общественного мнения, поставивший экспериментальный SMS-экзит-полл.

Социальный аспект определялся сменой состава аудитории. Портрет пользователя, зафиксированный для рубежа веков, – мужчина с высшим образованием и доходом выше среднего, житель одной из двух столиц – в течение второй половины десятилетия размывался. Существенное количественное роста была перемена в характере пользования Интернетом. Ведение сетевого дневника, комментирование и распространение чужих записей сделали рядового пользователя производителем публичного высказывания, и именно эта способность, а не численность аудитории, определила политическое значение Сети во втором цикле.

Третье социальное наблюдение касается смены масштаба цифрового неравенства. По оценке А.Ю. Бузина, в кампании 2005 года началась «джентрификация» использования Интернета: сетевые публикации заметно активнее задействовались в благополучном и технически продвинутом Западном административном округе столицы, а в 14 округе, в основном соответствовавшем району Крылатское, кандидат от «Единой России» Е.В. Герасимов опередил своего соперника от «Российской партии жизни» А.Г. Тарнавского в том числе за счет большего числа упоминаний в Сети (Бузин, 2006). Цифровое неравенство, до того описывавшееся как разрыв между столицей и страной, впервые проявилось внутри самого города и стало фактором, различающим избирательные округа.

Политологический аспект в рассматриваемый период определялся сужением поля конкуренции, происходившим одновременно с расширением набора доступных инструментов. Избирательное законодательство города пересматривалось дважды. В 2005 году Москва перешла от чисто мажоритарной схемы к смешанной, при которой 15 депутатов избирались по одномандатным округам и 20 по единому городскому списку, размер избирательного залога был

²⁸ ВЦИОМ. (2005). Выборы в Мосгордуму и проблемы, волнующие москвичей. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskiy-obzor/vybory-v-mosgordumu-i-problemy-volnuyushhie-moskvicej>

повышен до 15 млн рублей, барьер для списков установлен на уровне 10%, вдвое превышавшем федеральный, а графа «против всех кандидатов» упразднена²⁹. В 2009 году соотношение частей было выравнено до семнадцати и восемнадцати мандатов, барьер снижен до 7%, институт избирательного залога отменен полностью, а срок полномочий Думы впервые составил пять лет. Результатом стало сокращение числа представленных в городском парламенте политических сил с трех до двух: в 2005 году мандаты получили «Единая Россия», КПрФ и коалиция «Яблоко – Объединенные демократы», в 2009 году – только «Единая Россия» и КПрФ.

Модель партийного ресурса, сложившаяся в 2001 году, в целом сохранялась, однако внутри нее происходили заметные изменения. В кампании 2005 года впервые фиксируются сообщения об использовании сетевых ресурсов отдельными кандидатами, хотя основная агитационная нагрузка по-прежнему приходилась на сайты партий: существенную активность, по оценке депутата Е.А. Бунимовича, проявило объединение «Яблоко – Объединенные демократы, из мейнстримных сил заметно работала КПрФ, освещавшая этапы кампании и переговоры с другими политическими силами как на собственном ресурсе, так и на площадках средств массовой информации. Тогда же Интернет впервые попал в программные документы³⁰. Объединение «Яблоко – Объединенные демократы» предлагало установить строжайшую отчетность о расходовании бюджетных средств, обязав каждого бюджетополучателя публиковать соответствующие данные в Сети в режиме реального времени. Сеть из инструмента кампании превратилась в предмет политического требования.

Наиболее значимый политологический сдвиг цикла произошел в 2009 году и состоял в перемене предмета сетевого разговора. Внимание электронных изданий было направлено не на подготовку к голосованию и не на агитацию кандидатов, а на обсуждение итогов, которые ряд политических сил считал полученными с существенными нарушениями. В центре дискуссии оказались альтернативные методы подсчета голосов, использование административного ресурса, политически мотивированное изменение границ округов и достоверность протоколов, причем в заочной полемике участвовали как издания, допускавшие фальсификацию итогов, так и представлявшие позицию сил, считавших нарушения незначительными. Сеть прошла путь от информационного и агитационного источника до поля полемики о легитимности результата.

Последствия этого сдвига фиксируются социологически. Проведенный после голосования опрос показал противоречивую картину: результатами выборов были довольны 42% москвичей при 35%, не давших однозначного ответа, а для 72% респондентов итоги оказались такими, как ожидалось. Одновременно 63% полагали, что власть не станет ни ближе, ни дальше от рядовых горожан, столько же не ожидали изменений в качестве жизни. Сетевая полемика, таким образом, не изменила исхода выборов, но сформировала устойчивую группу горожан, отказывавшихся признавать его безоговорочно.

Заключение

Сопоставляя два рассмотренных избирательных цикла, целесообразно отметить что рассогласование трех аспектов – технологического, социального, политологического – развивалось нелинейно. Технологический и социальный аспекты во втором цикле сблизились: платформенная среда, массовая аудитория и переход пользователя к производству контента складывались в единый процесс. Политологический аспект разошелся с ними по причине, противоположной прежней. В 1999–2003 годах Сеть отставала от того, что инструментов было мало и о них знало не так много избирателей; в 2005–2009 годах инструментов стало достаточно, но сузился сам предмет конкуренции – прямые выборы главы города были отменены, барьеры повышены,

²⁹ 10 партий будут участвовать в выборах в Мосгордуму 4 декабря. (2005, 27 октября). Ведомости. <https://www.vedomosti.ru/library/news/2005/10/27/10-partij-budut-uchastvovat-v-vyborah-v-mosgordumu-4-dekabrya>

³⁰ Интервью с депутатами Московской городской Думы, 2025. Личный архив Е.Д. Костюниной.

число партий в парламенте сократилось. Освоенные сетевые возможности не находили применения в санкционированной агитации и потому переместились в сферу оценки легитимности. Нормативная урегулированность оставалась последним и наиболее отстающим индикатором – ключевые федеральные нормативно-правовые акты в сфере регулирования использования сети Интернет будут приняты лишь в середине 2010-х.

Очевидным продолжением работы представляется распространение предложенной рамки на последующие циклы – кампании 2011–2012 годов, выборы Мэра Москвы 2013 года и выборы в Московскую городскую Думу 2014 года, – в которых социальные сети уже выступали основной средой политической коммуникации. Второе направление связано со сравнительным изучением московского опыта и опыта других крупных городов, что позволило бы отделить общероссийские закономерности от специфики столицы. Третье предполагает углубление источниковой базы за счет устной истории: опрос сотрудников избирательных штабов, разработчиков первых политических веб-ресурсов и журналистов сетевых изданий мог бы восполнить утраченный цифровой материал. Самостоятельной задачей остается разработка методики количественной обработки веб-архивов, которая перевела бы часть качественных наблюдений в разряд измеримых.

Библиография

- Бужин, А. Ю. (2006). *Административные избирательные технологии: московская практика*. Панорама.
- Ваганов, А. И. (1999, 28 декабря). Как голосовал Интернет. *Независимая газета*. https://www.ng.ru/ideas/1999-12-28/8_how_voted.html
- Вирин, Ф. А. (2004, 4 июня). Интернет в России: второе дыхание. *Независимая газета*. https://www.ng.ru/internet/2004-06-04/10_secondbreath.html
- ВЦИОМ. (2005). *Выборы в Мосгордуму и проблемы, волнующие москвичей*. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vybory-v-mosgordumu-i-problemy-volnuyshhie-moskvichej>
- Галицкий, Е. Б. (2003). *Опросы «Интернет в России»*. Выпуск 3. Весна 2003. Фонд «Общественное мнение». https://bd.fom.ru/report/cat/smi/smi_int/o0316061
- Глазыхев, В. Л. (1999, 16 декабря). Столица-99: начало политической жизни. *Независимая газета*. https://www.ng.ru/ideas/1999-12-16/8_capital.html
- Гусев, А. В. (2003). Юрия Лужкова атаковали вирусы. *Известия*. <https://iz.ru/news/282656>
- Засурский, И. И. (2001). *Реконструкция России: масс-медиа и политика в 90-е*. Издательство Московского университета.
- Кастельс, М. (2000). *Информационная эпоха: экономика, общество и культура* (О. И. Шкаратан, Науч. ред.). ГУ ВШЭ. (Оригинальная работа опубликована 1996).
- Кастельс, М. (2004). *Галактика Интернет* (А. Матвеев, Пер.). У-Фактория. (Оригинальная работа опубликована 2001).
- Костюнина, Е. Д. (2024a). Интернет как инструмент избирательного процесса в Москве в 2000–2010 гг. *Клио*, (5), 198–203.
- Костюнина, Е. Д. (2024b). Использование Интернета в предвыборной агитации: отечественная историография. *Человеческий капитал*, (1), 56–62. <https://doi.org/10.25629/HC.2024.01.06>
- Костюнина, Е. Д. (2024c). Эволюция правового регулирования использования Интернета в электоральных кампаниях в Российской Федерации в 2010–2018 гг. *Клио*, (12), 194–199.
- Костюнина, Е. Д. (2025). Продвижение политических лидеров в социальных сетях: опыт избирательных кампаний 2011–2012-х гг. *Исторический журнал: научные исследования*, (1), 71–80. <https://doi.org/10.7256/2454-0609.2025.1.73446>
- Кузнецов, И. И. (2003). Рунет как часть российского электорального пространства. *Общественные науки и современность*, (1), 66–70.

- Любарев, А. Е. (2002). На «столичном» уровне. *Выборы. Законодательство и технологии*, (1), 20–30.
- Маклюэн, М. (2019). *Понимание медиа: внешние расширения человека* (В. Г. Николаев, Пер.). Кучково поле. (Оригинальная работа опубликована 1964).
- Мелюхин, И. С. (1999). *Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития*. Издательство Московского университета.
- О'Рейли, Т. (2005). Что такое Веб 2.0. *Компьютерра*, (35), 40–45.
- Осипова, Н. Г. (2022). Цифровизация социальной реальности: ключевые дискуссии. *Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология*, 28(3), 10–20. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2022-28-3-9-42>
- Осипова, Н. Г. (2023). Цифровые манипуляции психическим здоровьем современной молодежи. *Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология*, 29(3), 7–19. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2023-29-3-7-27>
- Радкевич, А. Л. (2009). Интернет-аудитория в России: состояние, динамика, тенденции. *Знание. Понимание. Умение*, (1), 232.
- Ракитов, А. И. (1991). *Философия компьютерной революции*. Политиздат.
- Сеточкин, И. И. (1999, 21 октября). С минимальным преимуществом. *Независимая газета*. <https://www.ng.ru/politics/1999-10-21/preimushество.html>
- Скабичевский, Л. А. (1999). Сеть, которая накрыла Россию. *Коммерсантъ*, (208), 8.
- Соленикова, Н. В. (2007). Политический Интернет в российских избирательных кампаниях: тенденции развития. *Общественные науки и современность*, (5), 48–49.
- Тоффлер, Э. (2004). *Третья волна* (П. С. Гуревич, Науч. ред.). АСТ. (Оригинальная работа опубликована 1980)
- Турунок, С. Г. (2001). Интернет и политический процесс. *Общественные науки и современность*, (2), 51–63.
- Уэбстер, Ф. (2004). *Теории информационного общества* (М. В. Арапов и Н. В. Малыгина, Пер.; Е. Л. Варганова, Науч. ред.). Аспект Пресс. (Оригинальная работа опубликована 2002).
- Холоденко, Ю. А. (2022). Цифровая трансформация государственного управления: возможности и риски. *Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология*, 28(3), 40–50. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2022-28-3-43-78>
- Чесноков, А. А. (1999). Ресурсы Internet и российские политические технологии: состояние и перспективы развития. *Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология*, (4), 63–70.
- Чугунов, А. В. (2007а). Развитие Интернета в России и мониторинг общественного мнения о ходе реализации ФЦП «Электронная Россия» (2002–2006 гг.). *Информационные ресурсы России*, (4), 12.
- Чугунов, А. В. (2007б). *Развитие информационного общества: теории, концепции и программы*. Издательство Санкт-Петербургского университета.
- Bimber, B. A., & Davis, R. (2003). *Campaigning online: The Internet in U.S. elections*. Oxford University Press.
- Gibson, R. K., Margolis, M., Resnick, D., & Ward, S. J. (2003). Election campaigning on the WWW in the USA and UK: A comparative analysis. *Party Politics*, 9(1), 47–75.
- Machlup, F. (1962). *The production and distribution of knowledge in the United States*. Princeton University Press.
- Rheingold, H. (2002). *Smart mobs: The next social revolution*. Perseus Publishing.