

чивости. Далее при их дальнейшем обучении немаловажной будет являться психологическая подготовка к работе с разной категорией граждан. Также положительным аспектом будет и увеличение времени обучения первоначальной подготовки сотрудников, в рамках которой необходимо сделать акцент на недопустимость нарушения прав и свобод человека при осуществлении их деятельности.

Дибина С.В.

Сибирский юридический институт МВД России (г. Красноярск)
Научный руководитель Д.Д. Невирко, кандидат юридических наук, доцент

К вопросу о предвыборной агитации в контексте цифровизации

В данной работе рассматриваются правовые формы организации и проведения предвыборной агитации посредством интернет-технологий, особенности проведения предвыборной агитации в России, а также осуществление ее посредством СМИ.

Одна из наиболее ярких черт системы современных общественных отношений развитых стран является информатизация. Именно она стала этапом развития цивилизации, в которой знания стали играть определяющую роль во всех значимых сферах деятельности людей. Таким образом, основной целью информатизации является удовлетворение информационных потребностей граждан и всех структур общества.

Предвыборная агитация представляет собой официальную деятельность, реализуемую в момент проведения избирательных кампаний. Ключевой ее целью является формирование у населения мнения о кандидате или кандидатах, а в последующем побуждение избирателя отдать голос за или против конкретного кандидата или кандидатов¹.

Одним из важнейших каналов воздействия на избирателей в период предвыборной агитации являются СМИ, играющие немаловажную роль в процессе проведения выборов всех уровней власти (как на федеральном уровне законодательства, так и на уровне законодательства субъектов Российской Федерации). Именно поэтому содержание информационных агитационных материалов должно отвечать принципам равенства кандидатов и избирательных объединений, достоверности, объективности и соответствовать положениям, установленным законодательством РФ.

СМИ призваны быть источником информирования избирателей, средством предвыборной агитации и инструментом гражданского контроля. Они

¹ Большаков С.В., Головин А.Г. Информационное обеспечение выборов и референдумов в Российской Федерации. М.: РЦОИТ, 2007. С. 32.

оказывают наибольшее влияние на электорат во время проведения агитации, так как являются одним из самых доступных средств информирования избирателей. Задачей агитационных материалов в СМИ является создание и укрепление образа кандидата, благодаря чему его личность становится узнаваемой, а продуманная и спланированная реклама, опубликованная в средствах массовой информации, помогает кандидату в короткие сроки привлечь внимание к своей избирательной программе.

Из особенностей распространения информации с применением современных информационно-коммуникационных технологий раскрываются преимущества использования электронной предвыборной агитации. К числу преимуществ можно отнести: охват широкого круга лиц всех возрастов, относительно дешевизну изготовления и распространения информации (т.к. по сравнению с печатными материалами, теле- или радиовещанием в разы сокращаются затраты на необходимые ресурсы для информирования потребителя), а также быстроту распространения информации.

Также стоит отметить, что предвыборная агитация предусматривает возможность применения не только сети Интернет, но и самого широкого набора средств коммуникации и передачи информации, которые, в свою очередь, должны получить закрепление в действующем избирательном законодательстве. К перечню форм электронной агитации относят агитацию посредством рассылки текстовых сообщений, аудио- и видеофайлов агитационного содержания в мессенджерах и СМС-сообщений, создание и ведение в социальных сетях аккаунтов с информацией о кандидате и прочими агитационными материалами, размещение аудиовизуальных агитационных материалов и роликов на видеохостингах и иные не запрещенные законом способы.

Более подробно следует рассмотреть появление новой заметной силы в политике – блогосферы, которая благодаря особым свойствам интернет-среды (интерактивности, гипертекстуальности) формирует два немаловажных источника влияния на пользователя – иллюзию моделирования информационного пространства (его уверенность в некоем собственном управлении информационными процессами) и моментальную, в отдельных случаях устойчивую, обратную связь с коммуникатором¹.

Используя блог как политическое пространство, можно вести любую дискуссию на интересующую политика тему (в отличие, например, от официальных митингов или встреч с избирателями). Благодаря достаточно размытым границам личного и публичного в блоге создается иллюзия доверительного и открытого общения с аудиторией, делающая ее сопричастной к приня-

¹ Ирхин Ю.В. Повышение роли блогосферы в публичной политике // Социально-гуманитарные знания. 2016. № 1. С. 80.

тию политически важных решений и повышающая уровень доверия избирателей в целом.

Таким образом, наряду с форумами блоги становятся влиятельным информационным явлением, готовы составить конкуренцию иным современным медиа. Они рассматриваются как мощные альтернативные и независимые источники новостей и практически бесцензурное средство выражения общественного мнения, а в политике практически ни одна крупная выборная кампания уже не обходится без привлечения блогеров и использования блогов.

Весьма актуальным остается вопрос качественного контроля предвыборной агитации в сети Интернет. В условиях свободного характера Интернета отслеживание круга лиц, посетивших конкретный сайт или получивших СМС-сообщения, весьма затруднительно, а применительно к идентификации конкретных пользователей, ознакомившихся с данной информацией – практически невозможно, поскольку можно будет установить только IP-адрес, но не фамилию, имя и отчество конкретного человека. Также насущной является проблема образования и распространения непроверенной и намеренно искаженной информации с помощью так называемых фейков.

Если говорить о требованиях, применяемых к блогеру, по распространению им общедоступной информации, то он обязан соблюдать законодательство Российской Федерации, а также проверять достоверность размещаемой общедоступной информации до ее размещения и незамедлительно удалять размещенную недостоверную информацию в соответствии со ст.10.2 Федерального закона от 5 мая 2014 г. № 97-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

Тем не менее остается неоспоримым тот факт, что практически не представляется возможным привлечь к ответственности лиц, причастных к размещению агитационных материалов в СМИ уже непосредственно в момент проведения выборов. Законодательство закрепляет ряд ограничений, касающихся размещения агитационных материалов в различных общественных местах и регулирует иные отношения, связанные с данным родом осуществления деятельности, но в рассмотренном случае остается пробел в законодательстве.

Немаловажную роль играет вопрос о публикуемой информации в сети Интернет в момент проведения выборов компаниями, не находящимися под юрисдикцией России. В данном случае действие законодательства РФ также не распространяется, что снова делает невозможным привлечение к ответственности.

Подводя итоги вышесказанному, можно отметить активное формирование в XXI веке инфраструктуры информационного общества. Информатизация агитационных процессов в Российской Федерации стремительно и устойчиво увеличивается с каждой следующей избирательной кампанией, тем

самым актуализируя задачу изучения информационного обеспечения выборов и урегулирования в должной мере нормативными правовыми актами.

Кузнецов Д.С.

Сибирский юридический институт МВД России (г. Красноярск)
Научный руководитель Н.В. Маслодудова, кандидат философских наук, доцент

Искусственный интеллект – угроза всему человечеству или хороший помощник?

Искусственный интеллект – достаточно новая разработка в науке, позволяющая создать машину, чьи когнитивные способности во много раз превосходят когнитивные способности человека во всех областях, начиная со сфер, связанных с математическими алгоритмами, заканчивая сферами искусства (написание картин, сочинение музыкальных произведений, написание стихов и прозы).

Однако перед учеными стоит такой вопрос: «Если машина превзойдет человека в способности мыслить, то сможем ли мы ее контролировать?».

Начнем с того, что существует ряд понятий, обозначающих искусственный интеллект. Проанализировав различные определения интеллекта, можно заметить, что авторы, сознательно или нет, практически не упоминают о том, что интеллект присущ исключительно человеку. Применить такие определения понятия «интеллект» мы можем и к ЭВМ, так как по своей сути они созданы для решения задач, выполнения алгоритмов и тому подобное, на что и опираются многие авторы определений. Однако существуют такие аспекты интеллекта, которые мы не можем с полной уверенностью отнести к ЭВМ, например абстрактное мышление, самообучение, обучение на основе имеющего опыта.

Английский ученый Д. Дранг, Б. Эдельсон, Р. Левин¹ дают следующее определение искусственного интеллекта – это программная система, которая имитирует на компьютере мышление человека. Исходя из такого определения, можно сказать, что компьютеру придаются черты человеческого разума.

И здесь возникает проблема, которую можно приравнять к угрозе: появление сознания у искусственного интеллекта вызывает риски и вопросы этического характера, так как в определенный момент система может достигнуть такого уровня самосознания, что будет приравнена к человеку. Сегодня это

¹ Практическое введение в технологию искусственного интеллекта и экспортных систем с иллюстрациями на бейсике / пер. с англ., предисловие М.Л. Сальникова, Ю.В. Сальниковой. М.: Финансы и статистика, 1990. 239 с. URL: <https://bookree.org/reader?file=505124> (дата обращения: 20.04.2022).