**Проблема «информационных войн» в предвыборных кампаниях: использование запрещённых технологий**

*«Каждый человек, военный или гражданский, участвует в информационной войне в той или иной её форме»*

*В. Маркоменко*

В последнее время в средствах массовой информации часто употребляется термин «информационная война», который означает воздействие на население какого-либо государства путём распространения определённой информации. Сегодня «информационная война» стала инструментом ведения войны, применяемым также часто, как нанесение авиаударов. Россия знает о данном методе ведения войны не понаслышке – события 2008 года в Южной Осетии и нынешние на Украине являются более чем наглядным примером того, как информация превращается в оружие.

Однако, «информационные войны» ведутся не только иностранными государствами против нас, но и внутри самой России, но здесь имеют место другие цели. Прежде всего, «информационные войны» имеют место в политической жизни нашего государства, а именно – во время предвыборных кампаний.

Предвыборная кампания – это совокупность агитационных мероприятий, которая осуществляется кандидатами на выборные должности и их партиями в избирательной борьбе, после официального утверждения в качестве таковых, с целью обеспечить себе максимальную поддержку избирателей на предстоящих выборах. Существует множество технологий, которые призваны помочь кандидатам и политическим партиям увеличить число своих избирателей, и, следовательно, уменьшить его у своих оппонентов. Подобные технологии могут быть как законными, так и противоправными.

К сожалению, в России нередко применяются запрещённые технологии проведения предвыборных кампаний. Подобных технологий множество.

Самым эффективным и самым «грязным» методом по праву можно назвать распространение дезинформации о конкурентах. В уголовном законодательстве Российской Федерации существует статья 128.1 «Клевета». Но угроза уголовной ответственности не останавливает кандидатов, и во время предвыборных кампаний избиратели часто встречаются с материалами в различных газетах, журналах и телепередачах, которые в той или иной степени губят репутацию кандидатов, принижают их честь и достоинство, которые ничего общего с реальностью не имеют. Как пример: в 2013 году на территории города Читы были распространены листовки, содержащие ложные сведения о совершении одним из кандидатов в депутаты Законодательного собрания Забайкальского края дорожно-транспортного происшествия, в результате которого пострадал ребёнок. Для усиления эффекта на данных листовках было указано, что ребёнок после случившегося стал инвалидом. В итоге было возбуждено уголовное дело по факту клеветы в отношении кандидата. Это лишь один из многих случаев.

Использование компромата – ещё один запрещённый метод ведения избирательной кампании. На выборах губернатора Приморского края в 2001 году штаб одного из кандидатов выпустил статью о том, как бывшая жена оппонента умерла от диабета в отсутствие инсулина на руках у детей, потому что папа их бросил, ушёл к другой и даже денег на лекарства не давал. В итоге, жертва компромата оправдывался, показывал детей от другого брака, но вся его кампания в итоге свелась к вопросу, убил он свою жену равнодушием или не убил. Выборы были проиграны.

Информационную войну можно вести даже не против какого-то определённого кандидата, а против его однофамильца. Это так называемый метод «кандидатов-двойников». Данный метод заключается в намеренном выдвижении кандидатов с такой же фамилией (или даже отчеством), как и у оппонента. Значительная часть выборщиков не будет разбираться, кто есть кто, и выберет другого кандидата. Так, в 1998 году во время выборов в Законодательное Собрание Санкт-Петербурга в одном из избирательных округов было зарегистрировано несколько кандидатов с одинаковой фамилией. Никто из них, в итоге, не победил.

В России проблема «информационных войн» в предвыборных кампаниях, несомненно, существует. Различными способами на нас, избирателей, пытаются повлиять, чтобы мы сделали выбор в пользу того или иного кандидата или партии. Когда избиратель делает свой выбор, он должен руководствоваться, в первую очередь, своими политическими взглядами, выбирать кандидата, чья политическая программа наиболее соответствует его взглядам и интересам. А «информационные войны» отвлекают внимание избирателей от самой политики, и переключает его на личности кандидатов, на репутацию политических партий и их лидеров. В конечном итоге это негативно сказывается на качестве принятого избирателем решения.

Так как все мы в той или иной степени вовлечены в политику, избежать «информационной войны» не получится. Но можно свести её последствия к минимуму: для этого нужно повышать политическую культуру граждан, развивать независимые от политических сил СМИ. Необходимо всячески предотвращать и пресекать использование запрещённых методов ведения предвыборных кампаний, так как в итоге страдает наше государство.