

УДК 329.8

**Владислав Павлович Джигило**  
аспирант 3-го года обучения каф. политологии  
Белорусского государственного экономического университета  
**Uladzislau Dzhigilo**  
3-d Year Postgraduate Student of the Department of Political Science  
of Belarusian State Economic University  
e-mail: [uladzislaupaulavich@mail.ru](mailto:uladzislaupaulavich@mail.ru)

## ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПАРТИИ И ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЕ КАМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Рассмотрено влияние цифровизации на политические партии и электоральные кампании. Определены различные аспекты этого влияния, включая использование цифровых технологий в коммуникации с избирателями, сбор данных для анализа предпочтений избирателей и разработку эффективных стратегий кампаний. Один из основных акцентов сделан на значимости использования социальных медиа-платформ для коммуникации с избирателями и создания онлайн-сообществ. В заключении сделан вывод, что цифровизация политического процесса представляет как возможности, так и вызовы для политических партий. Подчеркивается необходимость развития компетенций и адаптации к новым реалиям, чтобы эффективно использовать цифровые технологии в избирательных кампаниях и обеспечить права и интересы избирателей.

**Ключевые слова:** политические партии, партийные институты, цифровизация политического процесса, электорат.

### *Political Parties and Electoral Campaigns in the Conditions of Digitization of the Political Process*

The article examines the impact of digitalization on political parties and election campaigns. Various aspects of this influence are explored, including the use of digital technologies in communicating with voters, collecting data to analyze voter preferences, and developing effective campaign strategies. One of the main focuses is on the importance of using social media platforms to communicate with voters and create online communities. It concludes that digitalization of the political process presents both opportunities and challenges for political parties. The need to develop competencies and adapt to new realities is emphasized in order to effectively use digital technologies in election campaigns and ensure the rights and interests of voters.

**Key words:** political parties, party institutions, digitalization of the political process, electorate.

### **Введение**

В эпоху цифровизации политического процесса отмечается усиление роли института политических партий в формировании и изучении общественного мнения. Политические партии все чаще используют цифровые инструменты и платформы для своей работы. Цифровые технологии позволяют партиям использовать Интернет и социальные сети для коммуникации с избирателями, предоставления информации о своей программе, сбора пожертвований и мобилизации сторонников.

Цель исследования – определить ключевые аспекты влияния цифровизации на развитие и функционирование политических

партий. Исходя из поставленной цели, сформулируем следующие задачи: установить механизмы воздействия политических партий на электорат через цифровые технологии, а также определить роль политических партий в процессе цифрового участия.

### **Механизмы воздействия политических партий на электорат через цифровые технологии**

Политические партии играют важную роль в цифровом воздействии на электорат. Они используют различные онлайн-платформы, такие как социальные сети, веб-сайты и электронную почту, чтобы достичь своей целевой аудитории.

Одной из основных задач политической партии в цифровом воздействии на электорат является мобилизация и мотивация своих сторонников.

---

Научный руководитель – Николай Юрьевич Веремеев, кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры политологии Белорусского государственного экономического университета

Классический идеологический спектр политических партий «правые – левые» в большинстве политических систем уже не отвечает социальным запросам. В условиях формирования трендов постиндустриального развития недостаточно представлены партии, отражающие интересы «зеленых», «борцов с интернет-цензурой», «молодежных движений и субкультур», «креативного класса», «прекариата» и т. д.

Помимо этого, спектр глобальных тенденций снижает роль политических партий в современных социальных процессах: стремлении ряда политических акторов к геополитической гегемонии, экономической рецессии, неконтролируемых миграционных потоках, росте социального неравенства, киберпреступности, загрязнении окружающей среды. Данные проблемы не в полной мере нашли отражение в программных документах политических партий. В связи с этим медиакоммуникация и интернет-технологии выходят на первый план в агрегировании и артикуляции политических трендов и определении магистральных путей развития [1, с. 85; 2, с. 144–146].

На наш взгляд, на современном этапе основными задачами деятельности партийных институтов в сфере цифровизации являются:

1) эффективная интеграция партийных институтов в интернет-пространство для формирования новых технологий коммуникации с населением;

2) анализ брэндинга, саморепрезентации, имиджа, медиапривлекательности политических партий в интернет-пространстве;

3) развитие внутрипартийной коммуникации и организации.

Цифровые технологии предоставляют политическим партиям широкий спектр инструментов для воздействия на свой электорат. Некоторые из таких механизмов представляют собой:

1. **Социальные сети.** Политические партии активно используют платформы социальных сетей, такие как Facebook, Twitter, Instagram и YouTube, для взаимодействия с электоратом. Они могут размещать информацию о своей политике, проводить онлайн-кампании, вести дискуссии с избирателями и рекламировать своих кандидатов [3].

2. **Направленную рекламу.** Цифровые технологии позволяют политическим партиям настраивать направленную онлайн-рекламу, которая будет видна только определенной аудитории. Это позволяет партиям адаптировать свое сообщение к определенной группе избирателей и максимизировать эффективность своих избирательных кампаний. Зачастую политические партии используют цифровые платформы рекламы, такие как Google AdWords и Facebook Ads, чтобы нацелиться на конкретные аудитории избирателей. Они могут создавать персонализированные рекламные кампании, основанные на интересах и демографических данных избирателей, чтобы продвигать свои идеи и привлекать поддержку [4, с. 25].

3. **Мобильные приложения.** Многие политические партии разрабатывают мобильные приложения, которые позволяют избирателям получать информацию о политике партии, следить за новостями, принимать участие в опросах, а также получать персонализированные рекомендации и предложения.

4. **Онлайн-опросы и голосования.** Цифровые инструменты позволяют политическим партиям проводить онлайн-опросы и голосования среди своего электората. Это позволяет партиям лучше понять мнения и предпочтения своих избирателей, а также привлечь их к активному участию в политическом процессе.

5. **Мобильные СМС-рассылки.** Политические партии могут использовать СМС-рассылки для отправки своих сообщений и предложений напрямую на мобильные устройства своих избирателей.

6. **Большие данные (Big Data).** Анализ больших объемов данных позволяет политическим партиям понять предпочтения и поведение электората. Они могут использовать эти данные для настройки своих сообщений и стратегий, чтобы максимально эффективно воздействовать на свою аудиторию [5].

7. **Онлайн-форумы и дискуссионные группы.** Политические партии могут создавать онлайн-форумы и дискуссионные группы, где электорат может обсуждать важные политические вопросы, высказывать свое мнение и задавать вопросы кандидатам [7].

8. **Видеостриминг и подкасты.** Политические партии могут использовать видеостриминг и подкасты для привлечения электората через популярные платформы, такие как YouTube и Spotify. Они могут проводить интервью, выступать с речами и давать комментарии по важным политическим событиям [7].

9. **Онлайн-сбор средств.** Цифровые технологии позволяют политическим партиям проводить кампании по сбору средств онлайн. Они могут использовать специализированные платформы для привлечения пожертвований от электората и использовать собранные средства на свои политические цели [8].

Необходимо отметить, что большую роль в электоральных кампаниях играют также рекламные платформы, такие как Google AdWords и Facebook Ads. Партии могут настраивать аудиторию своей рекламы, выбирая конкретные географические местоположения, возрастные группы, интересы и другие параметры для определения своей целевой аудитории. Это позволяет более точно достигать людей, которые склонны поддержать определенную партию или кандидата [9].

Цифровые и облачные технологии также позволяют партиям собирать и анализировать данные о своих избирателях. Они могут использовать алгоритмы и искусственный интеллект для анализа тысяч и миллионов данных и выявления общих тенденций. Это помогает партиям понять, что на самом деле важно для избирателей и как эффективнее общаться с ними [2; 10].

Важным аспектом цифровых технологий является также мобильная связь. Партии разрабатывают приложения для смартфонов, через которые избиратели могут получать информацию о партии и ее кандидатах, участвовать в опросах и голосованиях, донатить на кампанию и т. д. Мобильные приложения позволяют партиям быть ближе к своим избирателям [11].

Все эти механизмы помогают политическим партиям эффективнее коммуницировать с избирателями, повышать осведомленность о своей политике и влиять на мнения и решения своего электората в цифровой эпохе. Они также позволяют партиям собирать данные о своих избирателях, ана-

лизировать их предпочтения и адаптировать свою избирательную стратегию.

Интеграция партийных институтов в цифровую реальность и прежде всего выстраивание системы коммуникации в интернет-пространстве влияют и на саму структуру партийных организаций – меняются их принципы. В данном случае исследователи отмечают тот факт, что на современном этапе происходит процесс замены принципа информирования принципом вовлечения [12; 13]. Данное явление прежде всего характерно для популистских партий, одними из ключевых задач которых являются максимальное вовлечение аудитории в околопартийные процессы, агрессивная реклама в информационном пространстве, а также демонстрация открытости и отсутствия бюрократических машин у руководства организации. В данных случаях принятое решение демонстрируется не как результат работы партийного офиса, а как результат «общих усилий» партийного руководства и заинтересованной аудитории.

Для вышеуказанного феномена характерно ярко выраженное партийное лидерство. Роль партийного лидера имеет двойственную структуру. С одной стороны, на человеке, занимающем эту позицию, лежит ответственность за эффективность деятельности партии (в рамках проблемы исследования, акцент делается на коммуникации в цифровом пространстве), которую он возглавляет, а с другой – лидеры политических партий являются главными выразителями законодательной инициативы, определяя тем самым политический процесс в стране. Эта особенность роли партийного лидера лежит в основе двойственности его функций в политическом процессе [14, с. 221].

На данный момент мы можем говорить о том, что в политических реалиях есть кейсы партийных систем, основная деятельность которых сконцентрирована в цифровом пространстве. Однако данные партийные институты не добились широких электоральных побед: Decidim (Barcelona en Comú), X. Piratar (Исландская пиратская партия), Deutsche Mitte (DM) (Немецкие центристы). В данном случае наблюдается обширное представительство в цифровых медиа, однако неспособность привлечь электоральную поддержку. На наш взгляд, решение данной проблемы обуславливается

комплексным подходом в интеграции партийных структур в цифровую среду для достижения максимально эффективных результатов.

Помимо указанных примеров, существует ряд институтов, которые выполняют спектр схожих функций:

1. Криптопартия (Crypto Party) – движение, нацеленное на защиту гражданских прав в цифровой среде.

2. Пиратская партия (Pirate Party) – партия, выступающая за реформу авторских прав, свободный доступ к информации и защиту личной жизни.

3. Демократия сейчас! (Democracy Now!) – медиаплатформа, активно освещающая и комментирующая политические события и привлекающая внимание к нарушениям демократических принципов.

4. Движение Occupy Wall Street, возникшее в США в 2011 г. и направленное против финансовых и социальных неравенств и корпоративного влияния на политику.

5. Хактивизм (Hacktivism) – активизм, использующий компьютерные технологии и методы в защиту прав и свобод.

Подчеркнем, что показательным кейсом в данном случае является цифровая организация партий – работа с электоратом в плане вовлечения, пропаганды и рекламы не находится на должном уровне. Данные факты говорят о том, что полный переход партий в цифровую сферу (руководство, наличие ключевых площадок, работа только с сетевой аудиторией) не позволяет добиваться положительных результатов в электоральных кампаниях.

Дополнительно отметим, что для новых политических сил указанные форматы партий – это наглядные кейсы для самоорганизации и представленности в сетевой сфере. Тем не менее использование цифровых платформ краудсорсинга и участия не отменяет «железный закон олигархии»: по мере роста количества онлайн-инициатив и кампаний могут формироваться группы наиболее активных членов и сторонников, что приведет к постепенному росту неравенства и дифференциации внутри партии. Кроме того, важное значение могут иметь расположение партии в идеологическом спектре и результаты на выборах различных уровней, поэтому изучение этого ас-

пекта потребует дополнительного количественного анализа.

### **Политические партии и проблема цифрового участия**

Политические партии играют важную роль в обеспечении демократии и представительного правления в обществе. Однако с развитием цифровой технологии возникает проблема цифрового политического участия. Проблема цифрового политического участия стала актуальной в последние годы в связи с развитием информационных технологий и Интернета. Одной из основных причин этой проблемы является неравномерное распределение доступа к цифровым технологиям и Интернету между различными социальными группами.

Цифровое политическое участие означает использование информационно-коммуникационных технологий для участия граждан в политическом процессе. Он может включать в себя такие действия, как онлайн-голосование, обсуждение политических вопросов в онлайн-форумах, поддержка политических кампаний через социальные сети и др.

Многие политические партии и организации все более осознают важность использования цифровых инструментов для привлечения и мобилизации избирателей. Они создают свои сайты, профили в социальных сетях, мобильные приложения и другие онлайн-платформы для общения с избирателями.

Однако, несмотря на усилия политических партий, проблема цифрового политического участия остается актуальной. Основные причины этой проблемы:

1. **Цифровое неравенство.** Некоторые группы общества, такие как пожилые люди, низкообразованные граждане или те, кто живет в отдаленных районах, могут иметь ограниченный доступ к Интернету и цифровым технологиям. Это создает политическое неравенство, т. к. часть населения не может активно участвовать в цифровых политических процессах [15].

2. **Недостаток доверия к политическим партиям.** Многие граждане испытывают недоверие к политическим партиям и организациям. Они опасаются, что их данные могут быть злоупотреблены или использованы в нежелательных целях. Это

может отталкивать людей от активного участия в цифровых политических процессах [15; 16].

3. **Информационный шум.** В Интернете и социальных сетях множество информации, и нередко она противоречива и недостоверна. Это делает сложным для граждан разбираться в политических вопросах и принимать взвешенные решения. Избиратели могут быть запутанными и не уверенными в своем выборе [17; 18].

4. **Олигополия/дуополия цифровой индустрии.** Электронное голосование – одна из наиболее уязвимых сфер политической независимости государства. Согласно докладу группы экспертов Международного дискуссионного клуба «Валдай», доминирование развитых стран в цифровом поле может привести к «цифровому неокOLONIALИЗМУ». Имея доступ к большому количеству данных людей, государства извне могут влиять на внутривнутриполитические процессы внутри государства (в т. ч. и на проведение электронного голосования, электронного подсчета бюллетеней и т. д.). В силу данного обстоятельства во многих государствах избирательные кампании в условиях пандемии COVID-19 не проводились путем электронного голосования. Акцент на данном периоде сделан в силу того, что в условиях массовой изоляции классический вариант голосования не получилось бы реализовать в полной мере [18].

5. **Технические ошибки программного обеспечения волеизъявления.** Несомненным является тот факт, что программное обеспечение (далее – ПО) электронного голосования, а также иных цифровых платформ политических партий не является совершенным. Сбои в функционировании ПО могут влиять на объективную картину результатов голосования. Подчеркнем, сбои в работе цифровых платформ партийных цифровых систем могут привести к серьезным последствиям в работе институтов. Обеспечение стабильно функционирующего ПО при проведении избирательного процесса и для стабильного функционирования цифровых ресурсов политических партий требует большой затраты денежных средств. Наибольшая нагрузка на цифровые платформы именно в период электоральных кампаний, когда потребность в создании

условий для стабильного функционирования ПО выходит на новый уровень [18].

Делая акцент на белорусском опыте применении электронных технологий в избирательных кампаниях, отметим, что применение информационных технологий в избирательном процессе не оформлено в избирательном кодексе Республики Беларусь [19]. Однако через призму информационного суверенитета ряд аспектов прямого или косвенного цифрового участия отображены в Концепции информационной безопасности Республики Беларусь. В документе отмечено, что «трансформация социума в информационное общество порождает новые риски, вызовы и угрозы, которые напрямую затрагивают вопросы обеспечения национальной безопасности, в т. ч. защищенность информационного пространства, информационной инфраструктуры, информационных систем и ресурсов» [20]. Иначе говоря, указанный тезис апеллирует и к институциональной трансформации белорусского общества, где актуализирована проблема цифрового участия. Данные факты являются косвенным подтверждением того, что реализация электронного голосования в рамках избирательного процесса в Республике Беларусь возможна и имеет определенные перспективы.

Для решения проблемы цифрового политического участия политическим партиям необходимо уделить внимание следующим аспектам:

1. Расширение доступа к Интернету и цифровым технологиям. Государственные и негосударственные организации должны работать над тем, чтобы обеспечить равный доступ к Интернету и цифровым технологиям для всех граждан.

2. Создание безопасных и надежных цифровых платформ. Политические партии должны предоставлять безопасные и надежные цифровые платформы для общения с избирателями, где будет возможность задавать вопросы, получать информацию и принимать участие в обсуждениях.

3. Обеспечение прозрачности и защиты данных. Политические партии должны быть открытыми и прозрачными в своей деятельности.

4. Законодательное оформление. Процесс юридического закрепления электронной демократии основывается на техниче-

ской составляющей проведения электронного голосования, и в частности участия в нем политических партий. Основные предметы законодательного закрепления – это защита пользовательских данных, проблема электронного вмешательства извне, сохранение основных принципов избирательного права. Также проблема цифрового участия может быть актуализирована в пропорциональных и смешанных избирательных системах, где на представительные должности полностью или наполовину избираются по партийным спискам. Иначе говоря, партийный список может быть представлен в цифровом пространстве как база данных. Внешнее вмешательство в партийные базы данных может повлечь за собой коллапс функционирования партии в электоральный период.

### **Заключение**

Цифровизация политического процесса системно влияет на деятельность политических партий. Ее результатом стал рост числа механизмов и каналов при проведении агитационной работы, выявлении и концептуализации глубинных запросов сторонников и их мобилизации в рамках электоральных кампаний.

Кроме того, аппарат партий при участии аналитических структур и профильных научных учреждений получил возможности для прогнозирования с помощью инструментов онлайн-социологии хода и результатов политических кампаний. Эффективное использование этих инструментов позволяет резко повысить уровень электоральной поддержки политических сил, в особенности среди социально-демографических групп, являющихся активными пользователями Интернета. Вместе с тем указанные аспекты цифровизации политического процесса отражают как новые вызовы и угрозы, с которыми столкнутся политические партии, так и новые возможности.

Однако цифровизация создает ряд рисков для устойчивости функционирования партийной системы в целом: ухудшение качества информации, манипуляции и угрозы безопасности данных.

Политическим партиям и специалистам в области политического маркетинга необходимо эффективно использовать новейшие технологии и одновременно учитывать этические и правовые нормы, чтобы обеспечить интеграцию цифровых инструментов с политическими процессами.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Алексеев, А. А. Цифровая трансформация политических партий: между вызовами и возможностями / А. А. Алексеев // Вестн. МГИМО – Ун-та. – 2020. – Т. 22, № 1. – С. 85–102.
2. Аверкин, А. Н. Толковый словарь по искусственному интеллекту / А. Н. Аверкин, М. Г. Гаазе-Рапопорт, Д. А. Поспелов. – М. : Радио и связь, 1992. – 256 с.
3. Данилов, Д. В. Взаимодействие политических партий и электората в условиях цифровой эры / Д. В. Данилов // Управлен. консультирование. – 2019. – Вып. 4. – С. 117–122.
4. Лисицина, Е. А. Интернет-реклама как инструмент повышения эффективности маркетинговой коммуникации / Е. А. Лисицина. – М. : Марка-Партнер, 2018. – 328 с.
5. Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity / J. Manyika [et al.]. – McKinsey Global Institute, 2011. – 156 p.
6. Коршунов, Г. П. Цифровая трансформация общества – проблемы и перспективы социологического изучения / Г. П. Коршунов // Журн. Белорус. гос. ун-та. Социология. – 2019. – № 1. – С. 12–22.
7. Gobble, M. Digital strategy and digital transformation / M. Gobble // Research-Technology Management. – 2018. – Т. 61, nr 5. – С. 66–71.
8. Иванова, О. А. Роль политических партий в цифровой политической реализации / О. А. Иванова // Соц.-полит. науки в России. – 2018. – № 5 (182). – С. 96–100.
9. Berkman Center at Harvard University [Electronic resource]. – Mode of access: <https://cyber.harvard.edu>. – Date of access: 19.08.2022.
10. Кучина, Я. О. Облачные технологии: понятие и основы правового регулирования / Я. О. Кучина // Азиат.-Тихоокеан. регион: экономика, политика, право. – 2016. – № 4. – С. 77–89.

11. Irniger, A. Difference between Digitization, Digitalization and Digital Transformation / A. Irniger // Core systems. – Lorstorf, 2017. – P. 29.
12. Васильев, М. С. Цифровизация современной публичной политики: специфика и социальные риски / М. С. Васильев, Я. Р. Игнатовский // Изв. Тул. гос. ун-та. Гуманитар. науки. – 2021. – № 1. – С. 15–26.
13. Орешкин, Д. М. Цифровая трансформация политических партий и выборов: глобальный и российский опыт / Д. М. Орешкин // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Сер.: История, филология. – 2017. – Т. 16, вып. 6. – С. 5–8.
14. Парсонс, Т. О структуре социального действия : пер с англ. / Т. Парсонс. – М. : Акад. проект, 2018. – 435 с.
15. Рустамов, И. Х. Цифровизация политической коммуникации и выборы: новые вызовы политическим партиям / И. Х. Рустамов // Междунар. отношения. – 2020. – Т. 18, № 2. – С. 207–213.
16. Федоров, А. В. Электронные голосования в политических партиях: опыт и проблемы / А. В. Федоров // Упр., экономика и право. – 2020. – № 1. – С. 69–74.
17. Степанов, В. П. Цифровая трансформация политических партий и выборов: тенденции и перспективы / В. П. Степанов // Полития. – 2019. – № 2. – С. 52–59.
18. Шоперов, В. А. Интернет-технологии в избирательных кампаниях политических партий / В. А. Шоперов // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 4, Журналистика. – 2019. – № 2. – С. 247–255.
19. Избирательный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 11 февр. 2000 г., № 370-З : принят Палатой представителей 24 янв. 2000 г. : одобр. Советом Респ. 31 янв. 2000 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 16.02.2023 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.
20. О Концепции информационной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс] : постановление Совета Безопасности Респ. Беларусь, 18 марта 2019 г., № 1 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=P219s0001&p1=1>. – Дата доступа: 19.08.2022.

## REFERENCES

1. Alieksiejev, A. A. Cifrovaja transformacija politicheskikh partij: miezhdzhu vyzovami i vozmozhnostiami / A. A. Alieksiejev // Viest. MGIMO – Univiersiteta. – 2020. – Т. 22, № 1. – S. 85–102.
2. Avierkin, A. N. Tolkovyj slovar' po iskusstvienneomu intielliektu / A. N. Avierkin, M. G. Gaaze-Rapoport, D. A. Pospelov. – М. : Radio i sviaz', 1992. – 256 s.
3. Danilov, D. V. Vzaimodiejstvije politichieskikh partij i eliektorata v uslovijakh cifrovoj ery / D. V. Danilov // Upravlien. konsul'tirovanije. – 2019 – Вып. 4. – S. 117–122.
4. Lisicina, Ye. A. Internet-rieklama kak instrument povyshenija ehffektivnosti markietingovoj kommunikacii / Ye. A. Lisicina. – М. : Marka-Partnior, 2018. – 328 s.
5. Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity / J. Manyika [et al.]. – McKinsey Global Institute, 2011. – 156 p.
6. Korshunov, G. P. Cifrovaja transformacija obshchestva – problimy i pierspiektivy sociologichieskogo izuchienija / G. P. Korshunov // Zhurn. Bielorus. gos. un-ta. Sociologija. – 2019. – № 1. – S. 12–22.
7. Gobble, M. Digital strategy and digital transformation / M. Gobble // Research-Technology Management. – 2018. – Т. 61, nr 5. – С. 66–71.
8. Ivanova, O. A. Rol' politichieskikh partij v cifrovoj politichieskoj rerealizacii / O. A. Ivanova // Soc.-polit. nauki v Rossii. – 2018. – № 5 (182). –S. 96–100.
9. Berkman Center at Harvard University [Electronic resource]. – Mode of access: <https://cyber.harvard.edu>. – Date of access: 19.08.2022.
10. Kuchina, Ya. O. Oblachnyje tiekhnologii: poniatije i osnovy pravovogo riegulirovanija / Ya. O. Kuchina // Aziat.-Tikhookiean. region: ehkonomika, politika, pravo. – 2016. – № 4. – S. 77–89.
11. Irniger, A. Difference between Digitization, Digitalization and Digital Transformation / A. Irniger // Core systems. – Lorstorf, 2017. – P. 29.

12. Vasil'jev, M. S. Cifrovizacija sovriemiennoj publichnoj politiki: spiecifika i social'nyje riski / M. S. Vasil'jev, Ya. R. Ignatovskij // *Izv. Tul. gos. un-ta. Gumanitar. nauki.* – 2021. – № 1. – S. 15–26.

13. Orieshkin, D. M. Cifrovaja transformacija politichieskikh partij i vyborov: global'nyj i rosijskij opyt / D. M. Orieshkin // *Viestn. Novosib. gos. un-ta. Sier.: Istorija, filologija.* – 2017. – T. 16, vyp. 6. – S. 5–8.

14. Parsons, T. O strukturie social'nogo diejstvija : pier. s angl. / T. Parsons. – M. : Akad. projekt, 2018. – 435 s.

15. Rustamov, I. K. Cifrovizacija politichieskoj kommunikacii i vybory: novyje vyzovy politichieskim partijam / I. K. Rustamov // *Miezhdunar. otnoshenija.* – 2020. – T. 18, № 2. – S. 207–213.

16. Fiodorov, A. V. Eliektronnyje golosovanija v politichieskikh partijakh: opyt i problemi / A. V. Fiodorov // *Upr., ekonomika i pravo.* – 2020. – № 1. – S. 69–74.

17. Stiepanov, V. P. Cifrovaja transformacija politichieskikh partij i vyborov: tendencii i pierspektivy / V. P. Stiepanov // *Politija.* – 2019. – № 2. – S. 52–59.

18. Shopierov, V. A. Internet-tiehnologii v izbiratiel'nykh kampanijakh politichieskikh partij / V. A. Shopierov // *Viestn. Volgogr. gos. un-ta. Sier. 4, Zhurnalistika.* – 2019. – № 2. – S. 247–255.

19. Izbiratiel'nyj kodeks Riepubliki Bielarus' [Eliektronnyj riesurs] : 11 fievr. 2000 g., № 370-Z : priniat Palatoj predstavitieliej 24 janv. 2000 g. : odobr. Sovietom Rieesp. 31 janv. 2000 g. : v ried. Zakona Rieesp. Bielarus' ot 16.02.2023 g. // ETALON. Zakonodatiel'stvo Riepubliki Bielarus' / Nac. centr pravovoj inform. Rieesp. Bielarus'. – Minsk, 2023.

20. O Konceptii informacionnoj biezopasnosti Riepubliki Bielarus' [Eliektronnyj riesurs] : postanovlienije Sovieta Biezopasnosti Rieesp. Bielarus', 18 marta 2019 g., № 1 // Nacional'nyj pravovoj Internet-portal Riepubliki Bielarus'. – Riezhim dostupa: <https://pravo.by/document/?guid=-12551&p0=-P219s0001&p1=1>. – Data dostupa: 19.08.2022.

*Рукапіс наступіў у рэдакцыю 25.03.2024*