

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт права

(наименование института полностью)

Кафедра «Конституционное и административное право»

(наименование кафедры полностью)

40.03.01. «Юриспруденция»

(код и наименование направления подготовки, специальности)

«Государственно-правовой»

(направленность (профиль))

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему «Информационное обеспечение выборов в России»

Студент

Н.А. Саидходжиев

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

А.Н. Станкин

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой к.ю.н., доцент А.А. Мусаткина _____

« ____ » _____ 20 ____ г.

Тольятти 2017

Содержание

Введение	3
Глава I. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЫБОРОВ КАК СТАДИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА	7
1.1. Понятие информационного обеспечения выборов	7
1.2. Организации телерадиовещания и периодические печатные издания, используемые для информационного обеспечения выборов	13
Глава II. УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ	20
2.1. Понятие предвыборной агитации	20
2.2. Общие условия проведения предвыборной агитации на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных изданиях и сетевых изданиях	26
2.3. Условия проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума на телевидении и радио	32
2.4. Условия проведения предвыборной агитации в периодических печатных изданиях	36
2.5. Условия проведения предвыборной агитации посредством агитационных публичных мероприятий	39
2.6. Условия выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов	41

Глава III. ЮРИДИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВЫБОРОВ	
46	
3.1. Ограничения при проведении предвыборной агитации	
46	
3.2. Юридическая ответственность за нарушение правил информационного обеспечения выборов	
52	
Заключение	57
Список использованных источников	60

Введение

Актуальность темы исследования. Свобода политической дискуссии и свобода выражения общественного мнения по наиболее значимым и интересующим социум вопросам составляют основу демократии современного государства. Это неоднократно подчеркивалось в Постановлениях Конституционного Суда РФ, решениях Европейского Суда по правам человека, а также в научной литературе и научных исследованиях.

Особое значение информация, включая формы, методы ее распространения и получения, приобретает в период подготовки и проведения выборов. Будучи заинтересованными в определенном исходе избирательной кампании, кандидаты стараются оказать воздействие на волеизъявление избирателей. И главным инструментом здесь является информация. Вместе с тем важно отметить, что ст. 3 Конституции РФ наряду с референдумом относит свободные выборы к форме высшего непосредственного выражения власти народа. Это означает, что информационная борьба за голоса избирателей не должна повлечь за собой искажение волеизъявления граждан.

Новое звучание данная тема обрела после проведения в Соединенных Штатах Америки выборов президента.

Важность информационного обеспечения выборов для реализации свободного волеизъявления граждан подчеркивается развитием нормативного регулирования данного института в современном избирательном законодательстве. Федеральный закон от 12 июня 2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» информационное обеспечение выборов составляет гарантию избирательных прав граждан (Глава VII), а свободное волеизъявление избирателей обусловлено качеством информационного обеспечения выборов (ст. 44).

Таким образом, исследование правового регулирования информационного обеспечения выборов в Российской Федерации как гарантии избирательных прав граждан в Российской Федерации трудно переоценить. Помимо этого, актуальность избранной темы обусловлена: систематическими изменениями в действующем избирательном законодательстве, затрагивающими права граждан на информацию о выборах; использованием новых информационных технологий на выборах; возникающими различиями в правоприменительной практике в связи с привлечением кандидатов к конституционно-правовой ответственности за нарушения избирательного законодательства при проведении предвыборной агитации.

Степень научной разработанности и теоретическая основа исследования. На сегодняшний день заявленная тема раскрыта недостаточно, поскольку комплексные исследования информационного обеспечения выборов как гарантии реализации избирательных прав граждан в Российской Федерации немногочисленны. Кроме того, избирательное законодательство, в том числе, в части информационного обеспечения выборов меняется весьма часто, что еще раз подчеркивает необходимость исследования заявленной темы.

При изучении общих вопросов избирательного права и избирательного процесса, гарантий конституционных прав граждан автор опирался на труды таких российских правоведов, как С.А. Авакьян, М.В. Баглай, Р.Т. Биктагиров, Ю.А. Веденеев, А.Г. Головин, Н.В. Григорьев, А.В. Зиновьев, А.В. Игнатов, С.Д. Князев, Е.И. Колюшин, В.В. Красинский, В.И. Крусс, В.В. Лапаева, В.И. Лысенко, М.С. Матейкович, И.С. Поляшова, М.С. Саликов, С.А. Хвалёв, Д.М. Худолей, В.М. Цырфа, Б.С. Эбзеев и др.

Объектом работы являются общественные отношения, урегулированные нормами конституционного права, в сфере информационного обеспечения выборов в Российской Федерации.

Предмет исследования составили: научные представления об избирательном праве и избирательном процессе в Российской Федерации, а также о гарантиях избирательных прав граждан и информационном обеспечении выборов; содержащиеся в источниках конституционного права, международных договорах Российской Федерации, нормы, устанавливающие гарантии, порядок реализации и средства правовой защиты избирательных прав граждан, в том числе права на информацию о выборах, практика применения данных норм.

Цель и задачи работы. Основная цель работы - комплексное исследование информационного обеспечения выборов, обоснование его значения в качестве гарантии реализации избирательных прав граждан в Российской Федерации.

Для достижения заявленной цели автором поставлены следующие задачи:

1. На основе доктринальных подходов и правоприменительной практики проанализировать правовое регулирование порядка информационного обеспечения выборов.
2. Раскрыть содержание информирования о выборах как необходимого условия реализации избирательных прав граждан.
3. Проанализировать правовой механизм проведения предвыборной агитации, выявить значение предвыборной агитации для реализации избирательных прав граждан.
4. Выявить проблемы правового регулирования в сфере информационного обеспечения выборов.

Методологическую основу исследования составляет ряд методов научного познания как общенаучных, так и частнонаучных: диалектический, формальной логики, сравнительно-правовой, статистический. Также автором использовался межотраслевой подход, при изучении правового

регулирования информационного обеспечения выборов, поскольку востребованными оказались нормы различных отраслей российского права.

Нормативно-правовая и эмпирическая база исследования. В процессе написания диссертационной работы автором были проанализированы нормы Конституции РФ, федеральных законов, законов субъектов Российской Федерации, нормативные акты избирательных комиссий, определяющие гарантии избирательных прав граждан в Российской Федерации, регулирующие общественные отношения в сфере информационного обеспечения выборов и привлечения кандидатов к ответственности за нарушения порядка проведения предвыборной агитации. Также автором были проанализированы нормативные акты иностранных государств в сфере регулирования избирательных прав граждан, информационного обеспечения выборов.

В качестве эмпирического материала исследования автором использовались постановления и определения Конституционного Суда РФ, отражающие конституционный смысл норм избирательного законодательства в исследуемой сфере общественных отношений, правоприменительная практика российских судебных органов по делам о защите избирательных прав граждан избирательных прав.

Структура работы состоит из введения, трех глав, включающих в себя девять параграфов, заключения и библиографии.

Глава I. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЫБОРОВ КАК СТАДИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

1.1. Понятие информационного обеспечения выборов

Институт выборов - необходимый элемент любого демократического государства. Волеизъявление не может осуществляться без информации как основы любой деятельности.

Информационное обеспечение выборов призвано способствовать осознанному волеизъявлению граждан, гласности выборов и референдумов. Оно включает в себя: во-первых, информирование избирателей; во-вторых, предвыборную агитацию.

В Постановлении от 30 октября 2003 года № 15-П Конституционный Суд Российской Федерации, основываясь на положениях Конституции Российской Федерации, корреспондирующих положениям Конвенции о защите прав человека и основных свобод указал, что свободные выборы должны проводиться с разумной периодичностью путем тайного голосования в таких условиях, которые обеспечивали бы свободное волеизъявление народа при выборе законодательной власти (статья 3 Протокола № 1 к Конвенции), и что каждый имеет право на свободу выражения мнений, которое включает свободу придерживаться своего мнения и свободу получать и распространять информацию и идеи без какого-либо вмешательства со стороны органов публичной власти и независимо от государственных границ (пункт 1 статьи 10), пришел к выводу о том, что информационное обеспечение свободных выборов и референдумов включает как информирование избирателей, так и предвыборную агитацию; за гражданами и общественными объединениями федеральный закон признает право проведения предвыборной агитации в допускаемых законом формах и законными методами, представители же средств массовой информации не должны являться субъектами агитационной деятельности - организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, лишь информируют

избирателей. Как следует из статей 3 (часть 3), 17 (часть 3), 29 (часть 5), 32 (часть 2) и 55 (часть 3) Конституции Российской Федерации, в целях защиты права на свободные выборы и обеспечения свободного волеизъявления избирателей могут быть установлены условия присутствия представителей средств массовой информации при осуществлении отдельных избирательных процедур¹.

Относительно информационного обеспечения выборов высказывался и Верховный Суд РФ. В частности, в одном из своих постановлений, он отметил, что «Федеральным законом от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ установлено, что информационное обеспечение выборов и референдумов включает в себя информирование избирателей, участников референдума и предвыборную агитацию, агитацию по вопросам референдума (статья 44, пункты 2 и 5 статьи 45, пункты 1 и 5 статьи 50). Учитывая это, судам необходимо разграничивать деятельность организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, по информированию избирателей, участников референдума от использования средств массовой информации для предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума.

В отличие от агитации информирование не имеет цели побудить голосовать за определенных кандидатов, списки кандидатов или против него (них), поддержать инициативу проведения референдума либо отказаться от такой поддержки, голосовать либо отказаться от голосования на референдуме, поддержать или отвергнуть вынесенный на референдум вопрос.

Организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, не лишены права высказывать свое мнение, давать комментарии по поводу

¹ Постановление Конституционного Суда РФ от 30.10.2003 № 15-П «По делу о проверке конституционности отдельных положений Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» в связи с запросом группы депутатов Государственной Думы и жалобами граждан С.А. Бунтмана, К.А. Катаняна и К.С. Рожкова» // Вестник Конституционного Суда РФ. 2003. № 6.

проведения избирательной кампании, кампании референдума, но только за пределами информационных блоков².

Информирование избирателей и участников референдума возложено законом на органы государственной власти, органы местного самоуправления, комиссии, организации, осуществляющие выпуск СМИ, редакции сетевых изданий, физические и юридические лица в соответствии с Законом «Об основных гарантиях...». При этом закон запрещает органам власти всех уровней информировать избирателей о кандидатах и о избирательных объединениях.

Закон «Об основных гарантиях...», содержит требования к содержанию информационных материалов, размещаемых в средствах массовой информации или распространяемых иным способом. Во-первых, оно должно быть соблюдено требование объективности и достоверности. Во-вторых, оно не должно нарушать равенство кандидатов, избирательных объединений.

Информирование избирателей, в том числе через СМИ, о ходе подготовки и проведения выборов, о сроках и порядке совершения избирательных действий, о законодательстве Российской Федерации о выборах и референдумах, о кандидатах, об избирательных объединениях осуществляют соответствующие избирательные комиссии. На них же возложена обязанность по информированию избирателей, являющихся инвалидами.

Закон об основных гарантиях устанавливает правовые гарантии независимости СМИ. В частности, согласно ч. 4 ст. 45 Закона «Об основных гарантиях...», организации, осуществляющие выпуск СМИ, редакции сетевых изданий свободны в своей деятельности по информированию избирателей, участников референдума, осуществляемой в соответствии с федеральными законами. Помимо этого, организации, осуществляющие выпуск СМИ, редакции сетевых изданий вправе на основании, в целях

² Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 31.03.2011 № 5 (ред. от 09.02.2012) «О практике рассмотрения судами дел о защите избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // Российская газета. 2011. 8 апреля.

обеспечения достоверности и объективности информации и равенства кандидатов, публиковать (обнародовать) интервью с кандидатами, выпускать в свет (в эфир) иные сообщения и материалы о кандидатах, избирательных объединениях, передачи с участием кандидатов. Организации телерадиовещания, редакции электронных сетевых изданий вправе организовывать совместные мероприятия с участием кандидатов и осуществлять их трансляцию (обнародование) на каналах организаций телерадиовещания, в электронных сетевых изданиях.

Сообщения о проведении предвыборных мероприятий в информационных телепрограммах и радиопрограммах, публикациях в периодических печатных изданиях, выпусках либо обновлениях сетевого издания должны даваться исключительно отдельным информационным блоком, без комментариев. Причем, такие информационные блоки не оплачиваются избирательными объединениями, кандидатами. Запрещено отдавать предпочтение какому бы то ни было кандидату, не должна допускаться дискриминация (умаление прав), в том числе по времени освещения их предвыборной деятельности, объему печатной площади, отведенной для таких сообщений.

Согласно ст. 49 Закона о СМИ, государство гарантирует журналисту в связи с осуществлением им профессиональной деятельности защиту его чести, достоинства, здоровья, жизни и имущества как лицу, выполняющему общественный долг³.

П. 6 ст. 45 Закона «Об основных гарантиях...» развивает данную норму применительно к выборам. Согласно ей журналист, иной творческий работник, должностное лицо организации, осуществляющей выпуск СМИ, редакции сетевого издания, участвующие (участвовавшие) в деятельности по информационному обеспечению выборов, референдума в соответствии с законодательством Российской Федерации о выборах и референдумах, не

³ Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) «О средствах массовой информации» // Российская газета. 1992. 8 февраля.

могут быть по инициативе администрации (работодателя) уволены с работы или без их согласия переведены на другую работу в период соответствующей избирательной кампании, кампании референдума и в течение одного года после окончания соответствующей избирательной кампании, кампании референдума, за исключением случая, когда на них было наложено в соответствии с трудовым законодательством взыскание, не оспоренное в судебном порядке либо признанное в судебном порядке законным и обоснованным.

Вместе с тем, данная норма находит свою критику в литературе. Так, В.А. Сафронов считает, что текстуальное толкование приведенной нормы позволяет сделать вывод о недопустимости увольнения указанных работников даже в случае ликвидации организации либо прекращения деятельности индивидуальным предпринимателем. Фактически запрет на увольнение указанных лиц означает и запрет на ликвидацию организации и прекращение деятельности индивидуальным предпринимателем, т.е. неоправданное ограничение свободы экономической деятельности⁴.

Закон «Об основных гарантиях...» содержит запрет на публикацию в день голосования до момента окончания голосования на территории соответствующего избирательного округа публикацию (обнародование) данных об итогах голосования, о результатах выборов, в том числе размещение таких данных в информационно-телекоммуникационных сетях, доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц (включая сеть «Интернет»).

Опубликование (обнародование) результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами и референдумами, является разновидностью информирования избирателей, участников референдума.

Вместе с тем, отношение к опросам общественного мнения отношение в науке неоднозначное. Так, Е.С. Козина на основе высказываний П. Бурдые и

⁴ Сафронов В.А. Влияние решений Конституционного Суда Российской Федерации на систему гарантий трудовых прав членов избирательных комиссий // Трудовое право в России и за рубежом. 2011. № 3. С. 11 - 16.

П.-И. Шереля делает вывод о том, что исследование общественного мнения всегда сопровождается манипулированием общественным сознанием, ложной интерпретацией ответов опрошенных. Сила воздействия таких опросов обусловлена опубликованием их результатов в средствах массовой информации, вызывающих доверие у избирателей. При этом такая информация распространяется бесплатно и на первый взгляд соответствует действительности, отличается полнотой⁵.

Обнародование в период избирательной кампании результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами, бесспорно важно. Опубликование прогнозов результатов выборов, информации о том, как проголосует большинство, сколько человек пойдет на выборы, стимулирует индивида поступать так же, как поступает основная масса. Это явление в психологии получило название конформности. Конформность - свойство личности, выражающееся в ее склонности к изменению жизненных установок, мнений, восприятия, поведения в соответствии с теми, которые господствуют в обществе или социальной группе⁶.

Закон обязывает редакции СМИ, граждан и организации, публикующих результаты опросов общественного мнения указывать организацию, проводившую опрос, время его проведения, число опрошенных (выборку), метод сбора информации, регион, где проводился опрос, точную формулировку вопроса, статистическую оценку возможной погрешности, лицо (лиц), заказавшее (заказавших) проведение опроса и оплатившее (оплативших) указанную публикацию (обнародование).

Запрещено в течение пяти дней до дня голосования, а также в день голосования опубликование (обнародование) результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов и референдумов, иных исследований, связанных с проводимыми выборами и референдумами, в том числе их размещение в информационно-телекоммуникационных сетях,

⁵ Козина С.Е. СМИ и выборы: ресурс и угрозы политического мифотворчества. М., 2005. С. 49 - 54.

⁶ Зинченко В.П., Мещерякова Б.Г. Большой психологический словарь. М., 2009. С. 816; Семечкин Н.И. Социальная психология на рубеже веков. Истории, теория, исследования: В 2 ч. Владивосток, 2001. Ч. 1. С. 159.

доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц (включая сеть «Интернет»).

Заметим, что опубликование результатов опросов общественного мнения явление весьма новое для России. С одной стороны, вопрос с появлением интернета упрощается вопрос с размещением таким материалов. Однако, как справедливо отмечается исследователями, в данном случае не исключены некоторые проблемы. Помимо сугубо технических проблем (указанные сайты могут быть просто парализованы, заражены вирусами, иная информация на них будет «теряться», станут объектами несанкционированного доступа с целью проникновения в компьютерные системы комиссий и т.д.), это ведет к целой системе вопросов, ответов на которые действующее законодательство не содержит:

- кто будет нести юридическую ответственность за достоверность размещенной на сайтах информации?

- кто будет нести юридическую ответственность в случае искажений такой информации конкурентами с использованием удаленного доступа к сайту и т.д.?

- каким образом (на основании каких документов) комиссии в случае юридического конфликта будут доказывать факт неизменности этой информации в течение всего времени ее размещения на официальном сайте комиссии?

- каким образом комиссии в случае юридического конфликта будут доказывать свою непричастность к искажению этой информации в случае провокаций со стороны самих кандидатов (их предвыборных штабов) или конкурентов?⁷

1.2. Организации телерадиовещания и периодические печатные издания, используемые для информационного обеспечения выборов

⁷ Тадеев А.А. Перспективы реализации избирательных прав граждан в информационной среде в условиях глобализации // Информационное право. 2009. № 2.

Согласно ст. 47 Закона «Об основных гарантиях...» информационное обеспечение выборов могут проводить организации телерадиовещания редакции печатных изданий независимо от формы собственности.

Под государственными организациями телерадиовещания, государственными периодическими печатными изданиями в Законе «Об основных гарантиях...» понимаются организации телерадиовещания и периодические печатные издания, их редакции, учредителями (соучредителями) которых на день официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов являются, во-первых, государственные органы и организации, и (или) которым за год, предшествующий дню официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, официального опубликования решения о назначении референдума, выделялись бюджетные ассигнования из федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации на их функционирование (в том числе в форме субсидий), во-вторых, в уставном (складочном) капитале которых на день официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов имеется доля (вклад) Российской Федерации и (или) субъекта (субъектов) Российской Федерации.

По аналогии с государственными организациями телерадиовещания, муниципальными периодическими печатными изданиями, под муниципальными СМИ в Законе «Об основных гарантиях...» понимаются организации телерадиовещания и периодические печатные издания, или их редакций на день официального опубликования решения о назначении выборов, являются органы местного самоуправления и муниципальные организации, и (или) которым за год, предшествующий дню официального опубликования решения о назначении выборов, выделялись бюджетные ассигнования из местного бюджета на их функционирование (в том числе в форме субсидий), и (или) в уставном (складочном) капитале которых на день официального опубликования решения о назначении выборов, имеется доля (вклад) муниципального образования (муниципальных образований).

Под негосударственными организациями телерадиовещания, негосударственными периодическими печатными изданиями следует понимать названные СМИ, не относящиеся к государственным или муниципальным.

Полагаем, что в законе неудачно проведена классификация СМИ на государственные, муниципальные и негосударственные. Ведь, как следует из пункта 3 ст. 48 Закона «Об основных гарантиях...», муниципальные СМИ не являются государственными. Более того, это противоречит положениям Конституции РФ (ст. ст. 8, 12 и др.).

В зависимости от территории распространения информации организации телерадиовещания и периодические печатные издания разделяются на несколько категорий.

Во-первых, на общероссийские организации телерадиовещания. Под ними понимаются организации телерадиовещания, имеющие лицензию на вещание на территориях половины или более чем половины субъектов Российской Федерации, а также организации телерадиовещания, осуществляющие выпуск СМИ, распространяемых на основании договора иными организациями телерадиовещания на территориях половины или более чем половины субъектов Российской Федерации.

Во-вторых, на региональные организации телерадиовещания. Под таковыми понимаются организации телерадиовещания, имеющие лицензию на вещание и распространяющие СМИ, работающие на территории менее, чем субъектов Российской Федерации. Кроме того, это могут быть соответствующие подразделения общероссийских организаций телерадиовещания.

В-третьих, на общероссийские периодические печатные издания, то есть издания, зарегистрированные для распространения на территориях половины или более чем половины субъектов Российской Федерации.

В-четвертых, на региональные периодические печатные издания, то есть издания, зарегистрированные для распространения на территориях менее чем половины субъектов Российской Федерации.

Закон «Об основных гарантиях» содержит запрет на публикацию агитационных материалов, редакционных материалов, освещающих деятельность кандидатов, избирательных объединений, инициативной группы по проведению референдума в периодических печатных изданиях, учрежденных органами государственной власти, органами местного самоуправления исключительно для опубликования их официальных материалов и сообщений, нормативных правовых и иных актов.

При проведении выборов в органы власти перечень организаций телерадиовещания и периодических печатных изданий публикуются организующей выборы, референдум комиссией или указанной в законе нижестоящей комиссией по представлению Роскомнадзора, не позднее чем на пятнадцатый день после дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, официального опубликования решения о назначении референдума.

Данный перечень представляется в соответствующую комиссию не позднее чем на десятый день после дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, официального опубликования решения о назначении референдума.

В данный перечень включаются следующие сведения о каждой организации телерадиовещания, каждом периодическом печатном издании:

во-первых, наименование организации телерадиовещания и соответствующего СМИ, форма периодического распространения (телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма) и территория распространения в соответствии с лицензией на телевизионное вещание, радиовещание либо наименование периодического печатного издания и территория распространения в соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации;

во-вторых, регистрационный номер и дата выдачи свидетельства о регистрации средства массовой информации;

в-третьих, юридический адрес организации телерадиовещания либо редакции периодического печатного издания;

в-четвертых, учредитель (учредители) организации телерадиовещания либо учредитель (учредители) периодического печатного издания, редакции периодического печатного издания;

в-пятых, вид и объем выделявшихся бюджетных ассигнований из федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации, местного бюджета на функционирование организации телерадиовещания, периодического печатного издания (если таковые выделялись за год, предшествующий дню официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, официального опубликования решения о назначении референдума);

в-шестых, доля (вклад) Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований в уставном (складочном) капитале (если таковая имелась (таковой имелся) на день официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, день официального опубликования решения о назначении референдума);

в-седьмых, периодичность выпуска периодического печатного издания;

в-восьмых, указание на то, что соответствующие телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, периодическое печатное издание являются специализированными (для культурно-просветительских, детских, технических, научных и других специализированных средств массовой информации).

При проведении выборов в федеральные органы государственной власти Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (Минкомсвязь России), не позднее чем на пятый день после дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов представляет в Федеральную службу по надзору в сфере связи,

информационных технологий и массовых коммуникаций, список организаций телерадиовещания и периодических печатных изданий (Роскомнадзор), которым за год, предшествующий дню официального опубликования (публикации) указанного решения, выделялись бюджетные ассигнования из федерального бюджета на их функционирование (в том числе в форме субсидий), а также сведения о виде и об объеме таких ассигнований.

Как следует из п. 10 ст. 47 Закона «Об основных гарантиях...», при проведении выборов федерального или регионального уровня, орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации не позднее чем на пятый день после дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов представляет в территориальный орган Роскомнадзора, список организаций телерадиовещания и периодических печатных изданий, учредителями (соучредителями) которых или учредителями (соучредителями) редакций которых на день официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, референдума являются государственные органы и организации субъекта Российской Федерации, и (или) которым за год, предшествующий дню официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, референдума, выделялись бюджетные ассигнования из бюджета субъекта Российской Федерации на их функционирование (в том числе в форме субсидий) с указанием сведений о виде и об объеме таких ассигнований, и (или) в уставном (складочном) капитале которых на день официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, референдума имеется доля (вклад) субъекта (субъектов) Российской Федерации.

При проведении выборов уровней, орган местного самоуправления не позднее чем на пятый день после дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, референдума представляет в территориальный орган Роскомнадзора, список муниципальных организаций телерадиовещания и периодических печатных изданий, с указанием в

отношении организаций телерадиовещания и периодических печатных изданий, которым за год, предшествующий дню официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, референдума, выделялись бюджетные ассигнования из местного бюджета на их функционирование (в том числе в форме субсидий), вида и объема таких ассигнований.

Глава II. УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ

2.1. Понятие предвыборной агитации

Предвыборная агитация является одной стадий избирательного процесса, поэтому граждане Российской Федерации, общественные объединения вправе в допускаемых законом формах и законными методами проводить предвыборную агитацию.

При этом предвыборной агитацией, осуществляемой в период избирательной кампании, в соответствии с п. ст. 48 Закона «Об основных гарантиях...» признаются:

а) призывы голосовать за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов либо против него (них);

б) выражение предпочтения какому-либо кандидату, избирательному объединению, в частности указание на то, за какого кандидата, за какой список кандидатов, за какое избирательное объединение будет голосовать избиратель (за исключением случая опубликования (обнародования) результатов опроса общественного мнения);

в) описание возможных последствий в случае, если тот или иной кандидат будет избран или не будет избран, тот или иной список кандидатов будет допущен или не будет допущен к распределению депутатских мандатов;

г) распространение информации, в которой явно преобладают сведения о каком-либо кандидате (каких-либо кандидатах), избирательном объединении в сочетании с позитивными либо негативными комментариями;

д) распространение информации о деятельности кандидата, не связанной с его профессиональной деятельностью или исполнением им своих служебных (должностных) обязанностей;

е) деятельность, способствующая созданию положительного или отрицательного отношения избирателей к кандидату, избирательному объединению, выдвинувшему кандидата, список кандидатов.

Действия, совершаемые при осуществлении представителями организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, и представителями редакций сетевых изданий профессиональной деятельности призывы голосовать за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов либо против него (них), признаются предвыборной агитацией в случае, если эти действия совершены с целью побудить избирателей голосовать за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов или против него (них). Предвыборной агитацией будут считаться также действия, указанные в пунктах «б» - «е» ст. 48 Закона «Об основных гарантиях...», - в случае, если эти действия совершены с такой целью неоднократно.

Предвыборная агитация может проводиться:

- а) на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных изданиях и сетевых изданиях;
- б) посредством проведения агитационных публичных мероприятий;
- в) посредством выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и других агитационных материалов;
- г) иными не запрещенными законом методами.

Установлен карт-бланш для кандидатов, избирательных объединений, по определению содержания, формы и методов своей агитации. Кроме того, они самостоятельно проводят ее, при этом в установленном законодательством порядке могут привлекать для ее проведения иных лиц.

Расходы на проведение предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума осуществляются исключительно за счет средств соответствующих избирательных фондов. Агитация за кандидата, избирательное объединение, оплачиваемая из средств избирательных фондов других кандидатов, избирательных объединений, запрещается.

Запрещается привлекать к предвыборной агитации несовершеннолетних, в том числе использовать их изображения и высказывания в агитационных материалах.

Запрещается проводить предвыборную агитацию, а также выпускать и распространять любые агитационные материалы:

а) органам государственной власти всех уровней, органам местного самоуправления;

б) лицам, замещающим государственные или выборные муниципальные должности, государственным и муниципальным служащим, лицам, являющимся членами органов управления организаций независимо от формы собственности (в организациях, высшим органом управления которых является собрание, - членами органов, осуществляющих руководство деятельностью этих организаций), за исключением политических партий, при исполнении ими своих должностных или служебных обязанностей, и (или) с использованием преимуществ своего должностного или служебного положения. Указание в агитационном материале должности такого лица не является нарушением настоящего запрета;

в) воинским частям, военным учреждениям и организациям;

г) благотворительным и религиозным организациям, учрежденным ими организациям, а также членам и участникам религиозных объединений при совершении обрядов и церемоний;

д) комиссиям, членам комиссий с правом решающего голоса;

е) иностранным гражданам (если нет соответствующего международного договора Российской Федерации), лицам без гражданства, иностранным юридическим лицам;

е.1) международным организациям и международным общественным движениям;

ж) представителям организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, и представителям редакций сетевых изданий при осуществлении ими профессиональной деятельности;

з) лицам, в отношении которых решением суда в период проводимой избирательной кампании, кампании референдума установлен факт

нарушения ограничений, предусмотренных законом (п. 7 ч. 3 ст. 47 Закона «Об основных гарантиях...»).

Лицам, замещающим государственные или выборные муниципальные должности, запрещается проводить предвыборную агитацию на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях, за исключением случаев, если указанные лица зарегистрированы в качестве кандидатов в депутаты или на выборные должности.

Использование в агитационных материалах высказываний физического лица, не имеющего в соответствии с Законом «Об основных гарантиях...» проводить предвыборную агитацию об избирательном объединении, выдвинувшем список кандидатов, кандидатов по одномандатным (многомандатным) избирательным округам, о кандидате (кандидатах), по вопросу референдума не допускается.

По общему правилу, использование в агитационных материалах высказываний физического лица о кандидате, об избирательном объединении, по вопросу референдума допускается только с письменного согласия данного физического лица. Документ, подтверждающий такое согласие, представляется в избирательную комиссию. При размещении агитационного материала на телеканале либо в периодическом печатном издании указанный документ представляется в избирательную комиссию по ее требованию.

Исключением являются случаи:

а) использования избирательным объединением на соответствующих выборах высказываний выдвинутых им кандидатов;

б) использования обнародованных высказываний о кандидатах, об избирательных объединениях с указанием даты (периода времени) обнародования таких высказываний и наименования средства массовой информации, в котором они были обнародованы;

в) цитирования высказываний об избирательном объединении, о кандидате, обнародованных на соответствующих выборах иными

избирательными объединениями, кандидатами в своих агитационных материалах, изготовленных и распространенных в соответствии с законом.

В то же время, при проведении выборов использование в агитационных материалах изображений физического лица допускается только в следующих случаях:

во-первых, использование избирательным объединением изображений выдвинутых им на соответствующих выборах кандидатов (в том числе в составе списка кандидатов), включая кандидатов среди неопределенного круга лиц;

во-вторых, использование кандидатом своих изображений, в том числе среди неопределенного круга лиц.

При этом получение согласия на использование соответствующих изображений не требуется.

Для кандидатов, их списков законом установлен императив на публикацию предвыборной программы. Так, политическая партия, выдвинувшая кандидатов или список кандидатов, которые зарегистрированы избирательной комиссией, не позднее чем за 10 дней до дня голосования публикует свою предвыборную программу не менее чем в одном государственном или муниципальном (соответственно уровню выборов) периодическом печатном издании, а также размещает ее в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Для такой публикации используется бесплатная печатная площадь, предоставляемая избирательным объединениям, кандидатам в соответствии с Законом «Об основных гарантиях...», иным законом, либо такая публикация оплачивается из средств избирательного фонда политической партии, избирательного фонда кандидата, выдвинутого этой политической партией.

Ст. 49 Закона «Об основных гарантиях...» связывает начало агитационный периода для избирательного объединения с днем принятия им решения о выдвижении кандидата, кандидатов, списка кандидатов. Применительно к кандидату, выдвинутому в составе списка кандидатов,

агитационный период начинается со дня представления в соответствующую избирательную комиссию списка кандидатов. Агитационный период для кандидата, выдвинутого непосредственно, начинается со дня представления кандидатом в избирательную комиссию заявления о согласии баллотироваться.

Агитационный период прекращается в ноль часов по местному времени за одни сутки до дня голосования.

Предвыборная агитация на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных изданиях и в сетевых изданиях проводится в период, который начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается в ноль часов по местному времени за одни сутки до дня голосования.

Проведение предвыборной агитации в день голосования и в предшествующий ему день запрещается.

Особый режим установлен для агитационных печатных материалов (листовок, плакатов и других материалов), ранее изготовленных и размещенных в установленном законом порядке на специальных местах, на рекламных конструкциях или иных стабильно размещенных объектах. Они могут сохраняться в день голосования на прежних местах.

При этом указанные материалы не могут располагаться в зданиях, в которых размещены комиссии, помещения для голосования, и не ближе 50 метров от входа в эти здания), сохраняются в день голосования на прежних местах. Следует подчеркнуть, что при этом не подразумевается возможность размещения агитационных печатных материалов в день голосования и в предшествующий ему день⁸.

При проведении повторного голосования действуют те же правила, что при проведении основного голосования. Агитационный период возобновляется со дня назначения соответствующей комиссией дня

⁸ Игнатов С.Л. Комментарий к Федеральному закону от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (постатейный). (Подготовлен для системы КонсультантПлюс, 2014) // СПС «КонсультантПлюс».

повторного голосования и прекращается в ноль часов по местному времени за сутки до дня голосования.

2.2. Общие условия проведения предвыборной агитации на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных изданиях и сетевых изданиях

При проведении всех этапов избирательного процесса должен соблюдаться принцип равенства кандидатов. Не является исключением и предвыборная агитация. В связи с этим закон предоставляет кандидатам определенные гарантии. В частности, закон обязывает государственные и муниципальные организации телерадиовещания и редакции государственных и муниципальных периодических печатных изданий обеспечить равные условия проведения предвыборной агитации соответственно зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, зарегистрировавшим списки кандидатов, в том числе для представления избирателям предвыборных программ - равные условия проведения агитации по вопросам референдума в порядке, установленном Законом «Об основных гарантиях...» и другими законами. Эфирное время на каналах указанных организаций телерадиовещания и печатная площадь в указанных периодических печатных изданиях предоставляются зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, зарегистрировавшим списки кандидатов за плату, а в случаях и порядке, предусмотренных Законом «Об основных гарантиях...», иным законом, также безвозмездно (бесплатное эфирное время, бесплатная печатная площадь).

Для избирательного объединения, выдвигавшего на ближайших выборах соответствующего уровня список кандидатов, набравшего меньше необходимого минимума числа голосов избирателей, либо кандидата, который не был избран и получил менее установленного этим законом числа голосов избирателей, принявших участие в голосовании законом может быть

установлен запрет на пользование бесплатным эфирным временем, бесплатной печатной площадью. При этом, установленное законом число голосов избирателей не может превышать 3 процента от числа голосов избирателей, принявших участие в голосовании. В этом случае законом уже должно быть предусмотрено, что такое избирательное объединение вправе на основании соответствующего договора получить из общего объема бесплатного эфирного времени, бесплатной печатной площади причитающуюся ему долю или ее часть за плату, размер которой не может превышать размер платы за эфирное время, печатную площадь, резервируемые государственными и муниципальными организациями телерадиовещания, редакциями государственных и муниципальных периодических печатных изданий. При этом, распределение эфирного времени и печатной площади, предоставляемых на основании такого договора, должно осуществляться в порядке, установленном Законом «Об основных гарантиях...» для распределения бесплатного эфирного времени, бесплатной печатной площади⁹.

Федеральным законом¹⁰ может быть предусмотрено, что бесплатное эфирное время, бесплатная печатная площадь не предоставляются кандидату, выдвинутому избирательным объединением, если на ближайших предыдущих соответствующих выборах кандидат, выдвинутый этим избирательным объединением, получил менее установленного федеральным законом числа голосов избирателей, принявших участие в голосовании.

Законом установлены случаи, когда избирательному объединению, выдвинувшему кандидата или список кандидатов не может быть отказано в предоставлении бесплатного эфирного времени. Например, на выборах в парламент субъекта Российской Федерации, представительный орган муниципального образования такому избирательному объединению, не может быть отказано в предоставлении бесплатного эфирного времени,

⁹ Горлачев Р.Ю. Особенности правового положения средств массовой информации на выборах в органы государственной власти // Государственная власть и местное самоуправление. 2016. № 11. С. 39 - 43.

¹⁰ Федеральный закон от 10.01.2003 № 19-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О выборах Президента Российской Федерации» // Российская газета. 2003. 16 января.

бесплатной печатной площади, если на ближайших предыдущих соответствующих выборах:

во-первых, список кандидатов, выдвинутый этим избирательным объединением, получил не менее установленного законом числа голосов избирателей, принявших участие в голосовании.

во-вторых, избирательное объединение выдвигало кандидатов только по избирательным округам.

Закон запрещает кандидатам злоупотреблять своим правом на бесплатное эфирное время или печатную площадь. В частности, зарегистрированный кандидат, избирательное объединение не вправе использовать предоставленные им эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации за других зарегистрированных кандидатов, за другие избирательные объединения. Зарегистрированному кандидату, выдвинутый избирательным объединением, разрешается использовать предоставленные ему информационные ресурсы для агитации либо за свое избирательное объединение, либо за других кандидатов, выдвинутых этим избирательным объединением¹¹.

Избирательное объединение, выдвинувшее кандидатов, список кандидатов, вправе использовать предоставленные ему эфирное время, печатную площадь для проведения на тех же выборах предвыборной агитации за любого выдвинутого им кандидата (п. 2 ст. 51 Закона «Об основных гарантиях...»).

При наложении на одной и той же территории нескольких избирательных кампаний, кампаний референдума и совпадения на указанных кампаниях периодов проведения агитации на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях общий объем бесплатного эфирного времени и бесплатной печатной площади не

¹¹ Толкушкин М.И. Институт предвыборной агитации: некоторые размышления // Конституционное и муниципальное право. 2016. № 4. С. 49 - 50.

увеличивается без согласия на то организации телерадиовещания, редакции периодического печатного издания.

Однако, как справедливо отмечают некоторые авторы, закон не определяет, как в этом случае должно распределяться эфирное время, печатные площади¹².

Негосударственные организации телерадиовещания, редакции негосударственных периодических печатных изданий и редакции сетевых изданий, осуществляющие выпуск СМИ, зарегистрированных не менее чем за один год до начала избирательной кампании, кампании референдума, а также редакции негосударственных периодических печатных изданий и редакции сетевых изданий, учрежденных избирательными объединениями (в том числе их структурными подразделениями) независимо от срока регистрации изданий, вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, платное эфирное время, платную печатную площадь, платные услуги по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях.

Иные негосударственные организации СМИ не вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям эфирное время, печатную площадь.

Еще одной гарантией равенства кандидатов является требование Закона «Об основных гарантиях...» о единых требованиях предъявляемыми СМИ для всех зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений. Это требование не распространяется на редакции негосударственных периодических печатных изданий, редакции сетевых изданий, учрежденных кандидатами, избирательными объединениями, гражданами, входящими в инициативную группу по проведению референдума.

Анализ установленных Федеральным законом «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской

¹² Романенко О.В. Косвенное финансирование избирательных кампаний политических партий в России // Право и власть. 2002. № 3.

Федерации» правил деятельности СМИ свидетельствует о специфике правового статуса ряда организаций СМИ, распространяющих информацию о выборах. В частности, особенность правового режима негосударственных организаций СМИ, учрежденных кандидатами или избирательными объединениями, заключается в освобождении их от обязанности предоставлять печатную площадь всем конкурирующим кандидатам на равных условиях оплаты (п. 5 ст. 50). Кроме того, эта категория не вполне обоснованно освобождена от обязанности не допускать обнародования информации, способной нанести ущерб чести, достоинству или деловой репутации зарегистрированных кандидатов, в случаях, когда эти организации СМИ не могут предоставить зарегистрированному кандидату возможность обнародовать опровержение или иное разъяснение в защиту его чести, достоинства или деловой репутации до окончания срока предвыборной агитации (п. 6 ст. 56). Тем самым данная категория СМИ и их должностные лица выводятся за пределы ответственности, предусмотренной ст. 5.13 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Следует признать, что данное изъятие из общих правил административной юрисдикции противоречит требованиям ст. 152 Гражданского кодекса Российской Федерации и гл. 7 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации», касающимся защиты чести, достоинства и деловой репутации¹³.

Сведения об условиях размещения агитационных материалов должны быть опубликованы соответствующей организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания, редакцией сетевого издания не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов. Сведения об оплате, информация о дате и об источнике их опубликования, сведения о регистрационном номере и дате выдачи свидетельства о регистрации

¹³ Красинский В.В. Правовое регулирование выборов в контексте противодействия политическому экстремизму в Российской Федерации // Военно-юридический журнал. 2006. № 5.

средства массовой информации и уведомление о готовности предоставить эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации, услуги по размещению агитационных материалов в сетевом издании в тот же срок должны быть представлены в избирательную комиссию, организующую выборы, или указанную в законе нижестоящую избирательную комиссию.

Вместе с тем, для отдельных видов организаций законом «Об основных гарантиях...» допускается отказ от предоставления эфирного времени, печатной площади для проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума, услуг по размещению агитационных материалов в сетевом издании, выраженный путем непредставления в соответствующую комиссию уведомления.

Во-первых, для негосударственных организаций телерадиовещания и редакций негосударственных периодических печатных изданий.

Во-вторых, редакций государственных периодических печатных изданий, выходящих реже, чем один раз в неделю.

В-третьих, организаций телерадиовещания, осуществляющих выпуск специализированных телеканалов, радиоканалов, телепрограмм, радиопрограмм, и редакций специализированных периодических печатных изданий.

В-четвертых, редакций сетевых изданий.

В-пятых, при проведении выборов в федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, референдума Российской Федерации, референдума субъекта Российской Федерации - муниципальных организаций телерадиовещания и редакций муниципальных периодических печатных изданий.

На организации, осуществляющие выпуск СМИ, редакции сетевых изданий независимо от формы собственности возложена обязанность вести отдельный учет объемов и стоимости эфирного времени и печатной площади, предоставленных для проведения предвыборной агитации, объемов

и стоимости услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях в соответствии с формами такого учета, которые установлены соответствующей комиссией, и представлять данные такого учета в эту комиссию не позднее чем через десять дней со дня голосования.

Организации, осуществляющие выпуск СМИ, редакции сетевых изданий обязаны хранить документы о безвозмездном и платном предоставлении эфирного времени и печатной площади, предоставлении услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях не менее трех лет после дня голосования.

Расходы организаций телерадиовещания и редакций периодических печатных изданий, находящихся в государственной или муниципальной собственности, связанные с предоставлением бесплатного эфирного времени и бесплатной печатной площади для проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума, относятся на результаты деятельности этих организаций и редакций.

Эфирное время и печатная площадь, размещение информации в сети «Интернет» производятся на договорной основе.

При совмещении нескольких избирательных кампаний на одной и той же территории зарегистрированный кандидат, выдвинутый одновременно в нескольких избирательных округах на разных выборах, вправе получить бесплатное эфирное время и бесплатную печатную площадь в государственных и муниципальных организациях телерадиовещания и периодических печатных изданиях в объеме, не превышающем объем, который должен быть предоставлен ему на выборах более высокого уровня.

2.3. Условия проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума на телевидении и радио

Эфирное время, причем, как бесплатное, а в случае, указанном в пункте 1.1 статьи 50 Закона «Об основных гарантиях...», также платное эфирное время на государственных или муниципальных телерадиоканалах

предоставляется кандидатам, избирательным объединениям, зарегистрировавшим списки кандидатов, на равных условиях. Эта касается, в том числе, продолжительности предоставленного эфирного времени, времени выхода в эфир и других условий.

Общероссийские и региональные государственные организации телерадиовещания обязаны предоставлять эфирное время зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям для проведения предвыборной агитации на выборах в федеральные органы государственной власти. Соответственно, региональные государственные организации телерадиовещания предоставляют эфирное время зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям для проведения предвыборной агитации на выборах в органы государственной власти субъектов Российской Федерации. Аналогичное требование предъявляется Законом «Об основных гарантиях...» муниципальным организациям на выборах соответствующего уровня.

Предоставляемое эфирное время должно приходиться на прайм-тайм, то есть на время, когда теле- и радиопередачи собирают наибольшую аудиторию.

Закон устанавливает общий объем эфирного времени, которое каждая общероссийская государственная организация телерадиовещания предоставляет для проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума. Он должен составлять на каждом из каналов не менее 60 минут по рабочим дням. Региональная государственная или муниципальная организация телерадиовещания предоставляет эфирный объем для проведения предвыборной агитации на каждом из каналов не менее 30 минут по рабочим дням, а если общее время вещания организации телерадиовещания составляет менее двух часов в день, - не менее одной четверти общего времени вещания. При назначении дополнительных или повторных выборов депутатов парламентов субъектов Российской Федерации, представительного органа муниципального образования объем

эфирного времени, предоставляемого региональными государственными или муниципальными организациями телерадиовещания, определяется законом субъекта Российской Федерации¹⁴.

В случае, если в результате предоставления эфирного времени, на каждого зарегистрированного кандидата, каждое избирательное объединение, выдвинувшее зарегистрированный список кандидатов, придется более 60 минут эфирного времени, общий объем эфирного времени, которое каждая организация телерадиовещания предоставляет для проведения агитации, сокращается и должен составлять 60 минут, умноженных соответственно на количество зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, выдвинувших зарегистрированные списки кандидатов, на количество групп, которым предоставлено право на проведение агитации по вопросам референдума.

Не менее половины общего объема эфирного времени должно быть предоставлено зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям для проведения совместных дискуссий, «круглых столов» и иных совместных агитационных мероприятий. Исключением является случай, если избирательным объединениям указанного объема эфирного времени недостает для проведения хотя бы одного совместного агитационного мероприятия, в котором на каждое избирательное объединение, зарегистрировавшее список кандидатов, придется пять или более минут¹⁵.

Избирательное объединение, зарегистрировавшее список кандидатов, зарегистрированный кандидат обязаны участвовать в совместных агитационных мероприятиях. При проведении референдума не менее половины общего объема бесплатного эфирного времени должно быть предоставлено инициативной группе по проведению референдума, иным

¹⁴ Вискулова В.В. Пределы самостоятельности субъектов Российской Федерации в свете реформы избирательного законодательства 2005 - 2006 годов: правовые проблемы // Конституционное и муниципальное право. 2007. № 13.

¹⁵ Ныров Б.Ф. Состояние законодательства относительно информирования населения в ходе муниципальных выборов // Государственная власть и местное самоуправление. 2008. № 9.

группам участников референдума для проведения совместных дискуссий, «круглых столов» и иных совместных агитационных мероприятий.

В совместных агитационных мероприятиях могут участвовать зарегистрированные кандидаты только лично (в том числе от имени избирательного объединения только зарегистрированные кандидаты, выдвинутые этим избирательным объединением на соответствующих выборах), за исключением случаев, предусмотренных федеральным законом.

При невыполнения избирательным объединением, зарегистрированным кандидатом требований Закона «Об основных гарантиях...» о проведении совместного агитационного мероприятия, доля эфирного времени, отведенная избирательному объединению, зарегистрированному кандидату для участия в совместном агитационном мероприятии, распределяется между другими участниками данного совместного агитационного мероприятия (в том числе если в данном мероприятии может принять участие только один участник), за исключением случаев, предусмотренных федеральным законом.

Оставшаяся часть общего объема эфирного времени (при ее наличии), предоставляется государственными и муниципальными организациями телерадиовещания зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям для размещения агитационных материалов.

На государственные и муниципальные организации телерадиовещания возложена обязанность резервировать эфирное время для проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума за плату. При этом размер и условия оплаты должны быть едиными для всех зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, выдвинувших зарегистрированные списки кандидатов. Общий объем резервируемого эфирного времени должен быть равен установленному общему объему эфирного времени, указанного в пункте 1 статьи 51 Закона «Об основных гарантиях...», или превышать его, но не более чем в два раза, если федеральным законом не предусмотрено иное. Зарегистрированный кандидат, указанные избирательное объединение вправе за соответствующую

плату получить время из общего объема зарезервированного эфирного времени в пределах доли, полученной в результате деления этого объема на число соответственно зарегистрированных кандидатов, указанных избирательных объединений, количество групп, обладающих правом на проведение агитации по вопросам референдума. Если после такого распределения платного эфирного времени останется нераспределенное эфирное время, оно может быть предоставлено за плату избирательным объединениям, зарегистрированным кандидатам, инициативной группе по проведению референдума, иным группам участников референдума, подавшим заявку на предоставление такого эфирного времени, на равных условиях.

Законом может быть предусмотрено предоставление бесплатного и платного эфирного времени на равных условиях избирательным объединениям, выдвинувшим зарегистрированных кандидатов.

Негосударственные организации телерадиовещания обязаны предоставлять эфирное время зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, выдвинувшим зарегистрированные списки кандидатов, инициативной группе по проведению референдума и иным группам участников референдума на равных условиях (в том числе по времени выхода в эфир).

Законом «Об основных гарантиях...» установлен запрет на перекрытие передачи агитационных материалов на каналах организаций телерадиовещания трансляцией иных теле- и радиопрограмм, иных агитационных материалов.

Вместе с тем, на практике имеют случаи нарушения данного требования¹⁶

2.4. Условия проведения предвыборной агитации в периодических печатных изданиях

¹⁶ Определение Верховного Суда РФ от 20.09.2006 № 67-Г06-13 // СПС «КонсультантПлюс»; Определение Верховного Суда РФ от 12.02.2004 № 49-Г03-160 // СПС «КонсультантПлюс».

Редакции периодических печатных изданий, находящихся в государственной или муниципальной собственности, распространяемых на территории, на которой проводятся выборы, и выходящих не реже одного раза в неделю, обязаны выделять печатные площади для агитационных материалов, предоставляемых зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями. Общий минимальный объем таких площадей, возможность предоставления печатной площади безвозмездно, соотношение частей печатных площадей, предоставляемых редакциями периодических печатных изданий безвозмездно и за плату, устанавливаются законом¹⁷. Общий еженедельный минимальный объем печатной площади, которую каждая редакция государственного периодического печатного издания предоставляет безвозмездно политическим партиям, зарегистрированным кандидатам, должен составлять не менее 10 процентов от общего объема еженедельной печатной площади соответствующего издания в пределах агитационного периода¹⁸.

Законом может быть предусмотрено предоставление платной и бесплатной печатной площади избирательным объединениям, выдвинувшим зарегистрированных кандидатов.

В соответствии с ч. 4 ст. 52 Закона № 67-ФЗ редакции негосударственных периодических печатных изданий вправе отказать в предоставлении печатной площади для проведения предвыборной агитации. Вместе с тем такой отказ может быть сделан до заключения договора, а не после платы за размещение соответствующего агитационного материала. Таким образом, по мнению Новосибирской городской муниципальной избирательной комиссии, редакцией газеты «С-и» был нарушен порядок предоставления печатной площади для размещения агитационных

¹⁷ Романенко О.В. Косвенное финансирование избирательных кампаний политических партий в России // Право и власть. 2002. № 3.

¹⁸ Федеральный закон от 22.02.2014 № 20-ФЗ (ред. от 28.12.2016, с изм. от 13.04.2017) «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 24.02.2014.

материалов зарегистрированных кандидатов, что влечет ответственность главного редактора газеты по ч. 1 ст. 5.5 КоАП РФ¹⁹.

Агитационные материалы не должны сопровождаться редакционными комментариями в какой бы то ни было форме, а также заголовками и иллюстрациями, не согласованными с соответствующим кандидатом, избирательным объединением.

Агитационные материалы, размещаемые в периодических печатных изданиях, должны содержать информацию о том, за счет средств избирательного фонда какого кандидата, избирательного объединения была произведена оплата соответствующей публикации. Если агитационные материалы были опубликованы безвозмездно, информация об этом должна содержаться в публикации с указанием на то, кто разместил эту публикацию. Ответственность за выполнение данного требования несет редакция периодического печатного издания.

Необходимо предусмотреть обязательность указания сведений об источнике финансирования и заказчике для всех информационных материалов, распространяемых в период выборов, в том числе агитационных материалов, распространяемых через электронные средства массовой информации (телевидение, радио, сетевые издания), а также официальных информационных сообщений избирательных комиссий, органов государственной власти и органов местного самоуправления. Такой подход позволит разделить информационные потоки, отграничив агитационные сообщения от информационных, и будет способствовать осознанному волеизъявлению избирателей на выборах²⁰.

Редакции периодических печатных изданий, публикующих агитационные материалы, за исключением учрежденных кандидатами, избирательными объединениями, не вправе отдавать предпочтение какому-либо кандидату, избирательному объединению, инициативной группе по

¹⁹ Решение Новосибирской городской муниципальной избирательной комиссии от 4 марта 2010 года № 41/204 // URL: <http://izbirkom.novo-sibirsk.ru> (дата обращения: 15.05.2017).

²⁰ Реут Д.А. Финансовое обеспечение выборов как гарантия избирательных прав граждан Российской Федерации // Финансовое право. 2015. № 5. С. 44 - 47.

проведению референдума, иной группе участников референдума путем изменения тиража и периодичности выхода периодических печатных изданий.

2.5. Условия проведения предвыборной агитации посредством агитационных публичных мероприятий

Закон «Об основных гарантиях...» обязывает государственные органы, органы местного самоуправления обязаны оказывать содействие зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям в организации и проведении агитационных публичных мероприятий.

Уведомления организаторов митингов, демонстраций, шествий и пикетирований подаются и рассматриваются в порядке, установленном законодательством Российской Федерации²¹.

По заявке зарегистрированного кандидата, избирательного объединения, зарегистрировавшего список кандидатов помещение, пригодное для проведения агитационных публичных мероприятий в форме собраний и находящееся в государственной или муниципальной собственности, безвозмездно предоставляется собственником, владельцем помещения на время, установленное определяемой законом комиссией, зарегистрированному кандидату, его доверенным лицам, представителям избирательного объединения для встреч с избирателями.

При этом комиссия обязана обеспечить равные условия проведения указанных мероприятий для зарегистрированных кандидатов и избирательных объединений, зарегистрировавших списки кандидатов, для инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума (п. 3 ст. 53 Закона «Об основных гарантиях...»).

Если помещение, находится в государственной или муниципальной собственности было предоставлено одному зарегистрированному кандидату,

²¹ Федеральный закон от 19.06.2004 № 54-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях» // Российская газета. 2004. 23 июня.

избирательному объединению, собственник, владелец помещения не вправе отказать другому зарегистрированному кандидату, избирательному объединению в предоставлении помещения на таких же условиях в иное время в течение агитационного периода. В случае предоставления помещения зарегистрированному кандидату, избирательному объединению, собственник, владелец помещения не позднее дня, следующего за днем предоставления помещения, обязаны уведомить в письменной форме определенную законом комиссию о факте предоставления помещения, об условиях, на которых оно было предоставлено, а также о том, когда это помещение может быть предоставлено в течение агитационного периода другим зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, иным группам участников референдума (инициативной группе по проведению референдума).

За невыполнение данного требования установлена административная ответственность в виде штрафа в размере от двух до трех тысяч рублей²².

На комиссии получившей уведомление о факте предоставления помещения зарегистрированному кандидату, избирательному объединению, лежит корреспондирующая обязанность в течение двух суток с момента получения уведомления разместить содержащуюся в нем информацию в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» или иным способом довести ее до сведения других зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений.

Заявки на выделение помещений, для проведения встреч зарегистрированных кандидатов, их доверенных лиц, представителей избирательных объединений, зарегистрировавших списки кандидатов, с избирателями, рассматриваются собственниками, владельцами этих помещений в течение трех дней со дня подачи указанных заявок.

Кроме того, кандидаты, избирательные объединения, выдвинувшие списки кандидатов вправе арендовать на основе договора здания и

²² Ст. 5.15 Кодекса РФ об административных правонарушениях // Российская газета. 2001. 31 декабря.

помещения, принадлежащие гражданам и организациям независимо от формы собственности, для проведения агитационных публичных мероприятий.

Запрещено проводить предвыборную агитацию в расположении воинских частей, военных организаций и учреждений. Исключение составляют случаи, когда единственное здание или помещение, пригодное для проведения агитационного публичного мероприятия в форме собрания, находится в расположении воинской части либо в военной организации или учреждении²³. Такое здание или помещение предоставляется командиром воинской части по запросу соответствующей комиссии для встреч зарегистрированных кандидатов, их доверенных лиц, представителей избирательных объединений, зарегистрировавших списки кандидатов, с избирателями из числа военнослужащих, из числа военнослужащих. Организацию указанных встреч обеспечивает командир воинской части совместно с соответствующей комиссией, при этом все зарегистрированные кандидаты либо их доверенные лица, представители всех избирательных объединений, зарегистрировавших списки кандидатов оповещаются о месте и времени встречи не позднее чем за три дня до ее проведения.

Обеспечение безопасности при проведении агитационных публичных мероприятий осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации²⁴.

2.6. Условия выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов

Кандидаты, избирательные объединения, выдвинувшие списки кандидатов вправе беспрепятственно распространять печатные, а равно аудиовизуальные и иные агитационные материалы в порядке, установленном

²³ Соловьев В.Н., Панов А.Б. Некоторые аспекты административной ответственности по делам о защите избирательных прав // Вестник ВАС РФ. 2013. № 3. С. 61 - 71.

²⁴ Красинский В.В. О правовой основе участия правоохранительных органов Российской Федерации в обеспечении безопасности и правопорядка в ходе избирательного процесса // Закон и армия. 2005. № 4.

законодательством Российской Федерации. При этом, все агитационные материалы должны изготавливаться на территории Российской Федерации.

Организации, индивидуальные предприниматели, выполняющие работы или оказывающие услуги по изготовлению печатных агитационных материалов, обязаны обеспечить кандидатам, избирательным объединениям, выдвинувшим списки кандидатов, равные условия оплаты изготовления этих материалов. Сведения о размере (в валюте Российской Федерации) и других условиях оплаты работ или услуг указанных организаций, индивидуальных предпринимателей по изготовлению печатных агитационных материалов должны быть опубликованы соответствующей организацией, соответствующим индивидуальным предпринимателем не позднее, чем через 30 дней со дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов и в тот же срок представлены в определяемую законом комиссию. Вместе с указанными сведениями в комиссию должны быть представлены также сведения, содержащие наименование, юридический адрес и идентификационный номер налогоплательщика организации, (фамилию, имя, отчество индивидуального предпринимателя, наименование субъекта Российской Федерации, района, города, иного населенного пункта, где находится место его жительства).

Закон содержит требование об идентификации агитационных материалов, а также об идентификации организации, изготовившей их, а также информации о тираже и дате выпуска этих материалов и указание об оплате их изготовления из средств соответствующего избирательного фонда, фонда референдума.

Все агитационные материалы или их копии до начала их распространения должны быть представлены кандидатом, избирательным объединением в соответствующую избирательную комиссию, комиссию референдума. Вместе с указанными материалами должны быть также представлены сведения о месте нахождения (об адресе места жительства) организации (лица), изготовившей и заказавшей (изготовившего и

заказавшего) эти материалы, и копия документа об оплате изготовления данного предвыборного агитационного материала из соответствующего избирательного фонда. При проведении выборов в федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, референдума субъекта Российской Федерации, а в случаях, предусмотренных законом субъекта Российской Федерации, также при проведении выборов в органы местного самоуправления, местного референдума вместе с указанными материалами в комиссию должны быть представлены электронные образы этих предвыборных агитационных материалов в машиночитаемом виде.

Запрещается изготовление печатных агитационных материалов в организациях и у индивидуальных предпринимателей, не выполнивших требование о предоставлении сведений, установленных пунктом 1.1 статьи 54 Закона «Об основных гарантиях...», либо по договору с физическими лицами, не являющимися индивидуальными предпринимателями, а также изготовление агитационных материалов без предварительной оплаты за счет средств соответствующего избирательного фонда, фонда референдума, с нарушением требований, установленных пунктами 6, 7, 8.2 и 9.1 статьи 48 Закона «Об основных гарантиях...».

На территории каждого избирательного участка органы местного самоуправления обязаны выделить специальные места для размещения агитационных материалов. Места выделяются по предложению соответствующей избирательной комиссии не позднее, чем за 30 дней до дня голосования.

Места определяются с учетом критерия удобства для ознакомления с размещенной там информацией.

Вместе с тем, п. 7 ст. 54 Закона «Об основных гарантиях...» содержит весьма расплывчатую формулировку относительно площади выделенных мест. В соответствии с указанной нормой она «должна быть достаточной для размещения на них информационных материалов комиссий и агитационных

материалов зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, инициативной группы по проведению референдума, иных групп участников референдума».

При все этом, зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям должна быть выделена равная площадь для размещения печатных агитационных материалов. Перечень указанных мест доводится комиссиями, по предложениям которых выделены эти места, до сведения кандидатов, избирательных объединений.

Печатные агитационные материалы могут размещаться в помещениях, на зданиях, сооружениях и иных объектах (за исключением мест, предусмотренных пунктом 7 настоящей статьи) только с согласия и на условиях собственников, владельцев указанных объектов. Размещение агитационных материалов на объекте, находящемся в государственной или муниципальной собственности либо в собственности организации, имеющей на день официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, регистрации инициативной группы по проведению референдума в своем уставном (складочном) капитале долю (вклад) Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и (или) муниципальных образований, превышающую (превышающий) 30 процентов, осуществляется на равных условиях для всех кандидатов, избирательных объединений, для инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума. При этом за размещение агитационных материалов на объекте, находящемся в государственной или муниципальной собственности, плата не взимается.

Так, запрещается вывешивать (расклеивать, размещать) печатные агитационные материалы на объектах, имеющих историческую, культурную или архитектурную ценность, включая памятники и обелиски, а также в зданиях, в которых размещены избирательные комиссии, помещения для голосования, и на расстоянии менее 50 метров от входа в них (пункт 10). Разрешается размещать агитационные материалы в специальных местах,

выделенных органами местного самоуправления на территории каждого избирательного участка (пункт 7), а в иных помещениях, на зданиях, сооружениях и объектах это допустимо только с согласия и на условиях собственников, владельцев указанных объектов (пункт 8)²⁵.

Организации, индивидуальные предприниматели, выполняющие работы (оказывающие услуги) по подготовке и размещению агитационных материалов, обязаны обеспечить кандидатам, избирательным объединениям, инициативной группе по проведению референдума и иным группам участников референдума равные условия оплаты своих работ (услуг).

²⁵ Фоков А.П. Защита избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации // Российский судья. 2011. № 7. С. 2 - 10.

Глава III. ЮРИДИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВЫБОРОВ

3.1. Ограничения при проведении предвыборной агитации

Закон «Об основных гарантиях...» содержит ограничения при проведении предвыборной агитации (ст. 56). В частности, предвыборные программы кандидатов, избирательных объединений, иные агитационные материалы не должны содержать призывы к совершению деяний, определяемых в статье 1 Федерального закона от 25 июля 2002 года N 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности»²⁶ как экстремистская деятельность, либо иным способом побуждать к таким деяниям, а также обосновывать или оправдывать экстремизм. Запрещается агитация, возбуждающая социальную, расовую, национальную или религиозную рознь, унижающая национальное достоинство, пропагандирующая исключительность, превосходство либо неполноценность граждан по признаку их отношения к религии, социальной, расовой, национальной, религиозной или языковой принадлежности, а также агитация, при проведении которой осуществляются пропаганда и публичное демонстрация нацистской атрибутики или символики либо атрибутики или символики, сходных с нацистской атрибутикой или символикой до степени их смешения. Однако, не может рассматриваться как разжигание социальной розни агитация, направленная на защиту идей социальной справедливости.

Кроме того, не допускается злоупотребление свободой массовой информации в иных формах. Запрещается агитация, нарушающая законодательство Российской Федерации об интеллектуальной собственности²⁷.

²⁶ Федеральный закон от 25.07.2002 № 114-ФЗ (ред. от 23.11.2015) «О противодействии экстремистской деятельности» // СЗ РФ. 2002. № 30. Ст. 3031.

²⁷ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 13.12.2016) // СЗ РФ. 2006. № 52 (1 ч.). Ст. 5496.

Кроме того, кандидатам, избирательным объединениям, их доверенным лицам и уполномоченным представителям, а также иным лицам и организациям при проведении предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума запрещается осуществлять подкуп избирателей. В том числе: вручать им денежные средства, подарки и иные материальные ценности, кроме как за выполнение организационной работы (за сбор подписей избирателей, агитационную работу); производить вознаграждение избирателей, выполнявших указанную организационную работу, в зависимости от итогов голосования или обещать произвести такое вознаграждение; проводить льготную распродажу товаров, бесплатно распространять любые товары, за исключением печатных материалов (в том числе иллюстрированных) и значков, специально изготовленных для избирательной кампании, предоставлять услуги безвозмездно или на льготных условиях, а также воздействовать на избирателей, посредством обещаний передачи им денежных средств, ценных бумаг и других материальных благ (в том числе по итогам голосования), оказания услуг иначе чем на основании принимаемых в соответствии с законодательством решений органов государственной власти, органов местного самоуправления.

За подобные деяния предусмотрена административная ответственность (ст. 5.16 КоАП РФ).

Также в период избирательной кампании, не допускается проведение лотерей и других основанных на риске игр, в которых выигрыш призов или участие в розыгрыше призов зависит от итогов голосования, результатов выборов, референдума либо которые иным образом связаны с выборами, референдумом. За нарушение данного запрета установлена административная ответственность (ст. 5.49 КоАП РФ).

Закон «Об основных гарантиях...» разделяет агитационные материалы и коммерческую рекламу с использованием фамилии, изображения кандидата, символики избирательного объединения. Последняя осуществляется только за счет средств соответствующего избирательного фонда. В день голосования

и в день, предшествующий дню голосования, такая реклама, в том числе оплаченная за счет средств соответствующего избирательного фонда, фонда референдума, не допускается. На этих же условиях размещается иная информация могут размещаться объявления (иная информация) о связанной с выборами деятельности избирательного объединения, кандидата при условии указания в объявлении (иной информации) сведений, из средств избирательного фонда какого избирательного объединения, какого кандидата оплачено их размещение.

В пример приведем решение Новосибирской городской муниципальной избирательной комиссии по делу, связанному с проведением досрочных выборов мэра Новосибирска (январь - апрель 2014 г.). В избирательную комиссию поступило заявление с просьбой о привлечении к ответственности регионального отделения одной из политических партий, выдвинувшего кандидата на должность мэра Новосибирска, за размещение на улицах Новосибирска информационного плаката с названием этой партии. С точки зрения заявителя, размещение плаката должно было быть оплачено из соответствующего избирательного фонда. Свое мнение заявитель обосновывал положением п. 4 ст. 56 ФЗ № 67, согласно которому оплата рекламы с использованием наименования, эмблемы, иной символики избирательного объединения, выдвинувшего кандидата, список кандидатов, в период избирательной кампании осуществляется только за счет средств соответствующего избирательного фонда. Новосибирская городская избирательная комиссия решила, что, поскольку размещение плаката произошло до начала избирательной кампании, оплачивать его размещение из средств избирательного фонда не требовалось, следовательно, основания для удовлетворения требований заявителя отсутствуют²⁸.

Кандидаты, избирательные объединения, выдвинувшие кандидатов, списки кандидатов, их доверенные лица и уполномоченные представители,

²⁸ Решение Новосибирской городской муниципальной избирательной комиссии от 1 марта 2014 г. № 53/312 «О рассмотрении заявления В. от 26.02.2014 о размещении информационного плаката с текстом «ЛДПР» // URL: <http://www.izbirkom.novosibirsk.ru> (дата обращения 02.05.2015)

члены не вправе лично или через иных лиц, включая организации заниматься благотворительной деятельностью. Иные физические и юридические лица в период избирательной кампании, не вправе заниматься благотворительной деятельностью по просьбе, поручению или от имени кандидатов, избирательных объединений, их доверенных лиц и уполномоченных представителей, а также проводить одновременно с благотворительной деятельностью предвыборную агитацию. Кандидатам, избирательным объединениям, их доверенным лицам и уполномоченным представителям запрещается обращаться к иным физическим и юридическим лицам с предложениями об оказании материальной, финансовой помощи или услуг избирателям.

Агитационные материалы не могут содержать коммерческую рекламу.

Закон «Об основных гарантиях» запрещает злоупотреблять правом при использовании эфирного времени в момент размещения агитационных материалов.

В частности, не допускается:

во-первых, распространения призывов голосовать против кандидата, кандидатов, списка кандидатов, списков кандидатов;

во-вторых, описание возможных негативных последствий в случае, если тот или иной кандидат будет избран, тот или иной список кандидатов будет допущен к распределению депутатских мандатов;

в-третьих, распространение информации, в которой явно преобладают сведения о каком-либо кандидате (каких-либо кандидатах), избирательном объединении в сочетании с негативными комментариями;

в-четвертых, распространения информации, способствующей созданию отрицательного отношения избирателей к кандидату, избирательному объединению, выдвинувшему кандидата, список кандидатов.

Организации, осуществляющие выпуск СМИ, в случае обнародования ими агитационных и информационных материалов, способных нанести ущерб чести, достоинству или деловой репутации кандидата, деловой

репутации избирательного объединения, обязаны предоставить соответствующему кандидату, избирательному объединению возможность до окончания агитационного периода бесплатно обнародовать (опубликовать) опровержение или иное разъяснение в защиту своих чести, достоинства или деловой репутации. Для обнародования указанного опровержения или иного разъяснения эфирное время должно быть предоставлено кандидату, избирательному объединению в то же время суток, в которое была обнародована первоначальная информация, и его объем не должен быть меньше, чем объем эфирного времени, предоставленного для изложения первоначальной информации, но не менее двух минут. При опубликовании указанного опровержения или иного разъяснения его текст должен быть набран тем же шрифтом, помещен на том же месте полосы и по объему должен быть не меньше, чем опровергаемый текст (п. 6 ст. 56 Закона «Об основных гарантиях»...). Неисполнение данной обязанности является основанием для привлечения таких организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, и их должностных лиц к ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации²⁹. Отметим, что указанные требования не распространяются на случаи размещения агитационных материалов, представленных зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями, в рамках использования ими в соответствии с Законом «Об основных гарантиях...», иным законом бесплатного и платного эфирного времени, бесплатной и платной печатной площади.

Запрет «негативной» агитации на телевидении действительно, с одной стороны, защищает кандидатов от недобросовестной агитации, но, с другой стороны, он и оставит в неведении избирателей о недостойном прошлом кандидатов³⁰.

²⁹ Ст. 5.13 КоАП РФ.

³⁰ Лызлов Д.Н. Об ограничении «негативной» агитации российским законодательством о выборах // Государственная власть и местное самоуправление. 2011. № 1. С. 28 - 30.

Комиссии контролируют соблюдение установленного порядка проведения предвыборной агитации возложено на избирательные комиссии. Они же принимают меры по устранению допущенных нарушений.

В случае распространения подложных печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов, распространения печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов с нарушением требований Закона «Об основных гарантиях...», а также в случае нарушения организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания, редакцией сетевого издания установленного Законом «Об основных гарантиях...» порядка проведения предвыборной агитации, соответствующая комиссия обязана обратиться в правоохранительные органы, суд, орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, в том числе электронных, и массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, с представлением о пресечении противоправной агитационной деятельности, об изъятии незаконных агитационных материалов и о привлечении организации телерадиовещания, редакции периодического печатного издания, редакции сетевого издания, их должностных лиц, а также иных лиц к ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Правоохранительные и иные органы обязаны принимать меры по пресечению противоправной агитационной деятельности, предотвращению изготовления подложных и незаконных предвыборных печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов и их изъятию, устанавливать изготовителей указанных материалов и источник их оплаты, а также незамедлительно информировать соответствующую избирательную комиссию, комиссию референдума о выявленных фактах и принятых мерах.

3.2. Юридическая ответственность за нарушение правил информационного обеспечения выборов

Проведение свободных и демократических выборов невозможно без строгого следования требованиям законодательства. Обеспечить же исполнение закона можно в том числе с помощью эффективных инструментов юридической ответственности в случае его нарушения³¹.

Ответственность за административные правонарушения, посягающие на права граждан, предусмотрена главой 5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Законодатель установил ответственность за такие правонарушения, как нарушение права гражданина на ознакомление со списком избирателей; неисполнение решения избирательной комиссии; непредставление сведений и материалов по запросу избирательной комиссии; нарушение порядка участия средств массовой информации в информационном обеспечении выборов; нарушение прав члена избирательной комиссии; отказ в предоставлении отпуска для участия в выборах; нарушение порядка и условий проведения предвыборной агитации; проведение предвыборной агитации вне агитационного периода и в местах, где ее проведение запрещено законодательством о выборах; изготовление, распространение или размещение агитационных материалов с нарушением требований законодательства; умышленное уничтожение или повреждение печатных материалов, относящихся к выборам, референдуму; подкуп избирателей либо осуществление в период избирательной кампании, кампании референдума благотворительной деятельности с нарушением законодательства о выборах; непредставление или неопубликование отчета, сведений о поступлении и расходовании средств, выделенных на подготовку и проведение выборов, референдума; незаконное использование денежных средств при финансировании избирательной кампании кандидата, избирательного объединения, использование незаконной материальной поддержки при финансировании избирательной кампании, кампании

³¹ Соловьев В.Н., Панов А.Б. Некоторые аспекты административной ответственности по делам о защите избирательных прав // Вестник ВАС РФ. 2013. № 3. С. 61 - 71.

референдума; незаконное финансирование избирательной кампании; нарушение установленного законом порядка подсчета голосов, определения результатов выборов; непредставление сведений об итогах голосования или о результатах выборов; нарушение порядка и сроков представления и хранения документов, связанных с подготовкой и проведением выборов, референдума.

За указанные правонарушения виновное лицо может быть привлечено к ответственности в виде административного штрафа, размер которого для физических (должностных) лиц составляет от 500 до 5000 руб. При этом штраф, налагаемый на юридические лица и избирательные объединения, может достигать 100 000 руб.

Порядок рассмотрения указанных дел закреплена в ч. 1 ст. 23.1 КоАП РФ. Рассмотрение указанной категории дел может осуществляться:

- мировыми судьями;
- судьями районных судов;
- судьями гарнизонных военных судов.

При решении вопроса о подведомственности и подсудности дел об административных правонарушениях следует исходить из положений, закрепленных в главе 23 КоАП РФ, с учетом разъяснений, данных Пленумом Верховного Суда РФ³².

В п. 34 указанного постановления нижестоящим судам предписывается «оценивая действительный характер сообщений о предвыборных мероприятиях, мероприятиях, связанных с референдумом, надлежит выяснять совокупность всех факторов, характеризующих степень распространения и воздействия на избирателей, участников референдума информационного материала или сообщения о проведении предвыборных мероприятий, мероприятий, связанных с проведением референдума. В частности, следует учитывать вид средства массовой информации, род теле- или радиопрограммы (информационная, информационно-аналитическая,

³² Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 31.03.2011 № 5 (ред. от 09.02.2012) «О практике рассмотрения судами дел о защите избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // Российская газета. 2011. 8 апреля.

общественно-политическая, авторская и т.п.), форму изложения материала и его характер (нейтральный, позитивный или негативный), уровень информативности, содержание выступления (сообщения) лиц, представляющих избирательное объединение, и лиц, приглашенных на предвыборное мероприятие.

Порядок информационного обеспечения выборов может быть признан нарушенным организациями, осуществляющими выпуск средств массовой информации, представителями средств массовой информации в случаях несоблюдения требований законодательства об объективности, достоверности содержания информационных материалов, размещаемых в средствах массовой информации, о равенстве кандидатов, избирательных объединений, в том числе при распределении в информационных блоках времени освещения предвыборной деятельности избирательных объединений, кандидатов, инициативных групп по проведению референдума либо в случаях совершения представителями организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, умышленных действий, непосредственно направленных на агитацию, побуждающую голосовать за определенных кандидатов, избирательные объединения или против него, против них (пункт 2.1 статьи 48 Федерального закона от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ).

Если под видом информирования избирателей, участников референдума представителями организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, либо иными лицами, организациями, органами государственной власти, органами местного самоуправления, указанными в пункте 7 статьи 48 Федерального закона от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ, совершались действия, признаваемые в силу пунктов 2 и 2.1 статьи 48 Федерального закона от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ предвыборной агитацией, то такие действия могут образовать объективную сторону составов административных правонарушений, предусмотренных статьями 5.5, 5.8, 5.10, 5.11, 5.12 КоАП РФ.

Из п. 35 указанного постановления следует, что при применении пункта 1.1 статьи 56 Федерального закона от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ о запрете агитации, нарушающей законодательство Российской Федерации об интеллектуальной собственности, судам следует учитывать, что с 1 января 2008 г. отношения в сфере интеллектуальной собственности (охраны результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации) регулируются частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ). Несоблюдение требований, установленных частью четвертой этого Кодекса (в частности, использование результатов интеллектуальной деятельности, средств индивидуализации без согласия автора или иного правообладателя, а в случае, когда допускается их использование без согласия автора или иного правообладателя - несоблюдение условий такого использования), должно квалифицироваться судами как нарушение законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности.

Нарушение требований статьи 1276 ГК РФ при проведении предвыборной агитации имеет место в случае, когда в агитационных материалах без согласия автора или иного правообладателя и без выплаты вознаграждения воспроизводится, сообщается в эфир или по кабелю фотографическое произведение, произведение архитектуры или произведение изобразительного искусства, которые постоянно находятся в месте, открытом для свободного посещения, и изображение произведения таким способом является основным объектом этого воспроизведения, сообщения в эфир или по кабелю³³.

Установленные судом факты нарушения законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности при изготовлении агитационного материала, который не использовался при проведении агитации (например, вся партия агитационного материала была уничтожена),

³³ Данилевский Ю.А. Применение мер юридической ответственности за нарушение порядка предвыборной агитации // Современное право. 2015. № 7. С. 161 - 164.

не могут служить поводом для отказа в регистрации кандидата, списка кандидатов, отказа в проведении референдума, исключения кандидата из заверенного списка кандидатов, отмены регистрации кандидата, списка кандидатов, кандидата, включенного в зарегистрированный список кандидатов, на основании подпункта «к» пункта 24, подпункта «и» пункта 25, подпункта «в» пункта 26 статьи 38, подпункта «д» пункта 7, подпункта «д» пункта 8, пункта 9 статьи 76 Федерального закона от 12 июня 2002 г. N 67-ФЗ.

Таким образом, за нарушение правил информационного обеспечения выборов предусмотрена административная и гражданско-правовая ответственность.

Заключение

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

Информационное обеспечение выборов включает в себя информирование избирателей, предвыборную агитацию и способствует осознанному волеизъявлению граждан, гласности выборов. Информирование избирателей осуществляют органы государственной власти, органы местного самоуправления, комиссии, организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, физические и юридические лица в соответствии с настоящим Федеральным законом от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».

Разновидностью информирования избирателей является опубликование (обнародование) результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами.

Информационное обеспечение выборов и референдумов соответствующего уровня осуществляется с использованием государственных, муниципальных и негосударственных организаций телерадиовещания, редакций государственных, муниципальных и негосударственных периодических печатных изданий.

Граждане Российской Федерации, общественные объединения вправе в допускаемых законом формах и законными методами проводить предвыборную агитацию.

Разграничивая информирование и предвыборную агитацию по субъективной и объективной стороне, законодатель за счет введения в избирательное законодательство ряда изъятий допускает в период избирательной кампании возможность распространения информации о кандидатах, которая отвечает признакам агитации, оказывает воздействие на волеизъявление избирателей, ставит кандидатов в неравные условия, но при

этом не может быть квалифицирована как агитация, а иногда и как информирование.

Вместе с тем, отсутствие реальных границ между информированием о выборах и предвыборной агитацией, вследствие чего под видом информирования о выборах осуществляется массированное воздействие на формирование воли избирателей вне легальных рамок агитации и обязанности соблюдения требований к ней, нарушается равный доступ к СМИ кандидатов, политических партий и, в конечном счете, - свобода выборов. Фактически затраченные финансовые ресурсы на подобного рода информирование о выборах не прозрачны, не поддаются учету, не существует никакой отчетности по ним.

Законодательство должно снять указанное искусственное деление, считая предвыборной любую информацию о выборах и кандидатах в СМИ за месяц до дня голосования, укрепив одновременно гарантии равного доступа кандидатов и партий к СМИ и ответственность за нарушение таких гарантий.

Закон «Об основных гарантиях...» содержит запрет на проведение «негативной агитации» в эфире организаций телерадиовещания посредством распространения призывов голосовать против кандидата, описание последствий избрания кандидата и т.п. Полагаем, что это является необоснованным ограничением права граждан на информацию о выборах и фактически умаляет гарантии избирательных прав граждан: препятствует формированию общественного мнения и как следствие свободному волеизъявлению граждан.

Основными видами ответственности за нарушение порядка информационного обеспечения выборов является административная, гражданско-правовая и уголовная. Причем, последняя связана, как правило с нарушением права на изображение, а также с нарушением законодательства об интеллектуальной собственности. Уголовная ответственность может последовать в случае нарушения, например, законодательства об

антиэкстремистской деятельности в ходе информационного обеспечения выборов, а также совершения иных уголовно наказуемых деяний.

Список источников

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года (с изм. и доп.) // Российская газета. 25 декабря.
2. Закон РФ о поправке к Конституции РФ от 05.02.2014 № 2-ФКЗ «О Верховном Суде Российской Федерации и прокуратуре Российской Федерации» // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 06.02.2014.
3. Кодекс административного судопроизводства Российской Федерации» от 08.03.2015 № 21-ФЗ (ред. от 03.07.2016) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 09.03.2015;
4. Федеральный закон от 11.07.2001 №95-ФЗ (ред. от 09.03.2016) «О политических партиях» // СЗ РФ. 2001. № 29. Ст. 2950.
5. Федеральный закон от 12.06.2002 №67-ФЗ (ред. от 05.04.2016) «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // СЗ РФ. 2002. № 24. Ст. 2253.
6. Федеральный закон от 10 января 2003 г. №19-ФЗ «О выборах Президента Российской Федерации» // СЗ РФ. 2003. №2. Ст. 171.
7. Федеральный закон от 18 мая 2005 г. №51-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» // СЗ РФ. 2005. №21. Ст. 1919.
8. Федеральный закон от 29 апреля 2008 г. №57-ФЗ «О порядке осуществления иностранных инвестиций в хозяйственные общества, имеющие стратегическое значение для обеспечения обороны страны и безопасности государства» // СЗ РФ. 2008. №18. Ст. 1940.

9. Федеральный закон от 22.02.2014 №20-ФЗ (ред. от 05.04.2016) «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» // СЗ РФ. 2014. № 8. Ст. 740.
10. Постановление ЦИК России от 14.02.2013 № 161/1192-6 (ред. от 29.03.2017) «О Регламенте использования Государственной автоматизированной системы Российской Федерации «Выборы» для контроля за соблюдением установленного порядка проведения предвыборной агитации, агитации при проведении референдума» // Вестник ЦИК России. 2013. № 2.
11. Постановление ЦИК России от 29.03.2017 № 78/683-7 «О внесении изменений в формы ведения организациями телерадиовещания, редакциями периодических печатных изданий и редакциями сетевых изданий отдельного учета объемов и стоимости эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению предвыборных агитационных материалов в сетевых изданиях, предоставленных зарегистрированным кандидатам, политическим партиям при проведении выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации седьмого созыва» // Вестник ЦИК России. 2017. № 3.
12. Постановление Конституционного Суда РФ от 30.10.2003 № 15-П «По делу о проверке конституционности отдельных положений Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» в связи с запросом группы депутатов Государственной Думы и жалобами граждан С.А. Бунтмана, К.А. Катаняна и К.С. Рожкова» // Вестник Конституционного Суда РФ. 2003. № 6.
13. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 31.03.2011 № 5 (ред. от 09.02.2012) «О практике рассмотрения судами дел о защите избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // Российская газета. 2011. 8 апреля.

14. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) «О средствах массовой информации» // Российская газета. 1992. 8 февраля.
15. Определение Верховного Суда РФ от 20.09.2006 № 67-Г06-13 // СПС «КонсультантПлюс»; Определение Верховного Суда РФ от 12.02.2004 № 49-Г03-160 // СПС «КонсультантПлюс».
16. Решение Новосибирской городской муниципальной избирательной комиссии от 4 марта 2010 года № 41/204 // URL: <http://izbirkom.novosibirsk.ru> (дата обращения: 15.05.2017).
17. Аглеева Л.Т. Особенности правового регулирования сроков предвыборной агитации // Конституционное и муниципальное право. 2016. № 3. С. 27 - 30.
18. Айзатуллов М.М. Правовое регулирование предвыборной деятельности политических партий // Конституционное и муниципальное право. 2011. № 7.
19. Большаков С.В., Головин А.Г. Информационное обеспечение выборов и референдумов в Российской Федерации. М., 2007.
20. Величинская Ю.Н. Праймериз: демократическая ценность, проблемы применения в отечественной избирательной практике, перспективы институционализации // Конституционное и муниципальное право. 2015. № 8.
21. Вискулова В.В. Голосование «против всех»: исключить нельзя оставить (в свете решений Конституционного Суда РФ) // Конституционное и муниципальное право. 2008. № 5. С. 28 - 34.
22. Вискулова В.В. Пределы самостоятельности субъектов Российской Федерации в свете реформы избирательного законодательства 2005 - 2006 годов: правовые проблемы // Конституционное и муниципальное право. 2007. № 13.

23. Волков В.Э. Предварительное голосование (праймериз) как технология предвыборной агитации // Основы экономики, управления и права. 2014. № 4(16).
24. Ворванин Д.В. Открытые партийные праймериз как один из путей к формированию народной представительной власти // Пробелы в российском законодательстве. 2016. № 6.
25. Гаглов Д.В. Процедура праймериз как стадия избирательного процесса в России. Перспективы развития // Правовая инициатива. 2012. № 2. [Электронный ресурс].
26. Горлачев Р.Ю. Особенности правового положения средств массовой информации на выборах в органы государственной власти // Государственная власть и местное самоуправление. 2016. № 11. С. 39 - 43.
27. Губенко А.В. Прокурорский надзор за соблюдением законодательства о выборах // Законность. 2016. № 9. С. 19 - 20.
28. Данилевский Ю.А. Применение мер юридической ответственности за нарушение порядка предвыборной агитации // Современное право. 2015. № 7. С. 161 - 164.
29. Джагарян А., Джагарян Н. Право граждан на обжалование итогов выборов - необходимая мера защиты и (или) вызов демократии // Сравнительное конституционное обозрение. 2013. № 5.
30. Зинченко В.П., Мещерякова Б.Г. Большой психологический словарь. М., 2009. С. 816; Семечкин Н.И. Социальная психология на рубеже веков. История, теория, исследования: В 2 ч. Владивосток, 2001. Ч. 1. С. 159.
31. Игнатов С.Л. Комментарий к Федеральному закону от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»

- (постатейный). (Подготовлен для системы КонсультантПлюс, 2014) // СПС «КонсультантПлюс».
32. Избирательное право Российской Федерации: учебник для магистров / под ред. И.В. Захарова, А.Н. Кокотова. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2014.
33. Ищенко Е.П., Ищенко А.Е. Избирательные споры: возникновение, разрешение, предупреждение. М., 2002.
34. Какителашвили М.М. Праймериз как инструмент незаконной финансовой поддержки на выборах // Законы России: опыт, анализ, практика. 2017. № 2. С. 65 - 70.
35. Князев С.Д., Охотников Р.А. Избирательные споры: юридическая природа и порядок рассмотрения. Владивосток, 2005.
36. Коваль Д.В. Применение конституционно-правовых санкций за нарушения законодательства об интеллектуальной собственности в период предвыборной агитации // Конституционное и муниципальное право. 2016. № 7. С. 45 - 53.
37. Козина С.Е. СМИ и выборы: ресурс и угрозы политического мифотворчества. М., 2005. С. 49 - 54.
38. Колюшин Е.И. Выборы и избирательное право в зеркале судебных решений. М.: Норма, Инфра-М, 2010. 384 с.
39. Коровин Е.М. Порядок и сроки оспаривания итогов голосования и результатов выборов в контексте правовых позиций Конституционного Суда Российской Федерации // Конституционное и муниципальное право. 2015. № 7. С. 12 - 16.
40. Красинский В.В. О правовой основе участия правоохранительных органов Российской Федерации в обеспечении безопасности и правопорядка в ходе избирательного процесса // Закон и армия. 2005. № 4.

- 41.Красинский В.В. Правовое регулирование выборов в контексте противодействия политическому экстремизму в Российской Федерации // Военно-юридический журнал. 2006. № 5.
- 42.Кудашева Е.В. Перспективы развития процедуры праймериз на территории Российской Федерации // Юридическая наука. 2013. № 2.
- 43.Макарцев А.А. Административная ответственность средств массовой информации за нарушение правил информационного обеспечения выборов: вопросы теории и практики // Современное право. 2013. № 5. С. 22 - 26.
- 44.Матейкович М.С. Защита избирательных прав граждан в Российской Федерации: проблемы теории и практики: Дис. ... д-ра юрид. наук. Саратов, 2003.
- 45.Матейкович М.С. Необходимо усовершенствовать механизм судебной защиты избирательных прав граждан // Российская юстиция. 2003. № 3.
- 46.Нудненко Л.А. Праймериз в России - партийная политтехнология или инструмент реальной внутрипартийной конкуренции? // Конституционное и муниципальное право. 2016. № 9.
- 47.Ныров Б.Ф. Состояние законодательства относительно информирования населения в ходе муниципальных выборов // Государственная власть и местное самоуправление. 2008. № 9.
- 48.Оспанов Т.А., Абрахманов Д.В. Графа «Против всех» в контексте политической конкуренции // Конституционное и муниципальное право. 2014. № 6. С. 29 - 30.
- 49.Пешкова Е.С. Праймериз: американский опыт и российская реальность // Современные исследования социальных проблем. 2013. № 3-4(15-16).
- 50.Попова О.О. Институциональный подход к исследованию предвыборной агитации // Конституционное и муниципальное право. 2016. № 6. С. 57 - 61.

51. Правовая защита лиц, сообщающих о фактах коррупции: научно-практическое пособие / В.Ю. Артемов, Н.А. Голованова, А.Ю. Заксон и др.; отв. ред. А.М. Цирин, Е.И. Спектор. М.: ИЗиСП, 2016. 144 с.
52. Реут Д.А. Финансовое обеспечение выборов как гарантия избирательных прав граждан Российской Федерации // Финансовое право. 2015. № 5. С. 44 - 47.
53. Романенко О.В. Косвенное финансирование избирательных кампаний политических партий в России // Право и власть. 2002. № 3.
54. Романенко О.В. Косвенное финансирование избирательных кампаний политических партий в России // Право и власть. 2002. № 3.
55. Российское гражданское право: Учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Юриспруденция» и специальности «Юриспруденция»: В 2 т. / Отв. ред. Е.А. Суханов; Московский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. Т. 1. М., 2011.
56. Рузакова О.А. Нарушения законодательства об интеллектуальной собственности в избирательных кампаниях // Патенты и лицензии. 2016. № 11. С. 12 - 16.
57. Сафонов В.А. Влияние решений Конституционного Суда Российской Федерации на систему гарантий трудовых прав членов избирательных комиссий // Трудовое право в России и за рубежом. 2011. № 3. С. 11 - 16.
58. Селина Е.В. Выборы-2016: следует ли ожидать поворота в главных направлениях уголовной политики? // Современное право. 2016. № 11. С. 72 - 75.
59. Собалирова З.Х. Генезис категории «информационное обеспечение выборов» // Общество и право. 2010. № 4. С. 280 - 282.
60. Соловьев В.Н., Панов А.Б. Некоторые аспекты административной ответственности по делам о защите избирательных прав // Вестник ВАС РФ. 2013. № 3. С. 61 - 71.

- 61.Тадеев А.А. Перспективы реализации избирательных прав граждан в информационной среде в условиях глобализации // Информационное право. 2009. № 2.
- 62.Тарасенко В.В. Воля меньшинства: выборы в демократическом государстве // Конституционное и муниципальное право. 2016. № 10. С. 48 - 50.
- 63.Толкушкин М.И. Институт предвыборной агитации: некоторые размышления // Конституционное и муниципальное право. 2016. № 4. С. 49 - 50.
- 64.Фоков А.П. Защита избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации // Российский судья. 2011. № 7. С. 2 - 10.
- 65.Червонюк В.И., Зотин М.Ю. Первичные выборы в Российской Федерации: конституционная практика, технологии, проблема правового регулирования и социального контроля // Право и государство: теория и практика. 2016. № 9(141).
- 66.Шишкина Н.Э. Праймериз как предстадия избирательного процесса // Сибирский юридический вестник. 2008. № 1.
- 67.Штурнев А.Е. Конституционно-правовая ответственность за избирательные правонарушения в Российской Федерации. Иркутск: Ин-т законодательства и правовой политики, 2004.