

Российский центр обучения избирательным технологиям
при Центральной избирательной комиссии Российской Федерации

*Издательская серия
“ПРИКЛАДНАЯ ЮРИСПРУДЕНЦИЯ”*

С. В. БОЛЬШАКОВ

**Информирование избирателей
и предвыборная агитация:
особенности правового
регулирования**



Российский центр обучения избирательным технологиям
при Центральной избирательной комиссии
Российской Федерации

Издательская серия
«ПРИКЛАДНАЯ ЮРИСПРУДЕНЦИЯ»

С. В. Большаков

**Информирование избирателей
и предвыборная агитация:
особенности правового регулирования**

МОСКВА
2002

Издание подготовлено в рамках реализации Комплекса мер по повышению профессиональной подготовки организаторов выборов и референдумов и правовому обучению избирателей в Российской Федерации на 2000–2005 годы, утвержденного постановлением Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 20 октября 2000 года № 113/1176-З.

Большаков С.В. – кандидат юридических наук,

Ответственный редактор –

доктор юридических наук Ю. А. Веденеев

Научный редактор –

доктор юридических наук В. И. Лысенко

Большаков С. В.

Информирование избирателей и предвыборная агитация: особенности правового регулирования. – М.: РЦОИТ, 2002. – 152 с.

Издание адресуется членам избирательных комиссий и иным организаторам выборов, кандидатам в депутаты и на выборные должности, работникам правоохранительных органов, всем, кто изучает избирательное право и избирательный процесс.

ISBN 5-93639-027-6

© Российский центр обучения избирательным технологиям
при Центральной избирательной комиссии
Российской Федерации

Предисловие

Проблемы правового регулирования агитационной деятельности участников избирательной кампании, в том числе участия в ней средств массовой информации, признаются весьма сложными не только в странах развивающейся демократии, но и в государствах с давними демократическими традициями.

Поскольку средства массовой информации, кроме участия в агитационной деятельности реализующих пассивное избирательное право субъектов избирательного процесса, выполняют в ходе избирательной кампании целый ряд других важнейших функций, разобраться в этих непростых проблемах – задача не из легких.

Цель настоящего учебного пособия заключается в том, чтобы оказать членам избирательных комиссий, должностным лицам и творческим работникам средств массовой информации, иным участникам избирательного процесса практическую помощь в изучении установленных российским законодательством о выборах правил проведения предвыборной агитации, в том числе осуществляемой методом распространения информации агитационного характера на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях.

Книга, как и другие издания серии «Прикладная юриспруденция», имеет ярко выраженный прикладной характер. Настоящее пособие может оказаться полезным не только для практического применения организаторами федеральных, а также проводимых в субъектах Российской Федерации избирательных кампаний, но и в процессе изучения российского избирательного законодательства студентами, практикующими юристами, политическими деятелями.

Автором предусмотрены постатейные ссылки на положения Федерального закона от 12 июня 2002 года № 67–ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», что делает учебное пособие весьма актуальным.

Представляется, что предлагаемое пособие, опирающееся на анализ обширного нормативного материала и практику его применения в избирательных кампаниях 1999–2002 годов, окажется полезным не только для организаторов выборов и представителей организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, но и для широкой читательской аудитории.

Введение

Избирательное законодательство Российской Федерации является сегодня одним из наиболее динамично развивающихся институтов в общей системе публичного права, что нашло свое юридическое отображение и в той его части, которая осуществляет регулирование предвыборной агитации.

Это подтверждается тем, что в современной отечественной юридической литературе исследования по избирательно-правовой тематике занимают значительное место.

Среди последних привлекают внимание работы С. А. Авакьяна, А. С. Автономова, А. А. Вешнякова, Ю. А. Веденева, А. В. Иванченко, В. В. Игнатенко, С. Д. Князева, А. И. Ковлера, Е. И. Колюшина, М. И. Кукушкина, В. И. Лысенко, В. Д. Мостовщикова, А. Е. Постникова, А. А. Югова, ряда других авторов.

Однако большинство исследователей главное внимание уделяют, как правило, анализу феномена выборов в целом, не рассматривая в деталях отдельные институты избирательного права.

Среди перечисленных авторов лишь некоторые затронули в своих работах те или иные особенности правового регулирования предвыборной агитации.

Вместе с тем многие вопросы, связанные с юридическим содержанием предвыборной агитации, с практическим применением в ходе избирательных кампаний законов о выборах, иных нормативных актов, устанавливающих порядок и правила ее проведения, и поныне остаются спорными, сохраняют дискуссионный характер. Такой вывод подтверждается значительным количеством избирательных споров, связанных с проведением предвыборной агитации участниками избирательных кампаний, наличием в этой связи богатой и весьма противоречивой судебной практики.

Представляется, однако, что правовой институт предвыборной агитации приобретает в Российской Федерации все большее значение, оказывает на электоральное поведение избирателей все более возрастающее влияние. В силу этого пред-

выборная агитация требует самого пристального внимания не только со стороны участников избирательной кампании, реализующих в ней свое пассивное избирательное право, но также и со стороны избирательных комиссий всех уровней.

Об этом свидетельствует, по мнению автора пособия, и практика проведения выборов в России в 1999–2002 годах.

Одна из целей настоящей работы состоит в разъяснении основных понятий в сфере правового регулирования предвыборной агитации, а также условий, при которых наступает ответственность участников избирательного процесса за нарушения порядка и правил ее проведения. Особое внимание при этом уделено практике и условиям производства и распространения связанной с выборами массовой информации, в том числе агитационного характера, в период избирательной кампании.

Поскольку условия подготовки и проведения выборов, в том числе порядок распространения информации о выборах в период избирательной кампании, устанавливаются, в соответствии с Конституцией Российской Федерации, конституциями (уставами) субъектов Российской Федерации, федеральные законы, законы субъектов Российской Федерации о выборах, они, наряду с иными федеральными законами, содержат правовые нормы, регулирующие производство и распространение связанной с выборами массовой информации.

Таким образом, средства массовой информации образуют важнейший институт формирования общественного electoralного сознания. Распространение через средства массовой информации объективных информационных материалов о деятельности избирательных комиссий, кандидатов, других участников избирательного процесса способствует укреплению веры граждан в демократические институты, предопределяет их полноценное участие в выборах. В период избирательной кампании средства массовой информации являются «...во-первых, каналом информирования избирателей... во-вторых, средством предвыборной агитации, и, наконец, в-третьих, инструментом гражданского контроля»¹.

Права, которые российское законодательство о выборах предоставляет средствам массовой информации как участникам избирательного процесса, дают возможность, во-первых,

¹ Федотов М. Правовые основы участия СМИ в избирательной кампании // Интернет-мониторинг выборов в России. М: МИПО РЕПРО, 2001. С. 108

обеспечить достоверное информирование избирателей о выборах, всестороннее, объективное и сбалансированное освещение избирательного процесса, деятельности кандидатов во время избирательной кампании, а также итогов голосования и результатов выборов; во-вторых, создать условия для проведения субъектами агитационной деятельности предвыборной агитации через средства массовой информации путем предоставления зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам бесплатного и платного эфирного времени на каналах организаций телерадиовещания, бесплатной и платной печатной площади на страницах периодических печатных изданий; в-третьих, создать правовую возможность осуществления средствами массовой информации функции общественного контроля за своевременностью и законностью решений и действий избирательных комиссий, государственных органов, должностных лиц, всех участников избирательного процесса.

Правовое регулирование в этой сфере призвано:

- обеспечить реализацию права избирателей на своевременное получение достоверной информации о дате голосования, о кандидатах (списках кандидатов), о порядке и сроках осуществления избирательных действий, о результатах выборов, на получение объективной информации о предвыборных программах кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, о ходе избирательной кампании;

- обеспечить реализацию принципа равенства информационных возможностей кандидатов;

- оградить избирателей от попыток противоправного (манипулятивного) влияния на их волеизъявление посредством массовой информации.

В случае нарушения организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания правил проведения предвыборной агитации избирательные комиссии в соответствии с Федеральным законом от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (далее – Федеральный закон), наделены правом обращения в правоохранительные органы, в суд, а также в исполнительные органы государственной власти, осуществляющие государственную политику в области средств массовой информации, с представлением о пресечении противоправной агитационной деятельности и привлечении организации телерадиовещания, редакции пе-

риодического печатного издания к ответственности, установленной законодательством Российской Федерации.

Таким образом, организации, осуществляющие выпуск СМИ, а равно их представители приобретают при определенных условиях статус субъектов избирательного процесса, принимают непосредственное участие в информационном обеспечении избирательного процесса и совершают в рамках этого юридического института избирательные действия информационного характера, вступая в информационные избирательные отношения в соответствии с законодательством о выборах и законодательством о средствах массовой информации.

Российское законодательство о выборах предусматривает гарантии выполнения требований Федерального закона, в том числе полномочия избирательных комиссий, иных государственных органов по осуществлению контроля за соблюдением участниками избирательного процесса установленных законами о выборах и законами о средствах массовой информации правил производства и распространения связанной с выборами информации в период избирательной кампании.

Федеральное законодательство предусматривает также уголовную, гражданскую, административную и иную ответственность субъектов избирательного процесса за нарушения этих правил.

Федеральный закон от 12 июня 2002 года № 67 «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» обеспечивает условия для соблюдения всеми участниками избирательного процесса правовых норм, регулирующих процессы информирования избирателей и предвыборную агитацию, дает возможность перекрыть лазейки, позволяющие недобросовестным участникам избирательного процесса осуществлять противоречащие духу российского законодательства о выборах информационные избирательные технологии, целью которых является достижение неправомерных преимуществ перед другими участниками избирательной кампании.

Доктор юридических наук Ю. А. Веденеев

1. Информационное обеспечение избирательного процесса

1.1. Правовое регулирование производства и распространения информации о выборах в период избирательной кампании

Несмотря на то что предвыборная агитация объективно существует в виде специфической информации, она, как правило, рассматривается исследователями в виде политико-юридического феномена избирательного права и избирательного процесса. Однако информационный характер предвыборной агитации очевиден, следовательно, необходимо рассматривать предвыборную агитацию и через призму информационного права, а в случае проведения предвыборной агитации через средства массовой информации – с учетом норм права массовой информации.

С этой точки зрения информационное обеспечение избирательного процесса включает в себя все виды распространения информации о выборах в период избирательной кампании и является одной из гарантий (механизмов реализации) избирательных прав граждан Российской Федерации.

Федеральный закон выделяет два вида такой специфической информации: информирование избирателей и предвыборную агитацию (ст. 44).

При этом информирование избирателей (всех участников избирательной кампании) должно, по воле законодателя, отвечать принципам достоверности, объективности и беспристрастности, то есть равному подходу ко всем кандидатам, политическим партиям, избирательным блокам (ст. 45, п. 2).

К предвыборной агитации закон не предъявляет вышеперечисленных требований. Закон вводит иные существенные признаки предвыборной агитации, определяя ее как деятельность, имеющую целью побудить или побуждающую избирателей к голосованию за или против кандидата, списка кандидатов либо против всех кандидатов, списков кандидатов (ст. 2, п. 4).

Таким образом, правовая природа предвыборной агитации коренным образом отличается от правовой природы информирования избирателей. Из этого следует, что правовой режим осуществления предвыборной агитации существенно отличается от правового режима информирования избирателей, в том числе по субъектам, источникам и порядку оплаты, целям и задачам, срокам, формам и методам их проведения.

В соответствии с Конституцией Российской Федерации на территории Российской Федерации действуют статья 19 Международного пакта о гражданских и политических правах, а также статья 10 Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод.

Нормы указанных международных документов закрепляют, во-первых, право избирателей делать свой выбор не вслепую, а на основании полной и достоверной информации о выборах; во-вторых, право кандидатов (избирательных объединений, блоков) на доведение до сведения избирателей своих предвыборных программ; в-третьих, право СМИ предоставлять избирателям сообщения по вопросам, имеющим общественный интерес, а также излагать свою точку зрения на избирательную кампанию. Эти права являются аспектами права на свободу выражения мнений.

Вместе с тем формальный и публичный характер избирательного процесса, императивно предписывающий всем его субъектам осуществлять избирательные действия в строгом соответствии с процедурами, установленными законами о выборах, предполагает необходимость уточнения порядка и правил распространения информации о выборах в период избирательной кампании, во-первых, с целью обеспечения равенства прав избирателей, всех субъектов избирательного процесса в информационной сфере, во-вторых, с целью воспрепятствования попыткам недобросовестных участников избирательной кампании нарушить права иных лиц для достижения собственных политических или экономических выгод, в том числе тех представителей СМИ, которые, нарушая установленные законами о выборах ограничения, участвуют в проведении предвыборной агитации в пользу одного или нескольких кандидатов, пренебрегая при этом общепризнанными этическими нормами, содержащимися в регламентирующих журналистику международных документах.

В частности, из текста статьи 10 Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод следует, что свобода

массовой информации выступает в форме свободы выражения мнений.

Здесь же, однако, содержится и положение о том, что осуществление свободы выражать свое мнение «может быть сопряжено с ограничениями, которые установлены законом и которые необходимы в демократическом обществе в интересах... защиты репутации или прав других лиц...»².

Необходимо подчеркнуть, что Федеральный закон не вступает в противоречие с перечисленными международно-правовыми стандартами в сфере распространения информации, но при этом особо выделяет цель обеспечения равенства прав граждан, гарантированного статьями 17 и 19 Конституции Российской Федерации. В свою очередь, принцип равенства прав граждан исключительно важен для реализации конституционного права граждан России избирать и быть избранными в органы государственной власти и органы местного самоуправления.

Таким образом, Федеральным законом установлены некоторые ограничения на распространение связанной с выборами информации в период избирательной кампании для субъектов избирательного процесса в лице организаций, осуществляющих выпуск СМИ, для того чтобы обеспечить равенство возможностей специальных субъектов предвыборной агитационной деятельности в период избирательной кампании.

При этом законодатель, устанавливая определенный уровень государственного (правового) регулирования деятельности СМИ в период избирательной кампании, учитывает реалии современного этапа развития российской демократии и российского гражданского общества, в том числе фактическое отсутствие на сегодняшний день у российского журналистского сообщества эффективных механизмов корпоративного саморегулирования.

Представляется, что дальнейшее развитие в России гражданского общества и рыночной экономики, создание действенных механизмов этического саморегулирования журналистского сообщества, а также укрепление экономической базы функционирования СМИ приведет, в известной перспективе, к возникновению в Российской Федерации условий для замены элементов государственного правового регулирования деятельности средств массовой информации в период избирательной кампании элементами корпоративного саморегули-

² Европейская Конвенция о защите прав человека и основных свобод. Ч. 2 ст. 10// Шестаков Л. Н. Права человека: Сб. международных документов. М., 1990.

рования, для минимизации государственного вмешательства в деятельность средств массовой информации в период избирательной кампании, осуществляемого посредством законодательного установления порядка и правил распространения связанной с выборами массовой информации.

Известно, что в процессе деятельности средств массовой информации возникает особый вид правоотношений – массово-информационные правоотношения, «специфика которых состоит в том, что в них информация предстает самостоятельным объектом правоотношений, а значит, нуждается в специальном механизме правового регулирования»³.

Такие, регулируемые нормами информационного права отношения (информационные правоотношения) могут быть отнесены к группе отношений по обеспечению прав и свобод человека, а также к группе отношений по поводу обмена материальными и нематериальными ценностями.

Первая из вышеназванных групп информационных отношений, прямо восходящая к конституционным принципам свободы слова и свободы информации, регулируется императивными методами, присущими публичному праву.

Группа общественных отношений, возникающих по поводу обмена материальными и нематериальными ценностями информационного характера, очевидно, должна быть отнесена к частно-правовой сфере, регулируемой, как правило, диспозитивными методами.

Таким образом, можно сделать вывод, что при осуществлении правового регулирования в сфере информационного права, как правило, применяется сочетание императивного и диспозитивного методов правового регулирования соответствующих информационных отношений.

При этом в качестве объекта правового регулирования выступают отношения между производителями, распространителями и потребителями информации, то есть информационные правоотношения, возникающие между субъектами права в процессе производства, распространения и получения информации.

В свою очередь, избирательные отношения являются предметом регулирования избирательного права, которое представляет собой подотрасль конституционного права.

Избирательные отношения могут быть квалифицированы как отношения, возникающие в процессе реализации гражда-

³ Указ. соч., с. 10.

нами активного и пассивного избирательного права в период проведения выборов, целью которых является формирование легитимных органов исполнительной и законодательной (представительной) государственной власти и органов местного самоуправления.

Избирательные отношения могут быть отнесены также к группе отношений по обеспечению прав и свобод человека, соблюдению участниками избирательного процесса режима законности и охране правового порядка реализации норм конституционного (избирательного) права.

Очевидно, что избирательные отношения, в том числе связанные с распространением информации о выборах в период избирательной кампании, регулируются публично-правовыми отраслями российского права, применяющими императивный, основанный на субординации между участниками правоотношения, метод правового регулирования.

Между участниками избирательной кампании в ходе обмена информацией о выборах возникают не информационные правоотношения, а избирательные правоотношения информационного характера – избирательные информационные правоотношения.

Статья 44 Федерального закона устанавливает, что «информационное обеспечение выборов и референдумов включает в себя информирование избирателей... предвыборную агитацию...».

Информационное обеспечение избирательного процесса – это одна из гарантий (механизмов реализации) избирательных прав граждан Российской Федерации, которая реализуется в виде распространения связанной с выборами информации в период избирательной кампании. Информационное обеспечение избирательного процесса регулируется нормами избирательного права и нормами информационного права, и, соответственно, нормативными предписаниями законодательства о выборах и нормативными предписаниями законодательства о средствах массовой информации.

Поскольку оно регулируется нормами избирательного права, которое представляет собой отрасль конституционного и, шире, публичного права, образует основу формирования и функционирования всех институтов представительной демократии и непосредственно связано с политической деятельностью граждан, общественных объединений, государственных органов и должностных лиц, его надо рассматривать в качестве института избирательного права.

Информационное право также регулирует информационное обеспечение избирательного процесса, что предопределено очевидной общностью предмета регулирования – отношений, возникающих в сфере производства и распространения информации.

Юридический институт информационного обеспечения избирательного процесса осуществляет координацию установленных законодательством о выборах правил распространения субъектами избирательного процесса связанной с выборами информации в период избирательной кампании. Составляющие этот институт юридические правила (например, равенство прав кандидатов, свобода распространения информации любым законным способом) взаимодействуют между собой в определенном порядке, группируются, образуют иерархию. Юридическая организация такого социального феномена, как информационное обеспечение избирательного процесса, передается посредством соответствующего правового статуса, в котором закрепляются условия существования этого социального феномена, состав субъектов, условия функционирования.

В рамках этого статуса юридические правила, регулирующие различные аспекты информационного обеспечения избирательного процесса, сгруппированы в организованные комплексы, образующие юридический порядок с особым типом общественных отношений (избирательные информационные отношения), с одной руководящей идеей (установленное законами о выборах равенство прав кандидатов) и с общей духовной основой (закрепленное Конституцией Российской Федерации равенство прав граждан Российской Федерации).

Понятие юридического института информационного обеспечения избирательного процесса помогает объединить правила, относящиеся к различным разделам действующих федеральных законов и законов субъектов Российской Федерации, но дополняющие друг друга в определении конечной цели (избрание легитимной легислатуры) и фундаментальной идеи (представительной выборной демократии).

При этом оказываются собранными вместе юридические правила, установленные избирательным, административным, налоговым законодательством, законодательством о средствах массовой информации и политических партиях.

Вкупе эти правила формируют обязанности одних субъектов избирательного процесса в части производства и распро-

странения юридически значимой информации о выборах, других – в части производства и распространения не имеющей юридического значения, но важной для осуществления информирования участников выборов информации, третьих – в части распространения информации в виде предвыборной агитации или участия в такой деятельности.

Эти правила формируют также соответствующие гражданские, административные или уголовные санкции в отношении субъектов права, нарушающих правила производства и распространения информации в период избирательной кампании, установленные федеральными законами, законами субъектов Российской Федерации о выборах.

Таким образом, понятие юридического института информационного обеспечения избирательного процесса помогает свести воедино многочисленные аспекты этого социального и юридического явления, лучше его понять, а также отличить от смежных юридических явлений, от родственных юридических институтов, таких, как «свобода массовой информации» или «массовая информация».

Появляется также возможность объединить общие аспекты различных по своей правовой природе явлений или феноменов, например «информирование избирателей» и «предвыборная агитация».

Следовательно, институт информационного обеспечения избирательного процесса представляет собой комплекс юридических правил, который охватывает ряд возникающих между участниками избирательного процесса социальных избирательных отношений информационного характера, служащих цели избрания легитимных депутатов и должностных лиц в рамках представительной выборной демократии.

С точки зрения общей теории права институт информационного обеспечения избирательного процесса может быть охарактеризован как «институт-механизм» – то есть совокупность правил, регулирующих информационную деятельность субъектов избирательного процесса.

Целью установления совокупности правил, объединенных вокруг института информационного обеспечения избирательного процесса, является обеспечение равенства прав субъектов избирательного процесса на распространение связанной с выборами информации в период избирательной кампании.

Наличие у правового института информационного обеспечения избирательного процесса конечной цели предполагает

иерархическую организацию элементов, которые составляют этот правовой институт.

Например, по мнению М. А. Федотова, «общие правила, касающиеся роли СМИ в организации и проведении выборов, определены в Федеральном законе «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 19 сентября 1997 года. Данный акт, по сравнению с другими законами, имеет более высокую юридическую силу. В случае противоречия с нормами других законов, кроме, разумеется, конституционных, применению подлежат нормы Федерального закона «Об основных гарантиях...»⁴.

Правовой институт информационного обеспечения избирательного процесса утверждается избирательным правом и существует только период избирательной кампании. При этом, будучи явлением исключительно юридического порядка, он противостоит фактам, которые порождаются жизнью, деятельностью реальных физических и юридических лиц из числа участников избирательного процесса.

Таким образом, правовой институт информационного обеспечения избирательного процесса – это совокупность установленных законодательством юридических правил, имеющих отношение к одному предмету (информационной деятельности субъектов избирательного процесса), образующих единое целое (порядок и правила производства и распространения связанной с выборами информации в период избирательной кампании) для достижения конечной цели (обеспечение равенства избирательных информационных прав участников избирательного процесса) и предъявляемых субъектам права в качестве руководства к действию.

Анализ содержания информационного обеспечения избирательного процесса позволяет, используя в качестве критерия сущностную или концептуальную характеристику, выделить два вида производимой и распространяемой в период избирательного процесса связанной с выборами информации: информирование избирателей и предвыборную агитацию.

1.2. Информирование избирателей как необходимое условие проведения свободных демократических выборов

Информирование избирателей (субъектов избирательного процесса) в соответствии с Федеральным законом должно

⁴ Федотов М. А. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации. М.: Центр «Право и СМИ», 1999. С. 480.

быть достоверным, объективным и беспристрастным, то есть не должно нарушать равенство кандидатов, избирательных объединений (в том числе – политических партий), избирательных блоков (ст. 45, п. 2).

Содержание информирования избирателей составляют разъяснение российского избирательного законодательства, особенностей его применения на конкретных выборах, оповещение участников избирательного процесса о сроках и порядке осуществления избирательных действий, опубликование сведений о явке избирателей для участия в голосовании, а также сведений о результатах голосования и об итогах выборов. Так, в соответствии с пунктом 2 статьи 72 Федерального закона, избирательные комиссии, зарегистрировавшие кандидатов, направляют общие данные о результатах выборов по избирательному округу в средства массовой информации в течение одних суток после определения результатов выборов.

Субъекты информирования. В соответствии с Федеральным законом информирование избирателей осуществляют органы государственной власти, органы местного самоуправления, комиссии, организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, физические и юридические лица (ст. 45, п. 1).

Федеральный закон ограничивает полномочия органов государственной власти и органов местного самоуправления по осуществлению информирования избирателей, запрещая им распространять любую, в том числе достоверную, объективную и беспристрастную, информацию о кандидатах, избирательных объединениях, избирательных блоках (ст. 45, п. 1).

Обязанность информировать избирателей о кандидатах, об избирательных объединениях и избирательных блоках, о ходе подготовки и проведения выборов, о сроках и порядке совершения избирательных действий, о законодательстве Российской Федерации о выборах возложена Федеральным законом на избирательные комиссии (ст. 45, п. 3). Для выполнения этой задачи Федеральный закон предоставил комиссиям право получать бесплатное эфирное время на каналах государственных и муниципальных организаций телерадиовещания и бесплатную печатную площадь в государственных и муниципальных периодических печатных изданиях (ст. 20, п. 18).

На организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, возлагается, таким образом, ответственная социальная функция по обеспечению информирования субъ-

ектов избирательного процесса. Федеральным законом определен круг организаций телерадиовещания и периодических печатных изданий (ст. 47, п. 2, 3), которые передают в эфир и публикуют следующие сведения:

- о назначении выборов, а равно и о перенесении даты голосования, если таковое имеет место (ст. 10, п. 2, 4);

- о схеме образования избирательных округов, включая их графическое изображение (ст. 18, п. 7);

- о списке избирательных участков, с указанием их границ и номеров, места нахождения участковых комиссий и помещений для голосования (ст. 19, п. 7);

- о зарегистрированных кандидатах, списках кандидатов, об избирательных объединениях, избирательных блоках, биографические данные зарегистрированных кандидатов, включая сведения о неснятых или непогашенных судимостях, о доходах и имуществе (ст. 33, п. 7, 8);

- о поступлении и расходовании средств избирательных фондов кандидатов избирательных объединений, избирательных блоков (ст. 59, п. 8, 9);

- о времени и месте голосования на выборах (ст. 10, п. 2, 4, ст. 64, п. 2);

- о результатах выборов по соответствующему избирательному округу, а также полные официальные данные об итогах выборов (ст. 72).

Кроме того, законодательство о выборах возлагает на средства массовой информации обязанности по освещению хода избирательной кампании (ст. 40, п. 7, ст. 45), обеспечению гласности и открытости избирательных действий, совершаемых субъектами избирательного процесса на всех его этапах (ст. 30, п. 1, 2, 11).

Федеральным законом установлены также условия проведения и обнародования результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами. В частности предусмотрено, что средства массовой информации, публикующие результаты опросов общественного мнения, обязаны указывать организацию, проводившую опрос, время его проведения, число опрошенных (выборку), метод сбора информации, регион проведения опроса, точную формулировку вопроса, статистическую оценку возможной погрешности, а также лиц, заказавших проведение опроса и оплативших его публикацию (ст. 46).

Информирование избирателей, проводимое организациями, осуществляющими выпуск средств массовой информа-

ции, их должностными лицами и журналистами по собственной инициативе и от своего имени, также должно отвечать принципам достоверности, объективности и беспристрастности, то есть не должно нарушать равенство кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков (ст. 45, п. 2). Такое информирование, осуществляемое средствами массовой информации от своего имени, в отличие от информирования, осуществляемого, в том числе через средства массовой информации, избирательными комиссиями и органами государственной власти (органами местного самоуправления), можно условно назвать неофициальным информированием.

Разновидностями неофициального информирования участников избирательного процесса являются освещение избирательной кампании средствами массовой информации (ст. 45, п. 5), а также обнародование результатов опросов общественного мнения в период избирательной кампании (ст. 46, п. 1).

Информирование избирателей в форме освещения избирательной кампании средствами массовой информации предоставляет организациям, осуществляющим выпуск средств массовой информации, и журналистам возможности для реализации права на выражение собственного мнения. Такое право закреплено признанными Российской Федерацией международными правовыми актами⁵ и, в частности, содержит, во-первых, право избирателей делать свой выбор не вслепую, а на основании полной и достоверной информации о выборах; во-вторых, право кандидатов, избирательных объединений (блоков) на доведение до сведения избирателей своих предвыборных программ; в-третьих, право средств массовой информации предоставлять избирателям сообщения по вопросам, имеющим общественный интерес, а также излагать свою точку зрения на избирательную кампанию.

В международных документах содержится и положение о том, что осуществление свободы выражать свое мнение «может быть сопряжено с ограничениями, которые установлены законом и которые необходимы в демократическом обществе в интересах... защиты репутации или прав других лиц...»⁶.

Представляется, что Федеральный закон допускает право редакции, журналиста на добросовестную ошибку при освеще-

⁵ Статья 19 Международного пакта о гражданских и политических правах; статья 10 Европейской Конвенции о защите прав человека и основных свобод// Шестаков Л.Н. Права человека: Сб. международных документов. М., 1990.

щении избирательной кампании. Информация о выборах, распространяемая средствами массовой информации от своего имени в рамках неофициального информирования избирателей, не влечет юридических последствий (за исключением ответственности должностных лиц организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, и журналистов, предусмотренной законодательством о средствах массовой информации, уголовным, административным и гражданским законодательством).

Неофициальное информирование избирателей в соответствии с международными правовыми и этическими стандартами должно отвечать общепризнанным принципам социальной ответственности и профессиональной журналистики.

Под освещением избирательной кампании организациями, осуществляющими выпуск средств массовой информации, и журналистами следует понимать связанное с выборами содержание программ новостей, а также содержание посвященных выборам редакционных и авторских публикаций: очерков, информационных программ о текущих событиях избирательной кампании, иных сообщений, отражающих различные точки зрения на избирательный процесс, то есть материалов и программ о выборах, которые подготовлены непосредственно редакциями периодических печатных изданий, журналистами.

При этом информационная деятельность организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, и журналистов не должна содержать элементов (признаков) предвыборной агитации.

Это значит, что в программах новостей редакционный или авторский комментарий недопустим в отношении кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков. Федеральным законом установлено, что в информационных теле- и радиопрограммах, публикациях в периодических печатных изданиях сообщения о проведении предвыборных мероприятий должны даваться исключительно отдельным информационным блоком, без комментариев. В них не должно отдаваться предпочтение какому бы то ни было кандидату, избирательному объединению, избирательному блоку, в том числе по времени освещения их предвыборной деятельности, объему печатной площади, отведенной таким сообщениям (ст. 45, п. 5).

В редакционных и авторских аналитических материалах, как представляется, может быть выражено собственное мне-

⁶ Там же.

ние редакции, журналиста (юридического или физического лица) в отношении деятельности избирательных комиссий, органов государственной власти, органов местного самоуправления, правоохранительных органов, иных участников избирательной кампании, а также кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков. Для того чтобы отвечать требованиям Федерального закона, программа или публикация в печати о выборах, подготовленная непосредственно редакцией или журналистом с целью информирования избирателей в форме освещения избирательной кампании средствами массовой информации, не должна способствовать созданию положительного или отрицательного отношения избирателей к кандидату, избирательному объединению, избирательному блоку (ст. 48, п. 2, пп. «е»). Она также не должна иметь целью побудить избирателей голосовать за кандидатов, списки кандидатов или против них, против всех кандидатов, против всех списков кандидатов, не должна объективно побуждать избирателей голосовать за кандидатов, списки кандидатов или против них, против всех кандидатов, против всех списков кандидатов (ст. 48, п. 2, пп. «ж»). Тем более исключаются в любых материалах или программах, выпускаемых в рамках информирования избирателей, призывы голосовать за или против кандидата (списка кандидатов), а также выражение предпочтения в отношении кого-либо из кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков (ст. 48, п. 2, пп. «а», «б»).

Недопустимы в рамках информирования избирателей о выборах также описание возможных последствий избрания либо неизбрания конкретного кандидата (списка кандидатов), распространение информации с явным преобладанием сведений о конкретном кандидате (списке кандидатов) в сочетании с позитивными либо негативными редакционными или авторскими комментариями, а также распространение редакцией или журналистом информации о кандидате, не связанной с его профессиональной деятельностью или исполнением указанным кандидатом его служебных (должностных) обязанностей (ст. 48, п. 2, пп. «в», «г», «д»).

Если журналист, иной представитель организации, осуществляющей выпуск средств массовой информации, все-таки обнаружит (опубликует) на канале организации телерадиовещания или на страницах периодического печатного издания аналитический или иной авторский материал о кандидатах, избирательных объединениях, избирательных блоках с нару-

шением любого из перечисленных выше требований Федерального закона, он нарушит права иных участников избирательного процесса, что, в свою очередь, повлечет за собой определенные юридические последствия.

Во-первых, нарушенные права иных участников избирательного процесса (кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, избирателей и др.) должны быть в обязательном порядке восстановлены решением соответствующей избирательной комиссии или суда. Во-вторых, нарушение требований Федерального закона (ст. 79) субъектами избирательного процесса влечет за собой ответственность, предусмотренную федеральными законами. Такая ответственность предусмотрена действующим федеральным законодательством для всех субъектов избирательного процесса.

Это означает, что ответственность за соответствие редакционных и авторских программ и материалов о выборах требованиям Федерального закона, иных законов о выборах, равно как и требованиям иных федеральных законов, несут авторы этих материалов (физические лица), а также выпустившие в эфир (опубликовавшие) эти программы и материалы организации телерадиовещания и редакции периодических печатных изданий (юридические лица), их должностные лица (физические лица).

Несоблюдение автором или редакцией установленных Федеральным законом правил информирования избирателей приводит, как правило, к выпуску в эфир (опубликованию) не информационного, а, по существу, агитационного материала. Это недопустимо, поскольку Федеральным законом запрещается проводить предвыборную агитацию, выпускать и распространять любые агитационные материалы представителям организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, при осуществлении ими профессиональной деятельности (ст. 48, п. 7, пп. «ж»).

Если журналисту, иному представителю организации, осуществляющей выпуск средств массовой информации, представляется необходимым опубликовать (обнародовать) через средства массовой информации собственное субъективное мнение о кандидате, избирательном объединении, избирательном блоке, он вправе сделать это в порядке реализации своего права гражданина Российской Федерации на предвыборную агитацию, то есть на общих основаниях, не претендуя на особые привилегии и преимущества, связанные с его долж-

ностным положением, работой в организации, осуществляющей выпуск средств массовой информации. Собственное мнение, негативное или позитивное, о каком-либо кандидате, избирательном объединении, избирательном блоке любой гражданин Российской Федерации, обладающий активным избирательным правом, вправе высказать через средства массовой информации с согласия любого из кандидатов, уполномоченных представителей избирательного объединения, избирательного блока. При этом эфирное время либо печатная площадь, используемые для обнародования указанного агитационного материала, должны быть оплачены из избирательного фонда соответствующего кандидата, избирательного объединения, избирательного блока.

Указанные ограничения обеспечивают реализацию принципа равенства прав всех избирателей, в том числе права на распространение связанной с выборами информации.

Ведь если гражданин Российской Федерации, обладающий избирательными правами, в том числе редактор, журналист, представитель любой иной профессии, не приобрел по собственному усмотрению в установленном законом порядке статус зарегистрированного кандидата, доверенного лица кандидата, уполномоченного представителя кандидата, наблюдателя, члена избирательной комиссии с правом решающего или с правом совещательного голоса и так далее, то он автоматически приобретает в избирательном процессе правовой статус избирателя.

При этом, независимо от рода занятий, имущественного положения, убеждений, иных обстоятельств, граждане, находящиеся в статусе избирателей, равны между собой по положению в избирательном процессе, являются обладателями одинакового набора (объема) установленных законодательством о выборах дозволений и ограничений. Из этого следует, что присвоение любым гражданином, в том числе редактором или журналистом, не принадлежащего ему по закону права (в частности, на проведение предвыборной агитации через СМИ) является фактом злоупотребления служебным положением, актом произвола, нарушением законодательства о выборах и объективно ущемляет права других избирателей.

Однако некоторые граждане, которым законы о выборах причиняют, очевидно, определенные неудобства, полагают, что избирательное законодательство посягает на свободу сло-

ва, гарантированную гражданам России Конституцией Российской Федерации⁷.

Но это не так. Ведь если часть 1 статьи 29 Конституции Российской Федерации гарантирует свободу мысли и слова для каждого, то часть 4 статьи 29 Конституции утверждает право каждого свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Из этого следует, что если свобода слова гарантируется каждому без установленных законами ограничений, следовательно, ограничивается только конституционными нормами, то право каждого на распространение информации Конституция Российской Федерации ограничивает требованием соблюдать законы Российского государства.

Следовательно, свобода распространения информации в России имеет юридические границы, которые установлены соответствующими федеральными законами. Порядок и правила распространения информации о выборах в период избирательной кампании регулируются Федеральным законом, иными законами о выборах.

Таким образом, установленные законодательством о выборах юридические предписания (дозволения, обязанности, запреты, ограничения), регулирующие распространение определенной информации (связанной с выборами), в определенной форме (в виде информирования избирателей и предвыборной агитации), в определенные сроки (в период избирательной кампании), определенными субъектами избирательного процесса (субъектами информирования избирателей, субъектами предвыборной агитационной деятельности), соответствуют международным правовым стандартам (ч.2 ст. 10 Европейской Конвенции о защите прав человека и основных свобод) и положениям Конституции Российской Федерации.

В частности, часть 3 статьи 55 Конституции устанавливает, что права и свободы человека и гражданина могут быть ограничены федеральным законом только в той мере, в какой это необходимо в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц.

В соответствии с частью 3 статьи 56 Конституции не подлежат ограничению права и свободы, предусмотренные статьями 20, 21, 23 (часть 1), 24, 28, 34 (часть 1), 40, 46–54 Конституции Российской Федерации. Среди вышеперечисленных статей не указана статья 29. Следовательно, свобода слова, печати, рас-

⁷ М. Эннеева. Так кто же СМИ – преступник или жертва? // Советник. 2001. № 5.

пространения информации не входит в исчерпывающий перечень тех прав и свобод, которые не подлежат ограничению федеральными законами. Это означает, что федеральные законы о выборах правомерно устанавливают для некоторых субъектов избирательного процесса ограничение свободы производить и распространять информацию о выборах как в виде информирования избирателей, так и в виде предвыборной агитации. Указанное ограничение не имеет никакого отношения к свободе слова и никак ее не ограничивает. Целью этого ограничения является обеспечение равенства прав как зарегистрированных кандидатов, так и всех остальных граждан Российской Федерации, которые участвуют в конкретном избирательном процессе.

Наряду с информированием избирателей, составной частью информационного обеспечения избирательного процесса является предвыборная агитация.

1.3. Предвыборная агитация как институт российского избирательного права

Предвыборная агитация регулируется нормами избирательного права, которое представляет собой отрасль конституционного, административного и, шире, публичного права, образует основу формирования и функционирования всех институтов представительной демократии и непосредственно связано с политической деятельностью граждан, общественных объединений, государственных органов и должностных лиц.

Нормами правового института предвыборной агитации избирательное право предметно регулирует правоотношения, возникающие между участниками (субъектами) избирательного процесса при совершении ими избирательных действий с целью побудить избирателей к голосованию за или против конкретного кандидата (списка кандидатов) либо к участию в выборах.

Материальные и процессуальные нормы избирательного права, осуществляющие правовое регулирование предвыборной агитации, существуют в форме упорядоченной и систематизированной совокупности письменных юридических документов (источников избирательного права в объективном смысле).

Источниками российского избирательного права, содержащими материальные и процессуальные правовые нормы, регулирующие проведение предвыборной агитации, являются Конституция Российской Федерации, федеральные законы о выборах, законы о выборах субъектов Российской Федерации, иные нормативные правовые (законодательные) акты, а также

некоторые подзаконные нормативные акты, содержащие юридические нормы.

Основным источником российского избирательного права является Федеральный закон от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», имеющий рамочный характер.

Федеральный закон устанавливает, что к избирательным правам относится конституционное право граждан избирать и быть избранными в органы государственной власти и органы местного самоуправления, а также участвовать в выдвижении кандидатов, списков кандидатов, в предвыборной агитации, в других избирательных действиях в порядке, установленном Конституцией Российской Федерации, Федеральным законом, иными федеральными законами, конституциями (уставами), законами субъектов Российской Федерации (ст. 2, п. 28).

Из этого определения со всей очевидностью следует, что предвыборная агитация в юридическом смысле является одним из институтов избирательного права.

Федеральный закон устанавливает юридическое содержание термина «предвыборная агитация», определяя ее как деятельность, осуществляемую в период избирательной кампании, имеющую целью побудить или побуждающую избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов, список кандидатов или против него (них) либо против всех кандидатов (против всех списков кандидатов) (ст. 2, п. 4).

Как отрасль публичного права, непосредственно связанная с политической деятельностью граждан, политических общественных объединений, государственных органов, иных участников избирательного процесса, избирательное право выступает в качестве регулятора избирательных отношений, представленных в виде правоотношений, в частности правоотношений, возникающих между субъектами избирательного процесса при совершении ими избирательных действий, связанных с проведением предвыборной агитации.

Таким образом, как институт избирательного права предвыборная агитация представляет собой совокупность материальных и процессуальных норм избирательного права, регулирующих правоотношения, возникающие между субъектами избирательного процесса в ходе совершения ими избирательных действий с целью побудить избирателей к голосованию за тех или иных кандидатов (списки кандидатов) или против них либо против всех кандидатов (списков кандидатов).

Несмотря на ярко выраженный политический характер, предвыборная агитация, регулируемая законодательством о выборах, не может отождествляться с политической агитацией, осуществляемой вне временных рамок избирательной кампании, поскольку в соответствии с установленным Федеральным законом определением существует как юридический феномен исключительно в период избирательной кампании (ст. 2, п. 4).

Юридическое содержание предвыборной агитации как института избирательного права составляет деятельность уполномоченных законодательством о выборах на ведение предвыборной агитации субъектов избирательного процесса (субъектов агитационной деятельности) по производству и распространению связанной с выборами специфической информации:

а) побуждающей избирателей к голосованию за или против конкретных претендентов на депутатские мандаты или выборные должности;

б) побуждающей избирателей к голосованию против всех претендентов на депутатские мандаты или выборные должности.

Избирательное право в известном смысле выступает в виде совокупности прав и обязанностей, которыми наделяются индивидуальные и коллективные субъекты избирательного процесса на каждой из его стадий.

Под избирательным процессом в данном случае следует понимать регламентированную нормами избирательного законодательства деятельность по передаче и приобретению власти путем организации и проведения выборов.

Эта деятельность включает в себя ряд этапов (стадий), на каждом из которых участники избирательного процесса осуществляют определенный законами о выборах набор избирательных действий, конечной целью которых является полная и последовательная реализация конституционного права граждан избирать и быть избранными в органы государственной власти и органы местного самоуправления.

Законодательство Российской Федерации и субъектов Российской Федерации о выборах предусматривает состав и виды субъектов избирательного процесса, которые на стадии предвыборной агитации совершают определенный набор регулируемых нормами избирательного права избирательных действий.

Таким образом, рассматриваемая в качестве стадии избирательного процесса, предвыборная агитация представляет

собой строго ограниченную временными рамками агитационного периода (ст. 2, п. 4), регулируемую материальными и процессуальными нормами избирательного права информационную деятельность управомоченных субъектов избирательного процесса, целью которой является побуждение избирателей к голосованию за или против кандидатов на депутатские мандаты или выборные должности.

Известно, что объективное избирательное право выступает в форме избирательного законодательства, которое имеет объективный, не зависящий от воли и сознания отдельных граждан, устремлений общественных объединений, избирательных объединений, избирательных блоков характер и регулирует правоотношения, возникающие при проведении предвыборной агитации, с помощью императивных (материальных и процессуальных) правовых норм.

В то же время субъективное избирательное право представляет собой меру юридически возможного поведения субъектов избирательного процесса при совершении ими избирательных действий, направленных на осуществление своих избирательных прав, в том числе при проведении предвыборной агитации.

В структуре субъективного избирательного права, в зависимости от его содержания, выделяют два правовых режима: режим активного избирательного права и режим пассивного избирательного права.

Объединяет оба этих юридических режима принцип формального равенства, на основе которого субъекты избирательного процесса осуществляют на каждой из его стадий определенные избирательные действия, обладая, с одной стороны, формальными гарантиями свободы волеизъявления, иных конституционных свобод, с другой – имея возможность как полноценного, так и неполноценного использования своих политических избирательных прав либо даже злоупотребления этими правами в форме совершения неправомерных избирательных действий. Например, в форме нарушения установленных законами о выборах и подзаконными актами избирательных комиссий, органов государственной власти и органов местного самоуправления порядка и правил проведения предвыборной агитации.

Следовательно, объективное избирательное право является источником субъективного избирательного права и включает в себя совокупность юридических норм, определяющих права, обязанности и ответственность участников избирательного процесса на всех стадиях его организации и осуществления.

Предвыборная агитация, как институт избирательного права, выполняет задачи оповещения избирателей о личностях кандидатов, о содержании их программ, формирования электоральных симпатий и антипатий, обеспечения связи между субъектами избирательного процесса, имеющими статус носителей активного и пассивного избирательного права.

Таким образом, законодательством о выборах закреплена обеспеченная санкциями государственно-правового принуждения структура возможного и должного поведения субъектов избирательного процесса при проведении предвыборной агитации.

Нормы избирательного права устанавливают правовой статус каждого из участников выборов, юридически закрепляя права, обязанности и ответственность каждого субъекта избирательного процесса на каждой из его стадий, в том числе и на стадии проведения предвыборной агитации. При этом субъекты избирательного процесса, обладающие правом на проведение предвыборной агитации, могут быть определены в качестве субъектов агитационной деятельности.

Правовой статус каждого из субъектов предвыборной агитационной деятельности фиксирует его положение на соответствующей стадии избирательного процесса и понимается как признанная Конституцией Российской Федерации и действующим законодательством совокупность прав, обязанностей и ответственности.

Значит, в соответствии с положениями Конституции Российской Федерации (ст. 1, ч. 1), российское законодательство о выборах в полной мере отвечает основным принципам правового государства. С одной стороны, Федеральный закон закрепляет меры обеспечения реализации и защиты избирательных прав граждан при проведении предвыборной агитации, с другой – на основании принципов верховенства закона и взаимной ответственности государства и личности формирует правовой режим ограничений права на использование определенных методов проведения предвыборной агитации государственными органами и гражданами.

В частности, Федеральный закон, иные федеральные законы, законы о выборах субъектов Российской Федерации императивными нормами устанавливают для граждан Российской Федерации и общественных объединений право на участие в предвыборной агитации в допускаемых законом формах и законными методами (ст. 48, п. 1).

В то же время законодательство о выборах предусматривает юридическую обязанность физических и юридических лиц, имеющих статус субъектов предвыборной агитации, выполнять материальные и процессуальные нормы избирательного права, регулирующие предвыборную агитацию, а также юридическую ответственность субъектов предвыборной агитации за нарушение этих правовых норм.

Соответствующие полномочия и ответственность закона-ми о выборах и референдумах возлагаются на субъекты избирательного процесса в лице органов государственной власти и органов местного самоуправления, на избирательные комиссии, избирательные объединения, избирательные блоки, суды, органы внутренних дел и т. д.

Вступая в избирательные правоотношения в процессе ведения предвыборной агитации, субъекты избирательного процесса реализуют различные (материальные и процессуальные) нормы избирательного права.

При этом процессуальные нормы неразрывно связаны с материально-правовыми, и связи эти органично сочетаются при осуществлении правового регулирования проведения предвыборной агитации.

Нормам избирательного права, осуществляющим правовое регулирование предвыборной агитации, в полной мере свойственны такие признаки, как:

- общеобязательность, представляющая собой властное предписание государства относительно возможного и должного поведения субъектов избирательного процесса при проведении агитационных мероприятий. При этом субъекты предвыборной агитации обязаны следовать установленным законами и подзаконными актами в виде дозволений, предписаний, ограничений и запретов, порядку и правилам проведения предвыборной агитации, а представляющие государство органы, имеющие статус субъектов избирательного процесса, обязаны обеспечивать выполнение всеми без исключения субъектами избирательного процесса регулирующих предвыборную агитацию норм избирательного права;

- формальная определенность, которая выражается в письменном, документальном закреплении норм избирательного права, регулирующих избирательные действия по проведению предвыборной агитации, распространению агитационных материалов;

– связь с государством, которое устанавливает правовые нормы, регулирующие проведение предвыборной агитации, и обеспечивает выполнение их субъектами избирательного процесса, используя с этой целью меры государственного воздействия, в том числе предусмотренные законом меры принуждения субъектов избирательного процесса к соблюдению порядка и правил проведения предвыборной агитации;

– предоставительно-обязывающий характер, в соответствии с которым нормы избирательного права не только предоставляют одним субъектам избирательных правоотношений право на проведение предвыборной агитации, но и возлагают в связи с этим на других субъектов избирательных правоотношений конкретные обязанности.

Так, например, очевиден предоставительно-обязывающий характер норм избирательного права, регулирующих правоотношения субъектов избирательного процесса при проведении агитации через электронные средства массовой информации.

В частности, Федеральный закон, предоставляя зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам право на получение бесплатного эфирного времени на каналах государственных и муниципальных организаций телерадиовещания (ст. 51, п. 1), обязывает указанные организации телерадиовещания обеспечить зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам равные условия проведения предвыборной агитации (ст. 50, п. 1), а также резервировать платное эфирное время для проведения агитации указанными выше субъектами избирательного процесса (ст. 51, п. 6).

Федеральным законом предусмотрено право Центральной избирательной комиссии Российской Федерации издавать в пределах своей компетенции подзаконные акты: инструкции по вопросам единообразного применения Федерального закона, обязательные для исполнения всеми гражданами, объединениями граждан, государственными органами, органами местного самоуправления, учреждениями, организациями, физическими и юридическими лицами (ст. 21, п. 13).

2. Предвыборная агитация: особенности правового регулирования, порядок и правила проведения

Выступая в виде инструмента достижения победы на выборах, предвыборная агитация оказывает значительное влияние на структуру и динамику формирования электоральных предпочтений избирателей.

2.1. Понятие и признаки предвыборной агитации

Формальное определение предвыборной агитации дано в статье 2 Федерального закона: агитация предвыборная (предвыборная агитация) – деятельность, осуществляемая в период избирательной кампании и имеющая целью побудить или побуждающая избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов, список кандидатов или против него (них) либо против всех кандидатов (против всех списков кандидатов).

В сущности, предвыборная агитация – это осуществляемая в период избирательной кампании информационная деятельность участников выборов (граждане, общественные объединения, физические и юридические лица – субъекты агитации), побуждающая или имеющая целью побудить избирателей (избиратели – объект агитации) к голосованию за или против того или иного кандидата (выдвинутого либо зарегистрированного в установленном законом порядке в качестве претендента на депутатский мандат или выборную должность в органах государственной власти или органах местного самоуправления), списка кандидатов либо против всех кандидатов.

От формулировки Федерального закона от 19 сентября 1997 года № 124–ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» с изменениями и дополнениями, внесенными Федеральным законом от 30 марта 1999 года № 55–ФЗ, ныне действующая формулировка термина «предвыборная агитация» отличается тем, что из его содержания исключена норма, от-

носящая к агитационной деятельности, побуждающую избирателей к участию в выборах.

Установленное законодателем определение позволяет выделить основные признаки, составляющие содержание понятия «предвыборная агитация»:

– предвыборная агитация существует как юридический феномен только в период избирательной кампании;

– информацию агитационного характера отличает побуждение к голосованию за или против конкретного кандидата (список кандидатов) либо против всех кандидатов (против всех списков кандидатов).

Федеральный закон устанавливает еще несколько признаков, наличие которых в сообщении либо ином информационном фрагменте, опубликованном (обнародованном) в период избирательной кампании, обуславливает необходимость признания его агитационного характера (ст. 48, п. 2):

а) призывы голосовать за или против кандидата (списка кандидатов);

б) выражение предпочтения в отношении кого-либо из кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, в частности, указание на то, за какого из кандидатов, за какой из списков кандидатов, за какое из избирательных объединений, за какой из избирательных блоков будет голосовать избиратель;

в) описание возможных последствий избрания или неизбрания кандидата (списка кандидатов);

г) распространение информации с явным преобладанием сведений о каких-либо кандидатах, избирательных объединениях, избирательных блоках 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, избирательному блоку, к которым принадлежит данный кандидат, к избирательному объединению, избирательному блоку, выдвинувшим кандидата, кандидатов, список кандидатов;

ж) иные действия, имеющие целью побудить или побуждающие избирателей голосовать за кандидатов, списки кандидатов или против них, против всех кандидатов, против всех списков кандидатов.

Анализ текста Федерального закона позволяет выделить также следующие признаки предвыборной агитации:

– предвыборную агитацию различными методами вправе проводить только надлежащие (определенные законом) субъекты агитационной деятельности. В частности, агитацию через средства массовой информации вправе проводить только специальные субъекты предвыборной агитационной деятельности – зарегистрированные кандидаты, избирательные объединения, избирательные блоки, зарегистрировавшие списки кандидатов;

– предвыборная агитация, требующая оплаты, финансируется только из избирательного фонда зарегистрированного кандидата, избирательного объединения, избирательного блока, зарегистрировавшего список кандидатов;

– побуждение избирателей к голосованию в виде предвыборной агитации осуществляется только посредством распространения соответствующей информации. Никто не вправе оказывать воздействие на гражданина Российской Федерации с целью воспрепятствовать его свободному волеизъявлению (ст. 3, п. 3), а лица, принуждающие избирателей голосовать вопреки их собственному выбору, несут уголовную, административную либо иную ответственность в соответствии с федеральными законами (ст. 79, п. 2).

Учет признаков предвыборной агитации имеет большое значение для обеспечения правомерной деятельности субъектов (участников) избирательного процесса, в том числе правоприменительных органов – избирательных комиссий, правоохранительных органов и судов.

Принципиальное значение имеет признак предвыборной агитации, связанный с возможностью ее осуществления только и исключительно в хронологических рамках избирательной кампании (см. «Сроки проведения предвыборной агитации»).

Существенным признаком предвыборной агитации является и обязательность ее финансирования исключительно из средств избирательного фонда (см. «Финансируемая предвыборная агитация»).

Большое значение имеет также признак правомерной агитационной деятельности, который состоит в обязательности проведения предвыборной агитации в той или иной форме только надлежащими, то есть имеющими на это право в соответствии с законом, субъектами агитационной деятельности (см. «Субъекты предвыборной агитации»).

Существенным признаком, отличающим агитационную деятельность в ходе избирательной кампании, является ее информационный характер.

Это означает, что предвыборная агитация (агитационная деятельность физических и юридических лиц в связи с выборами) всегда является информационной деятельностью, то есть деятельностью, которая связана с распространением информации, осуществляемой различными способами: в устной форме, в том числе в период проведения массовых мероприятий; посредством выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных материалов; через средства массовой информации; в форме распространения информации о политических пристрастиях субъектов агитационной деятельности посредством их участия в шествиях, демонстрациях; а также в иных, допускаемых законом формах и законными методами.

Иначе говоря, правомерное побуждение избирателя к волеизъявлению в рамках предвыборной агитации не может осуществляться в какой бы то ни было иной форме деятельности, кроме информационной.

Из определения предвыборной агитации вытекает также вывод о том, что к числу признаков предвыборной агитации не следует относить побуждение к отказу от участия в голосовании или к бойкоту выборов, поскольку, в соответствии с Федеральным законом (ст. 79, п. 2), такая деятельность может, при определенных условиях, быть квалифицирована как действия, препятствующие свободному осуществлению гражданином Российской Федерации права избирать и быть избранным.

2.2. Объект и субъекты предвыборной агитации

2.2.1. Объект предвыборной агитации

Таковым, по смыслу Федерального закона, является избиратель (избиратели), совокупность которых составляет так называемый электорат, в качестве отдельных сегментов (групп) которого условно могут быть выделены, например, молодежный электорат, военный электорат, правоохранительный электорат, пенсионный электорат, зарубежный электорат, пенитенциарный электорат и другие.

2.2.2. Субъекты предвыборной агитации

Приведенное в Федеральном законе определение предвыборной агитации дает возможность определить круг субъектов агитационной деятельности в период избирательной кампании (по кругу лиц, управомоченных на проведение предвыборной агитации).

С учетом того факта, что избирательный блок обладает правами избирательного объединения (ст. 35, п. 7), можно утверждать, что субъектами предвыборной агитации являются только те участники избирательного процесса, которые имеют право на ведение предвыборной агитации: граждане Российской Федерации и общественные, в том числе избирательные, объединения (ст. 48, п. 1).

Граждане и общественные объединения имеют право вести агитацию в допускаемых законом формах и законными методами, то есть в соответствии с Федеральным законом, иными федеральными законами, а на территории субъектов Российской Федерации, при проведении выборов соответствующего уровня, еще и в соответствии с законами субъектов Российской Федерации.

Некоторые участники избирательного процесса из числа юридических лиц, например государственные органы, органы местного самоуправления, воинские части, военные учреждения и организации, благотворительные организации, религиозные объединения и учрежденные ими организации, избирательные комиссии, иностранные юридические лица, в соответствии с Федеральным законом не имеют права на проведение предвыборной агитации (ст. 48, п. 7).

Лишены права на проведение предвыборной агитации в любых формах и любыми методами также некоторые категории граждан, в частности члены избирательных комиссий с правом решающего голоса, лица без гражданства (апатриды), иностранные граждане, за исключением случая, предусмотренного пунктом 10 статьи 4 Федерального закона.

Другие категории граждан частично ограничены в праве на участие в предвыборной агитационной деятельности.

Например, лица, замещающие государственные должности категории «А» или выборные муниципальные должности, государственные и муниципальные служащие, в том числе военнослужащие, не имеют права на проведение предвыборной агитации в рабочее (служебное) время, то есть при исполнении должностных или служебных обязанностей (ст. 48, п. 7).

Перечисленным категориям граждан Федеральный закон запрещает также использовать при проведении предвыборной агитации преимущества должностного или служебного положения.

Представителям религиозных объединений Федеральный закон запрещает проводить предвыборную агитацию в любых фор-

мах при совершении обрядов и церемоний, а представителям организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, – при осуществлении ими профессиональной деятельности.

Таким образом, в соответствии с Федеральным законом не все участники избирательного процесса являются субъектами агитационной деятельности. Для одних Федеральный закон устанавливает запрет на участие в предвыборной агитационной деятельности, права других на совершение избирательных действий агитационного характера он ограничивает частично.

Ограничивают те или иные права граждан не только законы о выборах, но и другие федеральные законы. Например, в соответствии с Федеральным законом «О статусе военнослужащих» граждане-военнослужащие «обладают правами и свободами человека с некоторыми ограничениями, установленными федеральным законодательством»⁷.

Среди субъектов предвыборной агитационной деятельности выделяют общие субъекты (избиратели, общественные объединения) и специальные субъекты (кандидаты, избирательные объединения и избирательные блоки, зарегистрировавшие в установленном законом порядке списки кандидатов).

Общие и специальные субъекты агитационной деятельности имеют, в соответствии с Федеральным законом, различные по объему и содержанию права и обязанности в избирательном процессе.

Иначе говоря, правовой статус представителя любой из перечисленных выше категорий субъектов предвыборной агитации отличается от правового статуса представителя другой категории субъектов предвыборной агитации. Различные по статусу в избирательном процессе субъекты предвыборной агитационной деятельности имеют, в соответствии с Федеральным законом, не равные по объему и содержанию права на проведение предвыборной агитации. В частности, не все методы проведения предвыборной агитации, доступные специальным субъектам агитационной деятельности, разрешено использовать общим субъектам предвыборной агитации (см. «Субъекты предвыборной агитации, осуществляемой методом распространения через средства массовой информации», «Финансируемая предвыборная агитация»).

При этом предвыборная агитация на каналах телерадиовещания в форме совместных агитационных мероприятий, на-

⁷ Колушин Е.И. Конституционное (государственное) право России. М., 1999.

пример, может проводиться только лично кандидатами, уполномоченными представителями избирательных объединений, избирательных блоков (ст. 2, п. 20; ст. 48, п. 4; ст. 51, п. 4); агитация иными методами, определенными Федеральным законом, может осуществляться также действиями доверенных лиц (ст. 44, п. 3), гражданами в статусе избирателей (физическими лицами) добровольно и бесплатно без участия третьих лиц (ст. 48, п. 4; ст. 59, п. 5).

Федеральный закон, таким образом, ограничивает право на участие в предвыборной агитации иностранных граждан (ст. 34, п. 6; ст. 48, п. 7, пп. «е»), запрещает прямое или косвенное привлечение к предвыборной агитации лиц, которые не достигли возраста 18 лет на день голосования (ст. 48, п. 6), признаны судом недееспособными или содержащиеся в местах лишения свободы по приговору суда (ст. 4, п. 3).

В соответствии с Федеральным законом (п. 7 ст. 48) запрещается проводить предвыборную агитацию, выпускать и распространять любые агитационные материалы:

а) федеральным органам государственной власти, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, иным государственным органам, органам местного самоуправления;

б) лицам, находящимся на государственной или муниципальной службе, в том числе военнослужащим, лицам, замещающим государственные должности категории «А» или выборные муниципальные должности, при исполнении ими своих должностных или служебных обязанностей и (или) с использованием преимуществ должностного или служебного положения;

в) воинским частям, военным учреждениям и организациям;

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

д) комиссиям, членам комиссий с правом решающего голоса;

е) иностранным гражданам, за исключением случая, предусмотренного пунктом 10 статьи 4 настоящего Федерального закона, лицам без гражданства, иностранным юридическим лицам;

ж) представителям организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, при осуществлении ими профессиональной деятельности.

2.2.3. Субъекты предвыборной агитации, осуществляемой методом распространения массовой информации (на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях)

Анализ Федерального закона позволяет сделать вывод о том, что на проведение предвыборной агитации через средства массовой информации – на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях – имеют право только специальные субъекты агитационной деятельности: кандидаты, а также избирательные объединения, избирательные блоки, выдвинувшие федеральные списки кандидатов.

Такой вывод имеет под собой следующие основания.

Во-первых, гражданин Российской Федерации, не выдвинутый (не выдвинувшийся) в качестве кандидата в порядке, установленном законом, не имеет в избирательной кампании статуса кандидата, а значит, не обладает правом создать собственный избирательный фонд (ст. 58, п. 1). Но расходы на проведение предвыборной агитации могут осуществляться исключительно за счет средств соответствующих избирательных фондов в установленном законом порядке (ст. 48, п. 5).

Следовательно, гражданин, обладающий статусом избирателя, не имеет законной возможности оплатить эфирное время или печатную площадь для размещения агитационных материалов в средствах массовой информации.

Во-вторых, Федеральный закон устанавливает, что бесплатное эфирное время, бесплатную печатную площадь для предвыборной агитации может получить только зарегистрированный кандидат (ст. 51, п. 1).

Следовательно, гражданин в статусе избирателя не имеет законной возможности получить бесплатное эфирное время или бесплатную печатную площадь для размещения агитационных материалов в электронных или печатных средствах массовой информации.

В-третьих, Федеральный закон запрещает юридическим лицам бесплатно оказывать кому-либо услуги или выполнять для кого-либо работы, связанные с выборами (ст. 59, п. 5).

Следовательно, гражданин в статусе избирателя, не приобретший в установленном законом порядке статус кандидата, не вправе проводить предвыборную агитацию методом распространения информации агитационного характера через средства массовой информации.

Проведения гражданином в статусе избирателя финансируемой (оплачиваемой) предвыборной агитации Федеральный закон также не допускает, поскольку гражданин, не приобретающий в установленном законом о выборах порядке статус кандидата, не вправе создать собственный избирательный фонд.

Некоторым категориям граждан, например лицам, замещающим государственные должности категории «А» или выборные муниципальные должности, Федеральный закон прямо запрещает 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 (ст. 48, п. 8).

Представляется возможным агитационное выступление гражданина, не замещающего государственной должности категории «А» или выборной муниципальной должности, находящегося в статусе избирателя, на каналах организации телерадиовещания или на страницах периодического печатного издания при условии, во-первых, согласия на это одного из кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, а во-вторых – оплаты использованных в указанных целях эфирного времени, печатной площади из соответствующего избирательного фонда. При этом необходимо учитывать, что размещение агитационных материалов в периодических печатных изданиях всегда должно сопровождаться информацией о том, за счет средств избирательного фонда какого кандидата, избирательного объединения, избирательного блока была произведена оплата соответствующей публикации (ст. 52, п. 6).

2.2.4. Субъекты предвыборной агитации, осуществляемой посредством проведения массовых мероприятий

Субъектами предвыборной агитации, осуществляемой методом проведения массовых мероприятий, являются в соответствии с Федеральным законом специальные субъекты – зарегистрированные кандидаты, избирательные объединения, избирательные блоки. Именно этим субъектам агитационной деятельности обязаны, в соответствии с Федеральным законом, содействовать в организации и проведении массовых агитационных мероприятий государственные органы и органы местного самоуправления (ст. 53, п. 1). Федеральный закон устанавливает, что заявления зарегистрированных кандидатов, их доверенных лиц, представителей избирательных объ-

единений, избирательных блоков о выделении помещений для проведения массовых мероприятий должны быть рассмотрены государственными органами и органами местного самоуправления в течение трех дней со дня их подачи (ст. 53, п. 2). При этом помещения, находящиеся в государственной или муниципальной собственности, предоставляются специальным субъектам агитационной деятельности, а также их доверенным лицам безвозмездно, а избирательные комиссии обеспечивают для них равные условия при проведении массовых мероприятий (ст. 53, п. 3).

Федеральный закон предусматривает также право специальных субъектов агитационной деятельности арендовать для проведения массовых агитационных мероприятий здания и помещения, принадлежащие гражданам и организациям независимо от форм собственности (ст. 53, п. 5).

Вместе с тем есть основания полагать, что дееспособные и правосубъектные граждане Российской Федерации, а также общественные объединения вправе осуществлять предвыборную агитацию методом проведения не требующих оплаты (финансирования) массовых мероприятий, проводимых, в частности, в форме собраний и встреч с гражданами, митингов, демонстраций, шествий, публичных дебатов и дискуссий, а также в иных формах, установленных специальным федеральным законом о выборах или законом субъекта Российской Федерации о выборах (ст. 48, п. 3, пп. «б»).

2.2.5. Субъекты предвыборной агитации, осуществляемой посредством выпуска и распространения агитационных печатных материалов

Специальные субъекты предвыборной агитационной деятельности (кандидаты, избирательные объединения, избирательные блоки) вправе беспрепятственно распространять печатные, а равно аудиовизуальные и иные агитационные материалы в порядке, установленном законодательством Российской Федерации (ст. 54, п. 1).

Из этого следует, что общие субъекты предвыборной агитации (граждане, общественные объединения) осуществлять агитационную деятельность методом распространения таких материалов в период избирательной кампании не вправе, потому что, во-первых, в соответствии с Федеральным законом расходы на проведение предвыборной агитации осуществляются исключительно за счет средств соответствующих изби-

рательных фондов (ст. 48, п. 5), а во-вторых, Федеральный закон запрещает распространение агитационных материалов без предварительной оплаты за счет средств соответствующего избирательного фонда (ст. 54, п. 5).

2.2.6. О необходимости установленных законами о выборах ограничений на проведение требующих оплаты мероприятий предвыборной агитации

Поскольку предвыборная агитация может быть оплачена, в соответствии с Федеральным законом, исключительно из средств избирательного фонда, участник избирательного процесса, находящийся в статусе избирателя, не вправе проводить финансируемую предвыборную агитацию.

В то же время закон предоставляет право каждому гражданину Российской Федерации, обладающему избирательными правами, по собственному усмотрению приобрести статус кандидата, а вместе с ним право на создание избирательного фонда, право на проведение финансируемой предвыборной агитации, право на осуществление предвыборной агитации через средства массовой информации.

Важно учитывать, что каждый гражданин Российской Федерации в соответствии с Федеральным законом вправе по собственному усмотрению выбрать для себя в избирательной кампании либо правовой статус кандидата, либо правовой статус избирателя.

Однако после того, как указанный гражданин самостоятельно определит для себя, как субъекта избирательного процесса, определенный правовой статус в конкретной избирательной кампании, он обязан выполнять предписания, осуществлять права, соблюдать ограничения и запреты, установленные Федеральным законом, иными законами о выборах.

Таким образом, каждый гражданин Российской Федерации, не имеющий в избирательной кампании правового статуса кандидата, вправе осуществлять предвыборную агитацию методами, допускаемыми Федеральным законом для избирателя (ст. 48, п. 1). Например, посредством проведения устной агитации (в форме бесед, выступлений, призывов, докладов, лекций и т.д. и т.п.), а также посредством участия в проведении массовых мероприятий (собраний, диспутов, дискуссий, демонстраций, шествий, пикетирования и т.д.), иными, не запрещенными законом, методами (ст. 48, п. 3, пп. «г»).

Установленные Федеральным законом ограничения права отдельных субъектов предвыборной агитационной деятельно-

сти осуществлять предвыборную агитацию определенными методами вполне соответствуют конституционным нормам⁹, а также международным стандартам, установленным Европейской Конвенцией о защите прав человека и основных свобод¹⁰.

В последней, в частности, содержится положение о том, что осуществление права выражать свое мнение «может быть сопряжено с ограничениями, которые установлены законом и которые необходимы в демократическом обществе в интересах государственной безопасности, территориальной целостности или общественного спокойствия, в целях предотвращения беспорядков и преступлений, для охраны здоровья и нравственности, защиты репутации или прав других лиц, предотвращения разглашения информации, полученной конфиденциально, или обеспечения авторитета и беспристрастности правосудия».

2.3. Сроки, формы и методы проведения предвыборной агитации

Перечисленные выше признаки предвыборной агитации нередко характеризуют выступления политических деятелей на каналах организаций телерадиовещания, на страницах периодических печатных изданий в периоды вне временных (хронологических) рамок той или иной конкретной избирательной кампании. В связи с этим в избирательные комиссии поступает множество обращений граждан, возмущенных фактами проведения преждевременной предвыборной агитации, которая, по их мнению, является противоправной, поскольку проводится в период, когда избирательная кампания юридически еще не началась.

2.3.1. Сроки проведения предвыборной агитации

В соответствии с Федеральным законом (ст. 2, п. 4) предвыборная агитация как юридический информационный феномен возможна только в хронологических рамках избирательной кампании, поскольку, в отличие от иных видов информации (политической агитации, пропаганды или рекламы), регулируется законодательством о выборах. Следовательно, является одним из институтов избирательного права. Это, в свою очередь, означает, что все избирательные действия и процедуры в рамках стадии предвыборной агитации прово-

⁹ Конституция Российской Федерации. С. 55

¹⁰ Европейская Конвенция о защите прав человека и основных свобод. Ч. 2, ст. 10.

дятся в установленные соответствующим законом о выборах сроки (избирательные сроки).

Философский словарь определяет время как форму возникновения, становления, течения, разрушения в мире, а также его самого вместе со всем тем, что к нему относится, отличая при этом объективное время, измеряемое отрезками пути небесных тел, от субъективного, которое основано на осознании времени. В свою очередь, сознание времени предлагается идентифицировать с одним из видов человеческого сознания, связанного с переживанием времени¹¹.

Время осуществления избирательных действий (сроки выполнения избирательных действий (процедур) или избирательные сроки) является неотъемлемым элементом избирательного процесса, хронологической (временной) составляющей его структуры. Избирательные сроки имеют в структуре избирательного процесса и его отдельных стадий самостоятельное юридическое значение. Именно с ними связано возникновение, изменение или прекращение соответствующих избирательных правоотношений. При этом время (сроки) выступает в качестве юридического факта и предмета правового регулирования. Составляемый избирательной комиссией в соответствии с законом о выборах календарный план мероприятий по подготовке и проведению выборов юридически регламентирует сроки осуществления отдельных избирательных действий и процедур на каждой стадии избирательного процесса.

Важно видеть, что в отличие от информации о выборах, в том числе предвыборной агитации, политическая агитация, коммерческая реклама, иные виды информации законодательством о выборах не регулируются, к избирательному праву и процессу отношения не имеют.

Из этого следует, что информационная деятельность граждан либо общественных объединений, осуществляемая ими в период до начала избирательной кампании, в период между выборами, даже если она имеет признаки, идентичные признакам предвыборной агитации, является не предвыборной агитацией, а чем-то иным, вероятно, политической агитацией.

Слово «вероятно» употреблено здесь потому, что юридического, установленного федеральным законом, определения понятий «политическая агитация» и «политическая реклама» в Российской Федерации сегодня не существует, а политологи-

¹¹ Краткая философская энциклопедия//АО «Издательская группа «ПРОГРЕСС», М., 1994. С. 77.

ческие определения этих понятий с точки зрения избирательного права и процесса существенного значения не имеют.

Главным здесь является вывод о том, что политическая агитация, как бы это понятие ни трактовалось политологами, с юридической точки зрения не может быть идентифицирована с предвыборной агитацией.

Можно, как представляется, с известными оговорками утверждать, что предвыборная агитация является специфической составной частью политической агитации, осуществляемой исключительно в рамках избирательной кампании и регулируемой прежде всего законодательством о выборах¹².

Именно поэтому со дня официального опубликования в печати решения соответствующего органа государственной власти о назначении выборов (с момента начала избирательной кампании) появляются юридические основания квалифицировать подобную информационную деятельность (политическую агитацию, проводимую в ходе избирательной кампании)¹³ уже как предвыборную агитацию.

Поскольку Федеральным законом (ст. 49) установлено, что правомерная предвыборная агитация (агитационный период) начинается со дня выдвижения кандидата, списка кандидатов и создания соответствующего избирательного фонда, то со дня начала избирательной кампании и до дня выдвижения кандидата, списка кандидатов и создания соответствующего избирательного фонда осуществляемая в любой форме предвыборная агитация со стороны потенциального кандидата является противоправной (противозаконной).

Только после выдвижения гражданина в качестве кандидата, выдвижения избирательным объединением, избирательным блоком списка кандидатов и создания соответствующего избирательного фонда субъект агитационной деятельности вправе начать проведение предвыборной агитации.

При этом важно учитывать, что информирование избирателей (участников избирательной кампании) о сроках и порядке проведения избирательных действий, о кандидатах, об итогах голосования и так далее, в том числе освещение избирательной кампании средствами массовой информации, опубликование результатов опросов избирателей не имеет отноше-

¹² Мостовщиков В. Д. Предвыборная агитация: понятие и правовые признаки // Журнал российского права. 1999. № 5-6. С. 23.

¹³ Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». Ст. 2, ч. 9.

ния к предвыборной агитации и является самостоятельным институтом избирательного права.

Иные субъекты агитационной деятельности (избиратели – реализующие активное избирательное право граждане Российской Федерации, общественные объединения, в том числе политические партии, не выдвигающие в период соответствующей избирательной кампании кандидатов, списки кандидатов) также не вправе проводить со дня начала избирательной кампании предвыборную агитацию, которая становится возможной только со дня выдвижения кандидатов, списков кандидатов – за или против этих кандидатов, списков кандидатов.

Со дня окончания выдвижения кандидатов, списков кандидатов возможна также предвыборная агитация против всех кандидатов, списков кандидатов.

Законодатель также установил обязательный для всех субъектов агитационной деятельности срок окончания агитационного периода (правомерной предвыборной агитации) – в ноль часов по местному времени за одни сутки до дня голосования (ст. 49, п. 1). Федеральный закон запрещает проведение предвыборной агитации в день голосования и в предшествующий ему день (ст. 49, п. 3).

При этом опубликование (обнародование) в средствах массовой информации результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов, иных исследований, связанных с проводимыми выборами, а также их размещение в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования, включая Интернет, не допускается в течение пяти дней до дня голосования и в день голосования (ст. 46, п. 3), а печатные агитационные материалы, ранее размещенные в установленном Федеральном законом порядке, могут сохраняться на прежних местах даже в день голосования (ст. 49, п. 4).

2.3.2. Формы и методы предвыборной агитации

В соответствии с Федеральным законом граждане и общественные объединения (общие субъекты агитационной деятельности) в период избирательной кампании вправе осуществлять предвыборную агитацию в допускаемых законом формах и законными методами (ст. 48, п. 1). При этом кандидаты, избирательные объединения, избирательные блоки (специальные субъекты агитационной деятельности) самостоятельно определяют содержание, формы и методы своей агитации (ст. 48, п. 4).

Как известно, форма (от лат. forma) понимается как внешнее очертание, наружный вид предмета, внешнее выражение какого-либо содержания, а также и внутреннее строение, структура, определенный и определяющий порядок предмета или порядок протекания процесса в отличие от его «аморфного» материала (материи), содержания или содержимого¹⁴.

В свою очередь, метод (от греч. methodos – путь, исследование, прослеживание) понимается как способ достижения определенной цели, совокупность приемов или операций практического или теоретического освоения действительности¹⁵.

Методы проведения предвыборной агитации (ст. 48, п. 3) установлены Федеральным законом. Установлено, в частности, что агитация при проведении выборов может проводиться:

– на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях, то есть через средства массовой информации;

– посредством проведения массовых мероприятий (собраний и встреч с гражданами, митингов, демонстраций, шествий, публичных дебатов и дискуссий);

– посредством выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и других агитационных материалов;

– иными не запрещенными законом методами.

Формы предвыборной агитации многообразны. Через средства массовой информации, например, предвыборная агитация может проводиться в форме личного выступления кандидата перед избирателями; в форме участия кандидата, совместно с другими кандидатами, в проведении дискуссий, «круглых столов», иных совместных агитационных мероприятий (ст. 51, п. 4); в форме периодического выпуска в эфир рекламного ролика, подготовленного кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком, в других допускаемых законом формах (ст. 48, п. 1).

В редакции периодических печатных изданий агитационные материалы зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков могут быть представлены в форме статей, заметок, обращений к читателям, предвыборных программ политических партий (ст. 48, п. 10) и так далее.

Массовые агитационные мероприятия могут проводиться в форме собраний, встреч с избирателями, публичных дебатов и дискуссий, митингов, демонстраций и шествий (ст. 53, п. 1).

¹⁴ Краткая философская энциклопедия//АО «Издательская группа «ПРОГРЕСС», М., 1994. С. 489.

¹⁵ Там же. С. 266.

Печатные и аудиовизуальные агитационные материалы могут распространяться в форме листовок, плакатов, буклетов, аудио- и видеороликов, надписей и рисунков на щитах наружной рекламы, на корпусах (кузовах) автобусов, троллейбусов, трамваев, иных транспортных средств, на различного рода транспарантах, стендах, растяжках, а также в иных допускаемых законом формах.

В соответствии с Федеральным законом (ст. 48, п. 4) самостоятельно определяют содержание, формы и методы своей агитации только специальные субъекты предвыборной агитационной деятельности (кандидаты, избирательные объединения, избирательные блоки). Граждане в статусе избирателей, например, могут разместить материалы агитационного характера в средствах массовой информации только с согласия кого-либо из кандидатов, уполномоченных представителей избирательных объединений, избирательных блоков при условии оплаты использованных в этих целях эфирного времени или печатной площади из соответствующего избирательного фонда (ст. 48, п. 5; ст. 59, п. 3; ст. 59, п. 5).

Те из них, кто замещает государственные должности категории «А» или выборные муниципальные должности, вообще не вправе проводить предвыборную агитацию на каналах организаций и в периодических печатных изданиях, за исключением случаев, если они зарегистрированы в качестве кандидатов (ст. 48, п. 8).

Предвыборная агитация, осуществляемая субъектами агитационной деятельности в таких формах, которые не допускаются для них федеральными законами, либо незаконными методами, а также действия участников избирательного процесса, относимые законодателем к злоупотреблению правом на проведение агитации (ст. 56), имеют характер противоправной агитационной деятельности и подлежат пресечению в соответствии с Федеральным законом (ст. 56, п. 8, 9), иными федеральными законами и законами субъектов Российской Федерации о выборах.

Контролируют соблюдение участниками избирательной кампании установленного порядка проведения предвыборной агитации избирательные комиссии (ст. 56, п. 7).

2.4. Финансируемая (требующая оплаты) предвыборная агитация

Предвыборная агитация, кроме вышеперечисленных, имеет еще один неотъемлемый признак – в соответствии с Феде-

ральным законом она может быть оплачена исключительно из средств избирательных фондов зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, зарегистрировавших федеральные списки кандидатов (ст. 48, п. 5), за исключением тех случаев, разумеется, когда проведение предвыборной агитации не требует оплаты.

Например, если предвыборная агитация проводится в устной форме, в том числе в ходе проведения массовых мероприятий, и в общественном месте, доступ в которое осуществляется бесплатно; либо в том случае, когда предвыборная агитация осуществляется специальными субъектами агитационной деятельности (зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями, избирательными блоками, зарегистрировавшими списки кандидатов) через средства массовой информации с использованием бесплатного эфирного времени или бесплатной печатной площади (ст. 51, п. 1).

Признание обязательности финансирования предвыборной агитации исключительно из средств избирательного фонда принципиально важно для обеспечения равенства прав граждан (избирателей, кандидатов) в период избирательной кампании, в том числе их права на равные условия проведения предвыборной агитации.

Неукоснительное соблюдение этого требования всеми без исключения участниками избирательного процесса является одной из важнейших гарантий осуществления избирательных прав граждан Российской Федерации, установленных Конституцией Российской Федерации и федеральными законами.

Ведь если исключить требование Федерального закона об оплате предвыборной агитации только через избирательные фонды, это неизбежно приведет к такому положению, когда финансовые потоки в ходе избирательной кампании станут неконтролируемыми. А в этом случае говорить о каком-либо равенстве прав граждан, в том числе кандидатов, а также избирательных объединений, избирательных блоков, станет просто невозможно. Кроме того, это неминуемо привело бы к нарушению конституционного принципа равенства прав и свобод человека и гражданина «независимо от... имущественного положения...»¹⁶, то есть к фактическому введению имущественного ценса.

Не случайно Федеральный закон, в полном соответствии с Конституцией Российской Федерации, запрещает гражданам

¹⁶ Конституция Российской Федерации. Ст. 19, ч. 2.

(в том числе представителям средств массовой информации, юристам, консультантам и др.) и юридическим лицам (в том числе редакциям периодических печатных изданий, организациям телерадиовещания, полиграфическим предприятиям и др.) выполнять за плату любую работу, оказывать любые платные услуги, прямо или косвенно связанные с выборами, направленные на достижение определенных результатов на выборах без согласия кандидата, уполномоченного представителя избирательного объединения, избирательного блока и без оплаты этих работ, услуг из средств соответствующего избирательного фонда.

Запрещаются, помимо этого, бесплатное выполнение или выполнение по необоснованно заниженным расценкам юридическими лицами работ, оказание услуг, реализация товаров, прямо или косвенно связанных с выборами и направленных на достижение определенных результатов на выборах (ст. 59, п. 5).

Кроме того, Федеральный закон содержит положения, согласно которым расходы на проведение предвыборной агитации осуществляются исключительно за счет соответствующих избирательных фондов в установленном законом порядке (ст. 48, п. 5), платное предоставление эфирного времени на каналах организаций телерадиовещания и печатной площади в периодических печатных изданиях для проведения предвыборной агитации производится в соответствии с договором, заключенным в письменной форме... до предоставления эфирного времени, печатной площади (ст. 50, п. 11), кандидаты, избирательные объединения, избирательные блоки вправе на основе договора арендовать здания и помещения, принадлежащие гражданам и организациям независимо от форм собственности, для проведения массовых мероприятий (ст. 53, п. 5).

В то же время Федеральный закон запрещает изготовление агитационных материалов без предварительной оплаты за счет средств соответствующего избирательного фонда и с нарушением требований, установленных Федеральным законом (ст. 54, п. 5).

Из вышеизложенного следует, что редакция периодического печатного издания, организация телерадиовещания не вправе предоставить для предвыборной агитации гражданину, в том числе и имеющему правовой статус зарегистрированного кандидата, печатную площадь или эфирное время для проведения предвыборной агитации за плату, если такая

оплата производится помимо избирательного фонда из любых иных средств.

Бесплатно эфирное время или печатная площадь для агитационных целей также не могут быть предоставлены никому, кроме зарегистрированного кандидата, избирательного объединения (политической партии), избирательного блока, зарегистрировавших списки кандидатов. По той причине, что редакция периодического печатного издания, организация телерадиовещания как юридические лица не вправе оказывать кому-либо бесплатно услуги, выполнять работы, связанные с выборами (ст. 59, п. 5).

Действующее законодательство о выборах, таким образом, устанавливает четкие и понятные правила, в соответствии с которыми в период избирательной кампании только специальные субъекты предвыборной агитации (зарегистрированный кандидат, избирательное объединение, избирательный блок) являются надлежащими субъектами агитационной деятельности, проводимой методом распространения информации агитационного характера на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях. И только они могут в соответствии с Федеральным законом получить эфирное время и печатную площадь для размещения предвыборных агитационных материалов в средствах массовой информации бесплатно либо за плату, при условии, что такая оплата производится из средств соответствующего избирательного фонда.

Только специальные субъекты предвыборной агитации вправе выпускать и распространять печатные, аудиовизуальные и иные агитационные материалы в порядке, установленном законодательством Российской Федерации (ст. 54, п. 1), и только им в соответствии с Федеральным законом предоставлено в период избирательной кампании право безвозмездно использовать для проведения массовых мероприятий предвыборной агитации находящиеся в государственной или муниципальной собственности здания и помещения либо арендовать на основе договора здания и помещения, принадлежащие гражданам и организациям с оплатой аренды из средств соответствующего избирательного фонда (ст. 48, п. 5; ст. 53, п. 5).

Важно также учитывать, что в соответствии с Федеральным законом все расчеты между кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком и юридическими лицами за выполнение работ, оказание услуг, связанных с выборами, осуществляются только в безналичном порядке (ст. 59, п. 4). Из

этого следует, в частности, что оплачивать такие работы и услуги наличными деньгами субъекты агитационной деятельности (либо, по их поручению, их уполномоченные представители) вправе только физическим лицам.

Таким образом, есть основания сделать вывод о том, что любая финансируемая (оплачиваемая) предвыборная агитация является правомерной, осуществляемой в допускаемых законом формах и законными методами только в том случае, если она:

а) осуществляется в установленный Федеральным законом период избирательной кампании (агитационный период), а именно: в период после выдвижения кандидата, списка кандидатов и после создания соответствующих избирательных фондов до нуля часов по местному времени за одни сутки до дня голосования (ст. 49, п. 1);

б) осуществляется специальным, имеющим право создавать избирательный фонд, субъектом агитационной деятельности – кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком, зарегистрировавшими в установленном порядке списки кандидатов (ст. 58, п. 1);

в) предварительно, то есть до начала распространения соответствующих материалов, оплачивается из соответствующего избирательного фонда в соответствии с Федеральным законом. При этом юридическим лицам деньги в качестве оплаты за выполненные работы (оказанные услуги) агитационного характера могут быть перечислены только в безналичном порядке (ст. 48, п. 5; ст. 50, п. 11; ст. 54, п. 5; ст. 59, п. 2, 4, 6).

Лица, нарушающие правила проведения предвыборной агитации, в том числе нарушающие правила изготовления и размещения агитационных материалов, а также организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, нарушающие условия проведения предвыборной агитации, несут ответственность в соответствии с федеральными законами (ст. 79, п. 2).

2.5. Предвыборная агитация через средства массовой информации

2.5.1. Общие положения

О назначении выборов, об избирательных действиях кандидатов, о решениях избирательных комиссий и судов, о других событиях и особенностях избирательной кампании граждане узнают из газет, из сообщений по телевидению и радио. Так повелось еще со времен проведения первых избиратель-

ных кампаний в Англии. С тех пор роль средств массовой информации в избирательном процессе многократно усилилась, периодическая печать потеснилась, уступив ведущее место телевидению и радиовещанию.

В разных странах законодательство о выборах в различной степени регулирует деятельность средств массовой информации в период проведения избирательных кампаний, устанавливая большее или меньшее количество ограничений. В США, например, таких ограничений немного, в России их на порядок больше. Нельзя, однако, забывать о том, что у североамериканцев, когда они вступили в эру телевидения, за плечами был уже 150-летний опыт проведения всевозможных избирательных кампаний. К этому времени на политической арене сложилось относительное равновесие сил и средств, сформировалась устойчивая конфигурация политического противостояния. Кроме того, в США, в отличие от России, функционирует множество телевизионных и радиоканалов, осуществляющих вещание практически на всю территорию страны.

В странах с давними демократическими традициями сложились устойчивые этические правила поведения при проведении избирательных кампаний, побуждающие участников избирательного процесса учитывать мнение общества, весьма сурово осуждающего нарушителей правовых и морально-этических норм.

Существенную роль играет также наличие отлаженного механизма рыночной экономики, обеспечивающего возможность финансовой независимости организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации. Очевидно, что в таких условиях необходимость правовой регламентации деятельности организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации в период избирательной кампании, отсутствует. Поэтому, очевидно, законодательство о выборах в США регулирует в основном связанные с выборами денежные потоки.

Российский опыт демократии фактически насчитывает не более десяти лет и представляет собой три федеральных избирательных цикла. Главная особенность большинства наших избирательных кампаний – несоразмерность сил и средств, в том числе информационных возможностей сторон, противостоящих друг другу на выборах. Именно в связи с этим, как представляется, российский законодатель, исходя из положений статей 17 и 19 Конституции Российской Федерации, гарантирующих равенство прав граждан независимо от их иму-

щественного положения, стремится обеспечить равенство информационных возможностей кандидатов в период проведения избирательных кампаний.

Тем самым избирателю предоставляется возможность самостоятельно сделать выбор между различными кандидатами, обеспечивается реализация принципа равенства гражданских, в частности избирательных, прав участников избирательного процесса, осуществляющих свое пассивное и активное избирательное право.

При этом имеют значение такие объективные факторы, как количество эфирного времени, используемого для агитационных целей, больший или меньший набор информационных поводов для появления кандидата на экране и так далее. В соответствии с Федеральным законом субъектами предвыборной агитации через СМИ являются только участники избирательного процесса, реализующие свое пассивное избирательное право (специальные субъекты агитационной деятельности).

Организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации (организации телерадиовещания, редакции периодических печатных изданий), а также их представители, в том числе должностные лица и творческие работники, не являющиеся кандидатами, не являются субъектами агитационной деятельности, осуществляемой через средства массовой информации.

Некоторые усматривают в этом ущемление прав средств массовой информации, журналистов, установленных законодательством о средствах массовой информации. Представляется, что никакого противоречия между законодательством о выборах и законодательством о средствах массовой информации не существует.

В период между выборами производство и распространение информации организациями, осуществляющими выпуск средств массовой информации, регулируется Конституцией Российской Федерации и федеральным законодательством о средствах массовой информации. В период избирательной кампании процесс производства и распространения информации о выборах регулируют законы о выборах: на федеральных выборах – федеральные законы о выборах, на выборах в субъектах Российской Федерации – законы о выборах субъектов Российской Федерации.

Из этого следует, что в рамках любой избирательной кампании распространение информации через средства массовой информации, иначе говоря, информационная деятельность организаций, осуществляющих выпуск средств массовой ин-

формации, регулируется Конституцией Российской Федерации, законами о выборах и законодательством о средствах массовой информации.

Целью регулирования нормами избирательного права деятельности организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации в период избирательной кампании, является обеспечение права граждан на распространение и получение информации о выборах, создание возможностей для осуществления гражданами своих избирательных прав, упорядочение процесса распространения информации о выборах для обеспечения равенства прав граждан в этой сфере, защита конкретного гражданина, общества в целом, а также государства от угроз, связанных с распространением информации, нарушающей права граждан.

Законы о выборах особо выделяют цель обеспечения равенства прав граждан, гарантированного статьями 17,19 Конституции Российской Федерации, поскольку принцип равенства прав граждан исключительно важен для реализации конституционного права граждан России избирать и быть избранными в органы государственной власти и органы местного самоуправления.

Сущность правового регулирования распространения информации в период избирательной кампании состоит во введении правовыми средствами особого юридического режима распространения связанной с выборами информации. Если обычный режим распространения информации между выборами характеризуется возникновением между субъектами права информационных правоотношений, то в период избирательной кампании, в процессе распространения информации, связанной с выборами, между производителями, распространителями и потребителями этой специфической информации возникают информационные избирательные правоотношения.

Различие между информационными правоотношениями и информационными избирательными правоотношениями заключается в том, что первые регулируются законодательством о средствах массовой информации (нормами информационного права), а вторые – законодательством о выборах (нормами избирательного права). И, конечно же, сфера отношений, связанных с производством информации (деятельность редакторов, журналистов, режиссеров, звукорежиссеров, операторов, иных специалистов и т.д.), регулируется законодательством о средствах массовой информации (нормами информационного права).

В отличие от обычного режима деятельности организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, правовой режим их деятельности в период избирательной кампании заключается в необходимости соблюдать помимо юридических предписаний, установленных законами о средствах массовой информации, юридические предписания, установленные законами о выборах. Цель установления этих, предписанных законами о выборах, дозволений, обязанностей, ограничений и запретов заключается в необходимости обеспечить равенство прав участников избирательного процесса.

Распространение связанной с выборами информации в период избирательной кампании, осуществляемое в условиях особого правового режима, выступает в соответствии с Федеральным законом в качестве информационного обеспечения избирательного процесса, включающего информирование избирателей и предвыборную агитацию (ст. 44).

Средства массовой информации имеют в избирательном процессе только право на информирование избирателей, то есть являются субъектами информирования избирателей (ст. 45, п. 1).

Однако средства массовой информации нередко стремятся оказывать определенное влияние на политические симпатии или антипатии избирателей. Избирательные комиссии знают множество примеров, когда в ходе избирательных кампаний должностные лица организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, и журналисты, руководствуясь исключительно экономическими или политическими соображениями, забывают о требованиях законодательства о выборах либо просто игнорируют эти требования. И проводят на каналах организаций телерадиовещания предвыборную агитацию в пользу определенных кандидатов, присваивая себе не принадлежащие им по закону права, нарушая тем самым права других граждан – участников избирательного процесса.

В результате этих противоправных действий СМИ, присваивающие полномочия субъекта агитационной деятельности, становятся средством манипуляции общественным мнением на выборах.

Нет никаких сомнений в том, что, если правовое регулирование деятельности средств массовой информации в период избирательной кампании не будет сегодня осуществляться нормами избирательного права, деформации в сфере распространения информации о выборах будут неизбежны.

Для того чтобы не допустить этого, Федеральный закон устанавливает для организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, а также для их представителей, как и для других участников избирательного процесса, особый правовой статус, обеспечивающий права, обязанности и ответственность за нарушения законов о выборах.

Организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, их должностные лица и творческие работники (журналисты) в соответствии с Федеральным законом являются субъектами информирования избирателей (ст. 45, 46, 47), а в предвыборной агитационной деятельности принимают участие только посредством предоставления специальным субъектам предвыборной агитации на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях бесплатных и оплачиваемых из средств соответствующих избирательных фондов эфирного времени или печатной площади (ст. 48, 49, 50, 51, 52, 56, 59). Федеральный закон прямо запрещает проводить предвыборную агитацию, выпускать и распространять любые агитационные материалы представителям организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, при осуществлении ими профессиональной деятельности (ст. 48, п. 7, пп. «ж»).

Кроме того, Федеральный закон запрещает гражданам (в том числе представителям средств массовой информации) и юридическим лицам (в том числе редакциям периодических печатных изданий, организациям телерадиовещания) выполнять за плату любую работу, оказывать любые платные услуги, прямо или косвенно связанные с выборами, если только эти работы или услуги оплачиваются из средств соответствующего избирательного фонда (ст. 59, п. 5).

Запрещаются также бесплатное выполнение или выполнение по необоснованно заниженным расценкам юридическими лицами (в том числе редакциями периодических печатных изданий, организациями телерадиовещания) работ, оказание услуг, прямо или косвенно связанных с выборами и направленных на достижение определенных результатов на выборах (ст. 59, п. 5).

Федеральный закон содержит также положение, согласно которому любые расходы на проведение предвыборной агитации осуществляются исключительно за счет соответствующих избирательных фондов в установленном законом порядке (ст. 48, п. 5). Это означает, что платное предоставление эфирного времени на каналах организаций телерадиовещания и пе-

чатной площади в периодических печатных изданиях для проведения предвыборной агитации производится в соответствии с договором, заключенным в письменной форме до предоставления эфирного времени, печатной площади (ст. 50, п. 11).

Из этого следует также, что редакция периодического печатного издания, организация телерадиовещания не вправе предоставить для предвыборной агитации гражданину, в том числе и находящемуся в правовом статусе зарегистрированного кандидата, печатную площадь или эфирное время для проведения предвыборной агитации за плату, если такая оплата производится помимо избирательного фонда из любых иных средств.

Бесплатное эфирное время, бесплатная печатная площадь для агитационных целей также могут быть предоставлены только специальным субъектам агитационной деятельности: гражданам, имеющим правовой статус зарегистрированного кандидата, а также избирательным объединениям, избирательным блокам, зарегистрировавшим списки кандидатов.

И наконец, в соответствии с Федеральным законом, редакции периодических печатных изданий, организации телерадиовещания, как юридические лица, не вправе оказывать кому-либо бесплатно услуги, выполнять работы, связанные с выборами (ст. 59, п. 5).

Следовательно, должностные лица и творческие работники организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации (физические лица), не являющиеся кандидатами, а также организации телерадиовещания, редакции периодических печатных изданий (юридические лица) не вправе вести предвыборную агитацию, а также не вправе предоставлять – как бесплатно, так и за плату – эфирное время, печатную площадь для предвыборной агитации другим гражданам, имеющим статус избирателей. В том случае, если представитель организации, осуществляющей выпуск средств массовой информации, приобретает в период избирательной кампании правовой статус кандидата, его доступ к средствам массовой информации для проведения предвыборной агитации осуществляется в соответствии с Федеральным законом, на равных условиях с другими кандидатами.

2.5.2. Условия участия организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, в избирательной кампании

В соответствии с Федеральным законом участвовать в информационном обеспечении выборов вправе государственные и му-

ниципальные, а также негосударственные организации телерадиовещания и периодические печатные издания (ст. 47, п. 1).

Федеральный закон устанавливает критерии отнесения организаций телерадиовещания и периодических печатных изданий к государственным, негосударственным или муниципальным.

Так, например, в качестве государственной организация, осуществляющая выпуск средств массовой информации, рассматривается в том случае, если (ст. 47, п. 2):

- она имеет в составе учредителей государственные органы, организации;

- и (или) за год, предшествующий началу избирательной кампании, этой организации оказывалась государственная поддержка за счет средств федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации;

- и (или) в уставном (складочном) капитале этой организации на день начала избирательной кампании имеется государственная доля.

К муниципальным Федеральный закон относит такие организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, которые имеют в составе учредителей муниципальные органы, организации, либо за год, предшествующий началу избирательной кампании, этой организации оказывалась муниципальная поддержка за счет средств местного бюджета, либо в уставном (складочном) капитале этой организации на день начала избирательной кампании имеется муниципальная доля (ст. 47, п. 3).

К негосударственным Федеральный закон относит все остальные организации телерадиовещания и периодические печатные издания (ст. 47, п. 4). При этом установлено, что участвовать в предвыборной агитации посредством предоставления специальным субъектам агитационной деятельности (зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, зарегистрировавшим списки кандидатов) эфирного времени, печатной площади вправе только те негосударственные организации телерадиовещания и периодические печатные издания, которые учреждены не менее чем за один год до начала избирательной кампании. Исключение из этого правила составляют негосударственные организации телерадиовещания и периодические печатные издания, которые учреждены избирательными объединениями (ст. 50, п. 4).

Кроме того, Федеральный закон предусматривает разделение участвующих в информационном обеспечении выборов

организаций телерадиовещания и периодических печатных изданий на общероссийские и региональные (ст. 47, п. 5).

Установлено также, что периодические печатные издания, учрежденные органами государственной власти и органами местного самоуправления для опубликования их официальных материалов и сообщений, нормативных и иных актов, не вправе участвовать в информировании избирателей и предвыборной агитации, то есть не могут публиковать агитационные материалы субъектов агитационной деятельности, а также материалы, освещающие деятельность кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков (ст. 47, п. 6).

Установлена также обязанность организующих выборы избирательных комиссий по представлению МПТР России либо его территориальных подразделений, соответствующих органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации публиковать перечень государственных и (или) муниципальных организаций телерадиовещания, периодических печатных изданий, обязанных, в соответствии с Федеральным законом, предоставлять эфирное время, печатную площадь для предвыборной агитации (ст. 47, п. 7).

2.5.3. Общие условия проведения предвыборной агитации через средства массовой информации

Федеральный закон обязывает государственные и муниципальные средства массовой информации обеспечить специальным субъектам агитационной деятельности равные условия проведения предвыборной агитации, в том числе для представления избирателям предвыборных программ кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков. При этом эфирное время, печатная площадь для предвыборной агитации предоставляются указанным субъектам предвыборной агитации за плату, а также, в случаях и порядке, предусмотренных Федеральным законом, бесплатно (ст. 50, п. 1).

Зарегистрированные кандидаты, избирательные объединения, избирательные блоки могут использовать бесплатные эфирное время, печатную площадь для агитации за других субъектов избирательного процесса только в одном случае: если зарегистрированные кандидаты, выдвинутые избирательным объединением (избирательным блоком), проводят агитацию за других зарегистрированных кандидатов, выдвинутых тем же самым избирательным объединением (избирательным блоком), либо, если избирательное объединение (избирательный блок) агитирует в

пользу зарегистрированных кандидатов, выдвинутых этим же избирательным объединением, избирательным блоком.

В иных случаях проведение предвыборной агитации специальными субъектами агитационной деятельности за других специальных субъектов агитационной деятельности с использованием бесплатных эфирного времени и печатной площади Федеральный закон запрещает (ст. 50, п. 2).

Установлено также, что увеличение общего объема бесплатных эфирного времени, печатной площади для предвыборной агитации в случае одновременного проведения на одной и той же территории нескольких избирательных кампаний возможно только с согласия соответствующей организации телерадиовещания, периодического печатного издания (ст. 50, п. 3).

Федеральный закон устанавливает также, что негосударственные средства массовой информации, точнее, организации, осуществляющие их выпуск, обязаны установить единые условия оплаты эфирного времени, печатной площади для всех специальных субъектов агитационной деятельности. Это требование не распространяется на те негосударственные средства массовой информации, которые учреждены кандидатами, избирательными объединениями (ст. 50, п. 5).

Государственные, муниципальные и негосударственные организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, в случае, если они намерены принять участие в избирательной кампании посредством предоставления специальным субъектам агитационной деятельности эфирного времени, печатной площади для размещения агитационных материалов, обязаны не позднее чем через 30 дней со дня начала избирательной кампании опубликовать сведения о размере (в валюте Российской Федерации) и других условиях оплаты эфирного времени, печатной площади. В этот же срок указанные сведения должны быть представлены в организующую выборы либо нижестоящую по отношению к ней избирательную комиссию вместе с уведомлением о готовности предоставить эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации (ст. 50, п. 6). Непредставление в указанные сроки в соответствующую избирательную комиссию такого уведомления, равно как и неопубликование в указанные сроки сведений о размере и условиях оплаты эфирного времени и печатной площади считаются, в соответствии с Федеральным законом, отказом негосударственной организации телерадиовещания, редакции негосударственного периодиче-

ского печатного издания от участия в избирательной кампании (ст 50, п. 7).

Правом отказаться от предоставления эфирного времени, печатной площади для предвыборной агитации Федеральный закон наделяет также редакции государственных периодических печатных изданий, выходящих реже чем один раз в неделю, а также специализированные организации телерадиовещания и редакции специализированных периодических печатных изданий. В период проведения федеральной избирательной кампании, а также при выборах в органы государственной власти субъекта Российской Федерации Федеральный закон предоставляет право отказаться от предоставления эфирного времени, печатной площади для предвыборной агитации муниципальным организациям, осуществляющим выпуск средств массовой информации (ст. 50, п. 7).

Федеральный закон устанавливает, что расходы государственных и муниципальных организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, связанные с предоставлением бесплатного эфирного времени и бесплатной печатной площади для проведения предвыборной агитации, относятся на результаты деятельности этих организаций (ст. 50, п. 10).

2.6. Предвыборная агитация с использованием сетевых ресурсов

Международная компьютерная сеть Интернет (Сеть), которая возникла всего лишь около 10 лет назад, в 2001 году охватывала уже более 400 миллионов пользователей¹⁷. Их количество неуклонно растет, что делает телекоммуникационные сети общего пользования типа Интернет важнейшим инструментом формирования информационного общества. Россия, по данным на июнь 2000 года, занимала двенадцатое место в мире по общему числу пользователей Сети (6,6 млн.). При этом первое место по количеству пользователей занимали США (137,7 млн.), второе – Япония (29,9 млн.), третье – Германия (19,1 млн.) и так далее. Очевидно, что в России процесс освоения возможностей Сети находится на начальной стадии. Однако, уступая другим странам по уровню ее развития как информационного института, а также по абсолютным цифрам количества пользователей, Россия многих обгоняет по темпам освоения глобального информационного пространства Интер-

¹⁷ См.: Большаков С. В. и др. Интернет и выборы. М.: РЦИОТ. 2002.

нета. Так, например, по данным Министерства Российской Федерации по связи и информатизации в настоящее время в зоне .ru зарегистрировано более 80 тыс. доменов, ежедневно в российском сегменте Сети появляется около 200 новых сайтов.

Согласно Концепции развития связи в 2010 году, по сравнению с 2000 годом, число телефонных номеров в России возрастет с 32 до 48 миллионов, число владельцев мобильных телефонов – с 2,5 до 26,5 миллионов, число пользователей Сети – с 2,9 до 22,2 миллионов человек. Таковы прогнозы перспектив развития российского сегмента Сети на ближайшее время.

Но уже сегодня ее влияние в той или иной степени испытывает четверть населения страны, около 27 миллионов жителей России имеют представление о существовании и возможностях Сети. Около 65 процентов активных пользователей российского сегмента Сети составляют люди в возрасте до 35 лет, больше половины из них имеют высшее или незаконченное высшее образование. Все более популярными становятся сайты политических партий и отдельных политических деятелей, основными задачами которых являются, как правило, самопрезентация и агитация.

Предлагая новые технологии информационного обмена, Сеть расширяет коммуникационные возможности участников избирательного процесса, превращаясь в арену информационного противоборства между кандидатами, избирательными объединениями, избирательными блоками в период проведения выборов в органы государственной власти и в органы местного самоуправления.

Зафиксированы факты использования возможностей Сети для ведения противоправной предвыборной агитации¹⁸. При этом выяснилось, что специфические возможности Сети, позволяющие осуществлять информационную экспансию анонимно, в том числе с зарубежных Интернет-серверов, делают малоэффективными обращения в суд как способ защиты от подобных действий. С учетом того факта, что наибольшее число нарушений законодательства о выборах связано с распространением информации агитационного характера, можно предположить, что Сеть все чаще будет использоваться для размещения противоправных агитационных материалов.

Тем более острой становится проблема правового регулирования распространения связанной с выборами информации с использованием сетевых ресурсов. В соответствии с Законом

¹⁸ См.: там же.

Российской Федерации «О средствах массовой информации» (ст. 24) на те сайты, которые в установленном порядке прошли процедуру государственной регистрации в МПТР России, распространяется правовой статус средств массовой информации. Следовательно, распространяемая через них в период избирательной кампании связанная с выборами информация, в том числе агитационного характера, должна соответствовать требованиям российского законодательства о выборах. Федеральный закон от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (ст. 45, п. 7) установил также, что в день голосования до момента окончания голосования на территории соответствующего избирательного округа запрещается публикация (обнародование) данных о результатах выборов, в том числе размещение таких данных в информационно-коммуникационных сетях общего пользования (включая Интернет).

Из вышеизложенного можно сделать вывод о том, что влияние предвыборной агитационной деятельности с использованием сетевых ресурсов на электоральное поведение граждан становится все более реальным и осязаемым. Это, в свою очередь, актуализирует проблемы правового регулирования распространения в Сети информации о выборах в период избирательной кампании. Представляется, что российский законодатель, с учетом уже имеющегося в ряде стран мира опыта такого регулирования, предпримет своевременные и продуманные шаги в этом направлении. При этом важно принять участие в выработке единых международных стандартов такого регулирования на международном уровне¹⁹, а также соблюсти баланс интересов между принципами свободы массовой информации и равенства избирательных прав граждан.

¹⁹ В том числе в рамках Ассоциации организаторов выборов стран Центральной и Восточной Европы (АОВЦВЕ), очередная Конференция которой состоялась в Москве в сентябре 2002 года.

3. Ответственность участников избирательного процесса за нарушения установленных законодательством о выборах порядка и правил проведения предвыборной агитации

Ответственность за нарушения установленных законодательством о выборах порядка и правил проведения предвыборной агитации выступает, наряду с другими видами ответственности участников избирательного процесса, в качестве публично-правового средства обеспечения общественной потребности в правопорядке в ходе избирательной кампании.

Под ответственностью в публично-правовой сфере понимается применение к правонарушителю уполномоченными органами и должностными лицами мер государственного принуждения²⁰. Такие меры представляют собой определенные правовые ограничения личного либо имущественного характера и выступают в виде предусмотренных федеральным законодательством санкций.

Ответственность за нарушение законов о выборах, иных федеральных законов при проведении предвыборной агитации в ходе избирательной кампании наступает после нарушения участником избирательного процесса регулирующих предвыборную агитацию правовых норм.

Такая ответственность всегда связана с наступлением для правонарушителя различного рода негативных последствий и может быть реализована только в регламентированной соответствующими федеральными законами процессуальной форме.

За нарушение российского законодательства о проведении предвыборной агитации для участника избирательного процесса может наступить ответственность нескольких видов: государственно-правовая ответственность, административная, гражданско-правовая, дисциплинарная.

²⁰ Большаков С., Ищенко Е. Новый блокнот агитатора, или Особенности правового регулирования предвыборной агитации в избирательной кампании по выборам Президента Российской Федерации в 2000 году. М.: РЦИОТ, 2000.

Ответственность за нарушение законов о выборах, иных федеральных законов при проведении предвыборной агитации, в том числе через средства массовой информации, наступает в период избирательной кампании после нарушения субъектом избирательного процесса правовых норм, регулирующих распространение информации агитационного характера.

Такая ответственность всегда связана с наступлением различного рода негативных последствий для правонарушителя и может быть реализована только в регламентированной соответствующими федеральными законами процессуальной форме.

Конституционно-правовая ответственность избирательных комиссий, а также других участников избирательного процесса, реализующих свое пассивное избирательное право, установлена Федеральным законом, иными федеральными законами, а также законами субъектов Российской Федерации о выборах.

В соответствии с Федеральным законом конституционно-правовая ответственность кандидата, избирательного объединения, избирательного блока в виде отмены в судебном порядке регистрации кандидата (списка кандидатов) в связи с проведением предвыборной агитации возможна по заявлению соответствующей избирательной комиссии в случаях, если:

- кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком, их уполномоченными представителями были использованы денежные средства помимо соответствующего избирательного фонда, причем если их сумма превысила 5 процентов от предельного размера расходования средств избирательного фонда, либо если субъектом агитационной деятельности использованы средства избирательного фонда, превышающие предельные размеры расходования средств избирательного фонда, установленные законом, более чем на 5 процентов (ст. 76, п. 5, пп. «б»);

- кандидатом, руководителем избирательного объединения, избирательного блока использовались при проведении предвыборной агитации преимущества служебного или должностного положения (ст. 76, п. 5, пп. «в»);

- установлен факт подкупа избирателей при проведении предвыборной агитации кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком, их доверенными лицами и уполномоченными представителями, иными лицами и организациями, действующими по поручению кандидата, избирательного объединения, избирательного блока, их доверенных лиц и уполномоченных представителей (ст. 76, п. 5, пп. «г»);

– кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком при проведении предвыборной агитации нарушены требования пункта 1 статьи 56 Федерального закона: допущены злоупотребления свободой массовой информации (ст. 76, п. 5, пп. «д»).

Для одержавшего победу по итогам голосования на выборах кандидата, избирательного объединения, избирательного блока конституционно-правовая ответственность за нарушения закона в виде отмены решения об итогах голосования, о результатах выборов может наступить по решению вышестоящей избирательной комиссии в случае, если допущенные нарушения не позволяют с достоверностью определить результаты волеизъявления избирателей (ст. 77, п. 1).

Такая ответственность после определения результатов выборов может наступить для перечисленных выше субъектов предвыборной агитационной деятельности также по решению суда в случаях, если:

– кандидат, избирательное объединение, избирательный блок, признанные по итогам голосования на выборах победителями, израсходовали на проведение своей избирательной кампании помимо средств собственного избирательного фонда средства в размере, составляющем более 10 процентов от предельного размера расходования средств избирательного фонда, установленного законом, или более чем на 10 процентов превысили предельный размер расходования средств избирательного фонда, установленный законом (ст. 77, п. 2, пп. «а»);

– кандидат, избирательное объединение, избирательный блок, признанные по итогам голосования на выборах победителями, осуществляли подкуп избирателей и это, по мнению суда, не позволяет выявить действительную волю избирателей (ст. 77, п. 2, пп. «б»);

– кандидат, избирательное объединение, избирательный блок, признанные по итогам голосования на выборах победителями, при проведении предвыборной агитации допускали злоупотребление свободой массовой информации (нарушили пункт 1 статьи 56), что, по мнению суда, не позволяет выявить действительную волю избирателей (ст. 77, п. 2, пп. «в»);

– кандидат, признанный избранным, руководитель избирательного объединения, избирательного блока, одержавшего победу на выборах, использовали преимущества должностного или служебного положения, что, по мнению суда, не позволяет выявить действительную волю избирателей (ст. 77, п. 2, пп. «г»).

Статья 141 Уголовного кодекса Российской Федерации предусматривает уголовную ответственность физических лиц за воспрепятствование осуществлению избирательных прав или работе избирательных комиссий. Такое воспрепятствование может быть осуществлено, например, должностными лицами государственной общероссийской организации телерадиовещания (обязанной стороны избирательного информационного правоотношения) посредством лишения одного или нескольких кандидатов на должность Президента Российской Федерации (управомоченной стороны избирательного информационного правоотношения) возможности распространять информационные материалы агитационного характера через соответствующее средство массовой информации.

Воспрепятствование работе избирательных комиссий может выражаться, например, в оказании административного или иного давления на членов соответствующей комиссии с целью принудить их не реагировать на противозаконную предвыборную агитацию, проводимую в интересах определенного кандидата.

Часть вторая статьи 141 Уголовного кодекса Российской Федерации содержит такие квалифицирующие признаки преступления, как подкуп, обман, применение насилия либо угроза его применения, совершенные лицом с использованием своего служебного положения, группой лиц по предварительному сговору или организованной группой. При этом «под использованием служебного положения понимается воспрепятствование осуществлению избирательных прав с использованием служебного положения в любой форме»²¹.

Применение насилия либо угроза его применения к гражданину в ходе избирательной кампании могут быть осуществлены в целях, например, воспрепятствования правомерной агитационной деятельности зарегистрированного кандидата, избирательного объединения, избирательного блока, их уполномоченных представителей, доверенных лиц.

Отягчающим вину обстоятельством является осуществление таких действий группой лиц по предварительному сговору или организованной группой.

Уголовные дела по фактам нарушения избирательных прав граждан при проведении предвыборной агитации возбужда-

²¹ Лайтман Е. Юридическая ответственность за нарушения законодательства о выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации // Избиратель и закон. 1999. № 1. С. 32.

ются органами прокуратуры только при наличии признаков преступления. Уголовная ответственность по указанной статье УК РФ может быть реализована в виде денежного штрафа, обязательных работ, исправительных работ, ареста либо лишения свободы на срок до пяти лет. Представляется необходимым закрепить в УК РФ состав, предусматривающий санкции за злоупотребление свободой массовой информации, а также выделения (по аналогии со ст. 142 УК РФ, предусматривающей возможность уголовного преследования только специального субъекта преступления в лице члена избирательной комиссии с правом решающего голоса) специального субъекта данного преступления – выборного должностного лица, должностного лица организации, осуществляющей выпуск средств массовой информации, журналиста. Кроме того, представляется целесообразным закрепить в УК РФ состав преступления, связанного с предвыборной агитацией, содержащей призывы к экстремистским действиям.

Федеральным законодательством предусмотрена также административная ответственность участников избирательного процесса за нарушения установленных законами о выборах правил проведения предвыборной агитации.

В частности, меры административной ответственности субъектов избирательного процесса из числа граждан и юридических лиц за противоправную предвыборную агитационную деятельность предусмотрены Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Федеральные законы «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» и «О выборах Президента Российской Федерации» устанавливают, что избирательные комиссии вправе в соответствии с административным законодательством Российской Федерации составлять протоколы о совершенных участниками избирательного процесса административных правонарушениях, предусмотренных указанными федеральными законами. Административная ответственность по этим законам может быть реализована только в виде штрафа. Однако санкции, применяемые в порядке административного судопроизводства в отношении должностных лиц – руководителей организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, – малоэффективны и, как правило, не останавливают правонарушителей, чему является причиной и неоправданный либерализм судов.

Так, например, «один из районных судов города Ижевска шесть раз подряд применял в отношении редактора одной из газет меру административной ответственности в виде устного замечания»²². Тем не менее именно административная ответственность является основным видом ответственности субъектов избирательного процесса за нарушения ими установленных федеральными законами и законами субъектов Российской Федерации требований к распространению связанной с выборами информации в период избирательной кампании.

Федеральным Собранием – парламентом Российской Федерации – принят и Президентом Российской Федерации 30 декабря 2001 года подписан Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях. Одновременно принят и подписан Федеральный закон «О введении в действие Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях», согласно которому он вступает в силу с 1 июля 2002 года.

Со дня введения в действие нового Кодекса утрачивает силу Кодекс РСФСР об административных правонарушениях 1984 года, Федеральный закон «Об административной ответственности юридических лиц за нарушение законодательства Российской Федерации о выборах и референдумах» 1999 года, Федеральный закон «О внесении изменений и дополнений в Кодекс РСФСР об административных правонарушениях» 2000 года, установивший административную ответственность за нарушение законодательства о выборах и референдумах, и десятки других нормативных правовых актов РСФСР и Российской Федерации.

Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях состоит из 5 разделов и 32 глав, каждая из которых содержит самостоятельные статьи, что отражает особенности новейшей законодательной техники, примененной при структурировании Кодекса.

Из новаций общего характера заслуживают быть отмеченными следующие: установление административной ответственности юридических лиц (ст. 2.1, 2.10 и др.); признание права на издание законов об административной ответственности субъектами Российской Федерации (ст. 1.1) и установление предметов ведения Российской Федерации в этой области зако-

²² См.: Предвыборная агитация и социологическое обеспечение выборов в органы государственной власти субъектов Российской Федерации // Выборы в органы государственной власти субъектов Российской Федерации, 1997–2000: Электоральная статистика. В 2 т. Т. 1. М.: Весь мир, 2001. С. 92.

подательства (ст. 1.3); существенное расширение мер обеспечения производства по делу об административном правонарушении за счет доставления, осмотра принадлежащих юридическому лицу помещений, территорий, находящихся там вещей и документов, запрещения эксплуатации транспортного средства, ареста товаров, транспортных средств, иных вещей, привода (ст. 27.1); введение термина «административное наказание» взамен существующего термина «административное взыскание» (гл. 3); изменение перечня административных наказаний (ст. 3.2), из числа которых исключены исправительные работы и дополнительно включены такие наказания, как административное выдворение за пределы Российской Федерации иностранного гражданина или лица без гражданства, дисквалификация (ст. 3.10, 3.11); четкое разграничение полномочий Российской Федерации и ее субъектов на предмет установления административных наказаний (ст. 3.2); установление минимального и максимального размера административного штрафа, налагаемого на граждан, должностных лиц и юридических лиц (ст. 3.5), который исчисляется в величине, кратной минимальному размеру оплаты труда, стоимости предмета административного правонарушения, сумме неуплаченных налогов, сборов либо сумме незаконной валютной операции.

Составы административных правонарушений, связанных с выборами и референдумами, даны в главе 5 Кодекса под названием «Административные правонарушения, посягающие на права граждан». Характерно, что именно с их перечня начинается Особенная часть Кодекса.

Предусмотрено 25 составов таких административных правонарушений (ст. 5.1–5.25). Среди них принципиально новой является лишь одна статья (ст. 5.24), устанавливающая административную ответственность председателя или члена избирательной комиссии, комиссии референдума за нарушение установленного законом порядка подсчета голосов. Остальные 24 статьи представляют собой воспроизведение действующих составов административных правонарушений с некоторыми редакционными поправками гипотезы и диспозиции, а также санкций соответствующих статей КоАП РСФСР 1984 года с последующими изменениями и дополнениями. При этом в полном объеме учтены предложения и замечания ЦИК России к проекту Кодекса, направленные в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации (к ст. 5.2, 5.8, 5.9, 5.10, 5.12 и ст. 28.3, ч. 5).

Важно, что нормы Федерального закона «Об административной ответственности юридических лиц за нарушение законодательства Российской Федерации о выборах и референдумах» учтены в соответствующих статьях Кодекса, которые в определенных случаях предусматривают административную ответственность и юридических лиц за нарушение законодательства о выборах и референдумах (ст. 5.3, 5.5, 5.8, 5.9, 5.11, 5.12, 5.13, 5.16, 5.20, 5.23). В отличие от действующих норм КоАП РСФСР, предусмотрена возможность привлечения к административной ответственности юридических лиц и по статье 5.10 (проведение предвыборной агитации, агитации при проведении референдума в период запрещения ее проведения и в местах, где она запрещена законом). В настоящее время соответствующая норма применяется только в отношении граждан и должностных лиц.

В 10 статьях из 24 действующих предусмотрено некоторое снижение размеров штрафов (очевидно, с учетом повышения минимального размера оплаты труда), однако в 3 статьях они несколько повышены.

Заслуживает внимание и то, что по новому Кодексу лица, на которых распространяется действие дисциплинарных уставов или специальных положений о дисциплине, за нарушение законодательства о выборах и референдумах несут административную ответственность на общих основаниях (ст. 2.5).

Следует особо подчеркнуть, что одной из новелл Кодекса является предоставление ряду должностных лиц исключительного права на составление протоколов об административных правонарушениях (вынесение постановлений, когда эти действия осуществляет прокурор), связанных с выборами и референдумами. Так, членам избирательных комиссий, комиссий референдума с правом решающего голоса, уполномоченным соответствующими комиссиями (далее – члены избирательных комиссий и комиссий референдума), такое право предоставляется по девяти составам (ст. 5.2–5.4, 5.6, 5.9, 5.12, 5.16, 5.19, 5.20), прокурорам – по семи составам (ст. 5.1, 5.5, 5.7, 5.8, 5.22–5.24), инспекторам Счетной палаты Российской Федерации – по одному составу (ст. 5.17, ч. 2), должностным лицам органов печати, телевидения, радиовещания – по двум составам (ст. 5.13, 5.25).

По некоторым правонарушениям составлять протоколы могут разные должностные лица. Так, по четырем составам (ст. 5.10, 5.11, 5.14, 5.15) такими полномочиями наделены

должностные лица органов внутренних дел (милиции) и члены избирательных комиссий, комиссий референдума; по одному составу (ст. 5.13) – члены избирательных комиссий, комиссий референдума и должностные лица органов печати, телевидения, радиовещания; по двум составам (ст. 5.17, ч. 1; ст. 5.18) – члены избирательных комиссий, комиссий референдума и инспектора Счетной палаты Российской Федерации; по одному составу (ст. 5.21) – инспектора Счетной палаты и должностные лица органов внутренних дел (милиции).

В Кодексе уточнены органы, рассматривающие дела об административной ответственности за нарушение законодательства о выборах и референдумах. Если дела этой категории были подведомственны районным судам (мировым судьям), то с 1 июля 2002 года эти дела должны рассматриваться мировыми судьями, а в случае, если эти правонарушения совершены военнослужащими и гражданами, призванными на военные сборы, – судьями гарнизонных военных судов.

Установлены следующие сроки производства по административным правонарушениям. Протокол об административном правонарушении составляется надлежащим лицом немедленно после выявления административного правонарушения (ст. 28.5, ч. 1). В случае, если требуется дополнительное выяснение обстоятельств дела либо данных о физическом лице или сведений о юридическом лице, в отношении которых возбуждается дело об административном правонарушении, протокол составляется в течение двух суток с момента выявления административного правонарушения (ст. 28.5, ч. 2).

Протокол (постановление прокурора) об административном правонарушении в течение суток с момента его составления направляется судьей, в орган, должностным лицам, уполномоченным рассматривать это дело (ст. 28.8).

Дело подлежит рассмотрению в пятнадцатидневный срок со дня получения судьей, органом, должностным лицом, правомочным рассматривать дело. Указанный срок может быть продлен, но не более чем на один месяц (ст. 29.6).

По результатам рассмотрения дела об административном правонарушении может быть вынесено постановление (ст. 29.9).

Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении может быть подана в течение десяти суток со дня вручения копии постановления. Возможно восстановление пропущенного срока (ст. 30.3). Установлен десятидневный срок рассмотрения таких жалоб.

Вступившие в законную силу постановления по делам об административных правонарушениях могут быть опротестованы в порядке надзора. Такие протесты, принесенные надлежащими должностными лицами, рассматривают председатели судов общей юрисдикции субъектов Российской Федерации, их заместители, а также Председатель Верховного Суда Российской Федерации и его заместители.

Постановление об административном наказании не подлежит исполнению, если со дня его вступления в законную силу прошел один год (ст. 31.9).

Постановление не может быть вынесено, и дело подлежит прекращению по истечении двух месяцев со дня совершения правонарушения, а за отдельные виды правонарушения – по истечении одного года.

Лицо считается не подвергнутым административному наказанию по истечении одного года после исполнения постановления об административном наказании.

Таковы основные параметры нового Кодекса, связанные с административной ответственностью за нарушения законодательства о выборах и референдумах.

Гражданско-правовая ответственность участников избирательного процесса регламентируется Гражданским кодексом Российской Федерации.

Гражданско-правовая ответственность предусмотрена в том числе за причинение вреда достоинству личности, чести и доброму имени, деловой репутации, а также за посягательство на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, право на имя, иные личные неимущественные права и другие нематериальные блага.

Если противоправной агитационной деятельностью субъекта избирательного процесса гражданину причинены физические или нравственные страдания (моральный вред) либо нарушены его личные неимущественные права, осуществлено посягательство на честь, достоинство, деловую репутацию, доброе имя, на принадлежащие ему другие нематериальные блага, суд может возложить на нарушителя обязанность денежной компенсации указанного вреда.

Кандидат, любой другой участник избирательного процесса вправе через суд требовать опровержения порочащих его честь, достоинство или деловую репутацию сведений, если лицо, распространившее такие сведения, не докажет, что они соответствуют действительности.

При этом следует иметь в виду, что, если сведения, порочащие честь, достоинство или деловую репутацию гражданина, распространены в средствах массовой информации, они должны быть опровергнуты в тех же средствах массовой информации.

В иных случаях порядок опровержения устанавливает суд.

Если решение суда ответчиком не выполнено, суд вправе наложить на нарушителя штраф, взыскиваемый в размере и в порядке, предусмотренными процессуальным законодательством, в доход государства. Уплата штрафа не освобождает нарушителя от обязанности выполнить действие, предусмотренное решением суда.

Кандидат, зарегистрированный кандидат, в отношении которого распространены сведения, порочащие его честь, достоинство или деловую репутацию, вправе наряду с опровержением таких сведений требовать возмещения убытков и морального вреда, причиненных их распространением.

Если установить лицо, распространившее сведения, порочащие честь, достоинство или деловую репутацию кандидата, зарегистрированного кандидата, невозможно, последний вправе обратиться в суд с заявлением о признании распространенных сведений не соответствующими действительности.

Установленные Гражданским кодексом Российской Федерации правила защиты деловой репутации граждан применяются и при защите деловой репутации участников избирательного процесса из числа юридических лиц, то есть организаций (избирательных объединений, избирательных блоков, избирательных комиссий, организаций телерадиовещания, редакций периодических печатных изданий и др.).

Так, Пресненский районный суд города Москвы решением от 21 декабря 2001 года по иску Центральной избирательной комиссии Российской Федерации к ЗАО «Редакция газеты «Московский комсомолец» и Минкину А. В. о защите деловой репутации обязал редакцию газеты опубликовать опровержение признанных не соответствующими действительности и порочащими деловую репутацию Центральной избирательной комиссии Российской Федерации сведений в порядке, предусмотренном статьей 44 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»²³.

²³ Решение Пресненского районного суда ЦАО г. Москвы № 2-2487/2001 от 21 декабря 2001 года по иску Центральной избирательной комиссии Российской Федерации к ЗАО «Редакция газеты «Московский комсомолец», Минкину А.В. о защите деловой репутации.

Нарушители российского законодательства о выборах из числа военнослужащих, сотрудников органов внутренних дел, прокуратуры, таможенных органов, работников других ведомств, средств массовой информации, иных организаций и учреждений могут быть привлечены также к дисциплинарной ответственности.

Согласно статье 65 Федерального закона, иным федеральным законам о выборах в качестве оснований для привлечения участника избирательного процесса к уголовной, административной либо иной ответственности могут, наряду с другими, выступать следующие:

- воспрепятствование путем насилия, обмана, угроз, подлога или иным способом свободному осуществлению гражданином Российской Федерации права избирать и быть избранным. Такое противоправное деяние может быть осуществлено, например, в виде отказа предоставить эфирное время или печатную площадь субъекту агитационной деятельности, которому законом о выборах предоставлено право ведения предвыборной агитации через средства массовой информации²⁴;

- использование преимуществ своего должностного или служебного положения в целях избрания. Может выражаться в привлечении к проведению агитации за себя или против другого кандидата подчиненных работников, использовании в агитационных целях бюджетных средств, служебных помещений, транспорта, связи, оргтехники, расходных материалов, доступа к средствам массовой информации и др.;

- осуществление подкупа избирателей, то есть деяние, запрещенное пунктом 3 статьи 45 Федерального закона. Подкуп избирателей федеральное законодательство квалифицирует как злоупотребление правом на проведение предвыборной агитации;

- осуществление благотворительной деятельности, а также изготовление и распространение коммерческой и иной рекламы в нарушение федеральных законов о выборах или законов субъектов Российской Федерации о выборах. Такие действия также квалифицируются российским законодателем как злоупотребление правом на проведение предвыборной агитации;

- распространение заведомо ложных сведений о кандидатах, зарегистрированных кандидатах или совершение иных действий, порочащих честь и достоинство кандидатов, зарегистрированных кандидатов;

²⁴ Большаков С.В., Ищенко Е.П. Предвыборная агитация: взгляд изнутри. М.: РЦИОТ. 1999. С. 39.

– нарушение правил проведения предвыборной агитации, в том числе распространение информации агитационного характера в день, предшествующий дню голосования, и в день голосования;

– отказ должностных лиц создать условия для проведения массовых мероприятий в случае, если такая обязанность возложена на них законом;

– нарушение установленных федеральными законами о выборах правил финансирования избирательной кампании. В частности, федеральными законами устанавливается, что оплата эфирного времени и печатной площади, предоставляемых для агитационных целей, выпуска и распространения агитационных печатных материалов, иных мероприятий агитационного характера должна осуществляться исключительно через соответствующие избирательные фонды;

– противозаконное вмешательство в работу избирательных комиссий либо в деятельность членов избирательных комиссий, связанную с исполнением ими своих обязанностей, или воспрепятствование осуществлению такой работы либо деятельности. Например, вмешательство в деятельность избирательной комиссии по осуществлению контроля за соблюдением избирательных прав граждан в ходе проведения предвыборной агитации;

– непредставление или отказ от публикации финансового отчета кандидата, зарегистрированного кандидата, избирательного объединения, избирательного блока. Такие действия наказуемы, поскольку могут помешать деятельности избирательной комиссии по осуществлению контроля за выполнением требований федерального законодательства в части оплаты предвыборных агитационных мероприятий;

– отказ должностных лиц государственных органов осуществить по представлению избирательных комиссий проверку информации о нарушениях Федерального закона, иных федеральных законов и непринятие ими мер по пресечению таких нарушений, в том числе нарушений, связанных с проведением предвыборной агитации, участниками избирательного процесса.

Субъектами ответственности за нарушение избирательного законодательства при проведении предвыборной агитации являются физические и юридические лица, то есть граждане и организации (органы, учреждения и др.).

К субъектам ответственности из числа физических лиц могут быть отнесены избиратели, кандидаты, зарегистрирован-

ные кандидаты; члены избирательных объединений, избирательных блоков, инициативных групп, выдвинувших кандидатов; уполномоченные представители избирательных объединений, избирательных блоков и кандидатов; доверенные лица зарегистрированных кандидатов; представители избирательных объединений, избирательных блоков, их уполномоченные представители по финансовым вопросам; сборщики подписей; наблюдатели, иностранные (международные) наблюдатели; представители средств массовой информации, журналисты, члены избирательных комиссий; представители органов государственной власти и органов местного самоуправления и другие субъекты избирательного процесса.

В качестве субъектов ответственности из числа юридических лиц могут выступать избирательные объединения, избирательные блоки, политические партии, общественные объединения, государственные органы, органы местного самоуправления, религиозные объединения, редакции периодических печатных изданий, организации телерадиовещания, финансовые и кредитные учреждения, издательства, типографии, иные организации.

Следует отметить, что субъектами уголовной и дисциплинарной ответственности могут быть только физические лица.

Субъектами государственно-правовой, административной и гражданско-правовой ответственности за нарушение законов о выборах, регулирующих проведение предвыборной агитации, могут являться как физические, так и юридические лица.

Регулирование деятельности участников избирательного процесса из числа физических и юридических лиц на стадии предвыборной агитации осуществляют и иные федеральные законы.

Так, например, Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» предусматривает ответственность средств массовой информации, их должностных лиц и творческих работников (журналистов).

В соответствии со статьей 59 этого Закона злоупотребление свободой массовой информации, выразившееся в нарушении требований статьи 4 указанного Закона, влечет уголовную, административную, дисциплинарную или иную ответственность.

Злоупотребление правами журналиста, выразившееся в нарушении требований статей 50 и 51, либо несоблюдение соответствующих обязанностей влечет, в соответствии с этим Законом, уголовную или дисциплинарную ответственность.

Заключение

Федеральное законодательство о выборах устанавливает круг субъектов агитационной деятельности, сроки, формы и методы ее проведения, а также содержание понятия «предвыборная агитация», что позволяет выделить ее квалифицирующие признаки.

Предусмотренный федеральными законами о выборах порядок осуществления предвыборной агитации не ограничивает права граждан на получение и распространение информации, не связанной с предвыборной агитацией.

Дифференцируя предвыборную агитацию на финансируемую и осуществляемую без оплаты, проводимую различными методами, надлежащими и ненадлежащими субъектами агитационной деятельности, а также в установленные законом сроки или в период, когда предвыборная агитация запрещена, законодательство о выборах позволяет квалифицировать предвыборную агитацию как правомерную либо противоправную.

За нарушения установленных законами о выборах порядка и правил проведения предвыборной агитации законодательство предусматривает государственно-правовую, уголовную, административную, гражданскую и дисциплинарную ответственность для различных категорий физических лиц, допускающих проведение противоправной предвыборной агитации, а также злоупотребление правом на проведение агитации. Предусмотрена за подобные нарушения также государственно-правовая и административная ответственность юридических лиц.

Государственно-правовая, уголовная, административная, гражданско-правовая, дисциплинарная ответственность за нарушения субъектами избирательного процесса установленных законодательством о выборах порядка и правил распространения связанной с выборами массовой информации выступает в качестве публично-правового средства обеспечения правопорядка в сфере производства, распространения и(или) получения такой специфической информации в период избирательной кампании.

Задача реализации и защиты избирательных прав граждан, в том числе на стадии предвыборной агитации, возложена законодателем на избирательные комиссии, полномочия и порядок деятельности которых устанавливаются законами о выборах.

По итогам проведенных в 1999–2002 годах федеральных избирательных кампаний можно сделать вывод о том, что обновленное в период с 1997 года российское избирательное законодательство является полноценной правовой базой для проведения подлинно демократических, свободных и конкурентных выборов. Тем не менее процесс совершенствования правового регулирования предвыборной агитации в известной степени отстает от потребностей практики проведения выборов в органы государственной власти и органы местного самоуправления. Современное состояние правового регулирования предвыборной агитации до сих пор сохраняет черты определенного схематизма, что проявляется в отсутствии внимания законодателя к существенным деталям, нередко содержащим в себе противоречия, порождающие предпосылки к нарушениям субъектами избирательного процесса порядка и правил проведения предвыборной агитации. Так, Кодексом об административных правонарушениях Российской Федерации установлены сроки производства по административным правонарушениям, которые не соответствуют установленным федеральными законами о выборах срокам рассмотрения обращений и жалоб граждан в избирательные комиссии и суды.

Федеральный закон от 12 июня 2002 года «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан российской Федерации» более полно и детально, нежели ранее действующее российское законодательство о выборах, регулирует порядок и правила информирования избирателей и осуществления предвыборной агитационной деятельности участников избирательного процесса.

Но процесс совершенствования правового регулирования распространения связанной с выборами информации в период избирательной кампании нельзя считать завершенным. Уже сейчас ясно, что повышению эффективности правового регулирования предвыборной агитации могли бы способствовать:

– дальнейшее уточнение федерального законодательства о выборах в части нормативного регулирования предвыборной агитации. В коррективах нуждаются правовые нормы, регулирующие порядок осуществления информирования избирате-

лей и равный доступ кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, иных субъектов избирательного процесса к средствам массовой информации для проведения предвыборной агитации;

– дальнейшее уравнивание правового статуса государственных и негосударственных средств массовой информации как субъектов избирательного процесса;

– более детальное правовое регулирование деятельности организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации в сфере освещения хода избирательной кампании, деятельности зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, зарегистрировавших списки кандидатов;

– внесение соответствующих дополнений и изменений в действующие федеральные законы о средствах массовой информации (для того, в частности, чтобы создать правовые возможности для пресечения в период избирательной кампании противоправной информационной деятельности организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации), о благотворительной деятельности и благотворительных организациях, а также в Уголовный кодекс Российской Федерации, Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, в Гражданский кодекс Российской Федерации, в иные нормативные правовые акты, регулирующие процессы распространения связанной с выборами информации в период избирательной кампании;

– и наконец, дальнейшее совершенствование избирательной системы в России, предусматривающее, в частности, внесение соответствующих дополнений в Конституцию Российской Федерации.

Не менее важным представляется также дальнейшее развитие системы избирательных комиссий, укрепление их статуса как подлинно независимых и самостоятельных органов, призванных обеспечить реализацию и защиту избирательных прав граждан, а также улучшение координации деятельности избирательных комиссий и правоохранительных органов.

Примерная программа учебно-практического курса «Информирование избирателей и предвыборная агитация: особенности правового регулирования, ответственность за нарушения установленных законом порядка и правил агитационной деятельности». Всего 12 часов, из них лекций – 8 часов (4 лекции по 2 часа), семинаров – 4 часа (2 семинара по 2 часа).

Курс лекций на тему «Информационное обеспечение избирательного процесса»

Лекция 1

Общие вопросы регулирования распространения информации в период избирательной кампании: мировой и отечественный опыт (2 часа)

Лекция 2

Предвыборная агитация и информирование избирателей как две составляющие части информационного обеспечения избирательного процесса (2 часа)

Лекция 3

Предвыборная агитация как институт избирательного права и стадия избирательного процесса (2 часа)

Лекция 4

Ответственность за нарушения установленных законом порядка и правил проведения предвыборной агитации (2 часа)

Планы семинарских занятий по курсу «Информационное обеспечение избирательного процесса»

Семинар 1. Предвыборная агитация как правовой феномен. Особенности правового регулирования (2 часа)

1. Понятие предвыборной агитации, ее признаки.
2. Сроки, формы и методы проведения предвыборной агитации.

3. Объект и субъекты предвыборной агитационной деятельности. Финансируемая предвыборная агитация и предвыборная агитация через СМИ.

Семинар 2. Виды и формы проведения предвыборной агитации. Ответственность за нарушения требований законодательства (2 часа)

1. Предвыборная агитация через средства массовой информации.
2. Оплачиваемая предвыборная агитация. Избирательные фонды.
3. Ответственность субъектов избирательного процесса за нарушения установленных законом порядка и правил проведения предвыборной агитации. Административная и судебная практика.

Контрольные вопросы

1. Что такое предвыборная агитация, каковы ее признаки?
2. Что такое формы и методы проведения предвыборной агитации?
3. Перечислите субъектов агитационной деятельности в период избирательной кампании. Чем специальные субъекты предвыборной агитации отличаются от общих субъектов предвыборной агитационной деятельности?
4. Чем предвыборная агитация отличается от информирования избирателей? Назовите субъектов информирования, его основные признаки.
5. Какие из субъектов избирательного процесса не являются субъектами агитационной деятельности?
6. Какие субъекты предвыборной агитации не вправе проводить ее при исполнении должностных или служебных обязанностей или с использованием преимуществ служебного или должностного положения?
7. В какие сроки осуществляется правомерная предвыборная агитация?
8. В чем заключаются особенности проведения предвыборной агитации через средства массовой информации?
9. В чем заключаются особенности проведения оплачиваемой предвыборной агитации?
10. Какие требования предъявляет федеральное законодательство к организациям, осуществляющим выпуск средств массовой информации, в случае их участия в агитационной деятельности специальных субъектов предвыборной агитации?
11. На каких условиях осуществляется предвыборная агитация посредством выпуска и распространения предвыборных печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов?
12. Каковы установленные федеральным законодательством условия проведения агитации посредством массовых мероприятий?

13. Кто имеет право на получение бесплатного эфирного времени и бесплатной печатной площади для проведения предвыборной агитации? Каков установленный законами о выборах порядок реализации этого права?
14. Каковы условия реализации права на осуществление предвыборной агитации через средства массовой информации за плату? Назовите субъектов такого права, расскажите о порядке его реализации.
15. Кто и с какой целью проводит жеребьевку для распределения бесплатного эфирного времени между специальными субъектами предвыборной агитации? Каков порядок ее проведения?
16. Какова юридическая ответственность специальных субъектов агитационной деятельности за нарушения установленных законом порядка и правил проведения предвыборной агитации?
17. Какая ответственность за нарушения законов о выборах предусмотрена федеральным законодательством для организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации?

Нормативные правовые акты, регулирующие предвыборную агитационную деятельность участников избирательной кампании

1. Конституция Российской Федерации // Российская газета. 1993. 25 дек.
2. О политических партиях: Федеральный закон от 11 июля 2001 г. № 95-ФЗ // Российская газета. 2001. 14 июля.
3. О порядке формирования Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации: Федеральный закон от 5 авг. 2000 г. № 113-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 2000. N 32, ст. 3336.
4. О выборах Президента Российской Федерации: Федеральный закон от 31 дек. 1999 г. № 228-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 2000. № 1 (ч. II), ст. 11.
5. О внесении изменения и дополнений в статью 10 Закона Российской Федерации «О милиции»: Федеральный закон от 6 дек. 1999 г. № 209-ФЗ // Российская газета. 1999. 8 дек.
6. Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации: Федеральный закон от 6 окт. 1999 г. № 184-ФЗ (с изменениями от 29 июля 2000 г., 8 февр. 2001 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2000. № 31, ст. 3205.
7. О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации: Федеральный закон от 24 июня 1999 г. № 121-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 1999. № 26, ст. 3178.
8. О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «О прокуратуре Российской Федерации»: Федеральный закон от 10 февр. 1999 г. № 31-ФЗ // Российская газета. 1999. 17 февр.
9. О мировых судьях в Российской Федерации: Федеральный закон от 17 дек. 1998 г. № 188-ФЗ // Российская газета. 1998. 22 дек.

10. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998 г. № 145-ФЗ (с изменениями от 31 дек. 1999 г., 5 авг., 27 дек. 2000 г.) // Российская газета. 1998. 12 авг.
11. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ (с изменениями от 30 марта, 9 июля 1999 г., 2 янв. 2000 г.)// Собрание законодательства Российской Федерации. 1998. № 31, ст. 3824.
12. Часть вторая от 5 авг. 2000 г. № 117-ФЗ (с изменениями от 29 дек. 2000 г.)// Собрание законодательства Российской Федерации. 2000. № 32, ст. 3340.
13. О внесении изменений и дополнений в Закон РСФСР «О языках народов РСФСР»: Федеральный закон от 24 июля 1998 г. № 126-ФЗ // Российская газета. 1998. 4 авг.
14. О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «Об общественных объединениях»: Федеральный закон от 19 июля 1998 г. № 112-ФЗ // Российская газета. 1998. 24 июля.
15. О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «Об обеспечении конституционных прав граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы местного самоуправления»: Федеральный закон от 22 июня 1998 г. № 85-ФЗ// Российская газета. 1998. 25 июня.
16. О статусе военнослужащих: Федеральный закон от 27 мая 1998 г. № 76-ФЗ // Российская газета. 1998. 2 июня.
Об актах гражданского состояния: Федеральный закон от 15 нояб. 1997 г. № 143-ФЗ// Российская газета. 1997. 20 нояб.
17. О свободе совести и о религиозных объединениях: Федеральный закон от 26 сент. 1997 г. № 125-ФЗ// Российская газета. 1997. 1 янв.
18. Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации: Федеральный закон от 19 июня 2002 г. № 67-ФЗ // Российская газета. 2002. 15 июня.
19. О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации «О беженцах»: Федеральный закон от 28 июня 1997 г. № 95-ФЗ (с изменениями от 21 июля 1998 г., 7 авг., 7 нояб. 2000 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1997. № 26, ст. 2956.
20. О внесении дополнений в Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»: Федеральный закон от 17 марта 1997 г. № 55-ФЗ // Российская газета. 1997. 20 мар.

21. О судебной системе Российской Федерации: Федеральный конституционный закон от 31 дек. 1996 г. № 1-ФКЗ // Российская газета. 1997. 6 янв.
22. Об обеспечении конституционных прав граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы местного самоуправления: Федеральный закон от 26 нояб. 1996 г. № 138-ФЗ (с изменениями от 22 июня 1998 г.)// Российская газета. 1996. 4 дек.
23. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая от 30 нояб. 1994 г. № 51-ФЗ. (с изменениями от 20 февр., 12 авг. 1996 г., 24 окт. 1997 г., 8 июля, 17 дек. 1999 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1994. № 32, ст. 3301.
24. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая от 26 янв. 1996 г. № 14-ФЗ// Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 5, ст. 410.
25. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (действующая редакция) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. № 25, ст. 2954.
26. О некоммерческих организациях: Федеральный закон от 12 янв. 1996 г. № 7-ФЗ (с изменениями от 26 нояб. 1998 г., 8 июля 1999 г.) // Российская газета. 1996. 24 янв.
Об общих принципах организации местного самоуправления
27. в Российской Федерации: Федеральный закон от 28 авг. 1995. № 154-ФЗ (с изменениями от 22 апр., 26 нояб. 1996 г., 17 мар. 1997 г., 4 авг. 2000 г.)// Российская газета. 1995. 1 сент.
28. О благотворительной деятельности и благотворительных организациях: Федеральный закон от 11 авг. 1995 г. № 135-ФЗ // Российская газета. 1995. 17 авг.
29. Об основах государственной службы Российской Федерации: Федеральный закон от 31 июля 1995 г. № 119-ФЗ (с изменениями от 18 февр. 1999 г., 7 нояб. 2000 г.) // Российская газета. 1995. 3 авг.
30. Об общественных объединениях: Федеральный закон от 19 мая 1995 г. № 82-ФЗ (с изменениями от 17 мая 1997 г., 19 июля 1998 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1995. № 21, ст. 1930.
31. Об информации, информатизации и защите информации: Федеральный закон от 20 февр. 1995 г. № 24-ФЗ// Собрание законодательства Российской Федерации. 1995. № 8, ст. 609.
32. О праве граждан Российской Федерации на свободу передвижения, выбор места пребывания и жительства в пределах

- Российской Федерации: Закон Российской Федерации от 25 июня 1993 г. № 5242-1 // Российская газета. 1993. 10 авг.
34. О средствах массовой информации: Закон Российской Федерации от 27 дек. 1991 г. № 2124-1 (с изменениями от 13 янв., 6 июня, 19 июля, 27 дек. 1995 г., 2 марта 1998 г., 20 июня, 5 авг. 2000 г.) // Ведомости СНД и Верховного Суда Российской Федерации. 1992. № 7, ст. 300.
 35. О гражданстве Российской Федерации: Закон Российской Федерации от 28 нояб. 1991 г. № 1948-1 (с изменениями от 17 июня 1993 г., 6 февр. 1995 г.) // Ведомости СНД и Верховного Суда Российской Федерации. 1992. № 6, ст. 243.
 36. О Декларации прав и свобод человека и гражданина: Постановление Верховного Совета РСФСР от 22 нояб. 1991 г. // Ведомости СНД РСФСР и Верховного Суда РСФСР. 1991. № 52, ст. 1865.
 37. О языках народов Российской Федерации: Закон Российской Федерации от 25 окт. 1991 г. № 1807-1 (с изменениями от 24 июля 1998 г.) // Ведомости СНД и Верховного Суда РСФСР. 1991. № 50, ст. 1740.
 38. О милиции: Закон Российской Федерации от 18 апр. 1991 г. № 1026-1 (с изменениями от 18 февр., 1 июля 1993 г., 15 июн. 1996., 31 мар., 6 дек. 1999, 25 июля, 7 нояб., 29 дек. 2000) // Ведомости СНД и Верховного Суда РСФСР. 1991. № 16, ст. 503.
 39. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 дек. 2001 г. // Российская газ. 2001. 31 дек.
 40. О правовом положении иностранных граждан в СССР: Закон СССР от 24 июня 1981 г. № 5152-X // Ведомости Верховного Суда СССР. 1981. №26, ст. 836.
 41. Гражданский процессуальный кодекс РСФСР от 11 июня 1964 г. в редакции от 28 апр. 1993 г. (с изменениями от 28 апр., 30 нояб., 31 дек. 1995 г., 21 авг., 26 нояб. 1996 г., 17 мар., 16 нояб. 1997 г., 25 июня 1998 г., 4 янв. 1999 г., 7 авг. 2000 г.) // Ведомости ВС РСФСР. 1964. № 24, ст. 407.
 42. Уголовно-процессуальный кодекс РСФСР от 27 окт. 1960 г. Ведомости Верховного Суда РСФСР. 1960. № 40, ст. 592.

Федеральный закон от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ
«Об основных гарантиях избирательных прав и
права на участие в референдуме граждан
Российской Федерации»
(извлечение)

Статья 2. Основные термины и понятия

Для целей настоящего Федерального закона применяемые термины и понятия означают:

1) агитационные материалы – печатные, аудиовизуальные и иные материалы, содержащие признаки предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума и предназначенные для массового распространения, обнародования в период избирательной кампании, кампании референдума;

2) агитационный период – период, в течение которого разрешается проводить предвыборную агитацию, агитацию по вопросам референдума;

3) агитация по вопросам референдума – деятельность, осуществляемая в период кампании референдума и имеющая целью побудить или побуждающая участников референдума поддержать инициативу проведения референдума либо отказаться от такой поддержки, голосовать либо отказаться от голосования на референдуме, поддержать либо отвергнуть вынесенный на референдум вопрос;

4) агитация предвыборная (предвыборная агитация) – деятельность, осуществляемая в период избирательной кампании и имеющая целью побудить или побуждающая избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов, список кандидатов или против него (них) либо против всех кандидатов (против всех списков кандидатов);

18) избиратель – гражданин Российской Федерации, обладающий активным избирательным правом;

19) избирательная кампания – деятельность по подготовке и проведению выборов, осуществляемая в период со дня официального опубликования (публикации) решения уполномоченного на то должностного лица, государственного органа, органа местного самоуправления о назначении (проведении) выборов до дня пред-

ставления избирательной комиссией, организующей выборы, отчета о расходовании средств соответствующего бюджета, выделенных на подготовку и проведение выборов;

20) избирательная кампания кандидата, избирательного объединения, избирательного блока – деятельность, направленная на достижение определенного результата на выборах и осуществляемая в период со дня выдвижения кандидата, списка кандидатов до дня представления итогового финансового отчета кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком, а также уполномоченными ими лицами;

28) избирательные права граждан – конституционное право граждан Российской Федерации избирать и быть избранными в органы государственной власти и органы местного самоуправления, а также право участвовать в выдвижении кандидатов, списков кандидатов, в предвыборной агитации, в наблюдении за проведением выборов, работой избирательных комиссий, включая установление итогов голосования и определение результатов выборов, в других избирательных действиях в порядке, установленном Конституцией Российской Федерации, настоящим Федеральным законом, иными федеральными законами, конституциями (уставами), законами субъектов Российской Федерации;

46) организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, – организации, осуществляющие теле- и (или) радиовещание, и редакции периодических печатных изданий;

47) органы государственной власти субъектов Российской Федерации – законодательные (представительные) органы государственной власти субъектов Российской Федерации, высшие должностные лица субъектов Российской Федерации (руководители высших исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации), иные органы государственной власти субъектов Российской Федерации, предусмотренные конституциями (уставами) субъектов Российской Федерации и избираемые непосредственно гражданами Российской Федерации в соответствии с Конституцией Российской Федерации, настоящим Федеральным законом, иными федеральными законами, конституциями (уставами), законами субъектов Российской Федерации;

48) органы государственной власти федеральные (федеральные органы государственной власти) – Президент Российской Федерации, Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации, иные федеральные органы государственной власти, предусмотренные Конституцией Российской Федерации и избираемые непосредственно гражданами Российской Федерации в соответствии с Конституцией Российской Федерации, федеральными законами;

49) органы местного самоуправления – представительные и иные выборные органы местного самоуправления, выборные должностные лица местного самоуправления, избираемые непосредственно гражданами Российской Федерации на территориях, на которых осуществляется местное самоуправление, в соответствии с Конституцией Российской Федерации, настоящим Федеральным законом, иными федеральными законами, конституциями (уставами), законами субъектов Российской Федерации, уставами муниципальных образований;

52) представитель средства массовой информации – лицо, имеющее редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий его полномочия представителя организации, осуществляющей выпуск средств массовой информации.

Статья 3. Принципы проведения в Российской Федерации выборов и референдумов

6. Иностранцы граждане, за исключением случая, указанного в пункте 10 статьи 4 настоящего Федерального закона, лица без гражданства, иностранные юридические лица не вправе осуществлять деятельность, способствующую либо препятствующую выдвижению кандидатов, списков кандидатов, избранию зарегистрированных кандидатов, выдвижению инициативы проведения референдума и проведению референдума, достижению определенного результата на выборах, референдуме.

Статья 4. Всеобщее избирательное право и право на участие в референдуме

1. Гражданин Российской Федерации, достигший возраста 18 лет, имеет право избирать, голосовать на референдуме, а по достижении возраста, установленного Конституцией Российской Федерации, федеральными законами, конституциями (уставами), законами субъектов Российской Федерации, – быть избранным в органы государственной власти и органы местного самоуправления. Гражданин Российской Федерации, который достигнет на день голосования возраста 18 лет, вправе участвовать в предусмотренных законом и проводимых законными методами других избирательных действиях, других действиях по подготовке и проведению референдума.

2. Гражданин Российской Федерации имеет право избирать, быть избранным, участвовать в референдуме независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям, а также других обстоятельств.

3. Не имеют права избирать, быть избранными, участвовать в референдуме граждане, признанные судом недееспособными или содержащиеся в местах лишения свободы по приговору суда.

10. На основании международных договоров Российской Федерации и в порядке, установленном законом, иностранные граждане, постоянно проживающие на территории соответствующего муниципального образования, имеют право избирать и быть избранными в органы местного самоуправления, участвовать в иных избирательных действиях на указанных выборах, а также участвовать в местном референдуме на тех же условиях, что и граждане Российской Федерации.

Глава VII. ГАРАНТИИ ПРАВ ГРАЖДАН НА ПОЛУЧЕНИЕ И РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ О ВЫБОРАХ И РЕФЕРЕНДУМАХ

Статья 44. Информационное обеспечение выборов и референдумов

Информационное обеспечение выборов и референдумов включает в себя информирование избирателей, участников референдума, предвыборную агитацию, агитацию по вопросам референдума и способствует осознанному волеизъявлению граждан, гласности выборов и референдумов.

Статья 45. Информирование избирателей и участников референдума

1. Информирование избирателей и участников референдума осуществляют органы государственной власти, органы местного самоуправления, комиссии, организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, физические и юридические лица в соответствии с настоящим Федеральным законом. Органы государственной власти, органы местного самоуправления не вправе информировать избирателей о кандидатах, об избирательных объединениях, избирательных блоках.

2. Содержание информационных материалов, размещаемых в средствах массовой информации или распространяемых иным способом, должно быть объективным, достоверным, не должно нарушать равенство кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков.

3. Информирование избирателей, участников референдума, в том числе через средства массовой информации, о ходе подготовки и проведения выборов, референдумов, о сроках и порядке совершения избирательных действий, действий по участию в референдуме, о законодательстве Российской Федерации о выборах и референдумах, о кандидатах, об избирательных объединениях, избирательных блоках осуществляют комиссии.

4. Деятельность организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, по информированию избирателей, участников референдума осуществляется свободно.

5. В информационных теле- и радиопрограммах, публикациях в периодических печатных изданиях сообщения о проведении предвыборных мероприятий, мероприятий, связанных с референдумом, должны даваться исключительно отдельным информационным блоком, без комментариев. В них не должно отдаваться предпочтение какому бы то ни было кандидату, избирательному объединению, избирательному блоку, инициативной группе по проведению референдума, иной группе участников референдума, в том числе по времени освещения их предвыборной деятельности, деятельности, связанной с проведением референдума, объему печатной площади, отведенной таким сообщениям.

6. Журналист, иной творческий работник, должностное лицо организации, осуществляющей выпуск средства массовой информации, участвовавшие в деятельности по информационному обеспечению выборов, референдума в соответствии с законодательством Российской Федерации о выборах и референдумах, не 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.

7. В день голосования до момента окончания голосования на территории соответствующего избирательного округа, округа референдума запрещается публикация (обнародование) данных о результатах выборов, референдума, в том числе размещение таких данных в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования (включая Интернет).

Статья 46. Опросы общественного мнения

1. Опубликование (обнародование) результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами и референдумами, является разновидностью информирования избирателей, участников референдума. Несоблюдение требований пунктов 2 и 3 настоящей статьи при опубликовании (обнародовании) результатов опросов общественного мнения влечет за собой признание материалов, содержащих такие сведения, агитационными и ответственность, предусмотренную федеральным законом.

2. При опубликовании (обнародовании) результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами и референдумами, средства массовой информации, граждане и организации,

осуществляющие указанное опубликование (обнародование), обязаны указывать организацию, проводившую опрос, время его проведения, число опрошенных (выборку), метод сбора информации, регион проведения опроса, точную формулировку вопроса, статистическую оценку возможной погрешности, лицо (лица), заказавшее (заказавших) проведение опроса и оплатившее (оплативших) его публикацию.

3. В течение пяти дней до дня голосования, а также в день голосования запрещается 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 общего пользования (включая Интернет).

Статья 47. Организации телерадиовещания и периодические печатные издания, используемые для информационного обеспечения выборов и референдумов

1. Информационное обеспечение выборов и референдумов соответствующего уровня осуществляется государственными и муниципальными, а также негосударственными организациями телерадиовещания и редакциями государственных и муниципальных, а также негосударственных периодических печатных изданий.

2. В настоящем Федеральном законе под государственными организациями телерадиовещания, государственными периодическими печатными изданиями понимаются организации телерадиовещания и периодические печатные издания, учредителями (соучредителями) которых или учредителями (соучредителями) редакций которых являются государственные органы, организации и (или) которым за год, предшествующий дню официального опубликования (публикации) решения о назначении (проведении) выборов, дню официального опубликования решения о назначении референдума, оказывалась государственная поддержка в форме субсидий и (или) субвенций на текущее функционирование за счет средств федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации и (или) в уставном (складочном) капитале которых на день официального опубликования (публикации) решения о назначении (проведении) выборов, референдума имеется государственная доля.

3. В настоящем Федеральном законе под муниципальными организациями телерадиовещания, муниципальными периодическими печатными изданиями понимаются организации телерадиовещания и периодические печатные издания, учредителями (соучредителями) которых или учредителями (соучредителями) редакций которых являются муниципальные органы, организации и (или) которым за год, предшествующий дню официального опубликования (публикации) решения о назначении (проведении) выборов, дню

официального опубликования решения о назначении референдума, оказывалась муниципальная поддержка в форме субсидий и (или) субвенций на текущее функционирование за счет средств местного бюджета и (или) в уставном (складочном) капитале которых на день официального опубликования (публикации) решения о назначении (проведении) выборов, референдума имеется муниципальная доля.

4. В настоящем Федеральном законе под негосударственными организациями телерадиовещания, негосударственными периодическими печатными изданиями понимаются организации телерадиовещания, периодические печатные издания, не подпадающие под действие пунктов 2 и 3 настоящей статьи.

5. В зависимости от территории распространения информации государственные организации телерадиовещания и государственные периодические печатные издания разделяются в настоящем Федеральном законе на:

а) общероссийские организации телерадиовещания, то есть организации телерадиовещания, имеющие лицензию на вещание на территориях половины или более чем половины субъектов Российской Федерации;

б) региональные организации телерадиовещания, то есть организации телерадиовещания, имеющие лицензию на вещание на территориях менее чем половины субъектов Российской Федерации, а также соответствующие подразделения организаций телерадиовещания, указанных в подпункте «а» настоящего пункта;

в) общероссийские периодические печатные издания, зарегистрированные для распространения на территориях половины или более чем половины субъектов Российской Федерации;

г) региональные периодические печатные издания, зарегистрированные для распространения на территориях менее чем половины субъектов Российской Федерации.

6. В периодических печатных изданиях, учрежденных органами законодательной (представительной), исполнительной и судебной власти, органами местного самоуправления исключительно для опубликования их официальных материалов и сообщений, нормативных и иных актов, не могут публиковаться агитационные материалы, а также материалы, освещающие деятельность кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, инициативной группы по проведению референдума.

7. Перечень государственных и (или) муниципальных организаций телерадиовещания и государственных и (или) муниципальных периодических печатных изданий, обязанных предоставлять эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума, публикуется комиссией, организующей выборы, референдум, или указанной в законе нижестоящей комиссией по представлению соответ-

ствующих органов исполнительной власти, осуществляющих государственную политику в области средств массовой информации, органов местного самоуправления.

Статья 48. Предвыборная агитация, агитация по вопросам референдума

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

2. Предвыборной агитацией признаются осуществляемые в период избирательной кампании:

а) призывы голосовать за или против кандидата (списка кандидатов);

б) выражение предпочтения в отношении кого-либо из кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, в частности указание на то, за какого из кандидатов, за какой из списков кандидатов, за какое из избирательных объединений, за какой из избирательных блоков будет голосовать избиратель;

в) описание возможных последствий избрания или неизбрания кандидата (списка кандидатов);

г) распространение информации с явным преобладанием сведений о каких-либо кандидатах, об избирательных объединениях, избирательных блоках 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, избирательному блоку, к которым принадлежит данный кандидат, к избирательному объединению, избирательному блоку, выдвинувшим кандидата, кандидатов, списков кандидатов;

ж) иные действия, имеющие целью побудить или побуждающие избирателей голосовать за кандидатов, списки кандидатов или против них, против всех кандидатов, против всех списков кандидатов.

3. Предвыборная агитация, агитация по вопросам референдума может проводиться:

а) на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях;

б) посредством проведения массовых мероприятий (собраний и встреч с гражданами, митингов, демонстраций, шествий, публичных дебатов и дискуссий);

в) посредством выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и других агитационных материалов;

г) иными не запрещенными законом методами.

4. Кандидат, избирательное объединение, избирательный блок, инициативная группа по проведению референдума самостоятельно определяют содержание, формы и методы своей агитации, самостоятельно проводят ее, а также вправе в установленном законодательством порядке привлекать для ее проведения иных лиц.

5. Расходы на проведение предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума осуществляются исключительно за счет средств соответствующих избирательных фондов, фондов референдума в установленном законом порядке. Агитация за кандидата, избирательное объединение, избирательный блок, оплачиваемая из средств избирательных фондов других кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, запрещается.

6. Запрещается прямое или косвенное привлечение к предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума лиц, которые не достигнут возраста 18 лет на день голосования.

7. Запрещается проводить предвыборную агитацию, агитацию по вопросам референдума, выпускать и распространять любые агитационные материалы:

а) федеральным органам государственной власти, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, иным государственным органам, органам местного самоуправления;

б) лицам, находящимся на государственной или муниципальной службе, в том числе военнослужащим, лицам, замещающим государственные должности категории «А» или выборные муниципальные должности, при исполнении ими своих должностных или служебных обязанностей и (или) с использованием преимуществ должностного или служебного положения;

в) воинским частям, военным учреждениям и организациям;

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

д) комиссиям, членам комиссий с правом решающего голоса;

е) иностранным гражданам, за исключением случая, предусмотренного пунктом 10 статьи 4 настоящего Федерального закона, лицам без гражданства, иностранным юридическим лицам;

ж) представителям организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, при осуществлении ими профессиональной деятельности.

8. Лицам, замещающим государственные должности категории «А» или выборные муниципальные должности, запрещается проводить предвыборную агитацию на каналах организаций те-

лерадиовещания и в периодических печатных изданиях, за исключением случаев, если указанные лица зарегистрированы в качестве кандидатов в депутаты или на выборные должности.

9. Использование изображения физического лица, положительных высказываний физического лица о кандидате, об избирательном объединении, избирательном блоке в агитационных материалах кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков возможно только с письменного согласия данного физического лица. Документ, подтверждающий согласие, представляется в комиссию вместе с экземплярами агитационных материалов, представляемых в соответствии с пунктом 3 статьи 54 настоящего Федерального закона, а в случае размещения агитационного материала на канале организации телерадиовещания либо в периодическом печатном издании – по требованию комиссии. Данное ограничение не распространяется на использование кандидатами, избирательными объединениями, избирательными блоками в предвыборной агитации публично высказанных и обнародованных мнений с указанием даты (периода времени) этого обнародования и наименования средства массовой информации, в котором было осуществлено это обнародование. Ссылка на агитационных материалах на положительное высказывание о кандидате, об избирательном объединении, избирательном блоке, общественном объединении, входящем в избирательный блок, физического лица, не имеющего в соответствии с настоящим Федеральным законом права проводить предвыборную агитацию, допускается только в случае, если это мнение было обнародовано до официального опубликования (публикации) решения о назначении (проведении) выборов, и должна содержать сведения о дате (периоде времени) этого обнародования и наименование средства массовой информации, в котором было осуществлено это обнародование.

10. Политическая партия, в том числе входящая в избирательный блок, в случае выдвижения ею или соответствующим избирательным блоком кандидата (списка кандидатов) и последующей регистрации этого кандидата (списка кандидатов) соответствующей избирательной комиссией не позднее чем за 10 дней до дня голосования публикует свою предвыборную программу соответственно уровню выборов не менее чем в одном государственном или муниципальном периодическом печатном издании, а также в Интернете. Политическая партия, входящая в избирательный блок, вправе не публиковать свою предвыборную программу в случае, если этот избирательный блок в указанный срок опубликует свою предвыборную программу. Такая публикация должна быть осуществлена в рамках использования бесплатной печатной площади, предоставленной в соответствии с настоящим Федеральным законом, иным законом, либо оплачена из из-

бирательного фонда кандидата, избирательного объединения, избирательного блока.

Статья 49. Агитационный период

1. Агитационный период начинается со дня выдвижения кандидата, списка кандидатов, регистрации инициативной группы по проведению референдума и создания соответствующего избирательного фонда, фонда референдума. Агитационный период прекращается в ноль часов по местному времени за одни сутки до дня голосования.

2. Предвыборная агитация, агитация по вопросам референдума на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях начинается за 30 дней до дня голосования.

3. Проведение предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума в день голосования и в предшествующий ему день запрещается.

4. Агитационные печатные материалы (листочки, плакаты и другие материалы), ранее вывешенные вне помещений для голосования, зданий и помещений комиссий в установленном федеральным законом порядке на расстоянии не менее 50 метров от входа в них, сохраняются в день голосования на прежних местах.

5. В случае проведения повторного голосования агитационный период возобновляется со дня назначения соответствующей комиссией дня повторного голосования и прекращается в ноль часов по местному времени за одни сутки до дня повторного голосования.

Статья 50. Общие условия проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях

1. Государственные и муниципальные организации телерадиовещания и редакции государственных и муниципальных периодических печатных изданий обязаны обеспечить равные условия проведения предвыборной агитации зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, в том числе для представления избирателям предвыборных программ, а инициативной группе по проведению референдума и иным группам участников референдума – равные условия проведения агитации по вопросам референдума в порядке, установленном настоящим Федеральным законом, иным законом. Эфирное время на каналах указанных организаций телерадиовещания и печатная площадь в указанных периодических печатных изданиях предоставляются зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, инициативной группе по проведению референдума и иным группам участников референдума за плату, а в случаях и порядке, предусмотренных на-

стоящим Федеральным законом, иным законом, также бесплатно (бесплатное эфирное время, бесплатная печатная площадь).

2. Зарегистрированные кандидаты, избирательные объединения, избирательные блоки не вправе использовать предоставленные им бесплатное эфирное время, бесплатную печатную площадь для проведения предвыборной агитации за других зарегистрированных кандидатов, за другие избирательные объединения, избирательные блоки. Исключение составляет проведение предвыборной агитации зарегистрированными кандидатами, выдвинутыми избирательным объединением, избирательным блоком, а также избирательным объединением, избирательным блоком, выдвинувшими этих кандидатов, в отношении зарегистрированных кандидатов, выдвинутых этим же избирательным объединением, избирательным блоком.

3. В случае одновременного проведения 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 увеличивается без согласия на то организации телерадиовещания, редакции периодического печатного издания.

4. Негосударственные организации телерадиовещания и редакции негосударственных периодических печатных изданий, которые учреждены не менее чем за один год до начала избирательной кампании, кампании референдума, а также негосударственные организации телерадиовещания и редакции негосударственных периодических печатных изданий, учрежденные менее чем за один год до начала избирательной кампании избирательными объединениями, вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, инициативной группе по проведению референдума и иным группам участников референдума эфирное время, печатную площадь. Иные негосударственные организации телерадиовещания и редакции негосударственных периодических печатных изданий не вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, инициативной группе по проведению референдума и иным группам участников референдума эфирное время, печатную площадь.

5. Условия оплаты эфирного времени, печатной площади, предоставляемых негосударственными организациями телерадиовещания и редакциями негосударственных периодических печатных изданий, должны быть едины для всех зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, инициативной группы по проведению референдума и иных групп участни-

ков референдума. Это требование не распространяется на редакции негосударственных периодических печатных изданий, учрежденные кандидатами, избирательными объединениями, гражданами, входящими в инициативную группу по проведению референдума.

6. При проведении выборов сведения о размере (в валюте Российской Федерации) и других условиях оплаты эфирного времени, печатной площади должны быть опубликованы соответствующей организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования (публикации) решения о назначении (проведении) выборов и в этот же срок представлены в избирательную комиссию, организующую выборы, либо нижестоящую избирательную комиссию, указанную в законе, вместе с уведомлением о готовности предоставить эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации. При проведении референдума указанные сведения должны быть опубликованы и представлены в соответствующую комиссию референдума организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания не позднее чем за один день до дня публикации ею первого агитационного материала.

7. Негосударственные организации телерадиовещания и редакции негосударственных периодических печатных изданий, редакции государственных периодических печатных изданий, выходящих реже чем один раз в неделю, специализированные организации телерадиовещания и редакции специализированных периодических печатных изданий (культурно-просветительских, детских, технических, научных и других), а при выборах в федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, референдуме Российской Федерации, референдуме субъекта Российской Федерации также муниципальные организации телерадиовещания и редакции муниципальных периодических печатных изданий вправе отказаться от предоставления эфирного времени, печатной площади для проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума. Таким отказом считается непредоставление в соответствующую комиссию уведомления, указанного в пункте 6 настоящей статьи, в установленные в указанном пункте сроки.

8. Организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, обязаны вести отдельный учет объемов и стоимости эфирного времени и печатной площади, предоставленных для проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума, по формам и в порядке, которые установлены соответствующей комиссией.

9. Организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, обязаны хранить указанные в пункте 8 настоящей статьи учетные документы о бесплатном и платном предоставле-

нии эфирного времени и печатной площади не менее трех лет со дня голосования.

10. Расходы государственных и муниципальных организаций телерадиовещания и редакций государственных и муниципальных периодических печатных изданий, 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.

11. Бесплатное и платное предоставление эфирного времени на каналах организаций телерадиовещания и печатной площади в периодических печатных изданиях для проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума производится в соответствии с договором, заключенным в письменной форме между организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания и кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком, представителем инициативной группы по проведению референдума до предоставления эфирного времени, печатной площади.

12. В случае одновременного проведения на одной и той же территории нескольких избирательных кампаний и совпадения на указанных кампаниях периодов проведения агитации на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях 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.

Статья 51. Условия проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума на телевидении и радио

1. Бесплатное эфирное время на каналах государственных и муниципальных организаций телерадиовещания предоставляется зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам на равных условиях (продолжительность предоставленного эфирного времени, время выхода в эфир и другие условия). Бесплатное эфирное время на каналах государственных и муниципальных организаций телерадиовещания предоставляется на равных условиях после официального опубликования решения о назначении референдума только инициативной группе по проведению референдума и иным группам участников референдума, в качестве которых выступают руково-

дящие органы общественных объединений (их структурных подразделений), указанных в пункте 2 статьи 42 настоящего Федерального закона, если выдвинутые ими списки кандидатов допущены к распределению депутатских мандатов в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации и (или) соответственно уровню референдума в законодательном (представительном) органе государственной власти субъекта Российской Федерации, представительном органе местного самоуправления.

2. Общероссийские и региональные государственные организации телерадиовещания обязаны предоставлять бесплатное эфирное время зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам для проведения предвыборной агитации на выборах в федеральные органы государственной власти, а также инициативной группе по проведению референдума Российской Федерации и иным группам участников референдума, указанным в пункте 1 настоящей статьи, для проведения агитации по вопросам референдума Российской Федерации. Региональные государственные организации телерадиовещания обязаны предоставлять бесплатное эфирное время зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам для проведения предвыборной агитации на выборах в органы государственной власти субъектов Российской Федерации, а также инициативной группе по проведению референдума субъекта Российской Федерации и иным группам участников референдума, указанным в пункте 1 настоящей статьи, для проведения агитации по вопросам референдума субъекта Российской Федерации. Муниципальные организации телерадиовещания обязаны предоставлять бесплатное эфирное время зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам для проведения предвыборной агитации на выборах в органы местного самоуправления, а также инициативной группе по проведению местного референдума и иным группам участников референдума, указанным в пункте 1 настоящей статьи, для проведения предвыборной агитации по вопросам местного референдума. Предоставляемое бесплатное эфирное время должно приходиться на определяемый соответствующей организацией телерадиовещания период, когда теле- и радиопередачи собирают наибольшую аудиторию.

3. Общий объем бесплатного эфирного времени, которое каждая из общероссийских государственных организаций телерадиовещания предоставляет для проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума, должен составлять на каждом из каналов не менее 60 минут по рабочим дням. Общий объем бесплатного эфирного времени, которое каждая из региональных государственных или муниципальных организаций те-

лерадиовещания предоставляет для проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума, должен составлять 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. Если в результате предоставления бесплатного эфирного времени на каждого зарегистрированного кандидата, каждое избирательное объединение, каждый избирательный блок, выдвинувшие зарегистрированный список кандидатов, на каждую инициативную группу по проведению референдума или иную группу участников референдума, указанную в пункте 1 настоящей статьи, придется более 60 минут бесплатного эфирного времени, общий объем бесплатного эфирного времени, которое каждая из организаций телерадиовещания предоставляет для проведения агитации, сокращается и должен составлять 60 минут, умноженных соответственно на количество зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, выдвинувших зарегистрированные списки кандидатов, на количество групп, которым предоставлено право на проведение агитации по вопросам референдума.

4. Не менее половины общего объема бесплатного эфирного времени должно быть предоставлено зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам исключительно для совместного проведения дискуссий, «круглых столов», иных совместных агитационных мероприятий. Если на каждого зарегистрированного кандидата из общего объема бесплатного эфирного времени приходится менее пяти минут бесплатного эфирного времени, данное правило не применяется. В совместных агитационных мероприятиях на каналах организаций телерадиовещания зарегистрированные кандидаты (в том числе из списка кандидатов) могут участвовать только лично, а представители зарегистрированного кандидата для участия в таких совместных агитационных мероприятиях не допускаются, за исключением случаев, установленных законом. При проведении референдума не менее половины общего объема бесплатного эфирного времени должно быть предоставлено инициативной группе по проведению референдума, иным группам участников референдума, указанным в пункте 1 настоящей статьи, для совместного проведения дискуссий, «круглых столов», иных аналогичных совместных агитационных мероприятий.

5. Кандидат, избирательное объединение, избирательный блок, инициативная группа по проведению референдума вправе отказаться от участия в совместном агитационном мероприятии. При этом объем эфирного времени, отведенного для проведения совместного агитационного мероприятия, не уменьшается, за ис-

ключением случая, когда в результате отказа от участия в совместном агитационном мероприятии в этом агитационном мероприятии может принять участие только один участник. Такому участнику по его желанию предоставляется бесплатное эфирное время в пределах доли, полученной в результате деления объема эфирного времени, предоставляемого для проведения совместного агитационного мероприятия, на общее число предполагавшихся участников указанного агитационного мероприятия. Отказ от участия в совместном агитационном мероприятии не влечет за собой увеличение объема бесплатного эфирного времени, предоставляемого отказавшимся от участия в совместном агитационном мероприятии зарегистрированному кандидату, избирательному объединению, избирательному блоку, инициативной группе по проведению референдума.

6. Государственные и муниципальные организации телерадиовещания обязаны резервировать эфирное время для проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума за плату. Размер и условия оплаты должны быть едиными для всех зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, выдвинувших зарегистрированные списки кандидатов, инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума. Общий объем резервируемого эфирного времени должен быть равен установленному общему объему бесплатного эфирного времени или превышать его, но не более чем в два раза. Зарегистрированный кандидат, указанные избирательное объединение, избирательный блок, инициативная группа по проведению референдума, иные группы участников референдума 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, избирательных блоков, количество групп, обладающих правом на проведение агитации по вопросам референдума.

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

8. Негосударственные организации телерадиовещания, выполнившие условия пункта 6 статьи 50 настоящего Федерального закона, обязаны предоставлять эфирное время зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, 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).

9. Запрещается перекрывать передачу агитационных материалов на каналах организаций телерадиовещания трансляцией иных теле- и радиопрограмм, иных агитационных материалов.

10. Иные условия и порядок проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума на телевидении и радио регулируются законом.

Статья 52. Условия проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума в периодических печатных изданиях

1. Редакции государственных и муниципальных периодических печатных изданий, распространяемых на территории, на которой проводятся выборы, референдум, и выходящих не реже одного раза в неделю, обязаны выделять печатные площади для агитационных материалов, предоставляемых зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями, избирательными блоками, инициативной группой по проведению референдума, иными группами участников референдума. Общий минимальный объем таких площадей, возможность предоставления печатной площади бесплатно, соотношение частей печатных площадей, предоставляемых редакциями периодических печатных изданий бесплатно и за плату, устанавливаются законом.

2. Редакции государственных и муниципальных периодических печатных изданий, выходящих не реже одного раза в неделю, обязаны резервировать печатную площадь для проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума за плату. Размер и условия оплаты должны быть едиными для всех кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума. Общий объем резервируемой печатной площади устанавливается законом. Зарегистрированный кандидат, избирательное объединение, избирательный блок, выдвинувшие зарегистрированные списки кандидатов, инициативная группа по проведению референдума, иная группа участников референдума вправе за соответствующую плату получить из общего объема зарезервированной печатной площади печатную площадь в пределах доли, полученной в результате деления этого объема на число зарегистрированных кандидатов, указанных избирательных объединений, избирательных блоков или путем деления на число групп, обладающих правом на проведение агитации по вопросам референдума.

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

4. Редакции негосударственных периодических печатных изданий, выполнившие условия пункта 6 статьи 50 настоящего Федерального закона, вправе отказать в предоставлении печатной площади для проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума.

5. Публикация агитационных материалов, осуществляемая в соответствии с настоящей статьей, не должна сопровождаться редакционными комментариями в какой бы то ни было форме, а также заголовками и иллюстрациями, не согласованными с соответствующим кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком, инициативной группой по проведению референдума, иной группой участников референдума.

6. Во всех агитационных материалах, размещаемых в периодических печатных изданиях, должна помещаться информация о том, за счет средств избирательного фонда какого кандидата, избирательного объединения, избирательного блока, фонда референдума какой группы, обладающей правом на проведение агитации по вопросам референдума, была произведена оплата соответствующей публикации. Если агитационные материалы были опубликованы бесплатно, 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.

7. Редакции периодических печатных изданий, публикующих агитационные материалы, за исключением учрежденных кандидатами, избирательными объединениями, не вправе отдавать предпочтение какому-либо кандидату, избирательному объединению, избирательному блоку, инициативной группе по проведению референдума, иной группе участников референдума путем изменения тиража и периодичности выхода периодических печатных изданий.

8. Иные условия и порядок проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума в периодических печатных изданиях регулируются законом.

Статья 53. Условия проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума посредством массовых мероприятий

1. Государственные органы, органы местного самоуправления обязаны содействовать зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, инициативной группе по проведению референдума и иным группам участников референдума в организации и проведении собраний, встреч с избирателями, участниками референдума, публичных дебатов и дискуссий, митингов, демонстраций и шествий.

2. Заявления о выделении помещений для проведения встреч зарегистрированных кандидатов, их доверенных лиц, представителей избирательных объединений, избирательных блоков с избирателями, представителей инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума с участниками референдума рассматриваются государственными органами, органами местного самоуправления в течение трех дней со дня их подачи. Уведомления организаторов митингов, демонстраций и шествий рассматриваются органами местного самоуправления не позднее чем в семидневный срок в соответствии с законодательством Российской Федерации.

3. По заявке зарегистрированного кандидата, избирательного объединения, избирательного блока, инициативной группы избирателей, инициативной группы по проведению референдума помещения, пригодные для проведения массовых мероприятий и находящиеся в государственной или муниципальной собственности, безвозмездно предоставляются собственником, владельцем на установленное комиссией, на которую законом возложена эта обязанность, время зарегистрированным кандидатам, их доверенным лицам, представителям избирательных объединений, избирательных блоков для проведения встреч с избирателями, представителям инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума с участниками референдума. При этом комиссии обязаны обеспечить равные условия для зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, а также для инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума при проведении массовых мероприятий.

4. Если указанное в пункте 3 настоящей статьи помещение, а равно помещение, находящееся в собственности организации, имеющей государственную и (или) муниципальную долю в своем уставном (складочном) капитале, превышающую 30 процентов на день официального опубликования (публикации) решения о назначении (проведении) выборов либо о назначении референдума, было предоставлено для проведения предвыборных массовых мероприятий одному из указанных лиц, собственник, владелец помещения не вправе отказать другому лицу из указанных лиц в предоставлении помещения на таких же условиях.

5. Кандидаты, избирательные объединения, избирательные блоки, инициативная группа по проведению референдума и иные группы участников референдума вправе на основе договора арендовать здания и помещения, принадлежащие гражданам и организациям независимо от форм собственности, для проведения собраний, встреч с избирателями, участниками референдума, митингов, публичных дебатов, дискуссий и других массовых мероприятий.

6. Предвыборная агитация и публичные выступления зарегистрированных кандидатов на мероприятии, финансируемом, организуемом или проводимом для населения органами государственной власти, органами местного самоуправления, государственными и муниципальными предприятиями и учреждениями допускаются только в случае, если об этом мероприятии были извещены все зарегистрированные кандидаты по данному избирательному округу и им была предоставлена возможность выступить на этом мероприятии.

7. Предвыборная агитация, агитация по вопросам референдума в расположении воинских частей, военных организаций и учреждений запрещаются, за исключением случая, когда единственное здание, помещение, пригодное для встреч с избирателями, участниками референдума, находится в расположении воинской части. Такое здание, помещение выделяется для проведения агитационных мероприятий командиром воинской части по запросу соответствующей комиссии. Встречи зарегистрированных кандидатов, их доверенных лиц, представителей избирательных объединений, избирательных блоков с избирателями из числа военнослужащих, а также встречи представителей инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума с участниками референдума из числа военнослужащих обеспечивает командир воинской части совместно с соответствующей комиссией с обязательным оповещением о времени и месте встречи не позднее чем за три дня до ее проведения всех зарегистрированных кандидатов либо их доверенных лиц, представителей инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума.

8. Обязанность обеспечения безопасности при проведении предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума посредством массовых мероприятий возлагается на государственные органы в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Статья 54. Условия выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов

1. Кандидаты, избирательные объединения, избирательные блоки, инициативная группа по проведению референдума и иные группы участников референдума вправе беспрепятственно распространять печатные, а равно аудиовизуальные и иные агитационные материалы в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

2. Все печатные и аудиовизуальные агитационные материалы, за исключением материалов, распространяемых в соответствии со статьями 51 и 52 настоящего Федерального закона, должны со-

держат наименование и юридический адрес организации (фамилию, имя, отчество лица и наименование субъекта Российской Федерации, района, города, иного населенного пункта, где находится место его жительства), изготовившей (изготовившего) данные материалы, наименование организации (фамилию, имя, отчество лица), заказавшей (заказавшего) их, а также информацию о тираже и дате выпуска этих материалов.

3. Экземпляры печатных агитационных материалов или их копии, экземпляры аудиовизуальных агитационных материалов, фотографии иных агитационных материалов до начала их распространения должны быть представлены кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком, инициативной группой по проведению референдума и иной группой участников референдума 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.

4. Агитационные материалы не могут содержать коммерческую рекламу.

5. Запрещается изготовление агитационных материалов без предварительной оплаты за счет средств соответствующего избирательного фонда, фонда референдума и с нарушением требований, установленных пунктами 2 и 4 настоящей статьи.

6. Запрещается распространение агитационных материалов с нарушением требований, установленных пунктом 3 настоящей статьи, пунктом 9 статьи 48 настоящего Федерального закона.

7. Органы местного самоуправления по предложению соответствующей комиссии обязаны выделить специальные места для размещения печатных агитационных материалов на территории каждого избирательного участка, участка референдума. Такие места должны быть удобны для посещения избирателями, участниками референдума и располагаться таким образом, чтобы избиратели, участники референдума могли ознакомиться с размещенной там информацией. Площадь выделенных мест должна быть достаточной для размещения на них информационных материалов комиссий и агитационных материалов зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, инициативной группы по проведению референдума, иных групп участников референдума. Зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, инициативной группе по проведению референдума и иным группам участников референдума 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, избирательных блоков, инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума.

8. Печатные агитационные материалы могут вывешиваться (расклеиваться, 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 государственную и (или) муниципальную долю в своем уставном (складочном) капитале, превышающую 30 процентов на день официального опубликования (публикации) решения о назначении (проведении) выборов, о регистрации инициативной группы по проведению референдума, производится на равных условиях для всех кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, 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.

9. Организации, оказывающие рекламные услуги, обязаны обеспечить кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, инициативной группе по проведению референдума и иным группам участников референдума равные условия для размещения агитационных материалов.

10. Запрещается вывешивать (расклеивать, размещать) печатные агитационные материалы на памятниках, обелисках, зданиях, сооружениях и в помещениях, имеющих историческую, культурную или архитектурную ценность, а также в зданиях и помещениях комиссий, в помещениях для голосования и на расстоянии менее 50 метров от входа в них.

Статья 55. Гарантии права участников референдума на своевременное ознакомление с текстом проекта закона, иного нормативного правового акта, выносимого на референдум

В случае вынесения на референдум проекта закона, иного нормативного правового акта каждый участник референдума не позднее чем за 30 дней до дня голосования имеет право получить текст этого проекта в территориальной комиссии (избирательной комиссии муниципального образования). Обязанность изготовления и распространения указанного текста возлагается на инициативную группу по проведению референдума, если иное не предусмотрено законом. Оплата изготовления указанного текста осуществляется за счет средств соответствующего фонда референдума, если иное не предусмотрено законом.

Статья 56. Недопустимость злоупотребления правом на проведение предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума

1. При проведении предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума не допускается злоупотребление свободой массовой информации. Предвыборные программы кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, выступления кандидатов, их доверенных лиц, представителей избирательных объединений, избирательных блоков, инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума, иные агитационные материалы не должны содержать призывы к насильственному захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и нарушению целостности Российской Федерации, а также не должны быть направлены на пропаганду войны. Запрещается агитация, возбуждающая социальную, расовую, национальную, религиозную ненависть и вражду, а также злоупотребление свободой массовой информации в иной форме, определенной законодательством Российской Федерации. Не может рассматриваться как разжигание социальной розни агитация, направленная на защиту идей социальной справедливости.

2. Кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, их доверенным лицам и уполномоченным представителям, инициативной группе по проведению референдума, иным группам участников референдума и их уполномоченным представителям, а также иным лицам и организациям при проведении предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума запрещается осуществлять подкуп избирателей, участников референдума: вручать им денежные средства, подарки и иные материальные ценности, кроме как за выполнение организационной работы (за сбор подписей избирателей, участников референдума, агитационную работу); производить вознаграждение избирателей, участников референдума, 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, кампании референдума; предоставлять услуги безвозмездно или на льготных условиях, а также воздействовать на избирателей, участников референдума 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.

3. В период избирательной кампании, кампании референдума выборы, референдум и их результаты не могут быть объектом лотерей, тотализаторов (взаимных пари) и других основанных на риске игр.

4. Оплата рекламы коммерческой и иной не связанной с выборами, референдумом деятельности кандидатов, избирательных объединений, их доверенных лиц и уполномоченных представителей, общественных объединений, входящих в состав избирательных блоков, уполномоченных представителей избирательных блоков, членов и уполномоченных представителей инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума, а также оплата рекламы с использованием фамилий или изображений указанных лиц, оплата рекламы организаций, учредителями, собственниками, владельцами и (или) членами органов управления которых являются указанные лица и организации, в период избирательной кампании, кампании референдума осуществляется за счет средств соответствующего избирательного фонда, фонда референдума. В день голосования и в день, предшествующий дню голосования, такая реклама не допускается.

5. Кандидаты, избирательные объединения, избирательные блоки, выдвинувшие кандидатов, списки кандидатов, их доверенные лица и уполномоченные представители, общественные объединения, входящие в состав избирательных блоков, осуществивших соответствующее выдвижение или регистрацию, члены и уполномоченные представители инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума, а также зарегистрированные после начала избирательной кампании, кампании референдума организации, учредителями, собственниками, владельцами и (или) членами органов управления которых являются указанные лица и организации, в ходе избирательной кампании, при проведении референдума не вправе заниматься благотворительной деятельностью. Иные физические и юридические лица в период избирательной кампании, кампании референдума не вправе заниматься благотворительной деятельностью по просьбе или по поручению либо от имени указанных кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, их доверенных лиц и уполномоченных представителей, общественных объединений, входящих в состав избирательных блоков, членов и уполномоченных представителей инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума, а также проводить одновременно с благотворительной деятельностью предвыборную агитацию, агитацию по вопросам референдума. Указанным кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, их доверенным лицам и уполномоченным представителям, общественным объединениям,

входящим в состав избирательных блоков, членам и уполномоченным представителям инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума запрещается обращаться к иным физическим и юридическим лицам с предложениями об оказании материальной и финансовой помощи или услуг избирателям, участникам референдума и организациям, расположенным на территории избирательного округа, территории проведения референдума.

6. Организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, обязаны отказаться от обнародования (опубликования) агитационных и информационных материалов (в том числе содержащих достоверную информацию), способных нанести ущерб чести, достоинству или деловой репутации кандидата, если не могут предоставить кандидату возможность бесплатно обнародовать (опубликовать) опровержение или иное разъяснение в защиту его чести, достоинства или деловой репутации до окончания агитационного периода. При предоставлении кандидату возможности бесплатно обнародовать (опубликовать) опровержение или иное разъяснение в защиту его чести, достоинства или деловой репутации эфирное время должно быть предоставлено 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, а при предоставлении печатной площади опровержение или разъяснение должно быть набрано тем же шрифтом, помещено на том же месте полосы и в объеме, который должен быть не меньше, чем объем первоначального компрометирующего текста. Непредоставление кандидату такой возможности до окончания агитационного периода является основанием для привлечения этих организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, и их должностных лиц к ответственности, установленной законодательством Российской Федерации. Установленные настоящим пунктом правила не распространяются на редакции негосударственных периодических печатных изданий, учрежденных кандидатами, избирательными объединениями.

7. Комиссии контролируют соблюдение установленного порядка проведения предвыборной агитации, агитации при проведении референдума.

8. В случае нарушения организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания порядка проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума, установленного настоящим Федеральным законом, соответствующая комиссия вправе обратиться в правоохранительные органы, суд, органы исполнительной власти, осуществляющие государственную по-

литнику в области средств массовой информации, с представлением о пресечении противоправной агитационной деятельности и привлечении организации телерадиовещания, редакции периодического печатного издания, их должностных лиц к ответственности, установленной законодательством Российской Федерации.

9. 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.

Глава VIII. ФИНАНСИРОВАНИЕ ВЫБОРОВ И РЕФЕРЕНДУМА

Статья 58. Порядок создания избирательных фондов, фондов референдума

1. Кандидаты обязаны создавать собственные избирательные фонды для финансирования своей избирательной кампании в период после письменного уведомления соответствующей избирательной комиссии об их выдвижении (самовыдвижении) до их регистрации этой избирательной комиссией. Законом субъекта Российской Федерации может быть установлено, что на выборах в органы местного самоуправления при определенном числе избирателей в избирательном округе (но не более пяти тысяч избирателей) создание кандидатом избирательного фонда необязательно при условии, что финансирование кандидатом своей избирательной кампании не производится. В этом случае кандидат уведомляет соответствующую избирательную комиссию об указанных обстоятельствах. Избирательные объединения, избирательные блоки, выдвинувшие списки кандидатов, для финансирования своей избирательной кампании обязаны создавать избирательные фонды после регистрации их уполномоченных представителей, в том числе по финансовым вопросам, соответствующими избирательными комиссиями.

2. Инициативная группа по проведению референдума обязана создать собственный фонд для финансирования своей деятельности по выдвижению инициативы проведения референдума, организации сбора подписей в поддержку этой инициативы, а также деятельности, направленной на получение определенного результата на референдуме. Законом субъекта Российской Федерации может быть установлено, что при выдвижении инициативы проведения местного референдума при определенном числе участников рефе-

рендума на территории соответствующего муниципального образования (но не более пяти тысяч участников референдума) создание инициативной группой референдума фонда референдума обязательно при условии, что ею не производится финансирование подготовки и проведения референдума. Предельный размер расходов средств фонда референдума, источники его формирования и предельный размер пожертвований и перечислений в фонд референдума устанавливаются законом. Закон субъекта Российской Федерации, регулирующий подготовку и проведение референдума, должен предусматривать возможность создания фондов референдума иными группами участников референдума, в том числе для агитации против проведения референдума, участия в референдуме, против вопросов, выносимых на референдум. На указанные фонды распространяются правила, установленные настоящим Федеральным законом для фонда референдума, созданного инициативной группой по проведению референдума.

3. Кандидаты вправе, а избирательные объединения, избирательные блоки, инициативная группа по проведению референдума обязаны назначать уполномоченных представителей по финансовым вопросам. Регистрация уполномоченных представителей по финансовым вопросам осуществляется комиссиями в порядке, установленном законом.

4. Кандидаты, баллотирующиеся только в составе списка кандидатов, выдвинутого избирательным объединением, избирательным блоком, не вправе создавать собственные избирательные фонды.

5. Избирательные фонды кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков могут создаваться за счет:

а) собственных средств кандидата, избирательного объединения, избирательного блока;

б) средств, выделенных кандидату выдвинувшим его избирательным объединением, избирательным блоком;

в) добровольных пожертвований граждан;

г) добровольных пожертвований юридических лиц;

д) средств, выделенных кандидату, избирательному объединению, избирательному блоку соответствующей избирательной комиссией, в случае, если это предусмотрено законом.

6. Запрещается вносить пожертвования в избирательные фонды кандидатов, зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, в фонды референдума:

а) иностранным государствам и иностранным юридическим лицам;

б) иностранным гражданам, за исключением случая, предусмотренного пунктом 10 статьи 4 настоящего Федерального закона;

в) лицам без гражданства;

г) гражданам Российской Федерации, не достигшим возраста 18 лет на день голосования;

д) российским юридическим лицам с иностранным участием, если доля иностранного участия в их уставном (складочном) капитале превышает 30 процентов на день официального опубликования (публикации) решения о назначении (проведении) выборов, официального опубликования решения о назначении референдума (для открытых акционерных обществ – на день составления списка акционеров за предыдущий год);

е) международным организациям и международным общественным движениям;

ж) органам государственной власти и органам местного самоуправления;

з) государственным и муниципальным учреждениям и организациям;

и) юридическим лицам, имеющим государственную и (или) муниципальную долю в уставном (складочном) капитале, превышающую 30 процентов на день официального опубликования (публикации) решения о назначении (проведении) выборов, официального опубликования решения о назначении референдума;

к) организациям, учрежденным государственными и муниципальными органами, а также организациям, учрежденным юридическими лицами, указанными в подпунктах «д» и «и» настоящего пункта;

л) воинским частям, военным учреждениям и организациям, правоохранительным органам;

м) благотворительным организациям, религиозным объединениям и учрежденным ими организациям;

н) анонимным жертвователям (гражданин рассматривается как анонимный жертвователь, если им не указано любое из следующих сведений: фамилия, имя, отчество, адрес места жительства или если им указаны недостоверные сведения о себе; юридическое лицо рассматривается как анонимный жертвователь, если им не указано любое из следующих сведений: идентификационный номер налогоплательщика, название, банковские реквизиты или если указаны недостоверные сведения);

о) юридическим лицам, зарегистрированным менее чем за один год до дня голосования на выборах, референдуме.

7. При внесении пожертвования гражданином указывается в платежном документе следующие сведения о себе: фамилию, имя, отчество, дату рождения, адрес места жительства, серию и номер паспорта или заменяющего его документа, информацию о гражданстве.

8. При внесении пожертвования юридическим лицом в платежном поручении указываются следующие сведения: идентификационный номер налогоплательщика, название, дата регистра-

ции, банковские реквизиты, отметка об отсутствии государственной или муниципальной доли в уставном (складочном) капитале либо о наличии такой доли с указанием ее размера, отметка об отсутствии иностранного участия в уставном (складочном) капитале либо о наличии такого участия с указанием доли этого участия, сведения об отсутствии в числе учредителей государственных и муниципальных органов, а также юридических лиц, указанных в подпунктах «д» и «и» пункта 6 настоящей статьи.

9. Пожертвования, указанные в пункте 6 настоящей статьи, пожертвования, внесенные с нарушением требований пунктов 7 и 8 настоящей статьи, или часть пожертвования, превышающая установленный законом размер, подлежат возврату жертвователям, а пожертвования, внесенные анонимными жертвователями, – перечислению в доход соответствующего бюджета.

10. Законом устанавливаются предельные размеры перечисляемых в избирательные фонды собственных средств кандидата, избирательного объединения, избирательного блока, средств, выделенных кандидату выдвинувшим его избирательным объединением, избирательным блоком, добровольных пожертвований граждан и юридических лиц, а также предельные размеры расходования средств избирательных фондов. Допускается увеличение до 20 процентов предельных размеров расходования средств избирательного фонда зарегистрированных кандидатов, включенных в избирательный бюллетень при повторном голосовании. Кандидат, выдвинутый одновременно в нескольких избирательных округах на разных выборах, если эти выборы проводятся на одной и той же территории либо на территориях, одна из которых включена в другую, создает избирательные фонды в соответствии с пунктом 1 настоящей статьи, однако предельные размеры расходования средств этих избирательных фондов исчисляются в совокупности, по наибольшему из указанных предельных размеров.

11. Все денежные средства, образующие избирательный фонд, фонд референдума, перечисляются на специальный избирательный счет, специальный счет референдума, открытый с разрешения соответствующей комиссии кандидатом либо его уполномоченным представителем по финансовым вопросам, уполномоченным представителем по финансовым вопросам избирательного объединения, избирательного блока, инициативной группы по проведению референдума в филиалах Сберегательного банка Российской Федерации, а при их отсутствии – в других кредитных организациях, расположенных на территории избирательного округа, территории проведения референдума. В случае отсутствия на территории избирательного округа, территории проведения референдума кредитных организаций кандидат, избирательное объединение, избирательный блок, инициативная группа по проведению референду-

ма определяют по согласованию с соответствующей комиссией кредитную организацию, в которой открывается специальный избирательный счет, специальный счет референдума.

12. При выборах в федеральные органы государственной власти, референдуме Российской Федерации порядок открытия и ведения указанных счетов, учета средств избирательных фондов, фондов референдума и отчетности по этим средствам устанавливается Центральной избирательной комиссией Российской Федерации по согласованию с Центральным банком Российской Федерации. При выборах в органы государственной власти субъектов Российской Федерации, а также в органы местного самоуправления, референдуме субъекта Российской Федерации, местном референдуме порядок открытия и ведения указанных счетов, учета средств избирательных фондов, фондов референдума и отчетности по этим средствам устанавливается соответствующей избирательной комиссией субъекта Российской Федерации по согласованию с главным управлением (национальным банком) Центрального банка Российской Федерации в субъекте Российской Федерации.

Статья 59. Порядок расходования средств избирательных фондов, фондов референдума

1. Право распоряжаться средствами избирательных фондов, фондов референдума принадлежит создавшим их кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, инициативной группе по проведению референдума, иным группам участников референдума.

2. Средства избирательных фондов, фондов референдума имеют целевое назначение. Средства избирательных фондов могут использоваться кандидатами, избирательными объединениями, избирательными блоками только на покрытие расходов, связанных с проведением своей избирательной кампании. Средства фондов референдума могут использоваться инициативной группой по проведению референдума только для деятельности, направленной на выдвижение инициативы проведения референдума, сбор подписей в поддержку этой инициативы и получение определенного результата на референдуме, а иными группами участников референдума – только для деятельности, направленной на получение определенного результата на референдуме.

3. Средства избирательных фондов, фондов референдума могут использоваться на:

а) финансовое обеспечение организационно-технических мер, направленных на сбор подписей избирателей, участников референдума в поддержку выдвижения кандидата, списка кандидатов, инициативы проведения референдума, в том числе на оплату труда лиц, привлекаемых для сбора подписей избирателей, участников референдума;

б) предвыборную агитацию, агитацию по вопросам референдума, а также на оплату работ (услуг) информационного и консультационного характера;

в) оплату других работ (услуг), выполненных (оказанных) гражданами или юридическими лицами, а также на покрытие иных расходов, непосредственно связанных с проведением кандидатами, избирательными объединениями, избирательными блоками своей избирательной кампании, инициативной группой по проведению референдума своей деятельности, направленной на выдвижение инициативы проведения референдума, сбор подписей в поддержку этой инициативы и получение определенного результата на референдуме, иными группами участников референдума своей деятельности, направленной на получение определенного результата на референдуме;

г) внесение избирательного залога.

4. Договоры (соглашения) с гражданами и юридическими лицами о выполнении определенных работ (об оказании услуг), связанных с избирательной кампанией кандидата, избирательного объединения, избирательного блока, с кампанией референдума, заключаются лично кандидатом либо его уполномоченным представителем по финансовым вопросам, уполномоченным представителем по финансовым вопросам избирательного объединения, избирательного блока, инициативной группы по проведению референдума, иной группы участников референдума. Расчеты между кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком, инициативной группой по проведению референдума, иной группой участников референдума и юридическими лицами за выполнение указанных работ (оказание услуг) осуществляются только в безналичном порядке.

5. Граждане и юридические лица вправе оказывать финансовую (материальную) поддержку кандидату, избирательному объединению, избирательному блоку, инициативной группе по проведению референдума только через соответствующие избирательные фонды, фонды референдума. Запрещаются без письменного согласия кандидата или его уполномоченного представителя по финансовым вопросам, уполномоченного представителя по финансовым вопросам избирательного объединения, избирательного блока, инициативной группы по проведению референдума и без оплаты из соответствующего избирательного фонда, фонда референдума выполнение оплачиваемых работ, реализация товаров, оказание платных услуг, прямо или косвенно связанных с выборами, референдумом и направленными на достижение определенных результатов на выборах, на выдвижение инициативы проведения референдума, получение определенного результата на референдуме. Запрещаются бесплатное выполнение или вы-

полнение по необоснованно заниженным расценкам юридическими лицами, их филиалами, представительствами и иными подразделениями работ, оказание услуг, реализация товаров, прямо или косвенно связанных с выборами, референдумом и направленными на достижение определенных результатов на выборах, на выдвижение инициативы проведения референдума, получение определенного результата на референдуме. Допускаются добровольное бесплатное личное выполнение гражданином работ, оказание им услуг по подготовке и проведению выборов, референдума без привлечения третьих лиц.

6. Кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, инициативной группе по проведению референдума запрещается использовать иные денежные средства для оплаты работ по сбору подписей избирателей, участников референдума, проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума, осуществления другой деятельности, направленной на достижение определенного результата на выборах, референдуме, кроме средств, поступивших в их избирательные фонды, фонды референдума.

7. Кредитная организация – держатель специального избирательного счета, специального счета референдума по требованию соответствующей комиссии, кандидата, избирательного объединения, избирательного блока, инициативной группы по проведению референдума обязана периодически предоставлять им информацию о поступлении и расходовании средств, находящихся на избирательном счете данного кандидата, избирательного объединения, избирательного блока, специальном счете референдума инициативной группы по проведению референдума. Кредитная организация – держатель специального избирательного счета, специального счета референдума по представлению соответствующей комиссии, а по соответствующему избирательному фонду, фонду референдума также по требованию кандидата, избирательного объединения, избирательного блока, инициативной группы по проведению референдума обязана в трехдневный срок, а за три дня до дня голосования – немедленно представить заверенные копии первичных финансовых документов, подтверждающих поступление и расходование средств избирательных фондов, фондов референдума.

8. Соответствующая комиссия до дня голосования на выборах, референдуме периодически направляет в средства массовой информации для опубликования сведения о поступлении и расходовании средств избирательных фондов, фондов референдума. Редакции государственных и муниципальных периодических печатных изданий соответственно уровню выборов, референдума обязаны публиковать указанные сведения, передаваемые им ко-

миссиями для опубликования, в течение трех дней со дня получения. Объем подлежащих опубликованию сведений устанавливается законом.

9. Кандидат, избирательное объединение, избирательный блок, инициативная группа по проведению референдума обязаны представить в соответствующую комиссию не менее двух финансовых отчетов (в том числе один из них – не позднее чем за 10 дней до дня голосования на выборах, референдуме, а итоговый – не позднее чем через 30 дней после опубликования результатов выборов, референдума) о размерах своего избирательного фонда, фонда референдума, обо всех источниках его формирования, а также обо всех расходах, произведенных за счет средств соответствующего фонда. К итоговому финансовому отчету прилагаются первичные финансовые документы, подтверждающие поступление и расходование средств избирательного фонда, фонда референдума. Копии указанных отчетов передаются комиссиями средствами массовой информации не позднее чем через пять дней со дня их поступления.

10. Законом может быть предусмотрено, что избирательное объединение, избирательный блок, зарегистрировавшие список кандидатов, не принявший участия в распределении депутатских мандатов и набравший менее установленного этим законом числа голосов избирателей, принявших участие в голосовании, обязаны возместить организациям, осуществляющим выпуск средств массовой информации, расходы, понесенные этими организациями в связи с обеспечением права избирательного объединения, избирательного блока на бесплатное эфирное время и бесплатную печатную площадь при проведении предвыборной агитации. Указанное число голосов избирателей не может превышать 2 процента от числа избирателей, принявших участие в голосовании.

11. Неизрасходованные денежные средства, находящиеся на специальном избирательном счете, специальном счете референдума после дня голосования, кандидаты, избирательные объединения, избирательные блоки, инициативная группа по проведению референдума обязаны перечислить гражданам и юридическим лицам, осуществившим пожертвования либо перечисления в их избирательные фонды, фонды референдума, пропорционально вложенным средствам. По истечении 30 дней со дня голосования с остатками неизрасходованных денежных средств на специальном избирательном счете, специальном счете референдума кредитная организация обязана поступить следующим образом: в бесспорном порядке по письменному указанию соответствующей комиссии перечислить на счет комиссии причитающиеся ей денежные средства, а оставшиеся денежные средства – в доход соответствующего бюджета.

12. Порядок налогообложения средств избирательных фондов, фондов референдума, добровольных пожертвований и перечислений в указанные фонды, а также расходования средств указанных фондов устанавливается федеральными законами.

13. Комиссии осуществляют контроль за порядком формирования и расходования средств избирательных фондов, фондов референдума. Государственные органы и уполномоченные органы и организации, осуществляющие государственную регистрацию юридических лиц, по представлениям комиссий обязаны в пятидневный срок осуществить проверку достоверности сведений, указанных юридическими лицами – жертвователями в избирательные фонды, фонды референдума, и сообщить о результатах проверки в соответствующие комиссии.

Статья 76. Основания для аннулирования, отмены регистрации кандидата, списка кандидатов, отмены регистрации инициативной группы по проведению референдума

1. Решение избирательной комиссии о регистрации кандидата аннулируется вышестоящей комиссией в случае нарушения требования пункта 19 статьи 38 настоящего Федерального закона. При этом аннулированию подлежат все решения о регистрации кандидата, за исключением первого.

2. Регистрация кандидата (списка кандидатов) аннулируется решением избирательной комиссии, зарегистрировавшей кандидата (список кандидатов), на основании заявления кандидата о снятии своей кандидатуры, решения избирательного объединения, избирательного блока об отзыве кандидата, списка кандидатов, представленных в данную избирательную комиссию в соответствии с пунктом 27 или 28 статьи 38 настоящего Федерального закона.

3. Регистрация кандидата аннулируется избирательной комиссией, зарегистрировавшей кандидата, в случае утраты им пассивного избирательного права.

4. Регистрация списка кандидатов аннулируется, если число кандидатов, исключенных из списка кандидатов по заявлениям кандидатов о снятии своих кандидатур, по решению избирательного объединения, избирательного блока об исключении кандидатов из состава списка кандидатов (за исключением выбытия по вынуждающим обстоятельствам), а также по решению избирательной комиссии об исключении кандидатов из состава списка кандидатов по основаниям, предусмотренным пунктом 23 статьи 38 настоящего Федерального закона, превышает 25 процентов от числа кандидатов в заверенном списке кандидатов.

5. Регистрация кандидата (списка кандидатов) может быть отменена судом по заявлению избирательной комиссии, зарегист-

рировавшей кандидата (список кандидатов), кандидата, зарегистрированного по тому же избирательному округу, избирательного объединения, избирательного блока, список которого зарегистрирован по тому же избирательному округу, в случаях:

а) вновь открывшихся обстоятельств, являющихся основанием для отказа в регистрации, предусмотренным пунктом 23 статьи 38 настоящего Федерального закона;

б) использования кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком, их уполномоченными представителями в целях достижения определенного результата на выборах денежных средств помимо средств собственного избирательного фонда, если их сумма превысила 5 процентов от предельного размера расходования средств избирательного фонда, установленного законом, или превышения предельного размера расходования средств избирательного фонда, установленного законом, более чем на 5 процентов;

в) использования кандидатами, руководителями избирательных объединений, избирательных блоков преимуществ должностного или служебного положения;

г) установления фактов подкупа избирателей кандидатами, избирательными объединениями, избирательными блоками, их доверенными лицами и уполномоченными представителями, иными лицами и организациями, действующими по поручению кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, их доверенных лиц и уполномоченных представителей;

д) нарушения кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком пункта 1 статьи 56 настоящего Федерального закона;

е) установления факта сокрытия кандидатом сведений о своей судимости или наличии гражданства иностранного государства (установление факта в отношении кандидата из списка кандидатов может служить только основанием для исключения данного кандидата из списка кандидатов).

6. Регистрация инициативной группы по проведению референдума, иной группы участников референдума может быть отменена судом по заявлению комиссии, организующей референдум, не позднее чем за три дня до дня голосования в случаях:

а) нарушения правил выдвижения инициативы проведения референдума;

б) нарушения членами и (или) уполномоченными представителями инициативной группы по проведению референдума, иной группы участников референдума правил проведения агитации по вопросам референдума и финансирования кампании референдума;

в) использования членами и (или) уполномоченными представителями инициативной группы по проведению референдума,

иной группы участников референдума преимуществ должностного или служебного положения;

г) установления фактов подкупа участников референдума членами и (или) уполномоченными представителями инициативной группы по проведению референдума, иной группы участников референдума;

д) наличия иных оснований, установленных настоящим Федеральным законом, иным законом.

Статья 77. Отмена решения об итогах голосования, о результатах выборов, референдума

1. Если при проведении голосования или установлении итогов голосования были допущены нарушения настоящего Федерального закона, иного закона, регламентирующих проведение соответствующих выборов, референдума, вышестоящая комиссия до установления ею итогов голосования, определения результатов выборов, референдума может отменить решение нижестоящей комиссии об итогах голосования, о результатах выборов, референдума и принять решение о повторном подсчете голосов, а если допущенные нарушения не позволяют с достоверностью определить результаты волеизъявления избирателей, участников референдума – о признании итогов голосования, результатов выборов, референдума недействительными.

2. Основанием для отмены судом решения избирательной комиссии о результатах соответствующих выборов после определения результатов выборов являются следующие установленные судом обстоятельства:

а) кандидат, признанный избранным, избирательное объединение, избирательный блок, выдвинувшие список кандидатов, допущенный к распределению депутатских мандатов, израсходовали на проведение своей избирательной кампании помимо средств собственного избирательного фонда средства в размере, составляющем более чем 10 процентов от предельного размера расходования средств избирательного фонда, установленного законом, или более чем на 10 процентов превысили предельный размер расходования средств избирательного фонда, установленный законом;

б) кандидат, признанный избранным, избирательное объединение, избирательный блок, выдвинувшие список кандидатов, допущенный к распределению депутатских мандатов, осуществляли подкуп избирателей, и указанное нарушение не позволяет выявить действительную волю избирателей;

в) кандидат, признанный избранным, избирательное объединение, избирательный блок, выдвинувшие список кандидатов, допущенный к распределению депутатских мандатов, при прове-

дении агитации нарушили пункт 1 статьи 56 настоящего Федерального закона, и указанное нарушение не позволяет выявить действительную волю избирателей;

г) кандидат, признанный избранным, руководителем избирательного объединения, избирательного блока, выдвинувших список кандидатов, допущенный к распределению депутатских мандатов, использовали преимущества должностного или служебного положения, и указанное нарушение не позволяет выявить действительную волю избирателей.

3. Суд соответствующего уровня может отменить решение избирательной комиссии об итогах голосования, о результатах выборов на избирательном участке, территории, в избирательном округе, в муниципальном образовании, в субъекте Российской Федерации, в Российской Федерации в целом также в случае нарушения правил составления списков избирателей, порядка формирования избирательных комиссий, порядка голосования и подсчета голосов (включая воспрепятствование наблюдению за их проведением), определения результатов выборов, незаконного отказа в регистрации кандидата, списка кандидатов, признанного таковым после дня голосования, других нарушений избирательного законодательства, если эти нарушения не позволяют выявить действительную волю избирателей.

4. Суд соответствующего уровня может отменить решение комиссии референдума субъекта Российской Федерации, местного референдума об итогах голосования, о результатах референдума в случае нарушения правил составления списков участников референдума, порядка формирования комиссий референдума, правил проведения агитации и финансирования кампании референдума, в случае использования членами и уполномоченными представителями инициативной группы по проведению референдума, руководителями общественных объединений преимуществ своего должностного положения в целях получения желаемого ответа на вопрос, выносимый на референдум, в случае установления фактов подкупа участников референдума этими лицами и общественными объединениями в тех же целях, в случае нарушения порядка голосования и подсчета голосов (включая воспрепятствование наблюдению за их проведением), а также в случае других нарушений законодательства о референдуме, если эти действия (бездействие) не позволяют выявить действительную волю участников референдума.

5. Не могут служить основанием для отмены решения о результатах выборов, признания итогов голосования, результатов выборов недействительными нарушения настоящего Федерального закона, способствовавшие избранию либо имевшие целью побудить или побуждавшие избирателей голосовать за не избранных

по результатам голосования кандидатов, за не принявшие участия в распределении депутатских мандатов списки кандидатов.

6. Отмена избирательной комиссией или судом решения о результатах выборов в случае, если допущенные нарушения не позволяют выявить действительную волю избирателей, влечет признание результатов выборов по данному избирательному округу недействительными.

7. При проведении выборов по многомандатному избирательному округу нарушения со стороны отдельных кандидатов, указанные в пункте 2 настоящей статьи, могут повлечь отмену решения о результатах выборов только в части, касающейся этих кандидатов.

8. При голосовании за списки кандидатов нарушения со стороны отдельных избирательных объединений, избирательных блоков, указанные в пункте 2 настоящей статьи, могут повлечь отмену решения о допуске этих избирательных объединений, избирательных блоков к распределению депутатских мандатов и перераспределению депутатских мандатов.

9. Отмена судом решения о результатах референдума в случае, если допущенные нарушения не позволяют выявить действительную волю участников референдума, влечет признание результатов референдума недействительными.

10. Если итоги голосования на избирательном участке, участке референдума признаны недействительными и указанное обстоятельство влечет за собой изменение решения о признании кандидата избранным либо перераспределение депутатских мандатов, изменение решения о результатах референдума, все вышестоящие комиссии обязаны составить новые протоколы. В иных случаях вносятся изменения в ранее составленные протоколы.

Статья 78. Сроки подачи и рассмотрения жалоб и заявлений

1. Суд соответствующего уровня не вправе отказать в приеме жалобы на нарушение избирательных прав, права на участие в референдуме граждан Российской Федерации.

2. Жалоба на решение комиссии о регистрации, об отказе в регистрации кандидата (списка кандидатов), инициативной группы по проведению референдума, иной группы участников референдума может быть подана в течение десяти дней со дня принятия обжалуемого решения. Указанный срок восстановлению не подлежит.

3. После опубликования результатов выборов, референдума жалоба на нарушение избирательных прав граждан, права граждан на участие в референдуме, имевшее место в период избирательной кампании, кампании референдума, может быть подана в суд в течение одного года со дня опубликования результатов соответствующих выборов, референдума.

4. Решения по жалобам, поступившим в период избирательной кампании, кампании референдума, принимаются в пятидневный срок, но не позднее дня, предшествующего дню голосования, а в день голосования или в день, следующий за днем голосования, – немедленно. Если факты, содержащиеся в жалобах, требуют дополнительной проверки, решения по ним принимаются не позднее чем в десятидневный срок. По жалобе на решение комиссии об итогах голосования, о результатах выборов, референдума суд обязан принять решение не позднее чем в двухмесячный срок со дня подачи жалобы.

5. Заявление об отмене регистрации кандидата, списка кандидатов может быть подано в суд не позднее чем за восемь дней до дня голосования (в том числе повторного). Решение суда должно быть принято не позднее чем за пять дней до дня голосования.

Статья 79. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о выборах и референдумах

1. Лица, осуществляющие фальсификацию итогов голосования, несут уголовную ответственность в соответствии с федеральными законами.

Под фальсификацией итогов голосования в настоящем Федеральном законе понимается:

включение неучтенных бюллетеней в число бюллетеней, использованных при голосовании;

заведомо неправильное составление списков избирателей, участников референдума, включение в них лиц, не обладающих активным избирательным правом, правом на участие в референдуме, либо вымышленных лиц;

замена действительных бюллетеней;

незаконное уничтожение официальных бюллетеней;

заведомо неправильный подсчет голосов избирателей, участников референдума;

подписание членами комиссии протокола об итогах голосования до подсчета голосов или подведения итогов голосования, заведомо неверное (не соответствующее действительным результатам голосования) составление протокола об итогах голосования;

внесение изменений в протокол об итогах голосования после его заполнения (за исключением случая, установленного пунктом 10 статьи 77 настоящего Федерального закона).

2. Лица, путем насилия, обмана, угроз, подлога или иным способом препятствующие свободному осуществлению гражданином Российской Федерации права избирать и быть избранным, участвовать в референдуме,

либо нарушающие установленный настоящим Федеральным законом порядок предоставления сведений об избирателях, уча-

стниках референдума или списков избирателей, участников референдума,

либо использующие преимущества своего должностного или служебного положения в период избирательной кампании, кампании референдума,

либо нарушающие правила финансирования избирательной кампании, кампании референдума, в том числе лица, несвоевременно перечисляющие денежные средства комиссиям, кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, инициативным группам по проведению референдума, иным группам участников референдума,

либо должностные лица государственных органов, не осуществившие по представлению комиссий проверку информации о нарушениях настоящего Федерального закона, иного закона, а также не принявшие мер по пресечению этих нарушений,

либо должностные лица, проводящие предвыборную агитацию, агитацию по вопросам референдума с нарушением правил, установленных настоящим Федеральным законом,

либо лица, оказывающие финансовую (материальную) поддержку кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, деятельности инициативной группы по проведению референдума, иной группы участников референдума помимо их избирательных фондов, фондов референдума,

либо принуждающие граждан или препятствующие им ставить подписи в поддержку кандидата, избирательного объединения, избирательного блока, инициативы проведения референдума, а также участвующие в подделке данных подписей,

либо изготовляющие незаконные тиражи бюллетеней,

либо неправомерно вмешивающиеся в работу государственной автоматизированной информационной системы,

либо осуществляющие подкуп избирателей, участников референдума, то есть действия, запрещенные пунктом 2 статьи 56 настоящего Федерального закона,

либо отказавшие в предоставлении предусмотренного законом отпуска для участия в выборах, референдуме,

либо должностные лица, организующие проведение сбора подписей и (или) предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума, иной деятельности, способствующей выдвижению и (или) избранию кандидатов, выдвижению и (или) поддержке инициативы проведения референдума, получению того или иного ответа на вопрос референдума, подчиненными по службе государственными или муниципальными служащими в служебное время либо в ходе служебных командировок,

либо должностные лица, не создавшие условий для проведения массовых мероприятий, если такая обязанность возложена на них законом,

либо лица, препятствующие работе комиссий или деятельности членов комиссий, связанной с исполнением ими своих обязанностей, или противозаконно вмешивающиеся в указанную работу или деятельность, в том числе принуждающие отказаться от назначения членом комиссии,

либо принуждающие избирателей, участников референдума голосовать вопреки их собственному выбору,

либо избиратели, участники референдума, указавшие в заявлении о предоставлении возможности проголосовать досрочно заведомо неверную причину для получения бюллетеня,

либо лица, нарушившие право граждан на ознакомление со списком избирателей, участников референдума, а также не рассмотревшие в установленный срок заявления о неправильности в списке избирателей, участников референдума,

либо скрывшие остатки тиража изготовленных бюллетеней,

либо препятствующие лицам, указанным в пункте 3 статьи 30 настоящего Федерального закона, в осуществлении наблюдения и контроля,

либо отказывающие членам комиссии как с правом решающего, так и с правом совещательного голоса в получении в порядке, установленном настоящим Федеральным законом, копий документов комиссии, непосредственно связанных с выборами, референдумом,

либо нарушающие тайну голосования,

либо выдавшие гражданам бюллетени в целях предоставления им возможности проголосовать за других лиц или проголосовать более одного раза в ходе одного и того же голосования,

либо давшие (выдавшие) гражданам заполненные бюллетени,

либо препятствующие голосованию на избирательных участках, участках референдума,

либо нарушающие порядок досрочного голосования,

либо нарушающие порядок голосования вне помещения для голосования,

либо принуждающие членов комиссии к осуществлению фальсификации итогов голосования,

либо препятствующие членам комиссии с правом совещательного голоса находиться среди членов комиссии с правом решающего голоса возле мест, где производятся сортировка бюллетеней и подсчет голосов избирателей, участников референдума,

либо препятствующие членам комиссии как с правом решающего, так и с правом совещательного голоса в реализации их права удостовериться в правильности подсчета по спискам избирателей, участников референдума числа лиц, принявших участие в голосовании, в правильности сортировки бюллетеней по кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам, вариантам ответа на вопрос референдума,

либо нарушающие установленный настоящим Федеральным законом порядок подсчета голосов избирателей, участников референдума, включая порядок сортировки бюллетеней, или порядок установления итогов голосования,

либо осуществившие фальсификацию избирательных документов, документов референдума, составившие и выдавшие заведомо ложные документы,

либо не выдающие копию протокола об итогах голосования лицам, указанным в пункте 3 статьи 30 настоящего Федерального закона,

либо отказывающиеся от проведения итогового заседания комиссии по итогам голосования на выборах, референдуме,

либо не представившие (представившие неполно) или не опубликовавшие сведения об итогах голосования вопреки возложенным на них обязанностям,

либо не представляющие или не публикующие отчетов о расходовании средств на подготовку и проведение выборов, референдума и отчетов о расходовании бюджетных средств на выборы, референдум,

либо неполно, недостоверно представляющие финансовые отчеты кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, инициативной группы по проведению референдума,

либо распространяющие заведомо ложные сведения о кандидатах или совершающие иные действия, порочащие честь и достоинство кандидатов,

либо нарушающие правила проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума, в том числе лица, проводящие агитацию в день, предшествующий дню голосования, и в день голосования, а также проводящие агитацию лица, которым это запрещено законом,

либо нарушающие правила опубликования (обнародования) результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами и референдумами,

либо нарушающие правила изготовления и размещения агитационных материалов,

а также организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, принимающие участие в предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума, не опубликовавшие сведения о размере и других условиях оплаты эфирного времени, печатной площади,

либо нарушающие условия проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума:

по размеру и условиям оплаты,

по объему и времени предоставляемого эфирного времени и объему, месту расположения печатной площади,

либо отдающие в информационных блоках, содержащих сообщения о проведении предвыборных мероприятий, мероприятий, связанных с референдумом, предпочтение определенному кандидату, избирательному объединению, избирательному блоку, инициативной группе по проведению референдума, иной группе участников референдума,

либо принимающие незаконную оплату за информационный блок передач или публикаций, –

несут уголовную, административную либо иную ответственность в соответствии с федеральными законами.

3. Неисполнение или ненадлежащее исполнение решений, принятых на референдуме, влечет за собой ответственность в соответствии с федеральными законами.

Решения судов общей юрисдикции по делам, связанным с нарушениями порядка и правил проведения предвыборной агитации

1. О некоторых вопросах применения судами норм избирательного права при разрешении споров, связанных с проведением выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, Президента Российской Федерации, а также в законодательные (представительные) и исполнительные органы государственной власти субъектов Российской Федерации. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации. 1998. № 1; № 2.

2. Постановление Президиума, решения и определения судебных коллегий Верховного Суда Российской Федерации. По гражданским делам: п. 6. Возложение судом на избирательную комиссию области обязанности по обеспечению публикации предвыборного агитационного материала, представленного кандидатом в депутаты областной Думы, признано неправильным // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации. 2000. № 11. С. 7–8.

3. Решение Верховного Суда Российской Федерации от 25 окт. 1995 г. по делу № ГКПИ95–156 (по жалобе Общероссийского общественного объединения «Союз студенческих советов» на постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 20 сент. 1995 г. «Об Инструкции о порядке предоставления эфирного времени на каналах государственных телерадиокомпаний избирательным объединениям, избирательным блокам, кандидатам в депутаты Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации и публикаций агитационных предвыборных материалов в периодических печатных изданиях с государственным участием»)// Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного

Суда Российской Федерации (1995–2000). В 2 т. Т. 1. М.: Изд-во НОРМА, 2001. С. 141–147.

4. Решение Верховного Суда Российской Федерации от 24 нояб. 1995 г. по делу № ГКПИ95–199 (по жалобе Барышева В. И. на действия Центральной избирательной комиссии Российской Федерации) // Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995–2000). В 2 т. Т. 1. М.: Изд-во НОРМА, 2001. С. 148–150.

5. Решение Верховного Суда Российской Федерации от 16 дек. 1995 г. по делу № ГКПИ95–231 (по жалобе Шмидта В. В. на действия (бездействие) Центральной избирательной комиссии Российской Федерации) // Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995–2000). В 2 т. Т. 1. М.: Изд-во НОРМА, 2001. С. 150–152.

6. Решение Верховного Суда Российской Федерации от 8 мая 1996 г. по делу № ГКПИ96–139 (по жалобе кандидатов в Президенты Российской Федерации Явлинского Г. А. и Федорова С. Н. о признании недействующими и не подлежащими применению указанных в жалобе положений Инструкции о порядке предоставления эфирного времени на каналах государственных телерадиокомпаний кандидатам на должность Президента Российской Федерации, избирательным объединениям, инициативным группам избирателей и публикации агитационных предвыборных материалов и периодических печатных изданий, утвержденной постановлением Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 5 апр. 1996 г. № 66/716–П) // Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995–2000). В 2 т. Т. 1. М.: Изд-во НОРМА, 2001. С. 280–284.

7. Решение Верховного Суда Российской Федерации от 16 июня 1996 г. по делу № ГКПИ96–195 (по жалобе Шакума М. Л. на бездействие Центральной избирательной комиссии Российской Федерации и на действия Общественного Российского телевидения) // Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995–2000). В 2 т. Т. 1. М.: Изд-во НОРМА, 2001. С. 284–289.

8. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 21 сент. 1998 г. по делу, № 22-Г98-8 (по жалобе Джатиева В. С.

о признании неправомерными действий и решений Государственной телерадиокомпании «Алания» и Центральной избирательной комиссии Республики Северная Осетия – Алания и восстановлении нарушенного права по кассационной жалобе Джатиева В. С. на решение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда Республики Северная Осетия – Алания от 19 июня 1998 г., которым Джатиеву В. С. отказано в удовлетворении жалобы) // Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995–2000). В 2 т. Т. 1. М.: Изд-во НОРМА, 2001. С. 486–491.

9. Решение Верховного Суда Российской Федерации от 17 дек. 1999 г. по делу № ГКПИ99–1087 (по жалобе Зяблицева Е. Г. на постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 13 дек. 1999 г. № 60/731–3) // Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995–2000). В 2 т. Т. 1. М.: Изд-во НОРМА, 2001. С. 804–807.

10. Решение Верховного Суда Российской Федерации от 17 дек. 1999 г. по делу № ГКПИ99–1094 (по жалобе Зацепиной Н. А. на постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 13 дек. 1999 г. № 60/728–3) // Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995–2000). В 2 т. Т. 1. М.: Изд-во НОРМА, 2001. С. 807–809.

11. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 17 июня 1999 г. по делу № 36–Г99–6 (по жалобе Листратенкова П. З. на действия избирательной комиссии Смоленской области, председателя избирательной комиссии Лазаренкова А. А., государственной телевизионной радиовещательной компании «Смоленск», журналиста Московского Ю. С. и по иску Листратенкова П. З. о компенсации морального вреда и обязанности принести публичные извинения за нарушение законов «О средствах массовой информации», «О выборах депутатов Смоленской областной Думы» по кассационной жалобе Листратенкова П. З., на решение Судебной коллегии по гражданским делам Смоленского областного суда от 14 янв. 1999 г., которым в удовлетворении требований Листратенкова П. З. отказано) // Избирательные права и право на участие в рефе-

рендуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995–2000). В 2 т. Т. 2. М.: Изд-во НОРМА, 2001. С. 112–115.

12. Решение Верховного Суда Российской Федерации от 19 нояб. 1999 г. по делу № ГКПИ99–934 (по жалобе Минкина А. В. о признании незаконными и отмене п. 2, 4, 7, 8 и 9 (в указанной в жалобе части) «Разъяснения о некоторых вопросах проведения предвыборной агитации в период избирательной кампании по выборам депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации третьего созыва», утвержденного постановлением Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 13 авг. 1999 г. № 8/52–3) // Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995–2000). В 2 т. Т. 1. М.: Изд-во НОРМА, 2001. С. 855–860.

13. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 16 дек. 1999 г. по делу № КАС99–352 (по кассационной жалобе Минкина А. В. на п. 2, 4, 7, 8 и 9 Разъяснений о некоторых вопросах проведения предвыборной агитации в период избирательной кампании по выборам депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации третьего созыва, утвержденного постановлением Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 13 авг. 1999 г. № 8/52–3 по кассационной жалобе представителя заявителя – Ходакова С. А. на решение Верховного Суда Российской Федерации от 19 нояб. 1999 г., которым жалоба Минкина А. В. оставлена без удовлетворения) // Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995–2000). В 2 т. Т. 1. М.: Изд-во НОРМА, 2001. С. 862–867.

14. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 18 янв. 2000 г. по делу № 58–Г99–14 (по кассационной жалобе Избирательной комиссии Хабаровского края на решение Хабаровского краевого суда от 26 нояб. 1999 г. по жалобе Беляева В. А. на постановление Избирательной комиссии Хабаровского края от 20 окт. 1999 г. по делу № 56–56/2–1) // Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995–2000). В 2 т. Т. 2. М.: Изд-во НОРМА, 2001. С. 405–408.

15. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 20 янв. 2000 г. по делу № 44-Г99-13 (по жалобе Рукина Е. Л. на действия Пермской областной избирательной комиссии и Пермской государственной телерадиокомпании «Т-7» по предоставлению бесплатного эфирного времени на телеканале «Т-7» для предвыборных агитационных материалов зарегистрированным кандидатам в депутаты Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации и региональным группам кандидатов федеральных списков избирательных объединений и блоков по кассационной жалобе Пермской государственной телерадиокомпании «Т-7» на решение Пермского областного суда от 23 нояб. 1999 г.) // Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995-2000). В 2 т. Т. 2. М: Изд-во НОРМА, 2001. С. 408-411.

16. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 21 февр. 2000 г. по делу № 34-ГОО-1 (по жалобе Уткина Е. Г. на неправомерные действия окружной избирательной комиссии по выборам депутатов Мурманской областной Думы по Мурманскому трехмандатному избирательному округу № 2 и избирательной комиссии Мурманской области по кассационной жалобе избирательной комиссии Мурманской области на решение Мурманского областного суда от 16 дек. 1999 г., которым жалоба удовлетворена) // Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995-2000). В 2 т. Т. 2. М.: Изд-во НОРМА, 2001. С. 667-669.

17. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 20 марта 2000 г. по делу № 34-ГОО-2 (по кассационной жалобе Уткина Е. Г. на решение Мурманского областного суда от 23 дек. 1999 г.) // Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995-2000). В 2 т. Т. 2. М.: Изд-во НОРМА, 2001. С. 669-671.

18. Определение Верховного Суда Российской Федерации от 23 марта 2000 г. по делу № 10-ГОО-1 (по жалобам Первакова В. Н. на бездействие Кировской областной избирательной комиссии, выразившееся в непринятии мер к аннулированию регистрации действующего губернатора области Сергеенкова В. К. в качестве кандидата в губернаторы Кировской облас-

ти на новый срок, и об отмене регистрации Сергеенкова В. Н. в качестве кандидата в Губернаторы Кировской области по кассационной жалобе Первакова В. Н. на решение Судебной коллегии по гражданским делам Кировского областного суда от 13 марта 2000 г., которым в удовлетворении жалобы отказано) // Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995–2000). В 2 т. Т. 2. М.: Изд-во НОРМА, 2001. С. 671–675.

Постановления Центральной избирательной комиссии Российской Федерации, принятые в связи с проведением участниками избирательных кампаний предвыборной агитации

1. Об Обращении Центральной избирательной комиссии Российской Федерации к участникам избирательного процесса: Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 13 авг. 1999 г. № 8/51-3 // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. 1999. № 8.

2. О Разъяснениях о некоторых вопросах проведения предвыборной агитации в период избирательной кампании по выборам депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации третьего созыва: Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации 13 авг. 1999 г. № 8/52-3 // Российская газета. 1999. 20 авг.

3. О порядке деятельности уполномоченных представителей избирательных объединений, избирательных блоков по финансовым вопросам и об удостоверении уполномоченных представителей избирательных объединений, избирательных блоков по финансовым вопросам: Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 13 авг. 1999 г. № 8/55-3 // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. 1996. № 2.

4. О Рабочей группе по контролю за соблюдением участниками избирательного процесса порядка и правил проведения предвыборной агитации при проведении выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации третьего созыва: Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 1 сент. 1999 г. № 11/76-3 // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. 1999. № 9.

5. О порядке составления и форме протокола об административном правонарушении, составляемого избирательной комиссией в ходе подготовки и проведения выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации третьего созыва: Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 10 сент. 1999 г. № 13/90-3 // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. 1999. № 10.

6. О письме Центральной избирательной комиссии Российской Федерации руководителям организаций телерадиовещания и редакций периодических печатных изданий: Выписка из протокола заседания Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 17 сент. 1999 г. № 14-1-3 // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. 1999. № 10.

7. О некоторых вопросах проведения предвыборной агитации в ходе подготовки к выборам депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации третьего созыва: Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 21 окт. 1999 г. № 27/359-3 // Российская газета. 1999. 28 окт.

8. О Разъяснениях по некоторым вопросам применения положений Федерального закона «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации», запрещающих использование преимуществ должностного или служебного положения, при подготовке и проведении выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации третьего созыва: Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 21 окт. 1999 г. № 27/360-3 // Российская газета. 1999. 28 окт.

9. Об обращении Центральной избирательной комиссии Российской Федерации к организациям, проводящим опросы общественного мнения, связанные с выборами депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации третьего созыва, организациям, осуществляющим теле- и (или) радиовещание и редакциям периодических печатных изданий: Выписка из протокола заседания Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 29 окт. 1999 г. № 32-3-3 // Российская газета. 1999. 11 нояб.

10. О Порядке проведения жеребьевки между избирательными объединениями, избирательными блоками и Порядке проведения жеребьевки между зарегистрированными кандидатами, региональными группами кандидатов для предоставления эфирного времени на каналах организаций, осуществляющих телерадиовещание, при проведении выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации третьего созыва: Выписка из протокола заседания Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 1 нояб. 1999 г. № 35-3-3 // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. № 16. 1999.

11. О Рекомендациях о порядке оформления договоров на предоставление эфирного времени (печатной площади) для целей предвыборной агитации на платной основе между организациями, осуществляющими теле- и (или) радиовещание, редакциями периодических печатных изданий и зарегистрированным кандидатом, избирательным объединением, избирательным блоком, зарегистрировавшими федеральные списки кандидатов: Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 5 нояб. 1999 г. № 38/468-3 // Российская газета. 1999. 16 нояб.

12. Об Инструкции по организации единого порядка установления итогов голосования, составления протоколов избирательных комиссий, определения результатов выборов, получения, передачи и обработки информации с использованием Государственной автоматизированной системы Российской Федерации «Выборы» при проведении выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации третьего созыва: Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 8 нояб. 1999 г. № 39/497-3 // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. 1999. № 18.

13. О результатах рассмотрения жалоб и заявлений о нарушении некоторыми участниками избирательного процесса порядка и правил проведения предвыборной агитации в ходе выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации третьего созыва: Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 6 дек. 1999 г. № 56/697-3 // Российская газета. 1999. 15 дек.

14. О нарушениях избирательными объединениями, избирательными блоками, иными участниками избирательного процесса требований Федерального закона «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» при проведении предвыборной агитации: Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 16 дек. 1999 г. № 61/733-3 // Российская газета. 1999. 18 дек.

15. О нарушении порядка и правил проведения предвыборной агитации в ходе подготовки к выборам Президента Российской Федерации в 2000 году: Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 17 февр. 2000 г. № 84/992-3 // Российская газета. 2000. 1 марта.

Литература

1. Анохина Н. В., Брандес М. Э. Роль СМИ в избирательном процессе // Политическая наука: Проблемно-тематический сборник. М., 2000. Вып. 3. С. 137–151 (Выборы в посткоммунистических обществах).

2. Байгузин Р. Н., Илларионов С. И., Рукусуев Г. Н. Информационная война. М., 2000.

3. Белкин А. А. Избирательный процесс // Вестн. С.-Петербург. ун-та. Сер. 6, Философия, политология, социология, психология, право. СПб., 2000. Вып. 4.

4. Белоновский В. Н. Совершенствование избирательного законодательства и выборной модели формирования представительных органов власти // Материалы российской межвузовской конференции «Парламентско-президентские выборы 1999–2000 годов и решение жизненных проблем России». М., 2001.

5. Бирюкова Г. Чтобы поверили, не лгите // PR-диалог. 2000, март – апр. № 2(7). С. 75–77.

6. Бодров В. А. Информационный стресс. М.: ПЕР СЭ, 2000.

7. Большаков С. В. О некоторых принципиальных положениях федерального законодательства о выборах в части регулирования предвыборной агитации и практики его реализации // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. 2000. № 9. С. 124–134.

8. Большаков С. В., Казьмин В. И., Кораблин В. Е. Предвыборная агитация // Выборы депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, 1999: Электоральная статистика. М.: Весь Мир, 2000. С. 76–80.

9. Большаков С. В. П. I. Общие положения, ст. 8. П. VII. Предвыборная агитация, ст. 44–53 // Комментарий к Федеральному закону «О выборах Президента Российской Федерации». М.: Изд-во НОРМА, 2000. С. 31–34, 205–270.

10. Большаков С. В., Гришина М. В. Предвыборная агитация // Выборы Президента Российской Федерации, 2000: Электоральная статистика. М.: Весь Мир, 2000. С. 112–119.

11. Большаков С. В. Избирательные информационные правоотношения // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. 2001. № 10. С. 20–29.

12. Большаков С. В., Ланин В. Г., Мешков П. Я., Панарин И. Н. Интернет и выборы. М.: РЦОИТ, 2002.

13. Вакурова Н. В., Московкин Л. И. СМИ и выборы: некоторые аспекты самоорганизации в русле новых политических технологий // Вест. Моск. ун-та. Сер. 4, Журналистика. 2000. № 4. С. 103–108.

14. Варава А. Г. Политическая реклама в современных предвыборных технологиях (на примере президентской кампании 1996 г. в США). Волгоград, 2000. Вып. 4. С. 169–179.

15. Варустин Л. A la guette comme a la guerre (На войне как на войне) // PR-диалог. 2000, янв. – февр. № 1(6). С. 4–5.

16. Вишневский Б. Петербургский избирательный «марафон» и его уроки // ПОЛИС: Политические исследования. 2000. № 4. С. 105–122.

17. Вешняков А. А. Когда дело стоит приложения сил // Журнал о выборах. 2001. № 1.

18. Вешняков А. А. Международные избирательные стандарты // Международная жизнь. 2001. № 3.

19. Выборы депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, 1999: Электоральная статистика. М.: Весь Мир, 2000.

20. Выборы Президента Российской Федерации, 2000: Электоральная статистика. М.: Весь Мир, 2000.

21. Выборы депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации 19 дек. 1999 года в Калужской области: Электоральная статистика. Калуга, 2000.

22. Выборы: избирательное право и избирательный процесс в Российской Федерации: Словарь-справочник / Московская городская избирательная комиссия, Московский фонд развития парламентаризма и социальной информатики. М., 2001.

23. Выступление Президента Российской Федерации В. В. Путина при представлении ежегодного Послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации. М., 2000.

24. Грачев Г. Информационные технологии политической борьбы в российских условиях // ПОЛИС: Политические исследования. 2000. № 3. С. 151–156.

25. Гунаре М. Л. Политический маркетинг в избирательной кампании: Автореф. дис. ... канд. полит. наук: Моск. гос. ун-т. М., 2001.

26. Доклад о нарушениях законодательства и избирательных прав граждан в ходе парламентских выборов 1999 года // Права человека в регионах Российской Федерации: Доклад 2000 (события 1999 года): В 4 т. М., 2000.

27. Жуков К. С, Карнышев А. Д. Азбука избирательной кампании. М.: Изд-во ИМА-пресс, 2001.

28. Иваненко Ю. Г. Различия правовой оценки и последствий при нарушении избирательного законодательства // Юридический консультант. 2000. № 10. С. 35–38.

29. Иванченко Л. А., Васецкий Н. А., Сахаров Н. А., Кулишов О. С. Выборы в субъектах Российской Федерации в 2000 году: аналитический обзор Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации. М., 2001. 121 с.

30. Игнатенко В. В. Ответственность за нарушения законодательства о выборах и референдумах. Основания и санкции. Иркутск, 1998.

31. Избирательное право и избирательный процесс в субъектах Российской Федерации: состояние, проблемы, перспективы: Материалы межрегионального научно-практического семинара. Барнаул, 2000.

32. Избирательные права и право на участие в референдуме граждан Российской Федерации в решениях Верховного Суда Российской Федерации (1995–2000): В 2 т. / Центральная избирательная комиссия Российской Федерации. М.: Изд-во НОРМА, 2001.

33. Избирательные технологии и избирательное искусство/ Агентство PR-интеллект. М.: РОСПЭН, 2001.

34. Интерактивные коммуникационные стратегии // Сообщение. 2001, май. № 5.

35. Интернет-мониторинг выборов в России (новая гражданская инициатива Проекта «Информатика для демократии – 2000+»: Аналитический доклад по результатам проекта. М.: МИПО РЕПРО, 2001.

36. Избирательные технологии и избирательное искусство: грани возможного. Круглый стол // Власть. 2001. № 4. С. 6–16.

37. Ильичев Г. Страна пиария. Известия, 11 янв. 2002.

38. Институт выборов в истории России. Центральная избирательная комиссия Российской Федерации. М.: Изд-во НОРМА, 2001.

39. Кабышев В. Т. Принцип равноправия избирателей и правовая позиция Конституционного Суда Российской Федерации // Конституционное развитие России: Межвузовский сборник научных статей. Саратов, 2000. Вып. 3. С. 5–12.

40. Каламкарян Р. А. Права человека в России: декларации, нормы и жизнь // Государство и право. 2000, № 3. С. 27–50; № 4, С. 31–41.

41. Каламкарян Р. А. Юридические гарантии прав личности в Российской Федерации: (По материалам «круглого стола») // Государство и право. 2000. № 11. С. 95–107.

42. Калинин В. М. Настольная книга избирателя. Тюмень: Вектор Бук, 2000.

43. Калятин В. О. Правовые вопросы организации сети Интернет // Юридический мир. 2001. № 3.

44. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо-Пресс, 2001.

45. Клепицкий И. А. Преступление, административное правонарушение и наказание в России в свете Европейской конвенции о правах человека // Государство и право. 2000. № 12. С. 11–19.

46. Князев С. Д. Предмет современного российского избирательного права // Государство и право. 2000. № 5. С. 31–40.

47. Князев С. Д. Уголовная ответственность за нарушение законодательства о выборах и референдумах // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. 2000. № 20. С. 33–40.

48. Князев С. Д., Цырфа В. М. Избирательный процесс в Российской Федерации. Понятие. Структура. Стадии / Избирательная комиссия Хабаровского края. Хабаровск, 2000.

49. Комаровский С., Мараховская М. Интернет – новая избирательная технология? // Советник. 2001. № 3.

50. Конституционное право: Энциклопедический словарь / Отв. ред. проф. С. А. Авакьян. М.: ИНФРА-М, 2001.

51. Кошелюк М. Выборы: Магия игры. Технология победы. М.: Макцентр, 2000.

52. Лисовский С. Ф., Евстафьев В. А. Избирательные технологии: история, теория, практика. М.: РАУ Университет, 2000.

53. Лукашук И. И. Средства массовой информации, государство, право. М.: Стольный град, 2001 (Библиотека Российского объединения избирателей. Вып. 5).

54. Малкин Е. Б., Сучков Е. Б. Основы избирательных технологий/ Институт избирательных технологий. М.: Русская панорама, 2000.

55. Мараховская М., Комаровский С. Разноцветный PR избирательных кампаний. Методы политического PR почти универсальны // Сообщение. 2001. № 4. С. 48–51.

56. Масловская М. В. Субъекты избирательного процесса // Государство и право на рубеже веков: Материалы Всероссийской конференции, 2–4 февр. 2000 г. М., 2000.

57. Мельник Г. Избирательное право и СМИ: новые функции // PR-диалог. 2000, март–апр. № 2(7). С. 16–20.

58. Мещеряков А. Н. Правовое и информационное обеспечение процедуры выборов президентов республик в составе Российской Федерации // Информатизация правоохранительных систем: 10-я Международная научная конференция, 22–23 мая 2001 г.: Сборник трудов. М., 2001.

59. Мониторинг освещения в СМИ парламентских выборов 1999 года в России: Заключительный отчет, март 2000 г., Европейский институт средств массовой информации, Дюссельдорф, Германия.

60. Мониторинг освещения в СМИ президентских выборов 2000 года в России: Заключительный отчет, авг. 2000 г., Европейский институт средств массовой информации, Дюссельдорф, Германия.

61. Мостовщиков В. Д. Практика административного и судебного рассмотрения избирательных споров в ходе избирательных кампаний 1994–1996 гг. на территории Свердловской области // Вестник Избирательной комиссии Свердловской области. Екатеринбург. 1997. № 15.

62. Мостовщиков В. Д. Предвыборная агитация и деятельность избирательных комиссий по осуществлению контроля за соблюдением законодательства о выборах // Выборы и референдумы. Екатеринбург. 1998. № 2.

63. Мостовщиков В. Д. Предвыборная агитация: понятие и правовые признаки // Журнал российского права. 1999. № 5/6.

64. Мостовщиков В. Д. Проблемы правового регулирования предвыборной агитации // Российский юридический журнал. Екатеринбург. 1999. № 3.

65. Нудненко Л. А. Теоретические основы права граждан РФ на проведение собраний, митингов, шествий и пикетирования // Журнал российского права. 2000, № 12. С. 64–73.

66. Панарин И. Н. Информационная война и власть. М.: Мир безопасности, 2001.

67. Павлютенкова М. Новые информационные технологии в современном политическом процессе // Власть. 2000. № 8. С. 38–43.

68. Пахоменко Т. А. Избирательное законодательство и соблюдение законности // Законность. 2000. № 7/8. С. 17–20.

69. Пиронкова О. Ф. «Живые новости», или О времени и пространстве в телевизионном эфире // СОЦИС: Социологические исследования. 2000. № 8.

70. Россия в избирательном цикле 1999–2000 годов/Московский центр Карнеги. М.: Гендальф, 2000.

71. Русанова Е. С. К вопросу об избирательных технологиях с учетом российской ментальности // Россия на рубеже XXI века: проблемы управления глазами молодых: Материалы межвузовской научно-практической конференции, 14 апр. 2000 г. Саратов, 2000. Ч. 1. С. 99–102.

72. Савелова Н. Демократия должна быть управляемой // Деловые люди. 2000. № 8 (113). С. 24–25.

73. Степанов О. А. Перспективы использования новых информационных технологий при проведении избирательных кампаний // Материалы российской межвузовской конференции «Парламентско-президентские выборы 1999–2000 годов и решение жизненных проблем России». М., 2001.

74. Тулупов В. Кризис доверия // PR-диалог. 2000, март–апр. № 2(7). С. 46–48.

75. Богословская Е. Михаил Прусак: «Власти не нужна карманная пресса» // PR-диалог. 2000, март–апр. № 2(7). С. 65–69.

76. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций /Пер. с англ. М.: Олма-Пресс, 2002.

77. Хассен С. Освобождение от психологического насилия / Пер. с англ. М.: Олма-Пресс, 2001. 400 с. (Секреты психологии).

78. Цуладзе А. Большая манипулятивная игра: технология политических манипуляций в период выборов 1999–2000 гг. М.: Алгоритм, 2000 (История России. Современный взгляд).

79. Чельшев В. Еще раз о честности и чести // PR-диалог. 2000, март–апр. № 2(7). С. 1.

80. Чурилов А. В. Защита прав и свобод человека и гражданина средствами прокурорского надзора. М.: Московский психолого-социальный ин-т, 2001. 80 с.

81. Шайхуллин Г. Пресса и выборы: свобода слова или свободное толкование закона // Советник. 2001. № 10. С. 18–19.

Содержание

Предисловие	3
Введение Ю. А. Веденеев, доктор юридических наук	5
1. Информационное обеспечение избирательного процесса	9
1.1. Правовое регулирование производства и распространения информации о выборах в период избирательной кампании	9
1.2. Информирование избирателей как необходимое условие проведения свободных демократических выборов	16
1.3. Предвыборная агитация как институт российского избирательного права	25
2. Предвыборная агитация: особенности правового регулирования, порядок и правила проведения	32
2.1. Понятие и признаки предвыборной агитации	32
2.2. Объект и субъекты предвыборной агитации	35
2.2.1. Объект предвыборной агитации	35
2.2.2. Субъекты предвыборной агитации	35
2.2.3. Субъекты предвыборной агитации, осуществляемой методом распространения массовой информации (на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях)	39
2.2.4. Субъекты предвыборной агитации, осуществляемой посредством проведения массовых мероприятий	40
2.2.5. Субъекты предвыборной агитации, осуществляемой посредством выпуска и распространения агитационных печатных материалов	41
2.2.6. О необходимости установленных законами о выборах ограничений на проведение требующих оплаты мероприятий предвыборной агитации	42
2.3. Сроки, формы и методы проведения предвыборной агитации	43
2.3.1. Сроки проведения предвыборной агитации	43
2.3.2. Формы и методы предвыборной агитации	46
2.4. Финансируемая (требующая оплаты) предвыборная агитация	48
2.5. Предвыборная агитация через средства массовой информации	52

2.5.1. Общие положения	52
2.5.2. Условия участия организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, в избирательной кампании	58
2.5.3. Общие условия проведения предвыборной агитации через средства массовой информации	60
2.6. Предвыборная агитация с использованием сетевых ресурсов	62
3. Ответственность участников избирательного процесса за нарушения установленных законодательством о выборах порядка и правил проведения предвыборной агитации	65
Заключение	79
Примерная программа учебно-практического курса «Информирование избирателей и предвыборная агитация: особенности правового регулирования, ответственность за нарушения установленных законом порядка и правил агитационной деятельности»	82
Курс лекций на тему «Информационное обеспечение избирательного процесса»	82
Планы семинарских занятий по курсу «Информационное обеспечение избирательного процесса»	82
Контрольные вопросы	84
Нормативные правовые акты, регулирующие предвыборную агитационную деятельность участников избирательной кампании	86
Федеральный закон от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (извлечение)	90
Решения судов общей юрисдикции по делам, связанным с нарушениями порядка и правил проведения предвыборной агитации	134
Постановления Центральной избирательной комиссии Российской Федерации, принятые в связи с проведением участниками избирательных кампаний предвыборной агитации	140
Литература	144

С. В. Большаков

**ИНФОРМИРОВАНИЕ ИЗБИРАТЕЛЕЙ
И ПРЕДВЫБОРНАЯ АГИТАЦИЯ:
ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ**

Корректоры
Т. В. Калинина, Н. М. Пуцина
Компьютерная верстка
О. Г. Свиридова

Ответственный за выпуск
А. Н. Нелюбов

Лицензия ИД № 00001 от 28.09.1999 г.
Сдано в набор 14.11.2002. Подписано в печать 17.12.2002.
Формат 60x90¹/₁₆. Печать офсетная.
Печ.л. 9,5. Тираж 3000. Заказ 5005

Отпечатано в ОАО «Типография «Новости»
107005, Москва, ул. Фр. Энгельса, 46