

*Э.Е. Забила  
Института права  
Тольяттинский государственный университет  
Россия, г. Тольятти*

**ИНФОРМИРОВАНИЕ ИЗБИРАТЕЛЕЙ КАК ГАРАНТИЯ  
РЕАЛИЗАЦИИ АКТИВНОГО ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ПРАВА ГРАЖДАН  
В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

*Аннотация: В статье исследуется правовое регулирование информирования избирателей как гарантии реализации активного избирательного права граждан в Российской Федерации.*

*Ключевые слова: выборы, информация, информационное обеспечение выборов, информирование избирателей, конституционное право, гарантии избирательных прав.*

*E.E. Zabila  
Institute of Law  
Togliatti State University  
Russia, Tolyatti*

**INFORMING VOTERS AS A GUARANTEE OF EXERCISING THE  
ACTIVE ELECTORAL RIGHT OF CITIZENS IN THE RUSSIAN  
FEDERATION**

*Resume: The article examines the legal regulation of informing voters as a guarantee of the implementation of the active electoral right of citizens in the Russian Federation.*

*Key words: elections, information, information support of elections, informing voters, constitutional law, guarantees of electoral rights.*

Согласно статье 2 Федерального закона "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации", информирование избирателей - это деятельность, осуществляемая в ходе избирательной кампании с целью побудить или мотивировать избирателей голосовать или не голосовать за кандидата, кандидатов, списки кандидатов или списки кандидатов.

В научной литературе можно заметить, что мнения экспертов относительно понятия "информирование избирателей" раздроблены.

Так, представители первой группы рассматривают просвещение избирателей как правовой институт, а представители второй группы - как подзаконный институт. Некоторые авторы считают, что просвещение избирателей включает в себя материальные и процессуальные нормы, направленные на регулирование правовых отношений между различными субъектами права и избирательного процесса, возникающих в ходе избирательного акта (процедуры) с целью стимулирования участия избирателей в выборах и голосования за или против кандидатов. По мнению других исследователей, информирование избирателей следует рассматривать как подчиненный институт информационного обеспечения избирательного процесса, нормы которого направлены на регулирование процессов информирования избирателей, осуществляемых в рамках избирательного процесса." Аналогичной точки зрения придерживается Л. Т. Аглеева [1].

Некоторые исследователи рассматривают просвещение избирателей как особое право. В частности, у Н.В. Хачатурова право на просвещение избирателей включает в себя три основных аспекта:

- юридическая возможность "участвовать в свободном обмене политической информацией перед выборами";
- возможность свободно выражать политические взгляды и мнения;

– недопустимость принуждения к выражению или невыражению политических предпочтений [11].

Однако избиратели часто рассматривают информирование как законную деятельность. Так, не вдаваясь в конкретные аспекты этой деятельности, Ю.С. Белоус солидаризируется с позицией федеральных законодателей и считает, что, во-первых, информирование избирателей происходит в установленные законом сроки, во-вторых, это самостоятельная деятельность граждан, общественных объединений, в-третьих, эта деятельность направлена на побуждение избирателей голосовать "за" или "против" кандидатов, списков кандидатов, избирательных объединений [2].

Следуя различным научным подходам к пониманию понятия "информирование избирателей", можно сделать вывод, что данная категория, независимо от ее правового статуса, является многоаспектной и весьма сложной по содержанию.

Этимология слова "агитация" (от латинского *incitere* - возбуждать что-либо, провоцировать) приводит нас к пониманию информирования избирателей как общественной деятельности, направленной на мотивацию людей к совершению определенных избирательных действий в период выборов, специфического процесса воздействия на сознание и настроение людей посредством распространения различных идей.

Информирование избирателей в Российской Федерации должно осуществляться в законном порядке и законными средствами, разрешенными законом:

- через теле- и радиостанции, средства массовой информации;
- через публичные мероприятия, такие как демонстрации, митинги, собрания, конференции, публичные дебаты и дискуссии;
- посредством производства и распространения печатных, аудиовизуальных и других рекламных материалов;
- посредством предоставления информации избирателям любыми другими способами, не запрещенными законом.

Согласно существующей практике, в большинстве случаев кандидаты выбирают распространение предвыборных материалов и организацию публичных предвыборных мероприятий как один из способов информирования избирателей.

«Согласно методическим рекомендациям для избирательных комиссий, агитационные материалы определяются как "печатные материалы, аудиовизуальные материалы (аудио, видео) и иные материалы, содержащие сигналы информирования избирателей, предназначенные для массового распространения и распространяемые в ходе избирательной кампании"».

Все агитационные материалы должны быть изготовлены на территории Российской Федерации и могут быть изготовлены только за счет агитационных средств кандидата. Для изготовления печатных агитационных материалов кандидат (официальный представитель в связи с финансами) обязан заключить соответствующий договор с полиграфической организацией или индивидуальным предпринимателем на оказание услуг по изготовлению агитационных материалов.

Печатные агитационные материалы могут изготавливаться только организациями и индивидуальными предпринимателями, отвечающими требованиям к изданию и предоставившими в избирательную комиссию информацию о размере и других условиях оплаты работ/услуг.

Закон устанавливает определенные требования к производству и распространению печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов. Все печатные и аудиовизуальные предвыборные материалы должны содержать "производственные данные", включая наименование, юридический адрес и номер НДС организации, которая произвела (изготовила) материалы, наименование организации, которая заказала (заказала) материалы (фамилия, имя, наименование заказчика, наименование лица, которому предоставлены материалы, наименование муниципалитета или иного населенного пункта), и информацию о заказчике» [3, с.77].

Все агитационные материалы (и электронные изображения в машиночитаемом формате) перед распространением должны быть направлены в избирательную комиссию. Наряду с вышеуказанной информацией необходимо также представить адрес юридического лица, изготовившего и заказавшего материал, информацию о физическом лице-владельце (адрес личного проживания) и копии платежных документов об оплате изготовления агитационных материалов из средств избирательного фонда кандидата. Закон о выборах содержит конкретные положения о том, где можно и где нельзя размещать агитационные листовки, плакаты и т.д.

Запрещается наклеивать предвыборные материалы на памятники, обелиски, здания, сооружения, места, представляющие историческую, культурную или архитектурную ценность, здания, в которых размещены избирательные комиссии, избирательные участки и в радиусе 50 метров от входа в избирательные участки. В случае нарушения вышеуказанных требований Закона о выборах нарушитель будет привлечен к ответственности в соответствии с законодательством.

Избирательные знаки, предварительно напечатанные в соответствии с требованиями Закона и прикрепленные в установленном порядке в определенных местах, рекламные щиты или другие учреждения могут оставаться на своих прежних местах до дня выборов.

Кандидаты также могут проводить обучение избирателей посредством публичных агитационных мероприятий. Такие мероприятия должны быть организованы кандидатом в соответствии с требованиями Закона о выборах и с соблюдением положений Федерального закона № 54-ФЗ "О митингах, демонстрациях, собраниях, шествиях, шествиях и агитации".

При выборе места проведения предвыборных мероприятий кандидатам также следует ознакомиться с нормативно-правовыми актами на уровне отдельных юридических лиц Российской Федерации, которые определяют, какие специально отведенные помещения могут быть использованы для проведения публичных мероприятий кандидатов.

Закон различает различные виды публичных мероприятий: митинги, собрания, демонстрации, шествия и манифестации, каждый из которых имеет свои правила и особенности. Кроме того, закон устанавливает, что местные органы власти обязаны оказывать содействие зарегистрированным кандидатам в организации встреч с избирателями и других публичных мероприятий.

«В то же время, муниципальным руководителям рекомендуется составить список мест, находящихся в муниципальной собственности, которые могут быть предоставлены бесплатно для оказания помощи кандидатам в организации этих мероприятий. При этом местные избирательные комиссии должны обеспечить и контролировать, чтобы кандидаты имели равные возможности для организации таких мероприятий (в частности, они должны указать часы, когда помещения доступны, и разместить на своих веб-сайтах информацию о наличии помещений для кандидатов или предоставить такую информацию другим зарегистрированным кандидатам)» [5, с.102].

Кандидаты также могут использовать частные помещения для проведения своих мероприятий. В этом случае они должны подписать договор платной аренды с владельцем здания и оплатить аренду из фонда своей кампании.

За 30 дней до голосования кандидаты могут использовать средства массовой информации для информирования избирателей. Это может быть сделано через телевидение, радио и электронные издания (интернет-сайты перечислены как СМИ).

Кандидатам обычно предоставляется бесплатное эфирное время и печатная площадь, при условии соблюдения юридических процедур и проведения лотерей.

Закон также допускает предоставление эфирного времени и печатной площади кандидатам за плату, в том числе неправительственными вещательными компаниями, неправительственными издателями журналов и

издателями электронных изданий. Оплата эфирного времени, печатной площади и услуг по платному размещению предвыборных материалов в сетевых СМИ должна осуществляться по договорам, заключаемым исключительно избирательным фондом кандидата.

Предвыборные материалы, появляющиеся в СМИ, не нужно заранее представлять в избирательную комиссию: ответственность за содержание и соблюдение законодательства возлагается на кандидата и редактора СМИ. В то же время редакторы СМИ имеют право отказать в трансляции агитационного материала, если сочтут, что материал, представленный кандидатом, подготовлен с нарушением закона (например, с призывами к действию, определяемыми как экстремистская деятельность).

В Интернете кандидаты могут распространять предвыборные материалы как в электронных изданиях, зарегистрированных в качестве СМИ, так и на сайтах (домашних страницах), не зарегистрированных в качестве СМИ.

Наиболее распространенные правонарушения, связанные с изготовлением предвыборных материалов, выделены отдельно. Наиболее распространенным правонарушением является несоблюдение кандидатом положений Закона об интеллектуальной собственности и требований законодательства о размещении изображений лиц в избирательных материалах. Кандидатам следует знать, что в соответствии с законом в избирательных материалах, содержащих неопределенное количество лиц, может использоваться только изображение кандидата (в этом случае разрешение на использование изображения не требуется).

Согласно позиции Центральной избирательной комиссии РФ, под неопределенным большинством следует понимать "обезличенные субъекты, представляющие определенные социальные группы, на которые распространяются отдельные положения программы кандидата (врачи, учителя, молодежь, пенсионеры и т.д.) или группы, объединенные конкретным творческим замыслом, определяющим содержание агитационных материалов (например, гости на мероприятиях, участники встреч и т.д.)".

Закон также определяет категории лиц, которые не могут предоставлять информацию избирателям при исполнении своих служебных или профессиональных обязанностей либо с использованием своего служебного или должностного положения. К таким лицам относятся лица, занимающие государственные или муниципальные должности (например, главы муниципальных образований и представители представительных органов муниципальных образований), а также государственные и муниципальные служащие.

Определенным категориям граждан также запрещено предоставлять информацию избирателям, например, членам избирательных комиссий с правом решающего голоса и представителям средств массовой информации в рамках их профессиональной деятельности.

Закон также содержит конкретные положения о публикации результатов выборов в СМИ во время выборов. Редакторы СМИ, публикующие результаты опросов общественного мнения о выборах, обязаны указать в своей публикации организацию, проводившую опрос, время его проведения, способ сбора числа респондентов (выборка), место проведения опроса, точную формулировку вопросов, статистическую оценку погрешности, заказчика опроса и стоимость публикации (гонорар).

Он также запрещает публикацию результатов опроса, прогнозов исхода выборов или другой информации об опросе и его результатах в Интернете в течение пяти дней до и в день выборов.

Подводя итог, необходимо отметить, что эти элементы информирования избирателей являются одним из наиболее важных инструментов, позволяющих наполнить процесс информирования избирателей содержанием.

Для обеспечения информирования избирателей применяются различные способы, включая:

- публичные дебаты между кандидатами;
- выступления кандидатов на митингах, встречах с избирателями и

т.д.;



- публикации в СМИ (газеты, журналы, телевидение, интернет и т.д.);
- раздача информационных буклетов, листовок и других материалов;
- размещение информации на специально созданных Интернет-ресурсах.

Самое главное, что форма информирования избирателей является проактивным инструментом, который не позволяет этому процессу застопориться, а работает достаточно быстро, чтобы избирательное законодательство, реализация гарантий и распространение информации среди избирателей работали хорошо.

#### **Список литературы:**

1. Аглеева, Л.Т. Информирование избирателей в избирательном праве Российской Федерации (вопросы теории и практики): дис.... канд. юрид. наук / Л.Т. Аглеева. – Екатеринбург, 2006. – С. 27.
2. Белоус, Ю.С. Конституционно-правовые основы разграничения информирования избирателей и информационного обеспечения выборов в Российской Федерации : автореф. дис.... канд. юрид. наук / Ю.С. Белоус. – СПб., 2009. – С. 8.
3. Каряпкина, Ю.Д. Информирование избирателей как стадия избирательного процесса / Ю.Д. Каряпкина // Сборник: Приоритетные научные направления: от теории к практике. – Новосибирск: ЦРНС, 2017. – С. 77.
4. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. // Собрание законодательства РФ. – 2014. – № 31. – Ст. 4398.

5. Носатов, Ю.Н. К вопросу законодательного определения понятия «информирование избирателей» / Ю.Н. Носатов // Закон и право. – 2017. – № 4. – С. 102.
6. О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях: федеральный закон от 19 июня 2004 г. № 54-ФЗ// Собрание законодательства РФ. – 2004. – № 25. – Ст. 2485.
7. Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации: федеральный закон от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ// Собрание законодательства РФ. – 2002. – № 24. – Ст. 2253.
8. Официальный сайт Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.cikrf.ru/news> (Дата и время обращения: 22.04.2023).
9. Федеральный закон от 19.06.2004 N 54-ФЗ (ред. от 05.12.2022) "О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях"
10. Фомкина, Е.С. Понятие информирования избирателей: современные доктринальные подходы / Е.С. Фомкина, М.В. Масловская // Сборник: Юридические науки, правовое государство и современное законодательство. – Пенза: Наука и Просвещение, 2018. – С. 196.
11. Хачатуров, Н.В. Право на информирование избирателей: правовое регулирование и особенности реализации: автореф. дис.... канд. юрид. наук / Н.В. Хачатуров. – Ростов н/Д., 2003. – С. 9.