

Секция «Основы конституционного строя, конституционный статус личности и конституционное правосудие»

Проблемы освещения выборов в средствах массовой информации в России

Научный руководитель – Малютин Никита Александрович

Игумнов Никита Александрович

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Юридический факультет, Кафедра конституционного и муниципального права, Москва, Россия

E-mail: naigumnov@edu.hse.ru

Освещение выборов средствами массовой информации (далее - СМИ) - один из важнейших показателей уровня демократии в стране. Демократизм, в особенности, в освещении выборов напрямую зависит от того насколько свободны СМИ. Можно согласиться с утверждением о том, что справедливость выборов может быть обеспечена лишь тогда, когда избирателям реально гарантированы право на информацию и свобода выражения мнений [1]. Такая позиция впервые была сформулирована Конституционным Судом Российской Федерации [2] и нашла подтверждение в науке. В указанном решении Конституционный Суд особо отметил, что законодатель, обеспечивая названные права, обязан соблюдать баланс конституционно защищаемых ценностей - права на свободные выборы и свободы слова и информации. Учитывая изложенное, исключительно важно обеспечить корректную работу СМИ во время выборов.

Настоящая работа посвящена основным проблемам, связанным с освещением выборов в СМИ, которые представляются наиболее значимыми для избирательного процесса.

Прежде всего хотелось бы остановиться на противопоставлении предвыборной агитации и информирования о выборах. Такое разделение основано на практике Конституционного Суда РФ. В одном из дел, Конституционный Суд пришел к выводу, что информирование любого характера в период выборов, как и агитация, может побудить избирателей сделать тот или иной выбор. Различие между ними — в специальной цели: склонить избирателей в определенную сторону. Конституционный Суд ориентировал суды и иные правоприменительные органы на выявление «непосредственно агитационной цели», учитывая, что внешнее сходство по форме не является доказательством наличия агитации [3]. Такой подход представляется не вполне оправданным, поскольку специальная цель на наш взгляд не позволяет отделить агитацию от информирования. В науке предлагается установить запрет на агитацию в период за пять дней до голосования и разрешить лишь информирование [4, 164]. Такой подход на наш взгляд не позволяет разрешить проблему. Более обоснованным представляется иная позиция, согласно которой в течение агитационного периода в средствах массовой информации, любую информацию в средствах массовой информации о зарегистрированном кандидате, зарегистрированном списке кандидатов политической партии следует считать предвыборной агитацией [5, 252]. В таком случае, кандидаты и партии не смогут проводить агитационные мероприятия под видом информирования.

Другой проблемой, разрешить которую на данный момент непросто является совпадение статуса кандидата и действующего должностного лица. Президентские выборы 2012 года в России продемонстрировали серьезность этой проблемы. Председатель Правительства опубликовал ряд статей по различным вопросам общественной и политической жизни во время избирательной кампании, которые впоследствии фактически стали его предвыборной программой. Центральная избирательная комиссия проверила эти статьи и не нашла в них признаков агитации [6]. Сложилась такая ситуация, при которой в СМИ появились материалы, создающие положительный образ кандидата, раскрывающие основные

положения его программы, по форме попадающие под понятие агитации, но не признанные таковой. В настоящее время и законодательство, и практика исходят из невозможности разделения публичной деятельности, как должностного лица и деятельности кандидата.

В заключении хотелось бы также отметить проблемы, которые возникают в Интернет-СМИ. Целый ряд нормативных положений об агитации не может применяться в Интернете - необходимость указания тиража, проблема финансирования Интернет-ресурсов и другие. Более того, до сих пор не разрешен вопрос, как квалифицировать репост новости в социальной сети - будет ли это считаться агитацией, с необходимостью применения соответствующих правил, влияет ли это на тираж новости и многое другое.

Источники и литература

- 1) Кондрашев А.А., Сизых Ю.А. Проблема разграничения понятий "информирование избирателей" и "предвыборная агитация" в свете прошедших выборов // Конституционное и муниципальное право. 2008. № 24.
- 2) Постановление Конституционного Суда Российской Федерации от 14.11.2005 № 10-П.
- 3) Постановление Конституционного Суда Российской Федерации от 30.10.2003 г. № 15-П.
- 4) Реут Д.А. Ограничение права на распространение информации о выборах: Актуальные проблемы // Северо-Кавказский юридический вестник. 2015. №3.
- 5) Колюшин Е.И. Выборы и избирательное право в зеркале судебных решений: монография. М. 2017.
- 6) Статьи Владимира Путина сверили с буквой закона: <https://www.kommersant.ru/doc/1861920>.