

Секция «Проблемы государственного строительства, федерализма и организации публичной власти»

## Конституционный анализ пробелов правового регулирования предвыборной агитации

Научный руководитель – Прудентов Роман Вадимович

*Потапова Анна Николаевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Юридический факультет, Москва, Россия

*E-mail: annetapotapova@gmail.com*

Избирательное право как подотрасль конституционного права имеет определенное количество пробелов, явно проявляющихся при применении норм упомянутой отрасли. В частности, это касается и правового регулирования предвыборной агитации. В данной работе мы ставим задачу обозначить основные аспекты данного проблемного вопроса.

Действующее избирательное законодательство допускает неоднозначное толкование ряда норм, содержит неточности формулировок, не запрещает субъектам политических отношений использовать в агитационный период так называемые «серые технологии», за осуществление которых отсутствует юридическая ответственность. Все это сопровождается постоянным изменением избирательного законодательства и пропорционального ему увеличением объема нормативного материала.

Предлагаем рассмотреть нормы избирательного законодательства о регулировании информационного обеспечения выборов, разделив их на две группы. Первая группа объединяет нормы, непосредственно направленные на регулирование порядка проведения агитации и информирования избирателей организациями телерадиовещания и периодическими печатными изданиями, путем проведения массовых мероприятий, выпуска и распространения агитационных и информационных материалов.

Во вторую группу входят нормы - принципы, имеющие особое значение для избирательного права. Так, согласно ст. 48 №67-ФЗ граждане и общественные объединения вправе в допускаемых законом формах и законными методами проводить предвыборную агитацию, при этом самостоятельно определяя содержание, формы и методы своей агитации, самостоятельно проводя ее, а также в установленном законом порядке привлекая для ее проведения иных лиц [2]. Истоком является ориентирующий на активность принцип «позитивного произвола» [3], который гласит: «дозволено все, что не запрещено законом». Однако данный принцип толкуется законодателем расширительно.

Ст. 44 Федерального закона №67-ФЗ содержит понятие «информационное обеспечение выборов», включающее все виды распространения информации о выборах в период избирательной кампании и являющееся одной из гарантий избирательных прав граждан РФ. Федеральный закон выделяет два вида такого распространения: информирование избирателей и предвыборную агитацию [2].

Федеральный закон № 67-ФЗ вторит международно-правовым актам [1], предусматривая возможность ограничения осуществления свободы выражения мнения, а именно, распространение СМИ информации, связанной с выборами, в период избирательной кампании в целях обеспечения равенства возможностей субъектов предвыборной агитации. ФЗ также накладывает ограничения, связанные с содержанием агитационных материалов; по срокам и месту ведения предвыборной агитации, ее формам и методам и так далее.

Выбор форм и методов предвыборной агитации не всегда вписывается в рамки правового регулирования. Чрезмерная регламентация отдельных вопросов при благих целях иногда иррациональна и служит препятствием для проведения предвыборной агитации и достоверного информирования, но иногда возникает обратная ситуация. В сухом остатке мы получаем неэффективность избирательного законодательства и многочисленные злоупотребления. Говоря о таковых, нельзя обойти стороной случай, наглядно демонстрирующий пути обхода избирательного законодательства, произошедший на выборах главы города Сергиева Посада в 2014 году [5]. Один из кандидатов обошёл запрет на выпуск агитационных материалов, напечатав сувениры со своим именем на 3D-принтере, тем самым, приравняв их к печатной продукции.

Согласно п. 3 ст. 48 67-ФЗ кандидаты на выборах не имеют права распространять никакие агитационные материалы, кроме печатных и аудиовизуальных [2]. Понятие «печатной продукции» расшифровывается как «предназначенные для потребителей издания: книги, брошюры, альбомы, плакаты, буклеты, открытки и иные изделия полиграфического производства независимо от тиража и способа их изготовления, за исключением периодических печатных изданий» [4]. Напечатанные на 3D-принтере сувениры бесспорно относятся к изделиям полиграфического производства, но вот можно ли считать их изданием, неизвестно.

Говоря о пробелах в сфере избирательного законодательства, также стоит отметить недостаточность регулирования вопросов распределения печатных площадей и агитационного эфирного времени при совпадении периодов проведения нескольких избирательных кампаний. Законодательство лишь говорит о том, что предоставляемый государственными СМИ общий объем печатной площади и эфирного времени в случае одновременного проведения нескольких избирательных кампаний не увеличивается без их согласия, не уточняя, в каких пропорциях их разделять между разными видами или уровнями выборов [2].

Рассуждая об осуществлении предвыборной агитации, нельзя не рассмотреть вопрос о политической рекламе. В последнее время в России данный вопрос является актуальным, но законодательного регулирования он не получил. Политическая реклама способствует реализации свободы слова в государстве. Вместе с тем существенным аргументом против ее осуществления является нарушение принципа равенства финансовых возможностей избирательных объединений и кандидатов.

Подводя итог, стоит отметить, что существует множество пробелов избирательного права, не урегулированных Федеральным законом №67-ФЗ, вызывающих вопросы в ходе правоприменительной практики в сфере предвыборной агитации, и лишь некоторые из них были освещены в настоящем докладе. Эти пробелы необходимо восполнять, чтобы обеспечить непротиворечивость, прозрачность и отсутствие злоупотребления нормами законодательства в агитационный период.

### Источники и литература

- 1) Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод 1950 г.
- 2) Федеральный закон "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации" от 12.06.2002 N 67-ФЗ.
- 3) Модельный закон «Об издательском деле» принятого на заседании Межпарламентской Ассамблеи государств - участников СНГ от 16 октября 1999 г. N 14-17.
- 4) Матузов Н. И. Еще раз о принципе «не запрещенное законом дозволено» // Правоведение. 1999. № 3.
- 5) Тжурнал.ру: <https://tjournal.ru/49701-3d-printing-elections>