

Секция «Проблемы государственного строительства, федерализма и местного самоуправления»

Электронная предвыборная агитация: к необходимости введения в избирательное законодательство нового понятия

Научный руководитель – Пряхина Татьяна Михайловна

Яценко Кирилл Михайлович

Аспирант

Московский педагогический государственный университет, Москва, Россия

E-mail: ya_ki@mail.ru

Развитие информационного общества, идущее в т.ч. по пути увеличения количества и качества используемых в обществе информационно-коммуникационных технологий (далее - ИКТ), серьезным образом меняет жизнь человека. Этот тезис стал практически общим местом, однако ставит перед юридической наукой, законодателем и судебной практикой ряд принципиально новых вопросов. Развитие ИКТ и их применение в человеческой жизни ведет к формированию, по сути, виртуальной, цифровой реальности, существующей параллельно с обычной жизнью человека (аналоговой реальностью), а человек одновременно участвует в процессах, протекающих в этих обеих средах обитания. Не остаются в стороне и политические процессы, регламентируемые в т.ч. избирательным законодательством, а потому объективно встает вопрос о влиянии ИКТ на технологии деятельности избирательных комиссий и участников избирательного процесса. Если по первому вопросу в российском законодательстве уже имеется большой массив нормативных правовых актов и серьезный опыт практики его применения (достаточно вспомнить о создании той же ГАС «Выборы»), то вторая область представляет собой пока еще *terra incognita* как для законодателя, так и для правоприменителя, а потому требует своей научной разработки проблема правового регулирования предвыборной агитации в условиях информационного общества (с применением ИКТ).

Учитывая кардинальную разницу в механизмах образования, передачи и хранения информации в аналоговой и цифровой средах, требует теоретической разработки весь комплекс вопросов, связанных с осуществлением предвыборной агитации: понятие электронной предвыборной агитации, требования к электронным агитационным материалам, а также механизмы контроля с стороны избирательных комиссий и прочих компетентных органов за соблюдением участниками избирательного процесса требований, предъявляемых к электронной предвыборной агитации.

Действующему законодательству о выборах и референдумах понятие электронной предвыборной агитации (предвыборной агитации с применением ИКТ) сегодня практически не известно: так, средствами распространения агитационных материалов, согласно ст.ст. 48-56 Федерального закона от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», являются периодические печатные издания, каналы организаций телерадиовещания, сетевые издания, а также печатные, аудиовизуальные агитационные материалы, а также агитационные публичные мероприятия. Как видится, сеть Интернет, социальные сети (социальные медиа), мессенджеры и прочие современные средства создания, передачи, распространения и хранения информации под эти категории не попадают. Вместе с тем, частота использования этих средств только растет, а характер передаваемой с их помощью информации постоянно расширяется. Коллеги могут возразить, указав, что отсутствие правовых предписаний в сфере публичного права означает запрет соответствующих действий. Между тем, социологические опросы во время выборов и экспертные опросы показывают использованием

кандидатами в ходе предвыборной кампании социальных медиа и мессенджеров для распространения *de facto* агитационных материалов.

Следовательно, заслуживает положительного ответа вопрос о возможности и необходимости правового регулирования использования в избирательном процессе новых средств передачи информации и введения в действующее законодательство о выборах и референдумах понятия и средств предвыборной агитации с применением ИКТ (электронной предвыборной агитации): здесь мы следуем известному изречению «не можешь победить - возглавь!».

Искомое понятие, с одной стороны, должно включать в себя общие черты предвыборной агитации, и, с другой, специфические черты, свойственные только электронной форме.

К числу общих черт предвыборной агитации на основе положений Федерального закона от 12.06.2002 № 67-ФЗ можно отнести: (1) специальную цель - побуждение избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов или против него (них); (2) специальные период проведения - агитационный период в пределах со дня принятия им решения о выдвижении кандидата, кандидатов, списка кандидатов до дня, предшествующего дню голосованию; (3) специальный субъект распространения - кандидат и его доверенные лица; (4) специальная маркировка соответствующих информационных материалов.

Специальные признаки электронной предвыборной агитации вытекают из особенностей распространения информации с применением современных ИКТ, что серьезным образом должно изменить подход законодателя к правовому регулированию электронной предвыборной агитации. Ключевые из таких особенностей - (1) максимально широкий охват получателей информации; (2) быстрота распространения информации; (3) относительная (в сравнении с печатными материалами, теле- или радиовещанием) дешевизна изготовления и распространения материалов; (4) объективная сложность контроля за распространением данных материалов.

Первые три характеристики делают электронную предвыборную агитацию весьма привлекательной для кандидатов, а четвертая - являет собой серьезнейшую проблему для избирательных комиссий и правоохранительных органов, которые призваны обеспечить кандидатам равные условия осуществления предвыборной агитации, в осуществлении контроля за соблюдением ими предвыборной агитации.

Формы электронной предвыборной агитации следует определять исходя из того, с помощью какого средства распространения информации они осуществляется. По данному критерию следует выделять электронную предвыборную агитацию на сайтах сети Интернет, в социальных сетях (социальных медиа) и в мессенджерах. Исходя из данных форм электронной предвыборной агитации определяются средства контроля за её соблюдением кандидатами, определение которых составляет предмет уже другого научного исследования.

Источники и литература

- 1) 1. Федеральный закон от 12.06.2002 N 67-ФЗ (ред. от 27.12.2018) "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации" // Собрание законодательства РФ, 2002, N 24, ст. 2253.