

**Собалирова Зухра Хазретовна**

соискатель Кубанского государственного аграрного университета

(тел.: 88612583596)

## Генезис категории "информационное обеспечение выборов"

### Аннотация

Основную исследовательскую стратегию статьи можно представить как раскрытие сущности информационного обеспечения выборов путем анализа характерных признаков информирования избирателей и предвыборной агитации.

### Annotation

The main exploratory strategy of the article possible to present as opening to essence of the dataware choice by by analysis typical sign informing constituents and election propoganda.

**Ключевые слова:** информационное обеспечение выборов, генезис, депутат, предвыборная агитация, кандидат, закон, информация.

**Key words:** the dataware choice, genesis, deputy, election propoganda, candidate, law, information.

**А**ктуальность научного осмысления генезиса категории "информационное обеспечение выборов" определяется тем, что возможность формирования органов государственной власти и местного самоуправления в результате волеизъявления населения является одной из важнейших ценностей демократического общества. Институт выборов - необходимый элемент любого демократического государства. Волеизъявление не может осуществляться без информации как основы любой деятельности.

Свобода волеизъявления во многом определяется именно количеством и качеством информации, которой оперируют избиратели. В свою очередь, правовая категория "информационное обеспечение выборов" задает границы информационного потока в избирательных кампаниях. Содержание любой правовой категории во многом формируется ее генезисом. Автор понимает генезис в общепринятой трактовке, как зарождение и последующий процесс развития, приводящий к определенному современному состоянию [1].

По мнению автора, отправной точкой генезиса категории "информационное обеспечение выборов" стало введение в юридическую практику и науку понятия предвыборной агитации. Это произошло в России в начале прошлого века. Первое упоминание об "избирательной агитации",

"агитации при выборах" встречается в монографии В.В. Водовозова "Избирательное право в России и Европе", которая была опубликована в 1906 году [2]. Термин "предвыборная агитация" в современном значении был впервые сформулирован в Политической энциклопедии 1907 года, где под ним понималось "побуждение масс за кандидатов определенной партии..." [3].

Первым в истории нашего государства законодательным актом, закрепляющим правила предвыборной агитации, было "Положение о выборах в Верховный Совет СССР" от 9 июля 1937 г. [4], содержащее две статьи, которые непосредственно касались вопросов агитации (ст. 70 и 82). Необходимо отметить, что в указанном документе использовался термин "выборная агитация", достаточно долго применяемый в советском законодательстве и научной литературе [5]. На термин "предвыборная агитация", используемый в настоящее время, он был заменен только в 1978 году. Норм, касающихся информирования избирателей, Положение не содержало.

Основным избирательным законом СССР являлся закон от 6 июля 1978 г. "О выборах в Верховный Совет СССР" [6]. Основные гарантии деятельности кандидата в депутаты определялись в ст. 47 Закона 1978 г., содержащей положения, которые в настоящее время, по сути, включаются в понятие "предвыборная агитация": "все кандидаты в депутаты Верховного Совета СССР со времени их регистрации окружными избирательными комиссиями имеют равное право участво-

вать и выступать на предвыборных собраниях, совещаниях, митингах, в печати, по телевидению, радио" [7]. Нормы, посвященные информированию избирателей, в вышеназванном законе по-прежнему отсутствовали.

В новейший период истории отечественный законодатель впервые формулирует понятие "предвыборной агитации" в Положении об информационных гарантиях предвыборной агитации, утвержденном Указом Президента Российской Федерации "Об информационных гарантиях для участников избирательной кампании 1993 года" от 29 октября 1993 года № 1792 [8]. В пункте а ст. 2 закреплялось, что предвыборная агитация - это сообщения, материалы (массовая информация), имеющие целью побудить избирателей проголосовать за или против того или иного кандидата либо избирательного объединения. Нормативный акт затрагивал и некоторые аспекты информирования. Статья 9 Положения гласит: "телерадиокомпания обязана периодически оповещать граждан о времени, месте и теме предстоящих предвыборных дебатов, "круглых столов" с момента получения данной информации и до начала их вещания".

Следующим важным нормативным актом, регулирующим не только правила предвыборной агитации и информирования, но и весь избирательный процесс в целом, стал первый в истории современной России Федеральный закон "Об основных гарантиях избирательных прав граждан Российской Федерации" от 6 декабря 1994 года. Следует отметить, что в этом законе впервые предвыборная агитация рассматривается как деятельность, а не как "сообщения, материалы (массовая информация)", что было характерно для начального этапа формирования российского избирательного законодательства. Понимание предвыборной агитации как деятельности следует признать удачным, поскольку любая информация производна от человеческой деятельности.

Вышеназванный закон был заменен Федеральным законом "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации" от 19 сентября 1997 г. [9], давшим следующее определение предвыборной агитации - это "деятельность граждан Российской Федерации, кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков, общественных объединений, имеющая целью побудить или побуждающая избирателей к участию в выборах, а также к голосованию за тех или иных кандидатов (списки кандидатов) или против них". Значение этого определения состояло в фиксации полного перечня субъектов избирательного процесса, имеющих право на ведение агитации. В то

же время, понятие информирования избирателей отсутствует в данном законе.

12 июня 2002 года был принят новый Федеральный закон "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации" [10], в котором впервые введено понятие информационного обеспечения выборов, включающее информирование избирателей и предвыборную агитацию. Основной целью информационного обеспечения выборов, согласно ст. 44 является способствование осознанному волеизъявлению граждан и гласности выборов. Данный подход надо признать целесообразным и своевременным, поскольку при проведении предыдущих избирательных кампаний много проблем было связано с разграничением информационных и агитационных материалов.

Как и все предыдущие законы о выборах, Федеральный закон "Об основных гарантиях..." включил определение предвыборной агитации - это 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).

Можно отметить, что определение предвыборной агитации, содержащееся в действующем Федеральном законе "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации" является результатом его практического становления в ходе избирательных кампаний постсоветского периода и, по нашему мнению, является оптимальным.

Новый закон упоминает понятие "информирование избирателей", однако не расшифровывает его ни непосредственно в главе "Гарантии прав граждан на получение и распространение информации о выборах и референдумах", ни в ст. 2 Федерального закона "Об основных гарантиях...", содержащей понятия и определения, используемые в этом законе.

Федеральный закон "Об основных гарантиях..." устанавливает цели информирования избирателей, субъектов информирования, способы информирования, а также обязательные случаи информирования: опубликование решения о назначении выборов - не позднее чем через пять дней после его принятия (п. 7 ст. 10); опубликование схемы избирательных округов - не позднее чем через пять дней после ее утверждения (п. 7 ст. 18); опубликование списка избирательных участков, их границ и номеров - не позднее чем за 40 дней до дня голосования (п. 7 ст. 19); официальное опубли-

ликование результатов выборов - не позднее чем через один месяц со дня голосования (п. 3 ст. 72). Из совокупности правовых норм, регулирующих этот институт, можно сделать вывод, что под информированием избирателей понимается деятельность уполномоченных субъектов, осуществляемая в установленные законом сроки избирательной кампании и определенном законом порядке по предоставлению избирателям информации о дате голосования, о ходе подготовки и проведения выборов, о сроках и порядке совершения избирательных действий, о законодательстве Российской Федерации о выборах, о кандидатах, списках кандидатов и избирательных объединениях.

В.П.Журавлев, изучающий критерии разграничения информирования и предвыборной агитации, определяет информирование избирателей как "распространение сведений об объективно имевших место фактах, связанных с кандидатами, избирательными объединениями, избирательными блоками, не сопровождаемое оценочными комментариями" [11]. С таким подходом к пониманию информирования трудно согласиться, поскольку критерий наличия или отсутствия оценочных комментариев является второстепенным для разграничения: склонить к голосованию за или против можно без использования комментариев, одним лишь обнародованием фактов о кандидате (избирательном объединении). Сущность информирования состоит не в отсутствии оценок, а в ориентированности на обеспечение процесса выборов, включая участие в них избирателей. В то же время, информация, распространяемая в ходе агитации, ориентирована на побуждение к голосованию за или против кандидатов и избирательных объединений. По нашему мнению, основным критерием, разграничивающим информирование и агитацию, является наличие информации, побуждающей к голосованию за или против конкретного кандидата (кандидатов), конкретного избирательного объединения (объединений).

Исследование генезиса категории "информационное обеспечение выборов" позволяет сделать ряд выводов.

Началом генезиса категории "информационное

обеспечение выборов" является возникновение и введение в правовую практику и научный оборот понятия "предвыборная агитация". Для генезиса категории "информационное обеспечение выборов" характерны следующие основные этапы: введение понятия "предвыборная агитация"; переход от понимания предвыборной агитации как совокупности агитационных материалов к пониманию ее в качестве деятельности; конкретизация содержания предвыборной агитации путем определения полного круга ее субъектов; дифференциация понятий предвыборной агитации и информирования избирателей в рамках категории "информационное обеспечение выборов"; конкретизация понятия "информирование избирателей".

В качестве критерия разграничения информирования и агитации можно предложить наличие/отсутствие информации, побуждающей к голосованию за или против конкретного кандидата (кандидатов), конкретного избирательного объединения (объединений).

1. *Философский энциклопедический словарь*. М., 1989. С. 115.
2. *Водовозов В.В. Избирательное право в России и Европе*. СПб., 1906. С. 63, 65.
3. *Политическая энциклопедия / Под ред. Л.З. Слонимского*. СПб., 1907. С. 54.
4. *СЗ СССР*. 1937. № 43. Ст. 182.
5. *Страшун Б.А. Социалистическое избирательное право*. Дис...канд. юрид. наук. М., 1962. С. 212.
6. *Ведомости Верховного Совета СССР*. 1978. № 28. Ст. 441.
7. *Комментарий к Закону о выборах в Верховный Совет СССР*. М., 1983. С. 81.
8. *Собрание актов Президента и Правительства РФ*. 1993. № 44. Ст. 4196.
9. *СЗ РФ*. 1997. № 38. Ст. 4339.
10. *Собрание законодательства РФ*. 2002. № 24. Ст. 2253.
11. *Журавлев В.П. Средства массовой информации на выборах // Журнал о выборах*. 2005. № 2. С. 18.