

**Ушакова Анастасия Александровна,**  
*Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского*  
**Ushakova Anastasia Alexandrovna,**  
*Nizhny Novgorod state University named after N. I. Lobachevsky*  
ya.ushkova@gmail.com

**ГАРАНТИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ  
В ПРАВЕ НА ИНФОРМАЦИЮ В ИЗБИРАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ**

**GUARANTEE OF THE IMPLEMENTATION  
OF THE ACTIVITIES OF THE MEDIA  
IN THE RIGHT TO INFORMATION IN THE ELECTORAL PROCESS**

*В статье рассматривается институт информационного обеспечения выборов с участием средств массовой информации, а также акцентируется внимание на проблемах правового регулирования, которые возникают в данной сфере, и предлагаются пути их решения.*

*The article examines the institution of information support for elections with the participation of the media, and also focuses attention on the problems that arise in this area, and suggests ways to address them.*

*Средства массовой информации, предвыборная агитация, информирование, выборы.*

*Mass media, pre-election campaign, information, elections.*

Часть 3 статья 3 Конституции Российской Федерации провозглашает, что высшим непосредственным выражением власти народа является референдум и свободные выборы, с помощью которых население реализует свои конституционные права<sup>1</sup>.

В соответствии с позицией Конституционного Суда Российской Федерации «выборы могут считаться свободными, только если гражданам реально гарантированы право на получение и распространении информации и свобода выражения мнений»<sup>2</sup>.

---

© Ушакова А. А., 2017

<sup>1</sup> Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 г.) // Российская газета. 25.12.1993. № 237.

<sup>2</sup> Постановление Конституционного Суда РФ от 14.11.2005 № 10-П «По делу о проверке конституционности положений пункта 5 статьи 48 и статьи 58 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», пункта 7 статьи 63 и статьи 66 Федерального закона «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» в связи с жалобой Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации» // Российская газета. 18.11.2005. № 260.

В связи с этим, одной из гарантий реализации избирательных прав граждан является институт информационного обеспечения выборов, состоящего из субинститутов – «информирование избирателей» и «предвыборная агитация». В Федеральном Законе «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие граждан в референдуме» раскрывается определение только дефиниции «предвыборная агитация», при этом содержание статьи 45 об информировании избирателей является недостаточным для разграничения вышеуказанных понятий. На практике порой встречается информация, которую можно отнести к информированию избирателей и предвыборной агитации одновременно, что создает почву для использования агитационных материалов под прикрытием информирования<sup>3</sup>. Отсутствие данного определения является серьезным недостатком в избирательном законодательстве, поскольку информирование помогает избирателю сформировать свои предпочтения и побуждает его сделать свой выбор на основании достоверных и объективных сведений о кандидате<sup>4</sup>. Так, например, в телепрограммах «Думаем вместе», выпущенных в эфир 21, 22 и 23 сентября 2015 года, был проведен сравнительный анализ деятельности кандидатов на должность Губернатора Иркутской области для того, чтобы проинформировать избирателей о результатах общественной деятельности кандидатов при замещении ими соответствующих должностей Губернатора Иркутской области и депутата Государственной Думы Федерального Собрания РФ, их деловых качествах, а также о предвыборных программах. Однако исследование данных телепередач показало, что они носят агитационный характер, так как имеют признак предвыборной агитации, который выражается в том, что деятельность редакции, связанная с их выпуском в эфир, создавала положительное отношение к одному из кандидатов на должность Губернатора Иркутской области как к высокопрофессиональному государственному деятелю, чьи результаты работы принесли существенную пользу Иркутской области, и одновременно с этим формировало отрицательное отношение к другому кандидату на соответствующих выборах как к лицу, замещающему длительный период времени должность депутата Государственной Думы Федерального Собрания РФ и при этом не осуществляющему активную законопроектную работу на общегосударственном уровне, которая могла бы внести значительный вклад в улучшение социально-экономической обстановки в Иркутской области<sup>5</sup>. Таким образом, данные телепередачи имеют агитационную направ-

---

<sup>3</sup> Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации: федер. закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ (ред. от 01.06.2017) // Российская газета. 15.06.2002. № 106.

<sup>4</sup> Колобаева Н. Е. Проблемы информационного обеспечения выборов в России с участием СМИ // Российское право. Образование, практика, наука. 2015. № 2. С. 16–21.

<sup>5</sup> Игнатенко В. В., Девицкий Э. И. Участие СМИ в информационном обеспечении выборов: учеб. пособие. Иркутск: Избирательная комиссия Иркутской области, 2016. 88 с.

ленность, что свидетельствует о наличии в деятельности редакции агитационной цели, связанной с побуждением избирателей голосовать за конкретного кандидата на досрочных выборах Губернатора Иркутской области.

Институт информационного обеспечения выборов основывается на свободе информации, связанной с выборами в период избирательной кампании, в котором средства массовой информации являются необходимым элементом. СМИ способствуют формированию ответственной гражданской позиции общества и являются важным показателем демократических выборов всех уровней, а значит, играют ключевую роль в корректном и оперативном разъяснении происходящих электоральных процессов, что подчеркивает актуальность выбранной темы<sup>6</sup>.

Свобода деятельности организаций, осуществляющих выпуск СМИ, по информационному обеспечению выборов основывается на положениях статьи 29 Конституции Российской Федерации и теснейшим образом переплетается с базовыми нормами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации»<sup>7</sup>.

Организации, осуществляющие выпуск СМИ свободно публикуют и обнародуют интервью с кандидатами, выпускают в эфир различные сообщения и материалы о кандидатах, избирательных объединениях, передачи с участием кандидатов.

Законом Российской Федерации «О средствах массовой информации» провозглашается свобода СМИ, а также устанавливается недопустимость цензуры со стороны должностных лиц, государственных органов, организаций, учреждений или общественных объединений, однако на практике государственные структуры ограничивают свободу слова, печати, информации.

Любое несогласие с действиями чиновников, любую критику в свой адрес государственные служащие представляют как антиобщественный, антигосударственный и стараются полностью подавить инакомыслие. Ярким примером служит закрытие первых в истории современной России двух независимых телевизионных каналов НТВ и ТВ-6. Таким образом, власти были лишены взаимной связи со множеством людей и возможности узнавать иную точку зрения, кроме официальной, а граждане были лишены права на получение более или менее достоверной информации. На данный момент телевизионные каналы, остаются подконтрольны государству и умалчивают о всей деятельности государственных властей, что является нарушением избирательных прав граждан и принципа свободы СМИ<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> Справочные материалы с сайта: <http://www.dissercat.com> (дата обращения: 19.11.2017).

<sup>7</sup> О средствах массовой информации: закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 25.11.2017) // Российская газета. 08.02.1992. № 32.

<sup>8</sup> Городов О. А. Информационное право: учебник для бакалавров. 2-е изд. М.: Проспект, 2015. 260 с.

К следующей проблеме относится пассивное проведение предвыборной агитации и информирования кандидатами, принимающими участие в выборах в органы государственной власти и органы местного самоуправления. Член ЦИК РФ М. В. Гришина отмечает, что, как правило, на практике далеко не все партии, выдвинувшие кандидатов активно ведут свою предвыборную кампанию, что может привести к недостаточной осведомленности населения о реальных событиях в ходе избирательной кампании всех политических партий, поэтому кандидатам и избирательным объединениям следует уделять больше внимания работе с этими организациями и своевременно приглашать на свои мероприятия журналистов<sup>9</sup>.

Отдельной проблемой в информировании избирателей является технология подложного информирования, в которой заинтересованные лица от имени избирательной комиссии распространяют материалы с недостоверной информацией с целью ввести избирателей в заблуждение, сорвать выборы или снизить явку избирателей.

Так, например, осенью 2016 года накануне выборов в городах и районах Красноярского края от имени избирательной комиссии Красноярского края были распространены листовки, содержащие недостоверную информацию: «Напоминаем вам, что 18 сентября 2016 года на избирательных участках... в целях обеспечения возврата средств в бюджеты всех уровней будут работать судебные приставы. Перед голосованием просьба проверить в службе судебных приставов наличие у вас задолженности. Произвести оплату по долгам по исполнительным производствам, алиментам на несовершеннолетних детей, штрафам ГИБДД можно будет на избирательном участке». В таких ситуациях избирательные комиссии должны лучше информировать избирателей через средства массовой информации о процедуре проведения выборов, а также своевременно реагировать, предотвращать и устранять их негативные последствия<sup>10</sup>.

Разновидностью информирования избирателей является опубликование или обнародование результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами<sup>11</sup>. Действенным инструментом определения электоральных настроений граждан, их политических приоритетов и взглядов, общей картины элективной поддержки тех или иных кандидатов, избирательных объединений накануне выборов, а также отслеживания динамики изменения этих показателей по мере приближения дня голосования являются социологические опросы<sup>12</sup>.

---

<sup>9</sup> Справочные материалы с сайта: <http://cikrf.ru> (дата обращения: 06.11.2017).

<sup>10</sup> Справочные материалы с сайта: <http://krasrab.net> (дата обращения: 17.11.2017).

<sup>11</sup> Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации: федер. закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ (ред. от 01.06.2017) // Российская газета. 15.06.2002. № 106.

<sup>12</sup> Реут Д. А. Ограничение права на распространение информации о выборах: актуальные проблемы // Юридический вестник. 2015. № 4. С. 162–172.

Однако не все избиратели интересуются результатами опросов общественного мнения. Фокус-группа провели исследование, в котором выяснили, что это вызвано недоверием населения, которое порождается не самими рейтингами, а негативным отношением к политике, к предвыборным технологиям, к процедуре выборов, к каналам распространения результатов и средствам массовой информации. По мнению социологов, политологов и специалистов в сфере политической рекламы информация о рейтингах в большей степени влияет на избирателей, не определившихся с выбором кандидата или не имеющих определенных политических предпочтений.

Для решения обозначенных проблем необходимо применять комплексный подход. В первую очередь, необходимо ввести понятие «информирование» в Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». Всем кандидатам и избирательным объединениям следует активно вести свою предвыборную кампанию и уделять значительное внимание работе со средствами массовой информации. В свою очередь, государственным властям следует ослабить контроль над деятельностью СМИ, а избирательным комиссиям лучше информировать избирателей через средства массовой информации об их правах и процедуре проведения выборов, а также своевременно реагировать, предотвращать и устранять негативные последствия, которые вызваны технологией подложного информирования.

Таким образом, информационное обеспечение выборов через СМИ является одной из гарантий реализации избирательных прав граждан, которая помогает реализовать принцип открытости и гласности выборов, а также сформировать осознанное волеизъявление граждан.