

ский Е.В. Правовое сознание современного российского государственного служащего // Государственное управление в XXI веке: традиции и инновации: материалы IV междун. науч.-практич. конф. фак. гос. управления МГУ. – М.: Изд-во МГУ, 2006.; Фурсов А.Л. Динамика установок правосознания молодых специалистов государственной службы // Административное и муниципальное право. – 2010. – № 6.; Южаков В.Н. Кодекс поведения государственных служащих Российской Федерации: Свод правил антикоррупционного поведения чиновников // Чиновник. – 2002. – № 1 (17).

Волков Владислав Эдуардович*,

*доцент кафедры государственного и административного права
ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва»,
кандидат юридических наук
(г. Самара)*

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЫБОРОВ КАК ОБЪЕКТ ОБЩЕСТВЕННОГО НАБЛЮДЕНИЯ

Информационное обеспечение выборов играет определяющую роль в процессе политического самоопределения избирателей. Оно формально делится на две составляющие: информирование избирателей об избирательной кампании (его в основном осуществляют избирательные комиссии, органы государственной и муниципальной власти) и предвыборную агитацию (ее форму и содержание определяют кандидаты и избирательные объединения). Основным средством воздействия на избирателей является целенаправленная агитационная деятельность кандидатов и избирательных объединений.

Поскольку сущностью информационной и агитационной деятельности является воздействие на сознание избирателей, субъективно отражающее действительность, то закон не всегда способен в полной мере эффективно регулировать соответствующие отношения. Это позволяет недобросовестным участникам избирательной кампании использовать юридические нормы вопреки целям законодательства о выборах либо предпринимать попытки обхода требований закона. В то же время правильное понимание и применение права исключительно важно для целей избирательной кампании, поскольку использование противоправных информационных и агитационных приемов и методов воздействия на сознание избирателей, получивших название негативных избирательных технологий в процессе информационного обеспечения выборов само по себе способно предопределить

* © Волков В.Э., 2016

итоги голосования, оказать отрицательное воздействие на поведение участников избирательного процесса путем подмены истинных ценностей ложными, искусственными конструкциями, манипулированием общественным сознанием.

Обязательным условием эффективного наблюдения за соблюдением законодательных норм, регламентирующих информационное обеспечение выборов, является свободное, осознанное самоопределение избирателя, подготовленного к интенсивному информационному воздействию со стороны кандидатов, избирательных объединений и иных субъектов агитационной деятельности.

В соответствии со ст. 48 Федерального закона «Об основных гарантиях...» граждане Российской Федерации и общественные объединения вправе проводить предвыборную агитацию в допускаемых законах формах и законными методами. Кандидаты и избирательные объединения как лица, заинтересованные в определенном исходе выборов, могут, кроме того, распространять позитивную информацию о своей деятельности через средства массовой информации, а также выпускать печатные, аудиовизуальные и иные агитационные материалы, критиковать своих политических оппонентов (за исключением агитационных материалов, размещенных в телеэфире). Все затраты на агитацию должны оплачиваться из избирательного фонда кандидата или избирательного объединения, в том числе если такая затратная агитация осуществляется гражданами или их объединениями. Это ограничение введено с целью обеспечения равноправия участников избирательных кампаний независимо от их материального положения.

Согласно статье 49 Федерального закона «Об основных гарантиях...», агитационный период начинается со дня выдвижения кандидата и прекращается в ноль часов по местному времени за одни сутки до дня голосования.

В периодических печатных изданиях, на каналах организаций телерадиовещания предвыборная агитация начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается за одни сутки до дня голосования.

В день голосования агитация запрещена. При этом агитационные материалы, которые ранее были законно размещены, в день голосования могут быть оставлены на прежних местах но не ближе 50 метров от входа в помещения для голосования.

За нарушение порядка распространения агитационных материалов предусмотрена административная ответственность в соответствии со ст. 5.10 КоАП РФ с наложением штрафа на граждан в размере от одной тысячи до одной тысячи пятисот рублей; на должностных лиц – от двух тысяч до пяти тысяч рублей; на юридических лиц – от двадцати тысяч до ста тысяч рублей.

В соответствии с избирательным законодательством лица, замещающие государственные или выборные муниципальные должности, государст-

венные и муниципальные служащие не вправе проводить агитацию при исполнении ими своих должностных обязанностей и (или) с использованием преимуществ своего должностного или служебного положения. Таким образом, закон не содержит безусловного запрета на агитацию со стороны перечисленных лиц. Они являются полноправными гражданами и вправе выражать свои политические взгляды, в том числе, в пользу тех или иных кандидатов и избирательных объединений. Но такая агитация не должна быть связана с должностным статусом гражданина и соответствующими властными возможностями.

Важно обращать внимание на деятельность кандидатов, замещающих государственные или выборные муниципальные должности и не освобожденных от исполнения своих должностных или служебных обязанностей на время избирательной кампании. Запрет на использование преимуществ должностного или служебного положения в первую очередь должен соблюдаться именно этой категорией лиц. На практике встречаются случаи, когда средства массовой информации распространяют информацию о деятельности гражданина как должностного лица в то время, как он участвует в выборах в качестве кандидата. Закон допускает такую возможность – лица, замещающие государственные и выборные муниципальные должности не обязаны покидать их на время участия в выборах. Кроме того, несовершенство законодательного разграничения информирования граждан и предвыборной агитации не всегда позволяет избирателям понять, в каком именно качестве выступает претендент на выборную должность. Зачастую результатом становится многократное преимущество в информационном освещении деятельности кандидата, обладающего должностным статусом. Поэтому необходимо обращать внимание на каждый такой случай и формировать объективное представление о добросовестности кандидатов в том числе с учетом их отношения к использованию своего должностного статуса.

Порядок проведения публичных мероприятий (митингов, шествий) установлен Федеральным законом от 18 июня 2004 №54-ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях, пикетированиях» и Законом Самарской области от 6 апреля 2005 №105-ГД «О порядке подачи уведомления о проведении публичного мероприятия и обеспечении отдельных условий реализации прав граждан на проведение публичных мероприятий в Самарской области».

Организатором публичного мероприятия могут быть один или несколько граждан Российской Федерации (организатором демонстраций, шествий и пикетирований – гражданин Российской Федерации, достигший возраста 18 лет, митингов и собраний – 16 лет). Кроме того, организаторами публичных мероприятий могут быть политические партии, другие общественные объединения и религиозные объединения, их региональные отделения и иные структурные подразделения, взявшие на себя обязательство по организации и проведению публичного мероприятия.

Публичные мероприятия проводятся в уведомительном порядке. Это означает, что уведомление о проведении публичного мероприятия (за исключением собрания и пикетирования, проводимого одним участником) должно быть подано его организатором в письменной форме главе местной администрации муниципального образования, на территории которого планируется проведение публичного мероприятия, в срок не ранее 15 и не позднее 10 дней до дня проведения публичного мероприятия.

Публичное мероприятие может проводиться в любых пригодных для целей данного мероприятия местах в случае, если его проведение не создает угрозы обрушения зданий и сооружений или иной угрозы безопасности участников данного публичного мероприятия.

К местам, в которых проведение публичного мероприятия запрещается, относятся:

1) территории, непосредственно прилегающие к опасным производственным объектам и к иным объектам, эксплуатация которых требует соблюдения специальных правил техники безопасности;

2) путепроводы, железнодорожные магистрали и полосы отвода железных дорог, нефте-, газо- и продуктопроводов, высоковольтных линий электропередачи;

3) территории, непосредственно прилегающие к резиденциям Президента Российской Федерации, к зданиям, занимаемым судами, к территориям и зданиям учреждений, исполняющих наказание в виде лишения свободы;

4) пограничная зона, если отсутствует специальное разрешение уполномоченных на то пограничных органов.

Иногда кандидаты и избирательные объединения планируют провести мероприятие в месте, которое объективно не может быть предоставлено в силу возможного нарушения установленного порядка деятельности органов власти, создания препятствий для движения общественного транспорта и неудобств для значительного числа людей. Законные ограничения могут быть использованы кандидатами для создания информационного повода с целью привлечения внимания избирателей. Бывают и случаи проведения агитационных публичных мероприятий без необходимого уведомления органов власти в целях провокации жесткой реакции правоохранительных органов и необоснованно широкого освещения этого события в средствах массовой информации.

На практике кандидаты и избирательные объединения наиболее активно агитируют посредством распространения печатных материалов. В соответствии с положениями ст.54 Федерального закона «Об основных гарантиях...» кандидаты и избирательные объединения вправе беспрепятственно распространять печатные, а равно аудиовизуальные и иные агитационные материалы в порядке, установленном законодательством Российской Федерации. Все агитационные материалы должны изготавливаться на территории Российской Федерации.

Поскольку агитация на выборах должна быть оплачена из избирательного фонда, то партии и кандидаты могут ее размещать только после выдвижения и формирования избирательного фонда. На печатных и в аудиовизуальных агитационных материалах агитации должно быть указание об оплате их изготовления из средств такого избирательного фонда.

Кроме того, агитационные материалы должны содержать наименование, юридический адрес и ИНН организации или физлица-заказчика, данные изготовителя, информацию о тираже и дате выпуска этих материалов.

Агитационные материалы можно размещать далеко не везде – запрещается вывешивать (расклеивать, размещать) печатные предвыборные агитационные материалы на памятниках, обелисках, зданиях, сооружениях и в помещениях, имеющих историческую, культурную или архитектурную ценность, а также в зданиях, в которых размещены избирательные комиссии, помещения для голосования, а также на любых поверхностях на расстоянии менее 50 метров от входа в них.

Размещение печатных агитационных материалов в местах, где это запрещено федеральным законом, либо размещение этих материалов в помещениях, зданиях, на сооружениях и иных объектах без разрешения собственников или владельцев указанных объектов влечет наложение административного штрафа:

- на граждан в размере от пятисот до одной тысячи рублей;
- на должностных лиц – от одной тысячи пятисот до двух тысяч рублей;
- на юридических лиц – от двадцати тысяч до тридцати тысяч рублей.

При этом умышленное уничтожение или повреждение информационных либо агитационных печатных материалов, вывешенных в соответствии с законом на зданиях, сооружениях или иных объектах с согласия их собственника или владельца в ходе избирательной кампании, подготовки или проведения референдума, либо нанесение надписей или изображений на информационные либо агитационные печатные материалы является административным правонарушением и влечет наложение административного штрафа в размере от пятисот до одной тысячи рублей.

Особо следует отметить отношение избирателей к распространению агитационной информации в сети Интернет. Широко распространено заблуждение о том, что деятельность в сети Интернет – сугубо личное дело каждого индивида, не регулируемое законом. В действительности, распространение любых сведений посредством информационно-телекоммуникационных сетей общего пользования, в результате которого они становятся доступными для неопределенного круга лиц, является предметом правового регулирования. Независимо от того, как распространяется информация, направленная на достижение определенного результата на выборах (устно, письменно, через СМИ или Интернет), она является агитационной и подлежит ограничениям. Важно осознавать, что распространение информации о

выборах в сети Интернет, независимо от того, кто ее распространил, должно отвечать требованиям законодательства, регулирующего распространение агитационных материалов.

Воронцов Андрей Леонидович*,
*доцент кафедры административного и трудового права
ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»,
кандидат исторических наук
(г. Курск)*

ПОВЫШЕНИЕ РОЛИ ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ И НЕОБХОДИМОСТЬ ИЗМЕНЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ

Образование как целенаправленный процесс обучения и воспитания является тем видом деятельности, результат которой во многом определяет всю последующую жизнь человека. И это неудивительно, совокупность приобретенных в результате образования знаний, умений и навыков ориентирует индивида с точки зрения профессионального выбора, а комплекс идеологических установок, осознанно или неосознанно воспринятых им в ходе данного процесса, определяет его мировоззренческую позицию, тем самым напрямую влияя на его поведение в социуме и отношении к другим членам общества. Таким образом, социальную значимость образования трудно отрицать, тем более на фоне многовекового опыта развития человеческой цивилизации, только лишь подтверждающего колоссальную роль развития образования в общественном прогрессе.

В современных условиях значение образования только возрастает. Этому способствуют кардинальные изменения большинства составляющих человеческой жизни, ставшие итогом постиндустриальной революции. Развитие высоких технологий и появление новых средств коммуникации привело к увеличению объемов поступающей информации в невиданных ранее масштабах, что в свою очередь повлекло за собой изменение картины окружающего нас мира, расширив его восприятие через новое знание. Таким образом, в настоящее время существенно поменялась информационная среда, в которой функционирует социум, и эта среда предъявляет к человеку новые требования.

Став более открытой и одновременно более насыщенной фактами, требующими своей оценки, современная информационная среда побуждает нас к приобретению тех или иных компетенций, позволяющих должным образом воспринимать и использовать поступающую извне информацию –

* © Воронцов А.Ю., 2016