

## ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Глубокие изменения во всех сферах общественной жизни, появление в России богатого спектра различных политических сил привели к возникновению острой борьбы за власть в ходе выборов органов государственной власти и органов местного самоуправления. Главным инструментом этой борьбы стала предвыборная агитация, в рамках которой осуществляется прямое воздействие на формирование политической воли народа, а значит – воздействие на его политический выбор, приводящий к власти определенные политические силы или конкретных политических лидеров. Особая роль предвыборной агитации для хода и результатов избирательных кампаний любого уровня, широкое использование в ней средств массовой информации, невиданных в России технологий, приемов и способов, качественно иная роль финансирования ее мероприятий – все это явилось новой проблемой для российского общества, требующей своего законодательного разрешения.

Кроме того, практика применения законодательного регулирования предвыборной агитации в России, а также в ее отдельных субъектах свидетельствует о низком уровне готовности участников выборов к соблюдению его требований, о большом количестве нарушений, об использовании не предусмотренных законом форм и методов. Правовое регулирование предвыборной агитации, ее финансирования не обеспечивает гарантии реализации избирательных прав участников выборов, а это негативно сказывается на утверждении в общественном сознании представления о выборах как демократическом институте формирования органов государственной власти и органов местного самоуправления, подрывает доверие к ним со стороны населения.

В настоящий момент использование ресурсов сети Интернет в предвыборной агитации находится на стадии активного формирования и становления: подготовка и проведение свободных демократических выборов, в том числе применение наиболее эффективных приемов организации и проведения предвыборной агитации, требуют выработки собственного их правового регулирования.

В связи с тем, что нормативное регулирование информационного процесса, происходящего в российском Интернете, практически не осуществляется, начали предприниматься попытки использования норм действующих законов при регулировании правоотношений, возникающих при использовании глобальной информационной сети. Однако действующее законодательство регламентирует традиционные в нашем понимании правоотношения. Поэтому не все его нормы оказываются применимы при использовании глобальных компьютерных сетей.

Несмотря на то, что российские Интернет-СМИ работают с середины 90-х годов, единого определения этого явления нет. Принято считать, что Интернет-СМИ (или сетевые СМИ) есть форма систематического и регулярного распространения информации посредством сетевых мультимедийных технологий<sup>1</sup>. Законодательство о выборах существенно отстает от технологического развития данных средств и динамики их внедрения в практику избирательных кампаний. С их появлением в обществе возникли принципиально новые общественные отношения, которые находятся в сфере правового регулирования и в силу своей специфики и новизны нуждаются в пристальном внимании со стороны законодателя, но до сих пор специально им не регламентированы.

Для предвыборной агитации новые средства массовых коммуникаций есть альтернативный канал доведения информации до избирателей, то есть

---

<sup>1</sup> См.: *Андреев Н.С.* Единое информационное пространство российского государства: взаимодействие печатных и электронных СМИ: Дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2005. 167 с.; *Водолагин А.А.* Интернет-СМИ как арена политической борьбы // ОНС: Общественные науки и современность. 2002. № 1. С. 52.; *Фальков В.Н.* Совершенствование правового регулирования предвыборной агитации в Российской Федерации: Дис. ... канд. юрид. наук. Тюмень, 2003.

метод воздействия на их волю. Однако, несмотря на то, что данные средства выполняют, по сути, те же функции, что и СМИ, они не являются ими с формально-юридической точки зрения. Поэтому к ним не применимы те правила, которые установлены законодательством о выборах для проведения предвыборной агитации на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях. Это, в частности, относится к сети Интернет, специфика которого заключается в том, что его нельзя рассматривать как субъект или объект права.

Интернет-сайт по общему правилу не является средством массовой информации, что подтверждается и правовой позицией Верховного Суда Российской Федерации. В Постановлении Пленума Верховного Суда РФ № 3 от 24.02.2005 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» сказано: «Под распространением сведений, порочащих честь и достоинство граждан или деловую репутацию граждан и юридических лиц, следует понимать опубликование таких сведений в печати, трансляцию по радио и телевидению, демонстрацию в кинохроникальных программах и других средствах массовой информации, распространение в сети Интернет, а также с использованием иных средств телекоммуникационной связи, изложение в служебных характеристиках, публичных выступлениях, заявлениях, адресованных должностным лицам, или сообщение в той или иной, в том числе устной, форме хотя бы одному лицу». Очевидно, что «распространение в сети Интернет» указывается здесь обособленно от распространения сведений в СМИ, тем более что распространение информации в сети Интернет может осуществляться не только посредством ее размещения на том или ином сайте, но также через электронную почту, ICQ и т.д.

Попытки принятия законодательных актов, закрепляющих обязательную регистрацию интернет-сайтов в качестве СМИ предпринимались в 2003-2005 годах в Турции и Канаде, однако подобные законопроекты так и не были

приняты, в том числе в силу отсутствия юридических механизмов реализации такой правовой модели легитимации интернет-сайтов<sup>1</sup>.

Поскольку регистрация интернет-сайтов в качестве средств массовой информации не является обязательной, постольку сама постановка вопроса о назначении административного наказания за отсутствие регистрации интернет-сайта в качестве средства массовой информации представляется абсурдной и лишенной каких-либо правовых оснований.

Размещаемые в сети Интернет агитационные материалы можно отнести числу аудиовизуальных агитационных материалов, порядок выпуска и распространения которых прямо регулируется положениями ст. 54 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». Исходя из статьи закона, следует, что такие материалы не должны содержать коммерческой рекламы и не могут быть изготовлены без предварительной оплаты за счет средств соответствующего избирательного фонда. Между тем не все положения данной статьи можно использовать по аналогии. Например, очевидно, что помещаемые в сети Интернет агитационные материалы не могут иметь тиража и не должны представляться в избирательную комиссию до начала их распространения. Спорным остается вопрос о том, необходимо ли соблюдать требования закона о наличии в таких материалах других обязательных реквизитов (информация о дате выпуска, наименование и юридический адрес организации, изготовившей данные материалы и т.д.).

Сложившееся в настоящее время нормативно-правовое регулирование вопросов использования, распространения, доступа информационных ресурсов неудовлетворительно. Поэтому при разработке новых законопроектов, которые должны будут регулировать сферу Интернет, следует обратить внимание как на принятие единого нормативно-правового акта, так и на внесение изменений в уже действующие законы о СМИ, связи, рекламе, УК РФ, ГК РФ,

---

<sup>1</sup> Юридическое заключение по вопросу о правовой природе сайтов в сети Интернет. Кафедра ЮНЕСКО по авторскому праву. URL: <http://www.internet-law.ru/info/news/unesco.htm> (23.03.10 г.).

избирательное законодательство. Одной из разновидностей распространенных взаимоувязанных информационных систем в России является Государственная автоматизированная система «Выборы», которая была создана на основе Указа Президента РФ от 28 февраля 1995 г. № 227 и получила законодательное закрепление<sup>1</sup>. Эта система предназначена обеспечить сбор, обработку, накопление, хранение, поиск и распространение информации о выборах и референдумах. Однако имеющийся потенциал Государственной автоматизированной системы «Выборы» не используется в достаточной мере для обеспечения открытости и гласности избирательного процесса. Право знакомиться с любой информацией, вводимой в государственную автоматизированную информационную систему и выводимой из нее, в соответствии с п. 4 ст. 87 Федерального закона о выборах депутатов, п. 4 ст. 80 Федерального закона о выборах Президента, ограничено только членами избирательной комиссии и наблюдателями. Вместе с тем таким правом должны обладать все избиратели.

Современные технологии Интернет-СМИ активно используются в России субъектами политического процесса для формирования общественного мнения, изменения политических предпочтений избирателей, как инструмент политического влияния на поведение электората в целом. Активизировалась работа по использованию компромата как инструмента политической борьбы с учетом возможностей интернет-технологий. Таким образом, российские реалии политической жизни уже практически неразрывно связаны с использованием современных коммуникационных технологий. РУНЕТ по праву можно считать важной частью российского электорального пространства.

---

<sup>1</sup> Федеральный закон от 10 января 2003 № 20-ФЗ «О Государственной автоматизированной системе Российской Федерации «Выборы» (в ред. от 25.12.2008) // Российская газета. 2003. 15 янв.