Публично-правовое и частноправовое начала регулирования предвыборной агитации

ТУРИЩЕВА Наталья Юрьевна, секретарь избирательной комиссии Краснодарского края, доцент кафедры конституционного и муниципального права Кубанского государственного университета, кандидат юридических наук, доцент

Россия, 350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

E-mail: dom0023@mail.ru

Статья посвящена вопросам регулирования предвыборной агитации как основного легального средства достижения цели избрания претендентов на выборные должности. Многоплановость предвыборной агитации, призванной не только обеспечить гласность избирательного процесса, но и соблюсти равенство прав его участников, является причиной того, что в механизме выборов именно институт агитации наиболее ярко демонстрирует взаимодействие публично- и частноправовых элементов с присущими им специфическими методами нормативно-правового регулирования общественных отношений. Автор анализирует изменения федерального законодательства, связанные с запретом использования изображений и ограничением режима использования высказываний физических лиц. Детальное рассмотрение изменившихся нормативных требований не позволяет дать им однозначную оценку. Наличие таких категорий, как «неопределенный круг лиц» и «основной объект использования», не имеющих четких законодательных определений и носящих ярко выраженный оценочный характер, оставляет открытыми вопросы толкования соответствующих норм.

Исследуется правоприменительная практика избирательных комиссий и органов суда по оценке агитационных материалов. Требования по допустимым вариантам использования изображений кандидатов применимы ко всем формам агитационной деятельности: не только к печатным, но и к аудиовизуальным материалам, содержащим изображения кандидатов, в том числе размещаемым в средствах массовой информации и в Интернете, а также к иным материалам больших форматов (баннерам, сити-бордам и др.). В целях защиты избирательной системы от возможного деструктивного воздействия государство устанавливает меры в виде жесткого регулирования частноправовых элементов предвыборной агитации, чем nivелируется сущностная основа выборов как конфликта между кандидатами (избирательными объединениями), истоки которого заложены в самой природе конкурентного избирательного процесса. Тем самым объективно повышается значение публично-правового регулирования в системе правоотношений, связанных с реализацией субъективных избирательных прав.

Ключевые слова: предвыборная агитация, методы правового регулирования, частный интерес, публичный интерес, меры ответственности.

Для цитирования: Турищева Н. Ю. Публично-правовое и частноправовое начала регулирования предвыборной агитации // Журнал российского права. 2020. № 1. С. 89—100. DOI: 10.12737/jrl.2020.006

Public-Legal and Private-Legal Principles of Election Campaigning Regulation

N. Yu. TOURISHCHEVA, Kuban State University, Krasnodar 350040, Russian Federation

E-mail: dom0023@mail.ru

The article is devoted to the regulation of pre-election campaigning as the main legal means to achieve the goal of candidates for election. The diversity of pre-election campaign, designed not only to ensure transparency of the electoral process, but also to respect the equal rights of its members, is the reason that the mechanism of elections — the institution of propaganda — is the clearest demonstration of interaction between public and private law elements inherent in specific methods of regulation. The author analyzes the changes in Federal legislation related to the prohibition to use images and the restriction to use statements of individuals. The tightening of legal provisions in details

does not allow giving an unambiguous assessment of the changed regulatory requirements. The presence of such categories as "indefinite circle of persons" and "the main object of use", which do not have clear definitions in law and have a pronounced evaluative character, leaves open questions of interpretation of the relevant rules.

The paper investigates the law enforcement practice of election commissions and court bodies to evaluate campaign materials. Requirements for acceptable options for the use of images of candidates are applicable to all forms of campaigning: not only for printed, but also to audiovisual materials containing images of candidates, including those posted in the media and on the Internet, as well as to other materials of large formats (banners, city boards, etc.). In order to protect the electoral system from a possible destructive impact, the state establishes measures in the form of strict regulation of private legal elements of pre-election campaigning, which levels the essential basis of elections as a conflict between candidates (electoral associations), which origins are laid in the very nature of the competitive electoral process. This objectively increases the importance of public regulation in the system of legal relations connected to the implementation of subjective electoral rights.

Keywords: election campaigning, methods of legal regulation, private interest, public interest, measures of responsibility.

For citation: Tourishcheva N. Yu. Public-Legal and Private-Legal Principles of Election Campaigning Regulation. *Zhurnal rossijskogo prava* = *Journal of Russian Law*, 2020, no. 1, pp. 89—100. (In Russ.) DOI: 10.12737/jrl.2020.006

Избирательное право как никакая другая подотрасль конституционного права имеет комплексный характер, объединяющий публично-правовое и частноправовое начала регулирования общественных отношений в сфере выборов. Столкновение частных интересов кандидатов в процессе реализации права быть избранными в органы власти, с одной стороны, и публичного интереса государства по формированию легитимных институтов народного представительства — с другой, приводит к необходимости соблюдения законодателем разумного баланса указанных интересов. По оценкам исследователей, современная правовая действительность характеризуется встречными тенденциями: происходит расширение сферы действия частноправовых норм, в чем следует видеть ответную реакцию на рост жизненного и экономического пространства, и в то же время существенная часть правовых норм, относящихся к государственной деятельности, постепенно распространяется и на сферу частного права¹.

¹ См.: Базедов Ю. Европейское гражданское общество и его право: к вопросу определения частного права в сообществе // Вестник гражданского права. 2008. № 1.

Как отмечает А. Е. Постников, субъективность воли государства и обуславливает динамизм предмета конституционно-правового регулирования. Для сложившейся системы конституционного законодательства России, включающей крупные подотрасли, характерна модификация метода конституционно-правового регулирования, при этом в развитии подотраслей конституционного законодательства наблюдается тенденция к специализации правового регулирования².

В рамках данной специализации модифицируются общий метод конституционного регулирования, соотношение конституционно-правового регулирования с регулированием посредством нормативного инструментария других отраслей законодательства³.

Многоплановость предвыборной агитации, призванной не только обеспечить гласность избирательного процесса, но и соблюсти равен-

² См.: Постников А. Е. О конституционно-правовом методе регулирования // Журнал российского права. 2012. № 12. С. 34.

³ См.: Научные концепции развития российского законодательства: монография / отв. ред. Т. Я. Хабриева, Ю. А. Тихомиров. М., 2015.

ство прав его участников, является причиной того, что в механизме выборов именно институт агитации наиболее ярко демонстрирует взаимодействие публично- и частноправовых элементов с присущими им специфическими методами нормативно-правового регулирования общественных отношений.

По определению А. Г. Головина, предвыборная агитация — это квинтэссенция информационной политической борьбы между конкурентами в избирательном процессе, что зачастую ведет к использованию неправомерных, манипулятивных технологий⁴.

В процессе урегулирования порядка проведения агитации государство использует право на определенное ограничение свободы агитации в целях исключения возможного негативного информационного воздействия, создающего разрыв между частным и публичным интересом, который способен причинить ущерб не только иным участникам избирательного процесса, но и обществу в целом в виде нерационального результата выборов (признания выборов недействительными, несостоявшимися и др.). Устранение этого разрыва и слугит в итоге задаче проведения открытых и конкурентных выборов.

Нормативные требования, определяющие порядок проведения агитации, были сформулированы федеральным законодателем за последние два с половиной десятилетия с учетом правовых позиций Конституционного Суда РФ по вопросам информационного обеспечения выборов⁵, а также Верховного

Суда РФ⁶. Текущие изменения избирательного законодательства зачастую демонстрируют непоследовательность и противоречивость в использовании и сочетании публичных и частных начал нормативно-правового регулирования выборов. Как отмечает Н. М. Коршунов, политический оттенок соотношения частного и публичного права не может быть исключен из дискуссий по данной проблеме, поскольку право как социальный феномен объективно находится в тесной структурно-функциональной связи с политикой⁷.

Законодательное регулирование и правоприменительная практика, сложившиеся в течение более чем 25 лет развития современной отечественной избирательной системы, сформировали устойчивые подходы к пониманию требований, предъявляемых к порядку осуществления и содержанию агитационных материалов, в числе которых следует назвать определение перечня допустимых форм и методов ведения агитационной деятельности, установление запретов, связанных с публично-правовой природой регулируемых избирательных отношений, а именно — запретов распространения экстремистских материалов, пропаганды нацистской символики, использования преимуществ должностного или служебного поло-

тации, постановление КС РФ от 30 октября 2003 г. № 15-П по делу о проверке конституционности отдельных положений Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».

⁶ См., например, постановление Пленума ВС РФ от 31 марта 2011 г. № 5 «О практике рассмотрения судами дел о защите избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».

⁷ См.: Коршунов Н. М. Частное и публичное право: проблемы формирования основ современной теории конвергенции // Журнал российского права. 2010. № 5.

⁴ См.: Головин А. Г. Принципы информирования избирателей и проведения предвыборной агитации — основа правомерного распространения информации о выборах в России // Право и государство: теория и практика. 2009. № 1. С. 25.

⁵ См., например, одно из наиболее значимых в рассматриваемой сфере, разграничившее понятие информирования и агитации.

жения, осуществления подкупа избирателей и др. К публично-правовым характеристикам агитации относятся также общие организационные моменты: сроки проведения агитации — только с момента выдвижения кандидатов, а в СМИ — не ранее чем за 28 дней до дня голосования, т. е. после завершения процедуры регистрации кандидатов и списков; субъектный состав и допустимые методы агитационной деятельности, дифференцированные для разных участников избирательного процесса.

В то же время законодателем очерчены частноправовые аспекты регулирования предвыборной агитации, связанные с применением договорных отношений при выпуске и распространении агитационных материалов, охраной авторских прав, определением специального правового режима использования изображений и высказываний физических лиц, предоставлением возможности кандидату опубликовать в рамках избирательной кампании опровержение на материал, содержащий негативную информацию о нем, и др.

Указанное регулирование является элементом частного права в конституционном праве России и отражает наличие субъектов, обладающих равенством при решении определенного круга вопросов, что ведет к необходимости применения диспозитивных правовых норм для регулирования возникающих между ними отношений⁸.

Отметим, что стабилизация правоприменительной практики происходит лишь после выработки правовых позиций Верховным Судом РФ, значение которых для развития правовой системы, по справедливому замечанию В. В. Момотова, выражается в восполнении правовых пробелов, разрешении правовых коллизий, применении существующего право-

вого регулирования к динамично меняющимся и усложняющимся общественным отношениям, а также во взаимном влиянии толкования права и законотворческого процесса⁹.

В ряду нормативных требований, предъявляемых к агитационным материалам, вызывающих неоднозначные оценки их содержания, следует назвать нормы, закрепляющие порядок использования изображений и высказываний физических лиц. Отечественный электоральной практике хорошо известен агитационный прием, связанный с использованием изображений и высказываний известных личностей в поддержку кандидатов и избирательных объединений, призванных демонстрировать высокий уровень поддержки кандидатов со стороны представителей профессионального или политического сообщества. Однако с внесением в 2016 г. изменений в Федеральный закон от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (далее — Федеральный закон № 67-ФЗ) указанный порядок был подвергнут кардинальным изменениям: законодателем установлен запрет на использование изображений физических лиц и ограничен режим использования высказываний последних¹⁰.

По справедливому замечанию А. Е. Постникова, накапливаясь, из-

⁹ См.: Момотов В. В. Толкование правовых норм Верховным Судом Российской Федерации в контексте современной правовой системы // Государство и право. 2018. № 4. С. 30—39.

¹⁰ См.: Федеральный закон от 5 апреля 2016 г. № 92-ФЗ «О внесении изменений в статьи 48 и 54 Федерального закона “Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации” и статьи 62 и 68 Федерального закона “О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации”».

⁸ См.: Дорохин С. В. Деление права на публичное и частное: конституционно-правовой аспект. М., 2006.

менения основных подходов в правовом регулировании приводят к качественным изменениям института выборов¹¹.

Действующая редакция ст. 48 Федерального закона № 67-ФЗ предусматривает возможность использования «мажоритарным» кандидатом только своих изображений, а избирательным объединением — изображений кандидата, выдвинутого им в составе пропорционального списка, при этом такие изображения могут быть сделаны также среди неопределенного круга лиц. В иных случаях использование в агитационных материалах изображений физического лица не допускается. Таким образом, законодатель заменил ранее предусматривавшуюся возможность использования изображений кандидатов совместно с известными личностями (при наличии письменного согласия соответствующего лица) на использование лишь собственных изображений кандидатов, в том числе среди неопределенного круга лиц.

Возможность цитирования высказываний физических лиц в отношении кандидата или партии допускается при соблюдении следующих условий: лицо, чьи высказывания цитируются, не подпадает под ограничения на участие в предвыборной агитации, имеется письменное согласие данного физического лица на использование его высказывания, такое высказывание не должно быть сопряжено с исполнением должностных или служебных обязанностей соответствующим лицом, равно как и с использованием преимуществ должностного или служебного положения.

Указанные изменения требований Федерального закона № 67-ФЗ направлены прежде всего на формулирование кандидатами и партиями

собственных программных установок, свободных от мнений иных лиц, что должно способствовать осуществлению избирателями обоснованного, объективного и ответственного выбора. Как отмечает А. Г. Головин, избиратель должен иметь возможность самостоятельно сформировать свои электоральные предпочтения, определяющие его свободное волеизъявление, на основе в том числе информации, предоставляемой ему субъектами агитационной деятельности, исключающей применение деструктивного по сути манипулятивного воздействия (например, посредством психологического давления с использованием манипуляции чувствами избирателей и т. п.)¹².

Правоприменительная практика идет по пути проб и ошибок, формулируя допустимые критерии реализации новых понятий.

Решением суда первой инстанции, оставленным без изменения Судебной коллегией по административным делам Верховного Суда РФ, отказано в удовлетворении административного искового заявления о принятии мер к пресечению деятельности по распространению агитационного печатного материала кандидата К. Как отметил Верховный Суд РФ, агитационный печатный материал кандидата К. соответствовал требованиям закона, так как содержал фотографические изображения кандидата среди неопределенного круга лиц, полученные при съемке на съезде политической партии, и изображения этих лиц не являлись основным объектом использования¹³.

Фактически правовое содержание понятия избирательного законодательства «неопределенный круг лиц» было дано Верховным Су-

¹² Головин А. Г. Указ. соч. С. 27.

¹³ См. Обзор судебной практики по вопросам, возникающим при рассмотрении дел о защите избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации (утв. Президиумом ВС РФ 20 декабря 2017 г.).

¹¹ См.: Постников А. Е. Эволюция института выборов в России в контексте реализации конституционных принципов // Журнал российского права. 2019. № 5. С. 22.

дом РФ через призму гражданско-правовой категории, предусмотренной нормой подп. 2 п. 1 ст. 152¹ ГК РФ, определяющего основания использования изображения физического лица без его согласия. Анализ результатов рассмотрения данного избирательного спора позволяет сделать вывод о том, что в соответствии с изменившимися требованиями законодательства для придания легального характера агитационным материалам недостаточно представления согласия физического лица на использование его изображения. Исходя из требований новой редакции Федерального закона № 67-ФЗ, Судом сделан акцент на том, что изображения иных физических лиц, попавших в кадр, не должны являться основным объектом использования.

Вышеуказанная норма ГК РФ, примененная Судом при рассмотрении данного избирательного спора, конкретизирует форму допустимого использования изображения гражданина без его согласия как изображения, полученного непосредственно при съемке на открытых массовых мероприятиях. Одновременное присутствие на снимке (в кадре) кандидата среди пусть и неопределенного, но в то же время круга конкретных лиц, объективируется фактом проведения открытого массового мероприятия с участием этих лиц. Для целей гражданского законодательства не имеет юридического значения, что лица, изображенные таким образом, могут быть не только различимы, но и узнаваемы. Основными критериями, исключающими необходимость получения согласия указанных лиц на использование их изображения для целей ГК РФ, являются факт осуществления съемки в процессе проведения массового публичного мероприятия, а также наличие на соответствующем снимке иного объекта изображения, используемого в качестве основного. Открытым остается вопрос, применимы ли указанные

критерии для целей избирательного законодательства в том случае, если изображения иных физических лиц, являющихся публичными личностями, полученные непосредственно при съемке на открытых массовых мероприятиях, позволяют четко установить указанных лиц.

Кажущееся, на первый взгляд, ужесточение положений Закона при более детальном рассмотрении не позволяет дать однозначную оценку изменившимся нормативным требованиям. Наличие таких категорий, как «неопределенный круг лиц» и «основной объект использования», не имеющих четких определений в тексте Закона и обладающих ярко выраженным оценочным характером, оставляет открытыми вопросы толкования соответствующих норм.

В частности, могут ли в категорию «неопределенный круг лиц» включаться широко известные публичные лица, если они попали в кадр? Обстоятельства одновременного присутствия на съезде партии будущих кандидатов наряду с руководящим составом партии — объективная реальность любой избирательной кампании. Является ли это основанием для дальнейшей беспрепятственной демонстрации в агитационных целях любых снимков, отображающих одновременно кандидата и иных, широко известных лиц? В соответствии с требованиями ГК РФ осуществление съемки на открытом массовом мероприятии исключает необходимость представления согласия на использование изображения любого лица, попавшего в кадр. Может ли данный посыл быть распространен и на требования избирательного законодательства?

Особое внимание законодателем обращено на запрет использования изображений несовершеннолетних. Ранее действовавшая норма, разрешавшая кандидату использовать собственное изображение в кругу своих детей, в настоящее время исключена. В силу п. 6 ст. 48 Федерального закона № 67-ФЗ запрещается

привлекать к предвыборной агитации лиц, не достигших на день голосования возраста 18 лет, в том числе использовать изображения и высказывания несовершеннолетних в агитационных материалах. Вместе с тем конкретизация данных нормативных требований Верховным Судом РФ позволяет уточнить их содержание. Суд подчеркнул, что названные положения законодательства не препятствуют использованию изображения кандидата среди указанных лиц, полученные при съемке на публичных мероприятиях или в местах, открытых для свободного посещения, за исключением случаев, когда изображение лиц, не достигших на день голосования 18 лет, является основным объектом использования¹⁴.

ГК РФ предусматривает принципиальную возможность использования изображения физического лица, обусловленную наличием согласия данного лица. Свободный режим использования изображения физического лица (т. е. отсутствие необходимости предоставления его согласия на использование его изображения) определяется двумя обстоятельствами: 1) получение изображения в результате съемки на открытом массовом мероприятии; 2) изображение данного физического лица не должно являться основным объектом использования. Федеральный закон № 67-ФЗ при установлении безусловного запрета на использование изображений физических лиц предусматривает возможность использования собственных изображений кандидата, в том числе среди неопределенного круга лиц. Таким образом, свободный режим обусловлен наличием оговорки о неопределенном круге лиц.

¹⁴ См. Обзор судебной практики по вопросам, возникающим при рассмотрении дел о защите избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации (утв. Президиумом ВС РФ 20 декабря 2017 г.).

Требования по допустимым вариантам использования изображений кандидатов применимы ко всем формам агитационной деятельности: не только к печатным, но и к аудио-визуальным материалам, содержащим изображения кандидатов, в том числе размещаемым в СМИ и в Интернете, а также к иным материалам больших форматов (баннерам, ситибордам и др.).

Как представляется, вывод о том, что изображения иных физических лиц не являются основным объектом использования, может быть дан на основании исследования технико-визуальных параметров этих изображений, но и, что наиболее важно, на основании анализа цели их использования.

Решением территориальной избирательной комиссии Ейская городская от 19 августа 2019 г. № 92/698 был признан незаконным печатный агитационный материал кандидата Н. в связи с тем, что в нем использовалось совместное изображение кандидата и иного физического лица — руководителя местного отделения одной из парламентских партий. Комиссией был сделан вывод о том, что изображения указанных лиц являются равнозначными по своим технико-визуальным характеристикам, используемое изображение не менее значимо, чем изображение кандидата, кроме этого, было обращено внимание на наличие агитационной цели использования кандидатом-самовыдвиженцем изображения партийного руководителя¹⁵.

Если изображения как кандидата, так и иных лиц, присутствовавших на открытом мероприятии, являются равнозначными с точки зрения их расположения в кадре и иных технико-визуальных характеристик, очевидно, что оценка того, что изображения иных лиц не являются основным объектом использования, может быть дана только в

¹⁵ URL: <http://admyeisk.ru/docs?date%5Bmin%5D%5Bmonth>.

совокупности с анализом наличия либо отсутствия агитационной цели такого использования. Иначе следует признать, что новеллы Федерального закона № 67-ФЗ не ограничивают кандидатов в использовании изображений иных физических лиц, а лишь способствуют исключению ранее действовавших обременений на предоставление согласия физического лица на использование его изображения. Как представляется, критерии отнесения изображения физического лица к основному или неосновному объекту использования нуждаются в дальнейшей конкретизации законодателем.

Кроме того, Федеральный закон № 67-ФЗ не конкретизирует сроки создания и форму используемого изображения. Отсутствие правового регулирования указанных обстоятельств в избирательном законодательстве порождает дальнейшие вопросы, связанные с допустимыми пределами усмотрения по времени создания изображения, а также по его художественно-жанровой принадлежности (могут ли наряду с фотоснимком использоваться рисунок, коллаж и другие средства визуализации?).

Практика демонстрирует различные варианты использования кандидатами своих изображений среди неопределенного круга лиц: фактически используются изображения, не только полученные при непосредственном присутствии кандидата на каком-либо публичном мероприятии, но и представляющие собой коллаж снимков, сделанных в разное время и при разных обстоятельствах. Это могут быть снимки кандидата и снимки лиц определенной социальной группы — врачей, спортсменов, ветеранов, детей и т. д. То есть такой агитационный материал можно назвать не изображением кандидата среди неопределенного круга лиц, а, скорее, — изображением кандидата на фоне неопределенного круга лиц. Данный материал не отражает объективный факт присутствия кан-

дидата на конкретном массовом открытом мероприятии, а является исключительно продуктом совмещения различных изображений. Очевидной является агитационная цель — через визуальные образы, вызывающие позитивные ассоциации, создать определенный положительный имидж кандидата. Несмотря на отсутствие буквального соответствия требованиям п. 9¹ ст. 48 Федерального закона № 67-ФЗ, допускающего возможность использования кандидатом своих изображений среди неопределенного круга лиц, тем не менее требования подп. 2 п. 1 ст. 152¹ ГК РФ соблюдены и использование изображения участников публичного мероприятия действительно может осуществляться в свободном режиме.

На выборах депутатов Шимановского городского Совета народных депутатов Амурской области 8 сентября 2019 г. одним из кандидатов был изготовлен печатный агитационный материал, представляющий изображение кандидата на фоне детского спортивного соревнования. При этом изображение несовершеннолетних отражало проведение открытого массового мероприятия — соревнования по боксу среди юниоров¹⁶.

По нашему мнению, при наличии очевидной агитационной цели использования изображений несовершеннолетних оценить их как основной объект использования не представлялось возможным. Материал не получил распространения, однако по иным основаниям.

Еще одним вариантом агитационных материалов, вызывающим различные правовые оценки, является выпуск совместного печатного агитационного материала (листовка, плакат и т. п.), в котором кандидаты представлены как равнозначные субъекты агитационной деятельности; материал объединяет «нарезку» типичных агитационных листовок нескольких канди-

¹⁶ URL: <https://www.leftfront.org/person/%87.1069440>.

датов. Как представляется, такой материал не может быть оценен как использование изображений других кандидатов. Анализ практики проведения избирательных кампаний, особенно муниципального уровня, свидетельствует о том, что выпуск указанных материалов не столько преследует агитационные цели, сколько обусловлен минимизацией расходов на выпуск печатных материалов. На наш взгляд, в Федеральном законе № 67-ФЗ целесообразно ввести понятие «совместный печатный агитационный материал», разграничив его с понятием «использование изображения физического лица». Выпуск совместного печатного материала может быть предусмотрен для кандидатов, выдвинутых одним избирательным объединением по мажоритарным округам, что логично при наличии общей объединяющей таких кандидатов программы политической партии, подлежащей обязательному опубликованию. В связи с отсутствием избирательного фонда избирательного объединения при проведении мажоритарных выборов такой совместный агитационный материал должен оплачиваться в равных долях из средств избирательных фондов соответствующих кандидатов.

Значительное число вопросов при осуществлении выпуска и распространения агитационных материалов вызывает требование соблюдения авторских прав¹⁷. Так, Верховный Суд РФ обратил внимание на недопустимость агитации, нарушающей законодательство об интеллектуальной собственности, подчеркнув, что использование произведений, являющихся объектами авторского права, допустимо только при получении согласия авторов, иных правообладателей на использование данных произведений в агитационных материалах конкретного кандидата, избирательного объединения¹⁸.

При осуществлении агитационной деятельности как нарушение законодательства об интеллектуальных правах может быть оценено использование объектов интеллектуальных прав без разрешения автора или правообладателя, а в случае свободного использования — несоблюдение условий такого использования¹⁹.

Верховный Суд РФ не усмотрел нарушений законодательства об интеллектуальной собственности при изготовлении и распространении кандидатом в депутаты Государственной Думы календарей, а также при размещении в сети Интернет видеороликов под заголовками «Вперед в будущее», «Депутатор. Да придет спаситель», «Миссия выполняема 2016» и др., указав, что содержащиеся в указанных агитационных материалах пародии не могут нанести коммерческого вреда правообладателям всемирно известных фильмов «Терминатор», «Миссия невыполнима», «Назад в будущее» и др.²⁰

Анализ указанного определения ВС РФ показывает, что согласно п. 4

Анализ указанного определения ВС РФ показывает, что согласно п. 4

¹⁸ См.: Обзор судебной практики по вопросам, возникающим при рассмотрении дел о защите избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации (утв. Президиумом ВС РФ 16 марта 2016 г.).

¹⁹ См.: Никишов А. Б. Правовое регулирование интеллектуальной собственности в информационном обеспечении выборов // Копирайт (вестник Академии интеллектуальной собственности). 2018. № 1. С. 87—91; Коваль Д. В. Нарушение законодательства об интеллектуальной собственности в период предвыборной агитации как конституционно-правовой деликт: к вопросу об основаниях ответственности // Конституционное и муниципальное право. 2014. № 7. С. 58—61.

²⁰ См. Апелляционное определение Судебной коллегии по административным делам ВС РФ от 17 сентября 2016 г. № 48-АПГ16-14.

¹⁷ См.: Рузакова О. А. Нарушение законодательства об интеллектуальной собственности в избирательных кампаниях // Патенты и лицензии. 2016. № 11.

ст. 1274 ГК РФ без согласия автора или иного обладателя исключительного права можно использовать его произведение и не платить вознаграждение, если созданы карикатура или пародия²¹.

Одним из элементов частного правового регулирования, применяемого в сфере агитации, является реализация принципа «защиты слабой стороны», что находит выражение в обязательности предоставления печатной площади кандидату для опубликования в рамках избирательной кампании опровержения на размещенную в СМИ негативную информацию о нем, даже в том случае, если указанная информация является достоверной²². Важными составляющими реализации указанного принципа являются: период, когда такое опровержение должно быть опубликовано — до окончания избирательной кампании; субъект, на который возлагается такая обязанность — редакция СМИ, разместившая негативную информацию; безвозмездность для кандидата получения печатной площади для опубликования опровержения (оправдательной публикации). Такому назначению — гарантировать частные интересы — полностью соответствует гражданско-правовой метод правового регулирования, в большей степени диспозитивно-дозволительный²³.

²¹ См.: Зеновина В. Семь споров, в ходе которых судьям потребовалось чувство юмора. Доступ из СПС «Гарант».

²² См.: Рекомендация № Rec(2004)16 Комитета министров Европейского суда по правам человека о праве на ответ в условиях новой медиасреды, которая предусматривает доступную возможность немедленного или быстрого исправления оспоренной информации // Бюллетень Европейского Суда по правам человека. Российское издание. 2018. № 3.

²³ См.: Яценко Т. С. Гражданско-правовая защита публичных интересов: монография / под науч. ред. В. С. Ема. М., 2016.

Несмотря на требование выпуска агитационных материалов как в СМИ, так и в форме печатных материалов исключительно на основании соответствующего договора, заключаемого между кандидатом и редакцией (типографией), законодатель определяет обязательность предварительной оплаты агитационного материала до его изготовления (до выхода в эфир), тем самым жестко регулируя порядок взаимодействия участников договорных отношений, чем нивелируются положения о свободе договора.

Таким образом, в содержание публично-правового регулирования, устанавливающего систему разрешенных действий лишь через ее обязательное определение законодателем (разрешено то, что предусмотрено законом), включаются нормы частноправового регулирования, разрешающие все то, что прямо не запрещено законом. И наоборот, в рамках избирательного процесса свобода реализации частных интересов подвергается корректировке законодателем через установление императивных требований, не характерных для сферы гражданского права, с целью учета не только частного интереса кандидатов, но и публичного — по формированию органов власти.

Нарушение запретов как публично-правового, так и частноправового характера влечет для кандидатов и избирательных объединений меры конституционно-правовой ответственности в виде отказа в регистрации, отмены регистрации, для СМИ существует угроза приостановления деятельности в случае нарушения установленных требований проведения агитации. Полагаем, что критерием оптимального взаимодействия частного и публичного начал в рамках организации агитационной деятельности должно стать комплексное соблюдение принципов избирательного права, включая принцип свободных выборов, вытекающий из содержания ст. 3 Конституции РФ.

Библиографический список

Базедов Ю. Европейское гражданское общество и его право: к вопросу определения частного права в сообществе // Вестник гражданского права. 2008. № 1.

Головин А. Г. Принципы информирования избирателей и проведения предвыборной агитации — основа правомерного распространения информации о выборах в России // Право и государство: теория и практика. 2009. № 1.

Дорохин С. В. Деление права на публичное и частное: конституционно-правовой аспект. М., 2006.

Зеновина В. Семь споров, в ходе которых судьям потребовалось чувство юмора. Доступ из СПС «Гарант».

Коваль Д. В. Нарушение законодательства об интеллектуальной собственности в период предвыборной агитации как конституционно-правовой деликт: к вопросу об основаниях ответственности // Конституционное и муниципальное право. 2014. № 7.

Коршунов Н. М. Частное и публичное право: проблемы формирования основ современной теории конвергенции // Журнал российского права. 2010. № 5.

Момотов В. В. Толкование правовых норм Верховным Судом Российской Федерации в контексте современной правовой системы // Государство и право. 2018. № 4.

Научные концепции развития российского законодательства: монография / отв. ред. Т. Я. Хабриева, Ю. А. Тихомиров. М., 2015.

Никишов А. Б. Правовое регулирование интеллектуальной собственности в информационном обеспечении выборов // Копирайт (вестник Академии интеллектуальной собственности). 2018. № 1.

Постников А. Е. О конституционно-правовом методе регулирования // Журнал российского права. 2012. № 12.

Постников А. Е. Эволюция института выборов в России в контексте реализации конституционных принципов // Журнал российского права. 2019. № 5.

Рузакова О. А. Нарушение законодательства об интеллектуальной собственности в избирательных кампаниях // Патенты и лицензии. 2016. № 11.

Яценко Т. С. Гражданско-правовая защита публичных интересов: монография / под науч. ред. В. С. Ема. М., 2016.

References

Bazedov Yu. European Civil Society and its Law: On the Definition of Private Law in the Community. *Vestnik grazhdanskogo prava*, 2008, no. 1, pp. 225—242. (In Russ.)

Dorokhin S. V. Division of the right into public and private: constitutional law aspect. Moscow, 2006. 136 p. (In Russ.)

Golovin A. G. Principles of the information of voters and conducting of pre-election agitation — basis of the legitimate propagation of information about the elections in Russia. *Pravo i gosudarstvo: teoriya i praktika*, 2009, no. 1, pp. 23—27. (In Russ.)

Korshunov N. M. Private and Public Law: Issues of Forming the Basis of the Modern Theory of Convergence. *Zhurnal rossijskogo prava = Journal of Russian Law*, 2010, no. 5, pp. 66—71. (In Russ.)

Koval' D. V. Violation of legislation on intellectual property during the period of election campaign as a constitutional-law delict: on the issue of grounds of responsibility. *Konstitutsionnoe i munitsipal'noe pravo*, 2014, no. 7, pp. 58—62. (In Russ.)

Momotov V. V. The interpretation of law by the Supreme Court of the Russian Federation in the context of the modern legal system. *Gosudarstvo i pravo*, 2018, no. 4, pp. 30—39. (In Russ.)

Nikishov A. B. Legal regulation of intellectual property in information support of elections. *Kopirayt (vestnik Akademii intellektual'noy sobstvennosti)*, 2018, no. 1, pp. 87—91. (In Russ.)

Postnikov A. E. On Constitutional Legal Method of Regulation. *Zhurnal rossijskogo prava = Journal of Russian Law*, 2012, no.12, pp. 32—38. (In Russ.)

Postnikov A. E. The Evolution of Elections in Russia in the Context of Implementation of Constitutional Principles. *Zhurnal rossijskogo prava = Journal of Russian Law*, 2019, no. 5, pp. 21—30. (In Russ.) DOI: 10.12737/art_2019_5_2

Ruzakova O. A Violations of intellectual property law in election campaigns. *Patenty i litsenzii*, 2016, no. 11, pp. 12—16. (In Russ.)

The scientific concept of development of the Russian legislation. Ed. by T. Y. Khabrieva, Yu. A. Tikhomirov. Moscow, 2015. 544 p. (In Russ.)

Yatsenko T. S. Civil Law protection of public interests. Ed. by B. C. Em. Moscow, 2016. 312 p. (In Russ.)

Zenovina V. Seven disputes in which judges needed a sense of humor. Access from SPS “Garant”.