УДК 342.843.24
DOI 10.25205/2542-0410-2019-15-2-56-63

О регламентации исполнения обязанности по обеспечению равных условий оплаты печатных агитационных материалов

Д. В. Сенникова

*Западно-Сибирский филиал
Российского государственного университета правосудия
Томск, Россия*

Аннотация

Методические рекомендации избирательных комиссий играют значимую роль в регулировании процесса организации и проведения выборов. Исходя из практики деятельности Томской городской муниципальной избирательной комиссии автор делает вывод, что обязанность субъектов предпринимательской деятельности по обеспечению равных условий оплаты агитационных материалов требует дополнительной регламентации посредством принятия специальных актов, содержащих методические нормы. Также необходимо внести изменения в Федеральный закон № 67-ФЗ для упрощения работы избирательных комиссий с информацией о стоимости изготовления печатных агитационных материалов, направленной индивидуальными предпринимателями и организациями.

В настоящее время в правовом сообществе активно обсуждается возможность принятия федерального Избирательного кодекса РФ, в этой связи автор обращает внимание на необходимость сохранить практику разработки и принятия методических мероприятий избирательными комиссиями.

Ключевые слова

агитация, избирательный процесс, систематизация избирательного законодательства, методические рекомендации избирательных комиссий

Для цитирования

Сенникова Д. В. О регламентации исполнения обязанности по обеспечению равных условий оплаты печатных агитационных материалов // Юридическая наука и практика. 2019. Т. 15, № 2. С. 56–63. DOI 10.25205/2542-0410-2019-15-2-56-63

On the Order of Execution of the Responsibility to Ensure Equal Terms of Payment of Printed Agitation Materials

D. V. Sennikova

*West Siberian Branch of the Russian State University of Justice
Tomsk, Russian Federation*

Abstract

From the position of the author, methodological recommendations of election commissions play a significant role in regulating the process of organizing and conducting elections. Based on the practice of the activity of the Tomsk City Municipal Election Commission, the author concludes that the obligation of business entities to ensure equal conditions for the payment of campaign materials requires additional regulation through the adoption of special acts containing methodological standards. It is also necessary to make changes to Federal Law No. 67-FZ to simplify the work of election commissions with information on the value sent by individual entrepreneurs and organizations.

Currently, the legal community is actively discussing the possibility of adopting the federal electoral code of the Russian Federation, in this regard, the author draws attention to the need to preserve the practice of developing and adopting methodological measures by election commissions.

Keywords

© Д. В. Сенникова, 2019

ISSN 2542-0410

Юридическая наука и практика. 2019. Т. 15, № 2
Juridical Science and Practice, 2019, vol. 15, no. 2

campaigning, election process, systematization of election legislation, methodical recommendations of election commissions

For citation

Sennikova D. V. On the Order of Execution of the Responsibility to Ensure Equal Terms of Payment of Printed Agitation Materials. *Juridical Science and Practice*, 2019, vol. 15, no. 2, p. 56–63. (in Russ.) DOI 10.25205/2542-0410-2019-15-2-56-63

В течение длительного времени учеными-правоведами обсуждается проблема систематизации избирательного законодательства и, как следствие, необходимость принятия Избирательного кодекса Российской Федерации [1; 2].

Правовое регулирование любой избирательной кампании строится на применении значительного числа нормативных правовых актов, в том числе решений избирательных комиссий, содержащих правила, рассчитанные на неоднократное применение. При этом выборы в федеральные органы государственной власти урегулированы не только Федеральным законом от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»¹ (далее – Федеральный закон № 67-ФЗ), но и специальными законами². В этой связи некоторые правоведы, исследовавшие проблему систематизации избирательного законодательства, обращались к указанным обстоятельствам как к одной из причин принятия Избирательного кодекса Российской Федерации [3–5].

Право избирать и быть избранным является одним из основных политических прав, закрепленных Конституцией РФ, в связи с чем правовые нормы, регулирующие его осуществление, должны обладать точным и конкретным содержанием, доступным для восприятия всеми участниками избирательного процесса. Между тем Федеральный закон № 67-ФЗ содержит значительное количество методических норм, в недостаточной степени регламентирующих общественные отношения, для которых эти установления предназначены. В этой связи, следует обратить внимание на порядок реализации п. 1.1 ст. 54 Федерального закона № 67-ФЗ, регулирующего процесс участия субъектов предпринимательской деятельности в изготовлении печатных агитационных материалов.

Агитационный период является одной из значимых стадий избирательного процесса, специфика которого связана с участием значительного количества субъектов. На данном этапе происходит наиболее активное взаимодействие кандидата и избирателей, при этом не менее важными участниками данного процесса следует считать организации и индивидуальных предпринимателей, предоставляющих услуги (выполняющих работы) по изготовлению агитационных материалов. Важность участия данных субъектов обусловлена содействием, оказываемым кандидату при подготовке и изготовлении информационных материалов, побуждающих избирателей отдать свои голоса в его пользу.

Следует отметить, что исходя из имеющейся электоральной статистики использование печатных агитационных материалов значителен в качестве одного из приоритетных способов ведения избирательной кампании, хотя бы с точки зрения затрат на их выпуск и распространение. Так, на выборах Губернатора Томской области, состоявшихся 10 сентября 2017 г., значительная часть средств избирательных фондов большинства кандидатов была израсходована именно на указанные цели. В частности, кандидат в Губернаторы Томской области А. Н. Диденко располагал средствами избирательного фонда в размере 6 870 033 руб., израсходовал на изготовление и распространение печатной продукции 2 349 567 руб.; кандидат в Губернаторы Томской области А. В. Ростовцев располагал 122 572 руб., израсходовал на те же цели 29 306 руб.; кандидат в Губернаторы Томской области Н. Г. Барышникова распола-

¹ Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации: Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ // Рос. газета. 2002. № 106.

² О выборах Президента РФ: Федеральный закон от 10.01.2003 № 19-ФЗ // Рос. газета. 2003. № 6; О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации: Федеральный закон от 22.02.2014 № 20-ФЗ // Рос. газета. 2014. № 45.

гала 1 915 000 руб., израсходовала на изготовление и распространение печатной агитации 1 280 542,90 руб., кандидат в Губернаторы Томской области С. А. Жвачкин располагал 29 800 000 руб., израсходовал на те же цели 20 760 121 руб.³

На выборах Мэра Города Томска, состоявшихся 9 сентября 2018 г., также большая часть операций по расходованию средств избирательных фондов была направлена на финансирование услуг по выпуску и распространению печатных агитационных материалов⁴.

Между тем возможность выбора конкретного субъекта предпринимательской деятельности, изготавливающего печатную продукцию, зависит от того, выполнены ли им условия, определенные п. 1.1 ст. 54 Федерального закона № 67-ФЗ.

Таким образом, чем больше таких субъектов выполнит в соответствии с законом обязанность по обеспечению равных условий оплаты изготовления печатных агитационных материалов, тем больший их выбор представится кандидатам, и тем более свободно они смогут реализовать свое право на привлечение для проведения агитации иных лиц, а также право на выбор ее содержания, форм и методов.

Так, указанная обязанность, от которой зависит столь многое в предвыборной кампании кандидата, имеет специфику, обусловленную ее сложным юридическим составом, который предполагает необходимость выполнения следующих действий субъектом предпринимательской деятельности:

- 1) опубликование в средствах массовой информации сведений о размерах и иных условиях оплаты изготовления печатных агитационных материалов;
- 2) представление указанных опубликованных сведений, а также иной необходимой информации в избирательную комиссию, определенную законом в установленный срок;
- 3) соблюдение расценок, опубликованных в СМИ, в отношении всех кандидатов, обратившихся за выполнением работы (оказанием услуги).

Несмотря на кажущуюся простоту указанных положений, представляется, что первое из них требует некоторых разъяснений, поскольку исходя из п. 1.1 ст. 54 Федерального закона № 67-ФЗ не вполне понятно, насколько точно должна быть определена и подробно расписана стоимость осуществляемых работ (услуг).

При этом следует учитывать, что в данном случае расчет стоимости является не простой для реализации задачей, поскольку при изготовлении печатных агитационных материалов для определения конечной стоимости работы необходимо учитывать пять-шесть показателей, таких как размер публикуемого материала (формат), цветность, плотность и качество бумаги, срок изготовления, а также тираж издания.

Так, на дополнительных выборах депутатов Думы города Томска шестого созыва, состоявшихся 10 сентября 2017 г., были выявлены следующие нарушения в сведениях о размерах стоимости и иных условиях изготовления агитационных печатных материалов.

1. Субъекты предпринимательской деятельности опубликовывали стоимость изготовления агитационных материалов только двух форматов (А2 и А3), которые являются заведомо невостребованными у кандидатов, при этом в период избирательной кампании в основном выполняли работы по изготовлению агитации других форматов, в частности А4, А5, А6⁵.

Следует отметить, что опубликованные расценки имели не только схожий характер, но и сопровождалась одинаковым дополнением: «В случае изменения структуры заказа по виду, типу и формату бумаги, красочности, тиражу, условиям послепечатной обработки и сроков изготовления стоимость работ просчитывается дополнительно».

³ Официальный сайт Избирательной комиссии Томской области. Финансовые отчеты о поступлении и расходовании средств избирательных фондов кандидатов по выборам Губернатора Томской области. Томск, 2017. URL: http://elect70.tomsk.ru/elections/region/Gubernator/?subsection_id=992 (дата обращения 19.02.2019).

⁴ Официальный сайт Избирательной комиссии Томской области. Сведения о поступлении средств в избирательные фонды кандидата и расходовании этих средств. Выборы Мэра города Томска. Томск, 2018. URL: http://elect70.tomsk.ru/elections/municipal/tomsk/?subsection_id=1376 (дата обращения 19.02.2019).

⁵ Сведения о размере и других условиях оплаты работ / услуг по изготовлению печатных агитационных материалов ИП Анисимова В. В. // Комсомольская правда. – Томская область. 20.06.2017. № 67 (26693).

2. Субъекты предпринимательской деятельности опубликовывали сведения о части стоимости конечного продукта. Так, в объявлении была обозначена стоимость так называемого прогона листа, тогда как стоимость самого бумажного листа не указывалась⁶.

На выборах Мэра города Томска, состоявшихся 9 сентября 2018 г., субъекты предпринимательской деятельности опубликовали стоимость выполняемых услуг только с указанием минимальной и максимальной цены за печать агитационных материалов, не указывая критерии и методику определения размера платы за конкретный вид услуги⁷.

Итак, с одной стороны, организации (индивидуальные предприниматели) выполнили требование – опубликовали расценки на изготовление агитационных материалов, с другой стороны, данная информация либо не в полной мере отражала конечную стоимость полиграфической продукции, либо не отражала стоимость всех работ (услуг), которые намерен выполнять (оказывать) субъект предпринимательской деятельности, либо не позволяла сделать вывод о стоимости конкретного вида работ (услуг).

Прежде всего необходимо иметь в виду, что положения п. 1.1 ст. 54 Федерального закона № 67-ФЗ гарантируют обеспечение равных условий оплаты изготовления агитационных материалов, а не равные условия выполнения работ (оказания услуг) в целом. Однако исходя из принципа равенства правового статуса кандидатов, указанные положения представляются недостаточными, а сам порядок обеспечения такого равенства в контексте оказания услуг кандидатам нуждается в более существенной регламентации.

Так, при соблюдении требования равенства стоимости предоставляемых работ (услуг) кандидату может быть предложен необоснованно продолжительный срок выполнения заказа, из-за которого от последнего придется отказаться и обратиться в другую организацию, предлагающую более высокую стоимость оказания работ (выполнения услуг).

Избирательное право признается комплексной подотраслью конституционного права и в контексте характеризующихся отношений требует привлечения норм административного и гражданского права [6].

Представляется, что организациям и индивидуальным предпринимателям необходимо стремиться к соблюдению принципа равенства прав кандидатов и в этом отношении, при этом в целях обеспечения равенства субъектам предпринимательской деятельности следует не только опубликовывать стоимость всех видов работ, которые последние намерены предоставлять кандидатам, но и указывать существенные условия договора подряда (оказания услуг), а именно его предмет и срок выполнения заказа (данное условие по опыту работы Томской городской избирательной комиссии практически никогда не указывается).

Однако, как уже было указано, законодатель определяет только необходимость соблюдения условий равенства стоимости оказываемых услуг.

С этой позиции предоставление работ или услуг без опубликования их точной стоимости, а также без уведомления избирательной комиссии следует рассматривать как нарушение обязанности по обеспечению равных условий оплаты работ (оказания услуг) кандидатам, влекущее административно-правовую ответственность, поскольку в обоих случаях из-за неполноты указанных сведений невозможно установить, будет ли соблюдаться соответствующее равенство в каждом конкретном случае.

В этой связи субъекты предпринимательской деятельности, а также сами кандидаты, являющиеся их заказчиками, могут быть привлечены к ответственности по ч. 1 ст. 5.12 КоАП РФ «Изготовление, распространение или размещение агитационных материалов с нарушением требований законодательства о выборах и референдумах». Кроме того, избирательная комиссия, зарегистрировавшая кандидата, вправе принять решение о запрете на распространение указанных агитационных материалов.

⁶ Сведения о размере и других условиях оплаты работ / услуг по изготовлению печатных агитационных материалов ООО «Издательский дом Д'Принт» // Газета «Реклама». 03.07.2017. № 26.

⁷ Сведения о размере и других условиях оплаты работ / услуг по изготовлению печатных агитационных материалов ООО «Скан» // Приложение к газете «Красное знамя» – «Пятница». 29.06.2018. № 25.

В ходе функционирования Томской городской муниципальной избирательной комиссии в период избирательной кампании по дополнительным выборам депутатов Думы города Томска шестого созыва, состоявшихся 10 сентября 2017 г., были составлены семь протоколов по указанному составу, по которым мировые судьи постановили привлечь предпринимателей к административно-правовой ответственности⁸.

Однако в целом судебная практика крайне небогата решениями как о запрете на распространение агитационных материалов, так и о привлечении к административной ответственности по ч. 1 ст. 5.12 КоАП РФ в связи с нарушениями п. 1.1 ст. 54 Федерального закона № 67-ФЗ, допущенными субъектами предпринимательской деятельности.

Между тем Санкт-Петербургский городской суд 15 августа 2016 г. своим решением по делу № 3а-100/2016 признал законными действия окружной избирательной комиссии одномандатного избирательного округа № 19 по выборам депутатов Законодательного Собрания Санкт-Петербурга шестого созыва, которая запретила кандидату распространение агитационных материалов, так как они были изготовлены по более низкой цене в сравнении с той, которую опубликовал подрядчик⁹. Кроме того, суд установил, что и общество с ограниченной ответственностью, выполнившее данный заказ, нарушило порядок изготовления агитационных материалов, т. е. также является субъектом, к которому могут быть применены меры юридической ответственности.

Если в данном случае предприниматель совершил правонарушение в силу неправомерного занижения цены отдельному заказчику, то в приведенных ранее примерах проблема с реализацией требований закона возникает уже на стадии опубликования сведений и распространяется не на отдельного кандидата, а на всех, кто обратится к такому подрядчику за выполнением работ.

Представляется, что характеризваемый состав носит формальный характер, так как для его выполнения не всегда требуется фактическое причинение вреда.

Таким образом, организации и индивидуальные предприниматели обязаны публиковать сведения о размере оплаты всех работ (услуг), которые они намерены оказывать, с указанием стоимости полиграфического продукта, учитывающей каждый из обозначенных выше показателей (размер, формат, качество бумаги, цветность, тираж и прочее), в противном случае при оказании услуг кандидатам может последовать привлечение к административной ответственности. И хотя нормы п. 1.1 ст. 54 Федерального закона № 67-ФЗ содержат методические правила, определяющие порядок опубликования сведений о стоимости и доведения их до соответствующей избирательной комиссии, последние являются недостаточными для полноценного обеспечения равных условий оплаты работ (услуг), предоставляемых кандидатам.

Более подробная регламентация обозначенных требований, а также разработка рекомендаций особенно значимы, поскольку п. 5 ст. 54 Федерального закона № 67-ФЗ прямо запрещает изготовление печатных агитационных материалов в организациях и у индивидуальных предпринимателей, не выполнивших требования, предусмотренные п. 1.1 указанной статьи.

Кроме того, установленные законом условия оказания услуг по изготовлению печатных агитационных материалов не в полной мере позволяют избирательной комиссии осуществлять контроль за порядком работы организаций и индивидуальных предпринимателей с кан-

⁸ Официальный сайт Мировой юстиции Томской области. Постановления Мирового судьи Судебного участка № 4 Советского судебного района г. Томска от 13.10.2017 по делам № 5-601/17, 5-602/17 об административных правонарушениях. Томск, 2017. URL: http://mirsud.tomsk.ru/index.php?show=bank&delo_type=3&uchastok=20&year=2017&month=10&stat=5.12&description; Официальный сайт Мировой юстиции Томской области. Постановления Мирового судьи Судебного участка № 1 Советского судебного района г. Томска от 13.10.2017 по делам № 5-623/17, 5-624/17, 5-625/17, 5-626/17, 5-627/17 об административных правонарушениях. Томск, 2017. URL: http://mirsud.tomsk.ru/index.php?show=bank&delo_type=3&uchastok=17&year=2017&month=10&stat=5.12&description (дата обращения 19.02.2019).

⁹ Постановление Санкт-Петербургского городского суда от 15.08.2016 по делу № 3а-100/2016. Документ опубликован не был, доступ из СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru>, свободный из локальной сети Научной библиотеки Томского государственного университета.

дидатами. Так, Федеральный закон № 67-ФЗ не закрепляет обязанность организаций (индивидуальных предпринимателей) предоставить экземпляр печатного средства массовой информации, в котором опубликованы расценки на изготовление агитационных материалов, без чего избирательной комиссии сложнее проверить факт издания соответствующей публикации. Кроме того, не исключена возможность расхождения в сведениях о стоимости, представленных в избирательную комиссию, с информацией, опубликованной в СМИ. Несмотря на отсутствие указанной обязанности, избирательные комиссии, как правило, просят субъектов предпринимательской деятельности прилагать к уведомлениям о стоимости экземпляры печатных средств массовой информации или иные подтверждения опубликования расценок.

Таким образом, избирательные комиссии, упрощая реализацию проверочных мероприятий, истребуют дополнительные документы, не установленные законом. В этой связи можно поставить вопрос: следует ли внести соответствующие нормы в Федеральный закон № 67-ФЗ или установить соответствующие положения иным актом?

Безусловно, Федеральный закон № 67-ФЗ перенасыщен правовыми установлениями, чрезмерно детализирующими избирательную процедуру, поэтому наполнять указанный закон правилами о порядке уведомления избирательной комиссии не вполне правильно хотя бы в интересах адекватного восприятия его норм.

Нормы подобного характера, скорее всего, должны определяться актами избирательных комиссий, обладающих полномочиями в сфере правотворчества. Так, п. 13 ст. 21 Федерального закона № 67-ФЗ предусмотрено полномочие Центральной избирательной комиссии Российской Федерации издавать инструкции по вопросам применения избирательного законодательства, обязательные для исполнения. Кроме того, разработка методических рекомендаций по оформлению сведений о размере стоимости и иных условиях оплаты работ, предоставляемых субъектами предпринимательской деятельности, осуществляющими изготовление полиграфической продукции, может проводиться избирательными комиссиями, организующими выборы.

Так, в 2018 г. Томская городская муниципальная избирательная комиссия приняла решение «Об утверждении методических рекомендаций о порядке участия в изготовлении печатных агитационных материалов индивидуальных предпринимателей и организаций на выборах Мэра города Томска, назначенных на 9 сентября 2018 г.»¹⁰, в этой связи нарушений со стороны субъектов предпринимательской деятельности, оказывавших услуги кандидатам, допущено не было, а большинство опубликованных расценок носили максимально подробный характер, и в период обозначенной избирательной кампании протоколы об административных правонарушениях по ч. 1 ст. 5.12 КоАП РФ не оформлялись.

С этой позиции можно также порекомендовать избирательным комиссиям, принимать решения, утверждающие перечень организаций, имеющих право предоставлять услуги по изготовлению печатных агитационных материалов, что облегчит выбор соответствующих организаций кандидатам.

Федеральный закон как источник права имеет определяющее значение и должен устанавливать основные начала организации и проведения выборов, оставляя избирательным комиссиям некоторый простор для правотворческой деятельности, по крайней мере в случаях выработки положений инструктивного характера, которые по сравнению с правилами, изложенными в законе, могут дорабатываться, изменяться, совершенствоваться в порядке, исключая сложные процедуры, присущие законодательству.

Исходя из опыта деятельности избирательных комиссий на территории города Томска в части применения ст. 54 Федерального закона № 67-ФЗ необходимость таких рекоменда-

¹⁰ Официальный сайт Избирательной комиссии Томской области. Решение Томской городской муниципальной избирательной комиссии от 02.07.2018 № 101 «Об утверждении методических рекомендаций о порядке участия в изготовлении печатных агитационных материалов индивидуальных предпринимателей и организаций на выборах Мэра города Томска, назначенных на 9 сентября 2018 года». Томск, 2018. URL: http://elect70.tomsk.ru/upload/elections/2018_07_02_101_file_1503_7717.doc (дата обращения 19.02.2019).

ций становится очевидной, так как содержание норм требует разъяснений и в части изложения правил определения стоимости печатных агитационных материалов, и в части закрепления сложившейся в избирательных комиссиях практики работы с организациями и индивидуальными предпринимателями.

Идея систематизировать законодательство о выборах является весьма обоснованной в настоящее время, поскольку Федеральный закон № 67-ФЗ содержит значительное количество методических правил, которые, с нашей точки зрения, необходимо перенести в Методические рекомендации Центральной избирательной комиссии РФ или иных комиссий, организующих выборы, сделав их максимально подробными, что в значительной степени упростит исполнение обязанностей различными субъектами избирательного права.

Несмотря на позиции правоведов о необходимости оптимизировать количество правовых источников, регулирующих порядок проведения выборов, представляется правильным помимо кодифицированного акта, определяющего избирательный процесс, сохранить опыт принятия методических рекомендаций избирательными комиссиями для подробного разъяснения правовых норм.

В этом заинтересованы не только кандидаты и избирательные объединения, которые обращаются к нормам избирательного права лишь время от времени, но и иные субъекты избирательного процесса.

Территориальные избирательные комиссии, хотя и действуют на постоянной основе, активно включаются в рабочий процесс только в период избирательных кампаний, что обуславливает необходимость проведения с ними обучения и разработки решений, определяющих порядок применения правовых норм, а участковые и окружные избирательные комиссии тем более требуют методического сопровождения и нуждаются в дополнительных пояснениях со стороны специалистов, регулярно практикующих избирательное право и имеющих необходимую правовую подготовку.

В настоящее время нормы, предусмотренные п. 1.1 ст. 54 Федерального закона № 67-ФЗ, не в полной мере регламентируют порядок исполнения обязанностей субъектов предпринимательской деятельности по обеспечению равных условий оплаты работ (услуг) кандидатами по изготовлению печатных агитационных материалов.

Указанные примеры в целом демонстрируют проблемы современного избирательного права, в котором основополагающий нормативный правовой акт содержит слишком значительное количество норм, регулирующих самые различные отношения, и все же не может включать методические правила для всех стадий избирательного процесса.

В этой связи представляется необходимым уточнить порядок реализации соответствующей обязанности, указав, как именно следует опубликовывать сведения о стоимости оказываемых работ (услуг) субъектами предпринимательской деятельности в Методических рекомендациях ЦИК РФ, а также в актах нижестоящих избирательных комиссий, организующих выборы. Кроме того, необходимо обязать субъектов предпринимательской деятельности предоставлять экземпляр печатного средства массовой информации, в котором опубликованы сведения о стоимости оказываемых услуг, выполняемых работ.

Список литературы / References

1. **Виноградов В. А.** Кодификация избирательного законодательства – вопрос актуальный // Гражданин. Выборы. Власть. 2016. № 4. С. 43–45.
Vinogradov, V. A. Kodifikatsiya izbiratel'nogo zakonodatel'stva – vopros aktual'nyj [Codification of electoral legislation is an urgent issue]. *Citizen. Elections. Power*, 2016, no. 4, p. 43–45. (in Russ.)
2. **Чашин А. Н.** Предпосылки кодификации избирательного законодательства // Конституционное и муниципальное право. 2016. № 4. С. 40–41.
Chashin, A. N. Predposylki kodifikatsii izbiratel'nogo zakonodatel'stva [Prerequisites for the codification of electoral legislation]. *Constitutional and Municipal Law*, 2016, no. 4, p. 40–41. (in Russ.)

3. **Сербин М. В.** Актуальные проблемы кодификации избирательного законодательства в Российской Федерации // Вестник Владимир. юрид. ин-та. 2011. № 3. С. 127–130.
Serbin, M. V. Aktual'nye problemy kodifikatsii izbiratel'nogo zakonodatel'stva v Rossijskoj Federatsii [Actual problems of codification of electoral legislation in the Russian Federation]. *Bulletin of the Vladimir Law Institute*, 2011, no. 3, p. 127–130. (in Russ.)
4. **Песцова Е., Ковшов Т.** К вопросам кодификации избирательного законодательства // Fuqarolik jamiyati. Гражданское общество. Civil society. 2015. № 12. С. 75–77.
Pestsova, E., Kovshov, T. K voprosam kodifikatsii izbiratel'nogo zakonodatel'stva [On the codification of electoral legislation]. *Fuqarolik jamiyati. Civil society. Civil society*, 2015, no. 12, p. 75–77. (in Russ.)
5. **Лолаева А. С., Хадиков А. К.** Перспективы принятия избирательного кодекса РФ // Конституционное и муниципальное право. 2018. № 6. С. 47–49.
Lolaeva, A. S., Khadikov, A. K. Perspektivy prinyatiya izbiratel'nogo kodeksa RF [Prospects for the adoption of the electoral code of the Russian Federation]. *Constitutional and Municipal Law*, 2018, no. 6, p. 47–49. (in Russ.)
6. **Макарцев А. А., Юсубов Э. С.** Избирательное право и процесс в Российской Федерации: Учеб. пособие. М.: Юрлитинформ, 2018. 368 с.
Makartsev, A. A., Yusubov, E. S. Izbiratel'noe pravo i protsess v Rossijskoj Federatsii [Electoral law and process in the Russian Federation]. *Textbook. Moscow, Yurlitinform Publ.*, 2018, 368 p. (in Russ.)

Материал поступил в редколлегию

Received
12.03.2019

Сведения об авторе / Information about the Author

Сенникова Дарья Владимировна, кандидат юридических наук, старший преподаватель, Западно-Сибирский филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия» (пл. Ленина, 2, Томск, 634050, Россия)

Daria V. Sennikova, Candidate of Juridical Sciences, Senior Lecturer, West-Siberian branch of Russian State University of Justice (2 Lenin Square, Tomsk, 634050, Russian Federation)

daria.sennikova88@gmail.com