УДК 342.849.2

Белов Д.Ю. студент магистратуры
Сибирский Федеральный Университет, Юридический институт,
Кафедра конституционного, административного и муниципального права
Россия г. Красноярск

ПРЕДВЫБОРНАЯ АГИТАЦИЯ КАК ЧАСТЬ ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА, ОСНОВНЫЕ ВИДЫ АГИТАЦИИ

Аннотация: *Статья посвящена основным видам предвыборной агитации. Цели предвыборной агитации. Правовому закреплению видов предвыборной агитации.*

Ключевые слова: *Предвыборная агитация, виды агитации, правовое закрепление предвыборной агитации, цель предвыборной агитации, агитационный материал.*

Annotation: *The article is devoted to the main types of election campaigning. The purpose of the election campaign .Legal consolidation of types of election campaigning.*

Key words: *Electioneering, propaganda and legal confirmation of the election campaign, the purpose of the pre-election campaign publicity material.*

Проведение выборов в органы власти различного уровня осуществляется на протяжении многих веков. Выборы как социальное явление были в той или иной степени распространены на всех исторических этапах развития государства.

Неотъемлемой и одной из основных частей избирательного процесса является предвыборная агитация, ведь именно благодаря правильно проведенной предвыборной компании возможно получение благосклонности электората к кандидатуре избираемого так и отторжение избирателей от политических оппонентов.

Основной целью предвыборной агитации является ознакомление с избирателей с кандидатом и его политической программой, для того что бы создать более полный портрет избираемых кандидатов, для более осознанного выбора, действительно достойного кандидата.

Предвыборная агитация — деятельность, осуществляемая в период избирательной кампании и имеющая целью побудить избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов, список кандидатов или против него
В соответствии с ФЗ от 12.06.2002 года «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» граждане, а также общественные объединения в период избирательной кампании вправе осуществлять предвыборную агитацию в допустимых законом формах и законными методами при этом только субъекты предвыборной агитации праве самостоятельно определять содержание, формы и методы ведения предвыборной борьбы. Форма и методы тесно взаимосвязаны между собой, однако ставить их в равно положение не следует, так как метод олицетворяет собой практическое осуществление предвыборной агитации, а форма способ существования и организации содержания этого явления и выражения данного содержания. ФЗ от 12.06.2002 года «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» устанавливает следующие методы предвыборной агитации: посредством выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных других агитационных материалов; посредством проведения массовых мероприятий (собраний и встреч с гражданами, митингов, шествий и демонстраций); на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях, то есть через СМИ; иными не запрещенными законом методами.

Наиболее распространёнными видами предвыборной агитации являются:

1) Наружная реклама такие как рекламные билборды или же рекламные растяжки над проезжими частями, агитационные плакаты расклеенные на городских улицах. А так же реклама в общественном транспорте и местах общественного пользования.

2) Реклама в СМИ такие как агитационные ролики в теле или аудио эфире, появление персоны кандидата в аналитически развлекательных передачах, агитационные материалы в печатных СМИ.

3) Печатный агитационные материал распространяемы на улицах например листовки брошюры.

4) Так же в Российской Федерации активно используется метод публичных выступлений для электората. Право на формы данного института гарантированы Конституцией РФ. Так статья 31 Конституции РФ закрепляет прав граждан РФ собираться мирно, без оружия, проводить собрания, митинги и демонстрации, шествия и пикетирования.

5) Огромную популярность набрал вид агитации путем использования сети интернет, с помощью контекстной рекламы, или же путем активного использования социальных сетей, где каждый желающий может ознакомиться с личностью кандидата. Но у этого вида агитации есть свои нюансы. О.О. Попова в своих работах указала: практика свидетельствует, что, в случаях обнаружения незаконной предвыборной агитации в сети «Интернет», объективно затруднено принятие каких-либо действенных мер пресечения противоправного поведения, привлечения виновных лиц к ответственности, так как, зачастую, далеко не все интернет-ресурсы зарегистрированы в качестве СМИ и ответственность за размещение материалов на форумах, как правило, несут сами авторы (материалы размещаются без предварительного редактирования модераторами), а выявить авторство получается далеко не всегда так как агитация лишь частично урегулирована в данной области.

6) Активно применятся распространение сувенирной продукции

Материал следует признавать агитационным, если он отвечает следующим признакам: содержит признаки предвыборной агитации, то есть материал направлен на побуждение избирателей к голосованию за кандидата, список кандидатов, избирательное объединение или против всех; если они предназначены для массового потребления; если указанное распространение материалов предполагается проводить в период избирательной кампании.

Источники, которые регулируют стадии предвыборной агитации, делятся по следующим уровням: на высшем уровне стоит Конституция РФ; второй уровень соответствующее ей федеральное законодательство; третий уровень федеральные подзаконные нормативные правовые акты и акты ЦИК РФ; четвертый уровень законодательство субъектов РФ; пятый уровень нормативные акты органов местного самоуправлении.

Предвыборная агитация является самостоятельной стадией избирательного процесса, она является этапом, через который происходит претворение власти народа в аппарат представительных органов публичной власти и выборных должностных лиц. Предвыборная агитация является довольно многоликим явлением использование того или иного метода и способа агитации может привлечь определённую часть электората, для получение более обширной поддержки кандидату необходимо обхватить весь спектр способов предвыборной агитации. Стадия предвыборной агитации является кульминацией борьбы за власть, так как именно на ней происходит создание рейтинга известности и рейтинга популярности, которые и определяют выбор избирателя, поэтому совершенствование механизма данной стадии является важной проблемой стоящей перед законодательными органами.

Использованные источники:

1. Попова О.О. Конституционно-правовой институт предвыборной агитации в Российской Федерации: проблемы теории и практики. Дис. канд. юрид. наук. М., 2015. С.147-148.

2. Тихомиров Ю.А. Правовое регулирование: теория и практика. М.: Формула права. –2008.

3. Фомина М.Г. Предвыборная агитация как фактор повышения эффективности избирательных кампаний в Российской Федерации: Дис. канд. политических наук. Тула, 2009. С.91

4. Конституция РФ. Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993г. // СЗ РФ. –2014. –No 31

5. 31Федеральный закон от 12 июня 2002 г. No 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // СЗ РФ. 2016. No 11. Ст. 1492.