

всеобщего права личности, которые порождают право на компенсацию страданий. К числу подобных правонарушений следует отнести нарушение тайны переписки и записей конфиденциального характера, вмешательство в частную жизнь лица путем несанкционированной фотосъемки, разглашение сведений о частной жизни лица, использование имени лица в рекламных целях без его разрешения. Причиненные подобными действиями страдания могут порождать право требования денежной компенсации. Такой подход получил развитие и закрепление в процессе принятия многочисленных судебных решений, и Федеральный конституционный суд Германии подтвердил его конституционность.

Таким образом, подход, при котором учитываются степень и тяжесть страданий потерпевшего более соответствует сути понятия «моральный вред» и в большей степени отвечает интересам защиты нарушенного права

Литература

1. Гущин Д. И. Юридическая ответственность за моральный вред (теоретико-правовой анализ). СПб.: ЮридцентрПресс, 2002.
2. Иоффе О. С. Развитие цивилистической мысли в СССР. Ч. 2. Ленинград.: Изд-во Ленинградского ун-та, 1978.
3. Малеина М. Н. Личные неимущественные права граждан: Понятие, осуществление, защита. М.: МЗ-Пресс, 2000.
4. Основы гражданского законодательства Союза ССР и республик. Новые законы о предпринимательстве / вступ. ст. А. Маковского, Е. Суханова. М.: Статут, 1991.
5. Русская Правда. Пространная редакция: Хрестоматия по истории государства и права России. учеб. пособие / сост. Ю. П. Титов. М.: ПРОСПЕКТ, 2004.
6. Шапп Я. Основы гражданского права Германии: учебник. М.: БЕК, 1996.
7. Эрделевский А. М. Компенсация морального вреда: анализ и комментарий законодательства и судебной практики. 3-е изд., испр. и доп. М.: Волтерс Клувер, 2004.
8. Эрделевский А. М. Моральный вред и компенсация за страдания. М.: БЕК, 1997.
9. Lorenz E. Immaterieller Schaden und «billige Entschädigung in Geld». Berlin, 1981.
10. Teichmann A. Bürgerliches Gesetzbuch. Muenchen, 1997.

УДК 34.342

Некрасов Евгений Ефимович, Андрианова Мария Александровна

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КОМИССИЙ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИИ ВЫБОРОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Статья посвящена вопросам правового регулирования организации взаимодействия избирательных комиссий и средств массовой информации. Приводится классификация средств массовой информации в зависимости от их роли в избирательном процессе. Рассматриваются основные формы взаимодействия.

Ключевые слова: избирательное право, выборы, избирательные комиссии, свобода массовой информации, предвыборная агитация.

Nekrasov Evgeny Efimovich, Andrianova Maria Aleksandrovna
**INTERACTION OF MASS MEDIA AND SELECTIVE THE COMMISSIONS
AT THE ORGANIZATION AND ELECTIONS IN THE RUSSIAN FEDERATION**

Article is devoted to questions of legal regulation of the organization of interaction of election commissions and mass media. Classification of mass media depending on their role is given in electoral process. The main forms of interaction are considered.

Key words: electoral right, elections, election commissions, freedom of mass information, pre-election campaign.

Статьей 29 Конституции Российской Федерации¹ в нашей стране провозглашен и гарантирован режим свободы массовой информации, который подразумевает свободное распространение средствами массовой информации сообщений и сведений для неограниченного круга лиц.

¹ Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 г. // Российская газета. № 237 25.12.1993.

Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 года № 2124-1 в статье 2 определяет массовую информацию как предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы, а под средством массовой информации предлагает понимать периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмму, кинохроникальную программу, иную форму периодического распространения массовой информации.

Исходя из определения средств массовой информации по Закону РФ «О средствах массовой информации», законодательно определенными видами средств массовой информации по форме распространения информации являются: периодическое печатное издание; радиопрограмма; телепрограмма; видеопрограмма; кинохроникальная программа; иная форма периодического распространения массовой информации.

Значение средств массовой информации для современного общества чрезвычайно велико. Благодаря им осуществляется информирование населения о событиях в обществе, гражданам предоставляются общественно значимые сведения и информация культурно-развлекательного характера, СМИ формируют общественное мнение и определенным образом могут повлиять на результаты реализации отдельных форм народовластия.

Следует отметить, что российское законодательство о выборах традиционно различает использование средств массовой информации в избирательной кампании и их участие в избирательной кампании. В первом случае средства массовой информации выступают преимущественно как производитель массово-информационных услуг, во втором – как самостоятельный институт демократии. Причем, обе указанные функции средств массовой информации взаимосвязаны и неразделимы: с одной стороны, использование средств массовой информации субъектами политических отношений, как правило, означает вовлечение печатной и электронной прессы в политический процесс; с другой – ее участие в политическом процессе в конечном счете является результатом ее использования теми или иными субъектами политических отношений¹.

Федеральный закон от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»² выделяет печатные, аудиовизуальные и иные средства массовой информации. К последним можно отнести упоминаемые в тексте указанного Закона информационно-телекоммуникационные сети общего пользования, включая сеть Интернет.

Важное значение, с точки зрения участия СМИ в избирательном процессе, играет форма собственности конкретного средства массовой информации. Средства массовой информации в зависимости от вида собственности можно классифицировать на государственные, муниципальные, частные (негосударственные). Государственные и муниципальные СМИ, по сути, выполняют схожие функции по освещению выборов и референдума. Именно в них, в первую очередь, происходит официальное опубликование тех или иных материалов и сведений о проведении избирательной кампании или референдума.

В научной литературе существуют авторские классификации СМИ, участвующих в выборах. Там, М. А. Федотов пишет о том, что внутри круга нормативных правовых актов о выборах законодатель выделяет несколько категорий СМИ с различным правовым статусом: уполномоченные, уклоняющиеся, ангажированные, оплачиваемые.³

Уполномоченные СМИ несут главную нагрузку по информационному обеспечению избирательной кампании, например, в ходе президентских выборов. В системе же президентских выборов муниципальные организации выполняют лишь незначительную долю функций «уполномоченных» СМИ.

Вторая категория – специализированные СМИ, государственные и негосударственные, ориентированные на неполитическую тематику. За подобными СМИ избирательные законы признают право отказываться от публикации каких бы то ни было агитационных материалов при условии полного неучастия в избирательной кампании в какой бы то ни было форме. Условно обозначим данную категорию, вслед за М. А. Федотовым, как «уклоняющихся».

Вид средства массовой информации, форма собственности и прочие характерные особенности имеют значение с точки зрения взаимодействия государственных органов, осуществляющих организацию и проведение выборов, – избирательных комиссий и СМИ по информированию населения и ведению предвыборной агитации.

¹ Федотов М. А. «СМИ в думской избирательной кампании 2003г. (правовые аспекты)». М., 2003.

² Федеральный закон от 12.06.2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 17.06.2002, №24, ст. 2253.

³ Федотов М. А. Право массовой информации в Российской Федерации. М.: «Международные отношения», 2002.

Следует отметить, что и средства массовой информации, и избирательные комиссии относят к особой группе субъектов избирательных правоотношений, среди которых основную роль отводят избирательным комиссиям¹. Этих субъектов объединяет то, что в первую очередь в рамках избирательных правоотношений они выступают в качестве участников, на которых возложена обязанность содействовать осуществлению избирательных прав граждан посредством создания надлежащих условий для организации и проведения выборов, предотвращения нарушений избирательного законодательства и привлечения в случае необходимости виновных лиц к ответственности².

Как показал анализ законодательства Российской Федерации, взаимодействие избирательных комиссий со средствами массовой информации при организации и проведении выборов в России может осуществляться по нескольким направлениям.

1. Размещение избирательными комиссиями информации для избирателей, участников референдума в установленном законом порядке, опубликование решений комиссий и иной необходимой информации (ч. 18 ст. 20 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»).

К этой группе отношений относится также информирование избирательными комиссиями избирателей о вынесении кандидату, избирательному объединению, инициативной группе по проведению референдума предупреждения в случае нарушения положений рассматриваемого Федерального закона (ч. 5.1. ст. 20).

Возникающие на этом уровне взаимодействия правоотношения исследователи относят к информационным правоотношениям.

Различие между информационными правоотношениями и избирательными информационными правоотношениями заключается в том, что юридическое содержание первых определяется законодательством о СМИ, а вторых – еще и законодательством о выборах. Если фактическое содержание информационных правоотношений составляют осуществляемые законным способом распространение и получение любой информации в любое время, то фактическое содержание информационных избирательных правоотношений составляют осуществляемые в период избирательного процесса распространение и получение информации, связанной с выборами³.

Специфическим признаком избирательных информационных правоотношений является то, что они опосредуют отношения, возникающие между участниками избирательной кампании в процессе получения и (или) распространения информации, юридически оформляют информационное обеспечение выборов⁴.

В отличие от иных избирательных правоотношений, которые, по мнению некоторых авторов, могут существовать и в период между выборами⁵, избирательные информационные правоотношения возникают только между участниками избирательного процесса, то есть имеют место исключительно в период проведения избирательной кампании⁶.

Избирательные информационные правоотношения обеспечивают практическую реализацию конституционного права граждан на получение и распространение информации, связанной с выборами в органы государственной власти и в органы местного самоуправления. Они производны от соответствующих конституционно-правовых правоотношений, а в рамках избирательного процесса – от избирательных и от информационных правоотношений.

В рамках избирательных информационных правоотношений создаются предпосылки для осуществления избирательных прав граждан в той их части, которая связана с информированием избирателей и предвыборной агитацией⁷.

2. Другим направлением взаимодействия является закрепление в Федеральном законе «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Феде-

¹ См.: Дмитриев Ю. А., Израелян В. Б. Избирательное право: учебник. М.: ЗАО «Юстицинформ», 2008.

² См.: там же.

³ Большаков С. В. Избирательные информационные правоотношения // Право и власть. 2002. № 2. С. 1.

⁴ Там же.

⁵ См.: Веденеев Ю. А., Князев С. Д. Избирательные правоотношения: понятие, политико-правовое содержание и структура // Журнал российского права. 1998. № 10–11. С. 73.

⁶ См.: Титов М. В. О региональном семинаре // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. 2001. № 6. С. 70–71.

⁷ См.: Большаков С. В. Указ. соч. С. 2.

рации» обязанности средств массовой информации безвозмездно предоставлять избирательным комиссиям необходимые сведения и материалы, давать ответы на обращения комиссий в пятидневный срок, если обращение получено за пять и менее дней до дня голосования, – не позднее дня, предшествующего дню голосования, а если в день голосования или в день, следующий за днем голосования, – немедленно (ч. 19 ст. 20).

3. Некоторые избирательные комиссии осуществляют меры по организации единого порядка распределения эфирного времени и печатной площади для проведения предвыборной агитации, а также по ряду других вопросов.

Так, Центральная избирательная комиссия Российской Федерации в соответствии с п. «г» ч. 9 ст. 21 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» осуществляет меры по организации единого порядка распределения эфирного времени и печатной площади между зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями для проведения предвыборной агитации, между инициативной группой по проведению референдума и иными группами участников референдума для проведения агитации по вопросам референдума, установления итогов голосования, определения результатов выборов, референдумов, а также порядка опубликования (обнародования) итогов голосования и результатов выборов, референдумов, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети общего пользования «Интернет».

Избирательная комиссия субъекта Российской Федерации в соответствии с п. «г» ч. 10 ст. 23 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» осуществляет на территории субъекта Российской Федерации меры по организации единого порядка распределения эфирного времени и печатной площади между зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями для проведения предвыборной агитации, между инициативной группой по проведению референдума и иными группами участников референдума для проведения агитации по вопросам референдума, установления итогов голосования, определения результатов выборов, референдумов, а также порядка опубликования итогов голосования и результатов выборов, референдумов.

Избирательная комиссия муниципального образования в соответствии с п. «в» ч. 10 ст. 24 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» осуществляет на территории муниципального образования меры по обеспечению при проведении выборов в органы местного самоуправления, местного референдума соблюдения единого порядка распределения эфирного времени и печатной площади между зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями для проведения предвыборной агитации, между инициативной группой по проведению референдума и иными группами участников референдума для проведения агитации по вопросам референдума.

Все остальные разновидности избирательных комиссий аналогичных полномочий не имеют. В данном случае система избирательных комиссий, осуществляющих меры по организации (обеспечению) единого порядка распределения эфирного времени и печатной площади между субъектами избирательного процесса для проведения предвыборной агитации и агитации по вопросам референдума, симметрична системе органов публичной власти, включающей федеральный, региональный и муниципальный уровни.

В соответствии с ч. 7 ст. 47 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», перечень государственных и (или) муниципальных организаций телерадиовещания, а также государственных и (или) муниципальных периодических печатных изданий, которые обязаны предоставлять эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума, публикуется организующей выборы, референдум комиссией или указанной в законе нижестоящей комиссией по представлению органа исполнительной власти, уполномоченного на осуществление функций по регистрации средств массовой информации.

Указанный перечень представляется в соответствующую комиссию не позднее чем на пятый день после дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, официального опубликования решения о назначении референдума. В указанный перечень включаются следующие сведения о каждой организации телерадиовещания, каждом периодическом печатном издании:

а) наименование организации телерадиовещания и соответствующего средства массовой информации либо периодического печатного издания;

б) юридический адрес организации телерадиовещания либо редакции периодического печатного издания;

в) учредитель (учредители) организации телерадиовещания либо учредитель (учредители) редакции периодического печатного издания и периодического печатного издания;

г) вид и объем государственной (муниципальной) поддержки (если таковая имела за год, предшествующий дню официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, дню официального опубликования решения о назначении референдума);

д) доля (вклад) Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований в уставном (складочном) капитале (если таковая имела (таковой имелся) на день официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, день официального опубликования решения о назначении референдума);

е) периодичность выпуска периодического печатного издания;

ж) указание на то, что организация телерадиовещания, периодическое печатное издание являются специализированными (для специализированных организаций телерадиовещания, периодических печатных изданий).

4. Важным направлением взаимодействия избирательных комиссий со средствами массовой информации является контроль со стороны комиссий над установленным порядком проведения предвыборной агитации, важнейшим инструментом которой являются средства массовой информации. В соответствии с ч. 7 ст. 56 указанного Федерального закона, избирательные комиссии не только контролируют соблюдение порядка проведения предвыборной агитации, агитации при проведении референдума, но и принимают меры по устранению допущенных нарушений.

В случае распространения подложных печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов, распространения печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов с нарушением требований пунктов 2–6, 8 и 10 статьи 54 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», а также в случае нарушения организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания установленного указанным федеральным законом порядка проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума соответствующая комиссия обязана обратиться в правоохранительные органы, суд, орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере массовых коммуникаций, с представлением о пресечении противоправной агитационной деятельности, об изъятии незаконных агитационных материалов и о привлечении организации телерадиовещания, редакции периодического печатного издания, их должностных лиц, иных лиц к ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Таким образом, можно говорить о различных направлениях взаимодействия средств массовой информации с избирательными комиссиями при организации и проведении выборов. При этом главными целями взаимодействия являются: обеспечение надлежащего порядка информирования участников избирательных правоотношений о деятельности самих комиссий, размещение материалов предвыборной агитации, информирование о результатах выборов, соблюдение законности информирования на всех стадиях избирательного процесса.

Избирательные комиссии в большей степени взаимодействуют с государственными и муниципальными средствами массовой информации, так как эти СМИ в силу ряда причин (например, финансирование из бюджета субъекта Российской Федерации или бюджета муниципального образования) не могут отказаться от размещения обязательной (официальной) информации и предоставления бесплатной печатной площади (эфирного времени) кандидатам. Гораздо меньшими возможностями влияния обладают избирательные комиссии в отношении частных средств массовой информации.

Литература

1. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 г. // Российская газета. № 237. 25.12.1993.
2. Федеральный закон от 12.06.2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 17.06.2002. № 24. ст. 2253.
3. Большаков С.В. Избирательные информационные правоотношения /// Право и власть. 2002. № 2.
4. Веденеев Ю. А., Князев С. Д. Избирательные правоотношения: понятие, политико-правовое содержание и структура // Журнал российского права. 1998. № 10–11.

5. Дмитриев Ю. А., Израелян В. Б. Избирательное право: учебник. М.: ЗАО «Юстицинформ». 2008.
6. Титов М. В. О региональном семинаре // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. 2001. № 6.
7. Федотов М. А. Право массовой информации в Российской Федерации. М.: «Международные отношения». 2002.

УДК 340.13:342.56

Пастельняк Антон Викторович

ПРОБЛЕМА ТОЛКОВАНИЯ НОРМЫ ПРАВА С УЧЕТОМ ПОЗИЦИЙ ВЫСШИХ СУДЕБНЫХ ИНСТАНЦИЙ

В статье рассматривается проблема толкования норм материального права в судебном процессе, предлагается определить правовые позиции высших судебных инстанций как акты официального толкования норм материального права.

Ключевые слова: правоприменение, норма права, судебная квалификация.

Pastelnyak Anton Viktorovich

THE PROBLEM OF INTERPRETATION OF RULE OF LAW IN VIEW POSITIONS OF HIGHEST JUDICIAL INSTANCES

The article considers the problem of interpretation of the rules of law in judicial proceeding, offers to identify legal positions of highest judicial instances as acts of official interpretation of material rules.

Key words: law enforcement, rule of law, judicial qualification.

Вопросы толкования правовых норм традиционно выступают самостоятельным разделом изучения общей теории права.

При рассмотрении наиболее острых и насущных проблем судебного правоприменения невозможно обойти вниманием проблему толкования правовой нормы при судебной квалификации с учетом правовых позиций высших судебных инстанций.

Как справедливо отмечается в общей теории государства и права: «...применение норм права неразрывно связано с их толкованием. Под толкованием норм права принято понимать уяснение смысла нормы права, объяснение того содержания, которое вложил в нее законодатель» (13, с. 315). Толкование правовой нормы используется судом для квалификации установленных фактических обстоятельств дела по отношению к действующим нормам международного и российского права.

Толкование нормы права рассматривается как один из элементов теории принятия решений (15).

Применение материального закона судом к фактическим обстоятельствам дела – это сложный логико-мыслительный процесс, смысл которого заключается в соотношении установленного факта с материальной правовой нормой. Толкование правовой нормы позволяет суду сделать правильный логико-правовой вывод о существовании или не существовании между сторонами правоотношения, правах и обязанностях спорящих сторон.

Как отмечает Конституционный Суд Российской Федерации: «...Применяя общее правовое предписание (норму права) к конкретным обстоятельствам дела, судья дает собственное толкование нормы, принимает решение в пределах предоставленной ему законом свободы усмотрения (иногда весьма значительной) и зачастую оценивает обстоятельства, не имея достаточной информации (иногда скрываемой от него)» (3). Таким образом, судебное толкование по каждому делу в значительной мере зависит от представленной суду сторонами доказательственной информации и ссылок на нормы материального и процессуального права.

Основным вопросом, на который должен ответить суд, избирая правильную правовую квалификацию материального факта (фактического состава), выступает вопрос толкования-уяснения для себя смысла правовой нормы и ее разъяснения-толкования для других участников судебного процесса. При толковании «...начинает формироваться та государственно-властная воля, которая составляет содержание правоприменительного акта» (6, с. 545).