О некоторых проблемах правового регулирования предвыборной агитации в сети Интернет

Лунин Даниил Евгеньевич
Студент Сибирский юридический университет, daniil.lunin.05@mail.ru

Елисеева Галина Валерьевна
Старший преподаватель кафедры конституционного и административного права, Сибирский юридический университет, galina.eliseeva.88@mail.ru

Процесс развития информационно-коммуникационных технологий закономерно оказывает влияние на развитие общественных и публичных институтов во многих государствах мира. В Российской Федерации также происходит интеграция различных информационных технологий и большинства общественно-политических отношений, в том числе института предвыборной агитации. В складывающихся условиях политической конкуренции агитация выступает ключевым инструментом борьбы кандидатов за голоса избирателей, привлекаемых в основном за счет медиатехнологий. Уже более полутора десятилетий в Российской Федерации в процессе предвыборной агитации применяются популярные социальные сети, интерактивные медиа, происходит общение с избирателями в онлайн-режиме. В работе исследуются проблемы, возникающие в связи с проведением предвыборной агитации посредством размещения агитационных материалов в сети Интернет. Автор выделяет проблемы защиты авторских прав правообладателей, чьи результаты интеллектуальной деятельности могут использоваться в качестве агитационных материалов без указания авторства; рассматривает нарушения запрета на проведение предвыборной агитации в день голосования; анализирует вопросы ответственности субъектов правоотношений, возникающие в связи с изготовлением и распространением электронных агитационных материалов. В результате исследования теоретических и правовых аспектов института предвыборной агитации в сети Интернет, анализа статистических данных и данных судебной практики автор последовательно приходит к выводу о необходимости более детального законодательного урегулирования института электронной агитации, формулирует рекомендации, направленные на устранение обозначенных в ходе исследования проблем.

Ключевые слова: проблемы, предвыборная агитация, Интернет, избирательный процесс, информационно-коммуникационные технологии, голосование, правонарушение.

Этимология слова «демократия» берет свое начало еще со времен Древней Греции и емко объединяет в одном понятии две основные категории, характеризующие организацию и механизм устройства данного политического строя: народ (-demos) и власть (-kratos).

Демократический политический строй базируется на участии народа в осуществлении власти как на единственный легальный её источник. В контексте участия народа в осуществлении власти особое внимание государства уделяется гражданам как электорату, особенностям реализации их политических прав, действия гарантий осуществления этих прав, правовому регулированию общественных отношений, возникающих из их осуществления.

В науке принято считать, что центральным и всеобъемлющим институтом избирательного права и электоральных отношений в целом выступает избирательный процесс [1, с. 144], интерес к изучению которого порождается особенностями его организации и развития в настоящее время.

Современная отечественная правовая система вобрала в себя основные демократические тенденции развития избирательных институтов, что нашло свое отражение в правовой системе Российской Федерации. Так, в ч. 2 ст. 32 Конституции Российской Федерации закреплено, что граждане Российской Федерации имеют право избирать и быть избранными в органы государственной власти и органы местного самоуправления, а также участвовать в референдуме, то есть выступать неотъемлемым субъектом избирательного процесса[17].

Центральным актом федерального законодательства, регулирующим отношения, связанные с организацией избирательного процесса и осуществлением гражданами избирательных прав, выступает Федеральный закон от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ (далее – Закон «Об основных гарантиях…»), статья 2 которого закрепляет определения понятий «выборы» и «референдум» в качестве форм прямого волеизъявления граждан Российской Федерации[18]. Статья 3 Закона № 67-ФЗ закрепляет четыре основополагающих избирательных принципа: всеобщность, равенство, прямое волеизъявление избирателей, тайность голосования. Как справедливо отметил Верховный Суд Российской Федерации в п. 2 Постановления Пленума Верховного Суда от 25 июня 2024 г. № 17, при реализации гражданином его активного избирательного права и права на участие в референдуме сведения любого характера, связанные с подготовкой и проведением выборов и референдумов, могут оказывать воздействие на выбор гражданина[19], в связи с чем информационное обеспечение обеих форм прямого волеизъявления граждан должно способствовать соблюдению четырех вышеперечисленных принципов, закрепленных Законом «Об основных гарантиях…».

Информационному обеспечению выборов, в свою очередь, посвящены нормы главы VII Закона «Об основных

[17] Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30 декабря 2008 г. № 6-ФКЗ, от 30 декабря 2008 г. № 7-ФКЗ, от 5 февраля 2014 г. № 2-ФКЗ, от 1 июля 2020 г. № 11-ФКЗ) // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2020. № 31.

[18] Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации: федер. закон от 12.06.2002 г. № 67 // СЗ РФ 2002. № 24. Ст. 2253.

[19] Постановление Пленума Верховного Суда от 25.06.2024 г. № 17 «Об отдельных вопросах, возникающих у судов при рассмотрении дел об административных правонарушениях, посягающих на установленный порядок информационного обеспечения выборов и референдумов» // Бюллетень Верховного Суда Рос. Федерации. 2024. № 8.

гарантиях…», в частности, статья 44 которого раскрывает содержание информационного обеспечения выборов, закрепляя, что оно включает в себя информирование избирателей и предвыборную агитацию, целью которых выступает обеспечение гласности выборов и способствование осознанному волеизъявлению граждан, что обусловливает неотъемлемость данной стадии избирательного процесса в обеспечении легитимности выборов.

Под предвыборной агитацией понимается деятельность, осуществляемая в период избирательной кампании и имеющая целью побудить или побуждающая избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов или против него (них). Именно предвыборной агитации кандидатами уделяется очень большое внимание, поскольку каждый из них заинтересован в побуждении как можно большего количества избирателей проголосовать за него, а не за своих политических оппонентов.

С распространением современных технологий на публично-правовые институты в Российской Федерации многими учеными справедливо акцентируется внимание на возрастающей роли сети Интернет в процессах взаимодействия политических деятелей с общественностью, в том числе в контексте развивающегося способа предвыборной агитации с использованием сетевых технологий. Так, И.В. Мархгейм и Л.И. Никонова дают понятие Интернет-агитации как «основанной на действующем законодательстве деятельности, осуществляемой в период избирательной кампании с применением современных информационно-коммуникационных технологий, основанных на возможностях сети Интернет, и побуждающую избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов или против него (них)» [2, с. 533].

Принятие Федерального закона от 09 марта 2021 г. № 43-ФЗ ознаменовало появление в российском избирательном праве института Интернет-агитации путем внесения изменений в Закон «Об основных гарантиях…», в частности, в статью 48, которая в новой редакции содержит указание на возможность использования сети Интернет для проведения предвыборной агитации[20]. Сама же сеть Интернет в данной статье определяется как информационно-телекоммуникационная сеть, то есть как технологическая система, предназначенная для передачи по линиям связи информации, доступ к которой осуществляется с использованием средств вычислительной техники[21], в соответствии со статьей 4 Федерального закона от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ, который тоже претерпел изменения в связи со вступлением в силу Федерального закона от 09 марта 2021 г. № 43-ФЗ.

Полагаем, что законодатель, характеризуя сеть Интернет с точки зрения ее технологического содержания, стремился определить особый порядок пресечения распространения в сети Интернет агитационных материалов, изготовленных и (или) распространяемых с нарушением требований законодательства Российской Федерации о выборах. В связи с этим, например, в статьи 21, 23, 26 Закона «Об основных гарантиях…» были внесены изменения, устанавливающие правомочие избирательных комиссий разного уровня обращаться в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи (далее – Роскомнадзор), с представлением о пресечении распространения в сети вышеупомянутых агитационных материалов. Подобная мера, полагаем, принята законодателем в целях правового обеспечения защиты прав кандидатов, участвующих в избирательном процессе, прав избирателей как лиц, получающих соответствующую информацию в период предвыборной агитации, а также прав третьих лиц, чьи интересы могут затрагиваться в процессе подготовки и опубликования агитационных материалов в сети Интернет.

Более того, федеральным законодательством с той же целью предусматриваются некоторые меры ответственности кандидатов за нарушение установленных Законом «Об основных гарантиях…» требований и ограничений при проведении предвыборной агитации, в том числе в сети Интернет. Так, пп. «д» п. 7 ст. 76 Закона «Об основных гарантиях…» установлена возможность отмены регистрации кандидата, нарушившего требования закона в части несоблюдения требований к содержанию агитационных материалов в сети Интернет. А за проведение Интернет-агитации вне агитационного периода, установленного п. 2 ст. 49 Закона «Об основных гарантиях…» кандидат, например, может быть привлечен к административной ответственности за совершение административного правонарушения, предусмотренного статьей 5.10 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ)[22].

Вышеперечисленные и иные положения федерального законодательства характеризуют Интернет-агитацию как относительно новый способ информационного обеспечения выборов, располагающийся на одном уровне с традиционными методами проведения предвыборной агитации. Однако фактически Интернет-агитация имеет ряд преимуществ перед ними, чем существенно отличается от иных средств распространения агитационной информации.

В настоящее время ученые подходят к вопросу оценки преимуществ Интернет-агитации с разных позиций. Так, О.Е. Суркова среди таких преимуществ выделяет невысокие финансовые затраты на ее проведение, возможность быстрой, передачи информации онлайн в любом формате, трансграничность, наличие обратной связи, позволяющей выявить электоральные предпочтения избирателей [3, с. 151-154]. Данный ряд можно дополнить тем, что киберпространство функционирует непрерывно, обуславливая возможность ознакомления избирателей с цифровыми агитационными материалами в любое время. К тому же важную роль в процессе агитации выполняют и пользователи сети Интернет, как правило занимающие активную политическую позицию и не стесняющиеся её публично выражать, в том числе в целях повышения влиятельности программы кандидата, за которого они стремятся отдать свой голос.

Тем не менее нельзя отрицать наличие недостатков агитации в сети Интернет, главным образом, в части её юридического сопровождения, провоцирующих рост правонарушений в Российской Федерации, связанных с нарушением избирательного законодательства. Так, согласно информации начальника главного управления по обеспечению охраны общественного порядка МВД России Ленара Габдурахманова по итогам единого дня голосования

[20] О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: федер. закон от 09.03.2021 г. № 43 // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2021. № 11. Ст. 1708.

[21] Об информации, информационных технологиях и о защите информации: федер. закон от 27.07.2006 г. № 149 // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. № 31 (ч. 1). Ст. 3448.

[22] Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях: федер. закон от 30.12.2001 г. № 195-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2002. № 1 (ч. 1). Ст. 1.

в сентябре 2025 года составлено 73 протокола об административных правонарушениях[23].

Интернет-агитация, юридически находящаяся наравне с другими способами осуществления предвыборной агитации, по своей природе существенно отличается от них. Аналогичной позиции придерживается и В.О. Цыганок, который отмечает необходимость выделения «самостоятельного предмета регулирования агитации в сети Интернет… рассмотрение данного вопроса не может быть произведено в отрыве от сложившейся как практики правоприменительной, так и практики предвыборной агитации в сети Интернет» [4, с. 31]. Цифровая природа и особенности агитационных материалов, распространяемых в сети Интернет, зачастую порождают вопросы по поводу применения к правовому регулированию их использования норм Закона «Об основных гарантиях…», посвященных иным способам проведения предвыборной агитации, закрепленным в п. 3 ст. 48 этого же закона.

Так, особенностью агитационных материалов, опубликованных в сети Интернет, является то, что они остаются доступными для любого его пользователя в течение неограниченного промежутка времени до тех пор, пока материал не будет удален лицом, его разместившим. Такая информация остается открытой для других пользователей и в момент времени, когда предвыборная агитация запрещена, то есть в день проведения голосования, в соответствии с п. 3 ст. 49 Закона «Об основных гарантиях…». Законодатель в пункте 4 этой статьи разрешил сохранять в день голосования только печатные агитационные материалы, ранее изготовленные и размещенные на специальных местах на территориях избирательных участков, однако для материалов, распространяемых в сети Интернет, подобной нормы в федеральном законодательстве не предусмотрено, что выступает основанием для признания незаконным распространения такого материала в сети Интернет и признания данного деяния правонарушением в части несоблюдения требований и запретов в отношении распространения агитационных материалов вне законно установленного срока.

Нередко также в период проведения предвыборной агитации нарушаются права третьих лиц, которые могут и не быть заинтересованы в результатах избирательной кампании в принципе. На данный момент уровень технологического развития позволяет кандидатам или иным лицам, заинтересованным в результатах избирательной кампании, практически моментально копировать, изменять и распространять аудиальные, визуальные, текстовые материалы, находящиеся в открытом доступе в сети Интернет. В условиях предвыборной конкуренции кандидатам гораздо проще и быстрее воспользоваться чужим результатом интеллектуальной деятельности для проведения агитации, чем самостоятельно разрабатывать его для избирателей. В связи с этим использование интеллектуальной собственности лица, являющегося автором материала, который используется при проведении Интернет-агитации, нередко приводит к нарушению его авторских прав на соответствующее произведение науки, литературы или искусства. Отметим, что «Закон об основных гарантиях…» в п. 1.1 ст. 56 устанавливает важнейшее ограничение при проведении предвыборной агитации: запрет агитации, нарушающей законодательство Российской Федерации об интеллектуальной собственности. Несмотря на это ограничение, в целях формирования запоминающегося избирателям образа недобросовестный кандидат, продвигающий свою политическую программу, может прибегнуть к использованию в процессе Интернет-агитации чужих результатов интеллектуальной деятельности, которым, в соответствии с п. 1 ст. 1225 Гражданского кодекса Российской Федерации предоставляется правовая охрана[24].

Правонарушения, совершение которых обусловлено несоблюдением предписаний Закона «Об основных гарантиях…» в части требований и ограничений, предъявляемых к агитационным материалам, влекут привлечение к ответственности субъектов данных противоправных деяний. При этом в подобных отношениях разные лица будут выступать субъектами юридической ответственности. Так, пп. «д» п. 7 ст. 76 Закона «Об основных гарантиях…» установлена, как выделяют некоторые авторы, «конституционно-правовая ответственность» кандидата на выборах, выраженная в отмене его регистрации и отстранении таким образом от избирательного процесса [5, с. 173].

Субъектами же административной ответственности, установленной санкциями норм статей 5.5, 5.10, 5.11, 5.12, 5.13 КоАП РФ за совершение противоправных деяний в процессе Интернет-агитации, Центральная избирательная комиссия признает редакцию, главного редактора или представителя соответствующего сетевого издания[25]. Однако не каждый сайт в сети Интернет может являться сетевым изданием. По смыслу статьи 2 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. № 2124-1, под сетевым изданием понимается сайт в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, зарегистрированный в качестве средства массовой информации[26]. При этом регистрация сайта в сети Интернет в качестве средства массовой информации не является обязательной, в связи с чем возникает проблема отсутствия в отечественном законодательстве норм, закрепляющих процедуру привлечения к ответственности лиц, размещающих агитационные материалы на страницах Интернет-сайтов, не являющихся сетевыми изданиями.

Таким образом, рассматриваемые в статье проблемы правового регулирования предвыборной агитации в сети Интернет задают устойчивую динамику роста числа правонарушений, совершаемых лицами на данном этапе избирательного процесса, в чем возможно удостовериться, основываясь на данных судебной практики.

Приступая к обзору судебной практики по рассматриваемым в статье проблемам, стоит начать с актов толкования Верховного Суда России, а именно, с Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 25 июня 2024 г. № 17 (Далее – ППВС № 17), которое разъясняет некоторые аспекты привлечения лиц к административной ответственности за совершение правонарушений, предусмотренных рядом статей КоАП РФ.

Абзацем 2 пункта 9 Справочно-методического материала Центральной избирательной комиссии Российской Федерации по некоторым вопросам использования информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

[23] МВД возбудило 11 уголовных дел во время проведения единого дня голосования в РФ // Сайт государственного информационного агентства России «Тасс». URL: https://tass.ru/proisshestviya/25052869 (дата обращения 28.11.2025 г.).

[24] Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): федер. закон от 18.12.2006 г. № 230 // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2006. № 52 (ч. 1). Ст. 5496.

[25] О Справочно-методическом материале по некоторым вопросам использования информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для информационного обеспечения выборов: приложение к выписке из протокола заседания Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 29.07.2015 г. № 294-1-6 // Вестник Центральной избирательной комиссии Российской Федерации. 2015. № 7. Ст. 31.

[26] О средствах массовой информации: закон Рос. Федерации от 27.12.1991 г. № 2124-1 // Российская газета. 1992. № 32.

для информационного обеспечения выборов (далее – Справочно-методический материал) субъектами административных правонарушений в области нарушения порядка информационного обеспечения выборов, определенных ст. ст. 5.5, 5.10, 5.11, 5.12, 5.13 КоАП РФ, признаются редакция, главный редактор, представитель соответствующего сетевого издания. Иные лица, в соответствии со вторым абзацем той же статьи, при совершении аналогичных правонарушений могут быть привлечены к административной ответственности по статьям 5.10 или 5.12 КоАП РФ. Положение, данное во втором абзаце статьи 9 рассматриваемого правового акта, носит диспозитивный характер, к тому же его формулировка не позволяет четко определить, кто может выступать иным лицом, привлекаемым к ответственности за совершение данных административных правонарушений: должно ли соответствующее противоправное деяние быть совершенным на сайте сетевого издания или эти «иные» лица должны быть привлечены к административной ответственности вне зависимости от статуса сайта или иного интернет-пространства? Здесь стоит согласиться с мнением Г.В. Туманяна, утверждающего, что «законодатель не дает никаких уточнений в вопросе ответственности субъектов правоотношений, возникающих в ходе изготовления и распространения электронной агитации… упускает из виду (законодатель) большую категорию электронных источников информации, которые не являются сетевыми изданиями» [6, с. 303]. Однако внести определенную ясность в решении данного вопроса позволяют не столько позиции законодателя, выраженные в нормативных актах Российской Федерации, сколько данные судебной практики.

Так, ППВС № 17 закрепляет, что физические и юридические лица, не осуществляющие выпуск или распространение средств массовой информации, за распространение, в том числе посредством обнародования, в информационно-телекоммуникационной сети агитационных материалов с нарушением установленных законом требований несут административную ответственность по части 1 статьи 5.12 КоАП РФ.

Более того, аналогичное по своей сути толкование суд высшей судебной инстанции дает и норме статьи 5.10 КоАП РФ, посвященной нарушениям в части проведения предвыборной агитации вне агитационного периода и в местах, где ее проведение запрещено федеральным законодательством. Так, абз. 2 п. 13 ППВС № 17 устанавливает, что привлечению к административной ответственности по статье 5.10 КоАП РФ подлежат граждане, в частности, физическое лицо, привлеченное к проведению предвыборной агитации либо осуществляющее ее самостоятельно по собственной инициативе. В данном случае Верховный Суд Российской Федерации подчеркивает, что за агитацию, осуществляемую в средствах массовой информации, и агитацию, проводимую в иных Интернет-источниках, предусмотрена одинаковая мера административной ответственности.

Верховный Суд Российской Федерации также акцентирует внимание на содержании статьи 5.11 КоАП РФ, перечисляя ряд лиц, которые подлежат привлечению к административной ответственности за участие в предвыборной агитации, несмотря на запрет в её проведении данными категориями субъектов. Справочно-методический материал, в свою очередь, определяя в пункте 9 круг субъектов административных правонарушений в области нарушения порядка информационного обеспечения выборов в сети Интернет, не учитывает статью 5.11 КоАП РФ и предусмотренных ею субъектов соответствующего административного правонарушения, закрепляя, что «иные» лица могут быть привлечены к административной ответственности лишь по статьям 5.10 или 5.12 КоАП. Однако, как устанавливает Верховный Суд Российской Федерации в абз. 2 п. 14 ППВС № 17, лица, определенные п. 7 ст. 48 Закона «Об основных гарантиях…», могут быть привлечены к ответственности и по статье 5.11 КоАП РФ.

Толкуя рассматриваемые нормы КоАП РФ таким образом, Верховный Суд Российской Федерации вносит достаточно важное уточнение в вопросы определения круга субъектов правонарушений, связанных с осуществлением предвыборной агитации в сети Интернет, потому как своевременное пресечение административного правонарушения в период предвыборной агитации способствует соблюдению принципа равенства каждого из кандидатов, участвующих в «борьбе» за голоса избирателей.

Более того, данные принципы, разъясненные высшей судебной инстанцией по рассматриваемой проблеме фактически еще до принятия ППВС № 17 отразились в судебной практике судов низших инстанций.

Так, стоит обратиться к решению Центрального районного суда города Челябинска от 1 марта 2017 г. по делу № 2А-3388/2017[1].

Истец обратился к Избирательной комиссии Челябинской области в суд с требованием отменить протокол заседания рабочей группы по информационным спорам и иным вопросам информационного обеспечения выборов Избирательной комиссии Челябинской области. Данным заседанием были приняты решения о признании информации, размещенной истцом в сети Интернет на сайте социальной сети «Вконтакте», агитационной, а также о признании её размещения в отсутствие соблюдения требований п. 3 ст. 54 Закона «Об основных гарантиях…» незаконным. На основании данного протокола заседания истец был привлечен к административной ответственности за совершение административного правонарушения, предусмотренного ст. 5.12 КоАП РФ.

По итогу рассмотрения дела суд отказал в удовлетворении исковых требований, установив, что созданная истцом Интернет-страница на сайте социальной сети «Вконтакте» правомерно признана агитационной, поскольку она не является личной страницей пользователя и носит информационный характер противоправной агитационной деятельности.

Проводя анализ позиции Центрального районного суда города Челябинска, можно прийти к выводу, что размещение агитационных материалов в сети Интернет с нарушением установленных законом требований представляет собой противоправное деяние вне зависимости от того, опубликованы ли они в сетевом издании или на ином ресурсе в сети Интернет. Так, если обратиться к Перечню наименований зарегистрированных средств массовой информации в Российской Федерации, можно отметить, что по состоянию на ноябрь 2025 года социальная сеть «Вконтакте» не зарегистрирована в качестве средств массовой информации, не была она зарегистрирована в данном реестре и в 2016 году.

Продолжая анализ судебной практики по рассматриваемой проблеме, стоит акцентировать внимание и на Постановлении мирового судьи Судебного участка № 1 города Ржева и Ржевского района от 24 октября 2016 г. по делу № 5-924/2016[2]. Данное решение интересно тем, что оно было вынесено в отношении физического лица, не наделенного специальными полномочиями в области деятельности избирательных комиссий, статусом кандидата

[1] Решение Центрального районного суда г. Челябинска от 1 марта 2017 г. по делу № 2А-3388/2017.

[2] Постановление мирового судьи Судебного участка № 1 г. Ржева Ржева и Ржевского района от 24 октября 2016 г. по делу № 5-924/2016.

на выборах, а также не являющегося главным редактором или представителем сетевого издания.

Основанием для рассмотрения данного дела являлся материал об административном правонарушении, предусмотренном ст. 5.10 КоАП РФ, совершенном Е.С. Дунцовой (внесена в список иностранных агентов решением Минюста России от 31 мая 2024 г.). Как следует из материалов дела, в единый день голосования Е.С. Дунцова опубликовала в социальной сети «Вконтакте» и на сайте видеохостинга «Youtube» видеоролик, содержащий в себе запись интервью, который, в соответствии с п. 2 ст. 48 Закона «Об основных гарантиях…» был признан агитационным. Судом также было установлено, что опубликованный в сети Интернет агитационный материал был распространен в единый день голосования.

В результате рассмотрения данного дела, Е.С. Дунцова была признана виновной в совершении административного правонарушения.

Данное решение определенным образом подтверждает позицию Верховного Суда Российской Федерации, выраженную в ППВС № 17 по вопросу возможности привлечения к административной ответственности физического лица-пользователя сети Интернет за проведение предвыборной агитации вне агитационного периода. Если соотнести статус Е.С. Дунцовой категориями лиц, перечисленных в абз. 2 п. 13 ППВС № 17, то можно определить, что она относится к категории граждан, осуществляющих предвыборную агитацию по собственной инициативе, поскольку из материалов дела № 5-924/2016 не следует, что Е.С. Дунцова была привлечена к проведению предвыборной агитации, не являлась кандидатом, физическим лицом, его представляющим, или иным лицом, подлежащим, в соответствии с толкованием Верховного Суда Российской Федерации привлечению к административной ответственности по статье 5.10 КоАП РФ.

На основании этого можно прийти к выводу о том, что КоАП РФ предусматривает административную ответственность даже в отношении граждан, не намеренных осуществлять агитацию в сети Интернет. Как справедливо отмечает В.О. Цыганок, «при наличии возможности неограниченного доступа и индексации в поисковой системе не может идти речи о личном характере размещенного (в сети Интернет) сообщения и отсутствия цели повлиять на электоральную волю гражданина» [7, с. 31].

Одной из существенных проблем Интернет-агитации, выявленных нами, выступает проблема нарушения авторских прав правообладателей материалов, используемых в процессе проведения Интернет-агитации недобросовестными кандидатами.

Распространенность судебной практики судов низших судебных инстанций по спорам, возникающим в результате использования чужой интеллектуальной собственности при проведении предвыборной агитации в сети Интернет, обусловлена, на наш взгляд, отсутствием механизма проверки представляемых в избирательные комиссии агитационных материалов на предмет незаконного использования результатов интеллектуальной деятельности лиц, выступающих их авторами. Несмотря на то, что Закон «Об основных гарантиях…» в п. 3 ст. 54 обязывает кандидатов представлять в соответствующие избирательные комиссии копии агитационных материалов с приложенной к ним информацией о её изготовителе и лице, заказавшем изготовление материала, а также об оплате услуг по его изготовлению средствами из избирательного фонда, данный перечень не предполагает обязательное осведомление избирательной комиссии о том, каким образом и с использованием какой информации был изготовлен данный агитационный материал, а также о том, каков первоисточник заимствованного материала, если таковой имеется. В связи с этим исключительные права авторов на результаты интеллектуальной деятельности на стадии предвыборной агитации являются очень уязвимыми.

Так, стоит обратить внимание на решение Иркутского областного суда от 24 августа 2021 г. по делу № 3А-567/2021[1], вынесенное в результате рассмотрения административного дела по требованию истца об отмене регистрации кандидата, зарегистрированного по тому же избирательному округу, в депутаты.

Истец в обоснование заявленных требований указал, что агитационный видеоматериал, созданный в поддержку ответчика был распространен в сети Интернет. При этом данный видеоматериал, согласно результатам экспертного заключения, содержал заимствования авторских музыкальных произведений, которое были использованы ответчиком в нарушение действующего законодательства без указания их авторства. По итогам рассмотрения данного дела требования истца были удовлетворены, в результате чего было не только восстановлено нарушенное исключительное право автора музыкального произведения, но и привлечен к ответственности ответчик путем отмены его регистрации в качестве кандидата на выборах.

Аналогичное исковое требование было удовлетворено решением Ленинского районного суда города Краснодара от 7 сентября 2020 года по делу № 2А-6419/2020[2]. Как следует из материалов дела, зарегистрированный по тому же одномандатному избирательному округу кандидат в депутаты, являющийся истцом в деле, указал, что другим кандидатом (ответчиком) в аудиовизуальном агитационном материале, размещенном в сети Интернет на сайте видеохостинга «Youtube», была использована в качестве фонового музыкального сопровождения песня группы «Кино». Музыкальное произведение было вмонтировано в аудиовизуальный агитационный материал без согласия правообладателя, в связи с чем действия ответчика были признаны судом как нарушающие законодательство Российской Федерации об интеллектуальной собственности.

Данные судебные решения иллюстрируют действующий механизм судебной защиты интеллектуальной собственности при проведении предвыборной агитации в сети Интернет. Однако при дальнейшем анализе судебной практики по схожим делам можно выявить тенденцию, согласно которой лишь малая часть подобных исковых требований об отмене регистрации кандидата будут удовлетворены. Так, среди аналогичных судебных актов судов общей юрисдикции, зарегистрированных в базе Интернет-портала «Судебные и нормативные акты Российской Федерации» (СудАкт.Ру), в среднем на 100 решений об отказе в удовлетворении исковых требований приходится около 7 дел, в результате рассмотрения которых такие требования удовлетворены судами.

Решением Московского областного суда от 11 сентября 2021 года по делу № 3А-1263/2021[3], например, истцу (зарегистрированному кандидату в депутаты) отказано в удовлетворении административного иска, содержащего требования об отмене решения о регистрации ответчика в качестве кандидата в депутаты. В обоснование заявленных требований истец указал, что ответчиком в

[1] Решение Иркутского областного суда от 24 августа 2021 г. по делу № 3А-567/2021.

[2] Решение Ленинского районного суда города Краснодара от 7 сентября 2020 года по делу № 2А-6419/2020.

[3] Решение Московского областного суда от 11 сентября 2021 года по делу № 3А-1263/2021.

целях предвыборной агитации использовался сайт в сети Интернет, на котором были размещены логотипы популярных социальных сетей, правообладатели которых не давали кандидату ответчику согласия на использование данных средств индивидуализации в целях предвыборной агитации.

В процессе рассмотрения дела судом было установлено, что сайт, который использовался ответчиком, содержал материалы, по своему содержанию относящиеся к его деятельности в Московской областной Думе, что не может считаться агитационным материалом. К тому же на сайте кандидата не было замечено использование изображений логотипов упомянутых в иске социальных сетей, что свидетельствует об отсутствии оснований для удовлетворения исковых требований.

В подавляющем большинстве случаев кандидаты, направляющие исковое заявление в суд с требованием отмены решения о регистрации другого кандидата, зарегистрированного по тому же избирательному, преследуют цель законным образом «избавиться» от своего политического оппонента, ссылаясь на наличие нарушений в распространяемых им агитационных материалах в сети Интернет. В связи с этим на практике такой механизм используется скорее для того, чтобы обеспечить наступление неблагоприятных правовых последствий для иных кандидатов, нежели для защиты и восстановления нарушенных исключительных авторских прав (что, безусловно, должно выступать основной функцией данного механизма). Как следствие, в период очередных избирательных кампаний на суды возлагается серьезная нагрузка по разрешению, в большинстве своем однотипных дел, в ходе рассмотрения которых заявленные требования не удовлетворяются.

На основании изложенного можно прийти к выводу, что законодатель проделал огромную работу для того, чтобы обеспечить появление в отечественном законодательстве института Интернет-агитации, необходимость которого обусловлена развитием цифровизации в России. Однако в целях разрешения имеющихся пробелов и иных недостатков избирательного законодательства Российской Федерации и более эффективного его применения законодателю следует обратить внимание на следующие рекомендации.

Во-первых, полагаем, что необходимо внести изменения в нормы Закона «Об основных гарантиях…», регулирующие правила размещения агитационных материалов.

Законодатель, пытаясь урегулировать разнообразные аспекты Интернет-агитации по правилам, установленным Законом «Об основных гарантиях…» для традиционных способов предвыборной агитации, не всегда учитывает особенности распространения цифровых агитационных материалов в электронной среде, чем создает пробелы в действующем избирательном законодательстве.

Так, в п. 4 ст. 49 Закона «Об основных гарантиях…» закрепляется возможность сохранения в день голосования печатных агитационных материалов, ранее изготовленных и размещенных на специальных местах на территориях избирательных участков, но на материалы, размещаемые в сети Интернет, эта норма не распространяется.

Перед рассмотрением предложения, направленного на решение данной проблемы, стоит обратить внимание на значение отсутствия в законодательстве аналогичной нормы для цифровых агитационных материалов, распространяемых в сети Интернет.

В первую очередь, агитационные материалы в сети Интернет остаются доступными для любого его пользователя в течение неограниченного промежутка времени с момента его публикации, поэтому любой пользователь сети Интернет может ознакомиться с данным материалом на соответствующем электронном ресурсе в единый день голосования. С одной стороны, автор такого агитационного материала не совершает никаких действий по распространению данного материала, но с другой стороны, такой материал все равно способствует созданию положительного или отрицательного отношения избирателей к определенному кандидату, поскольку с помощью специальных алгоритмов рекомендаций, например, в социальных сетях, может попасться заинтересованным лицам, несмотря на то, что автор размещенного агитационного материала не имел на это цели.

В связи с этим в целях защиты лиц, размещающих агитационные материалы в сети Интернет, от необоснованного привлечения к административной ответственности по ст. 5.10 КоАП, целесообразно будет распространить правило, закрепленное в п. 4 ст. 49 Закона «Об основных гарантиях…» и на агитационные материалы в сети Интернет, размещенные пользователями до начала единого дня голосования, путем внесения нового пункта в статью 49 «Закона об основных гарантиях…».

Во-вторых, для разрешения вопроса о том, какие лица могут выступать субъектами административной ответственности за совершение правонарушений, посягающих на установленный порядок информационного обеспечения выборов, необходимо законодательно ввести полный перечень лиц, выступающих субъектами административной ответственности по ряду статей КоАП РФ.

В качестве разрешения проблемы определения субъектов административной ответственности за совершение правонарушений, посягающих на установленный порядок информационного обеспечения выборов, предлагаем ввести в Главу VII Закона «Об основных гарантиях…» статью, посвященную ответственности разных категорий лиц, осуществляющих предвыборную агитацию, в том числе в сети Интернет. В качестве основы для разработки и создания статьи вполне обоснованно можно взять ППВС № 17, которое определяет конкретный перечень субъектов правонарушений, предусмотренных ст. 5.5 (п. 5 ППВС № 17), ст. 5.8 (п. 8 ППВС № 17), ст. 5.10 (п. 13 ППВС № 17), ст. 5.11 (п. 14 ППВС № 17), ст. 5.12 (пп.18, 31 ППВС № 17), ст. 5.48 (п. 30 ППВС № 17) КоАП РФ. К тому же важно будет привести в соответствие данным законодательным изменениям и Справочно-методический материал, а именно, внести уточнения в абз. 2 п. 9 в части лиц, определенных п. 7 ст. 48 Закона «Об основных гарантиях…», которые могут быть привлечены к ответственности и по статье 5.11 КоАП РФ (например, о лиц, замещающих государственные или выборные муниципальные должности).

Принятие данных изменений в федеральном законодательстве позволит обеспечить более эффективное отраслевое регулирование отношений, возникающих по поводу привлечения к административной ответственности лиц, совершивших правонарушения, посягающие на установленный порядок информационного обеспечения выборов в сети Интернет.

В-третьих, мы полагаем, что решением проблемы загруженности судов делами по административным искам, связанным с требованием отмены решения избирательной комиссии о регистрации лица в качестве кандидата на выборы, будет являться законодательное введение дополнительных условий изготовления и распространения печатных, аудиовизуальных и электронных агитационных материалов.

Статья 54 Закона «Об основных гарантиях…» содержит условия изготовления и распространения печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов. Анализ судебной практики подтвердил, что подавляющее большинство исковых требований об отмене решения избирательной комиссии о регистрации лица в качестве кандидата на выборы отклоняется судами в удовлетворении,

и зачастую это происходит по причинам отсутствия доказательств того, что кандидат нарушил исключительное право автора результата интеллектуальной деятельности. Соответственно, для решения проблемы следует установить обязательный досудебный порядок разрешения таких споров, либо обеспечить условия, способствующие их разрешению без обращения в суд в принципе.

Таким условием может быть представление кандидатами в избирательную комиссию информации об обязательной проверке направляемых агитационных материалов на плагиат, информации о частичном или полном заимствовании чужой интеллектуальной собственности с указанием автора и приложением документов, подтверждающих его согласие или разрешение на использование произведения, либо с приложением данных, доказывающих тот факт, что произведение перешло в общественное достояние. При соблюдении этих условий агитационный материал, изготовленный с нарушением законодательства об интеллектуальной собственности, в принципе не сможет быть допущен к распространению на стадии предвыборной агитации, что исключит необходимость оспаривания законности изготовления уже распространяемых агитационных материалов, в том числе в сети Интернет.

Если же другой кандидат усомнится в соответствии агитационного материала законодательству Российской Федерации, то законом можно предусмотреть обязательное досудебное обращение такого кандидата в соответствующую избирательную комиссию за получением копий документов, подтверждающих законность изготовления другим кандидатом агитационных материалов.

Данные условия позволят не только сократить количество случаев нарушения кандидатами исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности авторов, чьи произведения незаконно используются для изготовления агитационных материалов в сети Интернет, но и снизить количество споров, возникающих по поводу отмены решений избирательных комиссий о регистрации кандидатов.

Регулирование Интернет-агитации в отечественном законодательстве, безусловно, носит объективный характер, поскольку преобразования в сфере современных технологий так или иначе воздействуют на развитие публично-правовых институтов, в том числе в области избирательного права. Решение обозначенных в статье проблем в области правового регулирования Интернет-агитации может способствовать обеспечению более эффективного регулирования правоотношений в области организации и проведения избирательного процесса, защите прав и законных интересов участников выборов и третьих лиц, которыми выступают правообладатели интеллектуальной собственности, а также обусловить снижение загруженности судов делами по административным искам.

Литература

1. Биктагиров Р.Т. Избирательный процесс как вид юридического процесса: теоретические проблемы становления / Р.Т. Биктагиров // Гражданин. Выборы. Власть. – 2020. – № 1(15) – С. 143-158.
2. Мархгейм М.В. Предвыборная агитация в сети Интернет: версии доктрины и динамизм практики / М. В. Мархгейм, Л. И. Никонова // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. – 2018. – № 3. – С. 532-538.
3. Суркова О.Е. Технологии формирования моделей электорального поведения / О. Е. Суркова, А. А. Елизаров // Международный научно-исследовательский журнал. – 2022. – № 5-3 (119). – С. 151-154.
4. Цыганок В.О. Проблемы правового регулирования предвыборной агитации в сети Интернет на примере выборов в Московскую Городскую Думу и механизмы их устранения / В. О. Цыганок // Юридическая наука. – 2021. – № 6. – С. 30-34.
5. Сидякин А.Г. Отказ в регистрации и отмена регистрации кандидата (списка кандидатов): проблемы теории и практики: диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук: 12.00.02 /А.Г. Сидякин – Москва, 2006. – С. 173.
6. Туманян Г.В. Агитация в информационно-телекоммуникационной сети интернет. О регулировании некоторых «сложных» вопросов электронной агитации. / Г. В. Туманян // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2022. – №65. – С. 300-309.
7. Цыганок В.О. Указ. соч. № 4. – С. 31.

On some issues of legal regulation of election campaigning on the Internet

Lunin D.E., Eliseeva G.V.

Siberian Law University

The development of information and communication technologies naturally influences the development of social and public institutions in many countries. In the Russian Federation, various information technologies are also integrating with most socio-political relations, including the institution of election campaigning. In the current climate of political competition, campaigning is a key tool in candidates' struggle to win votes, attracted primarily through media technologies. For over a decade and a half, popular social networks and interactive media have been used in election campaigning in the Russian Federation, as well as online communication with voters. This paper examines the issues arising in connection with conducting election campaigning through the posting of campaign materials online. The author highlights the challenges of protecting the copyright of copyright holders whose intellectual property may be used as campaign materials without attribution; examines violations of the ban on election campaigning on election day; and analyzes the liability of legal entities arising from the production and distribution of electronic campaign materials. Through a study of the theoretical and legal aspects of online election campaigning, an analysis of statistical data, and case law, the author consistently concludes the need for more detailed legislative regulation of electronic campaigning and formulates recommendations aimed at addressing the issues identified in the study.

Keywords: issues, election campaigning, internet, electoral process, information and communication technologies, voting, offense.

References

1. Biktagirov, R.T. Electoral Process as a Type of Legal Process: Theoretical Problems of Development // Citizen. Elections. Power. 2020, no. 1(15), pp. 143-158.
2. Markheim, M.V. Pre-election Campaigning on the Internet: Versions of the Doctrine and the Dynamics of Practice / M.V. Markheim, L.I. Nikonova // BelSU Scientific Bulletin. Series: Philosophy. Sociology. Law. 2018, no. 3, pp. 532-538.
3. Surkova, O.E. Technologies for Forming Electoral Behavior Models / O.E. Surkova, A.A. Elizarov // International Research Journal. – 2022. – No. 5-3 (119). – P. 151-154.
4. Tsyganok V. O. Problems of legal regulation of pre-election campaigning on the Internet using the example of elections to the Moscow City Duma and mechanisms for their elimination / V. O. Tsyganok // Legal science. – 2021. – No. 6. – P. 30-34.
5. Sidyakin A. G. Refusal to register and deregistration of a candidate (list of candidates): problems of theory and practice: dissertation for the degree of candidate of legal sciences: 12.00.02 / A. G. Sidyakin – Moscow, 2006. – P. 173.
6. Tumanyan G. V. Campaigning on the Internet. On the regulation of some "complex" issues of electronic campaigning. / G. V. Tumanyan // Bulletin of Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political Science. - 2022. - No. 65. - P. 300-309.
7. Tsyganok V. O. Op. cit. No. 4. - P. 31.