

6.6. Информирование, агитация, пропаганда и другие вопросы, связанные с агитационным воздействием на избирателя

6.6.1. Неравномерное информирование

Основным аргументом, предъявленным КПРФ в жалобе в Верховный суд РФ с требованием о признании выборов депутатов Государственной Думы пятого созыва недействительными, было утверждение о том, что СМИ в период избирательной кампании не соблюдали принцип равноправия участников выборов. В жалобе КПРФ приведены результаты проведенного этой партией в течение трех предвыборных месяцев мониторинга телеэфира семи телеканалов («Первый», РТР, НТВ, ТВЦ, «Третий», Рен-ТВ и РБК-ТВ), «обеспечивающих максимальную зону трансляции на территории Российской Федерации»²⁶². По результатам мониторинга КПРФ сделала вывод о том, что *«партия «Единая Россия» получила практически 70% от общего объема эфирного времени»*.

²⁶² Из заявления КПРФ в Верховный Суд РФ.

Логика претензий КПРФ проста: суд может признать выборы недействительными в случае *«нарушений избирательного законодательства, если эти нарушения не позволяют выявить действительную волю избирателей»* (п.3 ст. 77 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»). Нарушены правила информирования избирателей, установленные пунктами 2 и 5 статьи 45 этого же закона (а также аналогичными нормами Федерального закона «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации»). Эти нарушения были столь существенны (в процессе информирования со стороны основных телеканалов около 70% упоминаний было сделано только об одном из одиннадцати участников выборов), что они не позволяют выявить действительную волю избирателей.

Столь же очевидны и возражения, которые предъявляет ЦИК РФ.

Во-первых, правила информирования, установленные пунктами 2 и 5 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», касаются только информирования о предвыборных мероприятиях: в пункте 5 об этом написано напрямую, в пункте 2 непосредственно упоминается о равных правах именно избирательных объединений. Кроме того, Конституционный Суд в своем Постановлении от 30.10.2003 №15-П отметил, что пункт 5 статьи 45 не может служить основанием для запрета представителям организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, при осуществлении ими профессиональной деятельности высказывать собственное мнение, давать комментарии за пределами отдельного информационного блока.

Во-вторых, количественная оценка, приводимая КПРФ, отличается от количественных оценок, представленных другими организациями, проводившими мониторинг.

И, в-третьих, такого рода информирование не повлияло и не могло повлиять в значительной степени на волеизъявление избирателей, тем более оно не могло существенно повлиять на результаты выборов.

Большая часть информации, которая подавалась телеканалами, относится не к предвыборным мероприятиям, а к информированию о текущей деятельности партии «Единая Россия» и выдвинутых ей кандидатов, например, о деятельности думской фракции партии «Единая Россия», об организации партией детского спортивного праздника (см. иллюстрацию 18 на вкладке), о присутствии Путина, Грызлова или других кандидатов на официальном мероприятии и т.д. Эта информация формально не относится к избирательной кампании.

ЦИК, рассматривая неоднократные жалобы КПРФ на преобладание информации о партии «Единая Россия» и выдвинутых ей кандидатах, указывал многочисленные причины, по которым мониторинг, проводимый КПРФ, не свидетельствует о нарушениях избирательного законодательства. Например, при рассмотрении жалобы в период думской кампании ЦИК указывает, что *«информация о деятельности политических партий и о деятельности парламентских фракций, депутатских объединений распространяется организациями телевидения на разных правовых основаниях, в разном правовом режиме»*, а *«методика, используемая при проведении мониторинга КПРФ, не в полной мере учитывает положения избирательного законодательства и законодательства о средствах массовой информации в их взаимосвязи»*²⁶³. А отвечая на жалобу в период президентской избирательной кампании, ЦИК РФ проявила довольно узкую трактовку понятия «предвыборное мероприятие». Так, оказывается, что даже подачу кандидатами документов на выдвижение *«нельзя квалифицировать как предвыборное мероприятие»*²⁶⁴. То же относится и к освещению съезда, на котором выдвигается кан-

²⁶³ См.: Решение Рабочей группы по информационным спорам и иным вопросам информационного обеспечения выборов от 26 октября 2007 года.

²⁶⁴ См.: Решение Рабочей группы по информационным спорам и иным вопросам информационного обеспечения выборов от 30 января 2008 года.

дидат, поскольку «на момент проведения съезда политической партии, лицо, выдвигаемое кандидатом, не пользуется правами кандидата, установленными федеральным законом»²⁶⁵. ЦИК РФ справедливо упоминает, что «законодательство о выборах не содержит количественных критериев преимущественного освещения предвыборных мероприятий» и что вопрос требуется рассматривать с учетом наличия или отсутствия «конкретных информационных поводов»²⁶⁶.

Преобладание информации в российских СМИ об одном из участников выборов действительно имело место в период обеих избирательных кампаний 2007–2008 годов. Более того, это преобладание можно назвать доминированием. Этот факт подтверждают исследования не только КПРФ, но и всех других организаций, занимавшихся мониторингом медиапространства в период выборов.

В период думской избирательной кампании такой мониторинг проводили также «Центр экстремальной журналистики», «Transparency International-Russia», журнал «Коммерсантъ-Власть» и даже Российский центр обучения избирательным технологиям (РЦОИТ) при ЦИК РФ. У каждой из этих организаций были свои методика подсчетов, период наблюдения и круг наблюдаемых СМИ. По этой причине сравнивать результаты мониторинга невозможно, но в целом они показывают значительное преобладание информации о «Единой России». Существенное отличие в результатах наблюдается только у РЦОИТ, мониторинг которого имел существенную специфику, поскольку информация о политиках считалась информацией о партии только в том случае, если в ней была непосредственно указанная связь этого политика с партией. РЦОИТ обнародовал данные только за сентябрь и октябрь (данные за ноябрь остались тайной), и даже эти данные показывают преимущество «Единой России» в эфире центральных телеканалов, радиоэфире и в печатных СМИ²⁶⁷. Мониторинг журнала «Коммерсантъ-Власть» (28 центральных газет, 10 журналов, выпуски новостей пяти телекомпаний и трёх радиостанций) показывал стабильное превышение публикаций о «Единой России» приблизительно в 2 раза по сравнению со следующей партией, которой была либо «Справедливая Россия», либо КПРФ²⁶⁸. Аналогичный результат получила организация «Transparency International-Russia»²⁶⁹.

В период избирательной кампании по выборам Президента РФ мониторинг СМИ проводил журнал «Коммерсантъ-Власть» и Ассоциация «Голос». По данным журнала²⁷⁰ (25 центральных газет, 9 журналов, выпуски новостей 5 телекомпаний и 3 радиостанций) доля упоминаний о Д.А. Медведеве колебалась от 44 до 59 процентов, а следующего за ним претендента (им был сначала М.М. Касьянов, а затем Г.А. Зюганов) не поднималась выше 16%.

Мониторинг Ассоциации «Голос»²⁷¹ отличался от других исследований тем, что охватывал также и региональные СМИ в 30-ти регионах России. По результатам этого мониторинга кандидат Д.А. Медведев упоминался в федеральных СМИ почти в 2 раза чаще, чем все остальные кандидаты, вместе взятые. Чаще Медведева в федеральных СМИ во время избирательной кампании упоминался только действующий Президент Российской Федерации, впрочем, иногда в связке с первым.

Таким образом, в периоды обеих избирательных кампаний действительно наблю-

²⁶⁵ См.: Решение Рабочей группы по информационным спорам и иным вопросам информационного обеспечения выборов от 17 января 2008 года.

²⁶⁶ См.: Решение Рабочей группы по информационным спорам и иным вопросам информационного обеспечения выборов от 26 октября 2007 года.

²⁶⁷ См.: Бюллетень №5 Национального центра демократических процедур, с.72; См. также <http://www.cikrf.ru/rcoit/monitoring/index.html>.

²⁶⁸ См.: Коммерсантъ-Власть, 2007 год, № 34, 36, 38, 40, 42, 44, 46.

²⁶⁹ См.: http://www.transparency.org.ru/doc/bulletin-03_01150_145.pdf.

²⁷⁰ См.: Коммерсантъ-Власть, 2008, № 2, 4, 6, 8.

²⁷¹ См.: http://www.golos.org/IMG/pdf/monitoring_smi_2008.pdf.

дался значительный перекоп в информировании об одной из партий и ее кандидатах²⁷². Большая часть информационных материалов о них носила явно позитивный характер. Пункт г) части 2 статьи 48 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» устанавливает, что *«распространение информации, в которой явно преобладают сведения о каком-либо кандидате (каких-либо кандидатах), избирательном объединении в сочетании с позитивными либо негативными комментариями»* является агитацией. Поэтому результаты мониторингов СМИ действительно можно рассматривать как нарушение правил проведения агитации, поскольку агитация должна оплачиваться из избирательного фонда и поскольку государственные и муниципальные СМИ обязаны обеспечить равные условия проведения предвыборной агитации всем кандидатам, избирательным объединениям. Однако одновременно избирательное законодательство содержит и такие положения, которые позволяют в какой-то мере обосновывать уход от ответственности кандидатов и избирательных объединений, в пользу которых нарушаются упомянутые нормы.

Во-первых, как мы уже говорили, требуется доказать не только факт нарушения, но и то, что это нарушение не позволяет выявить действительную волю избирателей. Применительно к большинству нарушений, связанных с агитацией, оценка воздействия на волю избирателей является недоказуемой.

Во-вторых, вина за рассматриваемое нарушение обычно возлагается исключительно на СМИ, а отсутствие вины кандидата или избирательного объединения не позволяет привлекать их к ответственности. При этом не учитывается тот факт, что избирательное законодательство предусматривает ответственность кандидата, избирательного объединения за использование должностного или служебного положения, что, в частности, включает *«доступ (обеспечение доступа) к государственным и муниципальным средствам массовой информации в целях ... ведения предвыборной агитации, если иным кандидатам, избирательным объединениям... для этих целей не будет гарантирован такой же доступ в соответствии с настоящим Федеральным законом, иным законом»* (п.5 ст.40 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»).

В-третьих, строго говоря, закон не содержит требования, чтобы информирование обо всех кандидатах, избирательных объединениях давалось в одинаковом объеме. Нормы, определяющие условия информирования через СМИ о кандидатах, избирательных объединениях установлены пунктами 2, 4, 5 статьи 45 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». В пункте 2 сказано, что *«содержание информационных материалов, размещаемых в средствах массовой информации, должно быть объективным, достоверным, не должно нарушать равенство кандидатов, избирательных объединений»*, то есть в этом пункте речь идет о содержании, а не об объеме материалов. В пункте 4 сказано, что *«деятельность организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, по информированию избирателей осуществляется свободно»*, что соответствует конституционной норме и дает возможность СМИ действовать в довольно широких пределах. В пункте 5 говорится о том, что в информационных сообщениях СМИ о проведении предвыборных мероприятий *«не должно отдаваться предпочтение какому бы то ни было кандидату, избирательному объединению, в том числе по времени освещения их предвыборной деятельности, объему печатной площади, отведенной для таких сообщений»*, то есть в этом пункте речь идет не обо всех информационных материалах, а только

²⁷² Это косвенно признал и руководитель Российского центра обучения избирательным технологиями при ЦИК РФ А.В. Иванченко. Выступая на суде в качестве свидетеля, он *«пояснил, что по результатам мониторинговых исследований выявлено, что парламентские партии, пользуясь своим статусом и опытом, наиболее эффективно создавали информационные поводы, на которые средства массовой информации не могли не реагировать»* (см.: Решение Верховного Суда РФ по делу №ГКПИ08-1403).

об информационных материалах, в которых освещаются предвыборные мероприятия. Само же понятие предвыборных мероприятий законом не определено; кроме того, из текста закона неясно, по какому количеству материалов следует оценивать наличие или отсутствие предпочтения.

Таким образом, избирательное законодательство содержит положения, которые в случае неравномерного информирования о кандидатах, избирательных объединениях позволяют, с одной стороны, говорить о нарушении правил агитации, а с другой стороны, – об отсутствии ответственности кандидатов, избирательных объединений, в пользу которых такое информирование производится. В условиях правовой неопределенности судебные споры разрешаются исключительно на основе «убеждений» судьи.

Судья Верховного Суда РФ, рассматривавший жалобу КИРФ, признал наличие диспропорций в информировании о партиях, однако не признал это нарушением закона. Как ни странно, суд в своем решении не ссылается на указанные выше противоречивые нормы закона, а в обоснование своего решения кладет следующие доводы:

«Законодательство о выборах не содержит количественных критериев преимущественного освещения предвыборных мероприятий. Соразмерность сообщений о таких мероприятиях должна определяться не на основе произвольно проведенного хронометража телевизионных сюжетов отдельных телевизионных каналов, а с учетом совокупности всех факторов, позволяющих оценить степень распространения и воздействия на избирателей информационного материала или сообщения.»

В частности, должны учитываться вид средства массовой информации, род теле- или радиопрограммы (информационная, информационно-аналитическая, общественно-политическая, авторская и т.п.), форма изложения материала и его характер (нейтральный, позитивный или негативный), уровень информативности, содержание выступления (сообщения) лиц, занимающих государственные должности, и другие данные, позволяющие объективно оценить влияние, оказанное на избирателей тем или иным материалом. Это позволит отграничить сообщение о предвыборных мероприятиях от освещения деятельности лиц, занимающих государственные должности, определить, не являются ли предвыборной агитацией действия, совершаемые при осуществлении профессиональной деятельности представителями организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации.»

Доказательств, подтверждающих названные обстоятельства, суду не представлено. Заявители, ссылаясь на результаты проведенного ими хронометража, ограничились лишь общими рассуждениями, практически не обосновали ни одного конкретного случая нарушения избирательного законодательства представителями организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, либо факта проведения незаконной предвыборной агитации лицом, замещающим государственную должность».

Нетрудно понять, что нарушение равенства в информировании было неизбежно, и оно проявилось уже в предыдущем электоральном цикле. Это связано с очень сильной степенью «огосударствливания» СМИ в современной России. Все крупные телеканалы контролируются государством, большинство средних и мелких телеканалов находятся в серьезной зависимости от местных властей, имеющих различные рычаги влияния – от налоговых до «противопожарных». А с учетом величины территории России телевидение имеет очень большое влияние на формирование общественного мнения.

Если же говорить о печатных СМИ, то они тоже во многом подвержены влиянию властей. Печатные СМИ играют довольно большую роль на выборах регионального и местного уровня. Разные регионы имеют различные модели взаимодействия власти и СМИ, структура корпуса собственников и учредителей СМИ различна для разных регионов, но в целом также можно говорить о сильной зависимости СМИ от власти. Там, где такая зависимость носит тотальный характер, а это имеет место, если говорить о региональных печатных изданиях, не только в некоторых национальных республиках, но, например, и в Москве, доминирование информации о поддерживаемых

властью участниками выборов носило тотальный характер. Например, в Москве, где за последние 10 лет была создана «империя государственных СМИ», где насчитывается около двух сотен окружных и районных газет, контролируемых московской администрацией и бесплатно доставляемых в каждый почтовый ящик, преобладание информации о партии «Единая Россия» и о кандидатах от этой партии в этих газетах в период федеральных выборов 2007-2008 годов действительно было практически полным.

В тех регионах, где администрация не в полной мере контролировала СМИ, перед выборами усилилось давление на неподконтрольные СМИ. Так, широкую огласку получили закрытие непосредственно перед выборами газеты «Город Орел»²⁷³.

Находясь в сильной зависимости от власти, российские СМИ в период избирательной кампании очень тесно взаимодействуют с основным участником выборов – администрацией, которая зачастую связывает их напрямую с избирательным штабом поддерживаемого администрацией претендента. Нарушение порядка информирования на российских выборах является неизбежным следствием состояния российских СМИ. Никакие законодательные ограничения не смогут предотвратить описанную ситуацию доминирования информации об одном из претендентов. При этом если правоприменительные и правоохранительные органы будут строго придерживаться правил, описанных в законе, это приведет к полному параличу деятельности СМИ, более того, вступит в противоречие с конституционным принципом свободы СМИ. Ситуацию может изменить лишь реальная дифференциация политической структуры общества, базирующаяся на децентрализации материальных и финансовых ресурсов.

Отметим также, что такая ситуация обусловлена также отсутствием ограничений на служебную деятельность лиц, замещающих государственные должности, в период избирательной кампании.

6.6.2. Соотношение информирования и агитации

Несмотря на то, что в Федеральном законе «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» 2002 года было дано более четкое определение агитации, оценивание того или иного материала или действия как агитационного или неагитационного остается делом субъективным. Закон устанавливает прерогативу суда и избирательных комиссий при вынесении такой оценки. Давать такую оценку приходится очень часто, поскольку агитация является важнейшим элементом избирательной кампании, а нарушение правил агитации, сопровождаемые нарушениями правил финансовой деятельности и запретов на использование должностного и служебного положения, могут повлечь за собой отмену регистрации или признание недействительными результата выборов. Кроме того, нарушение правил агитации может повлечь за собой серьезные административные последствия для нарушителей, в первую очередь – для средств массовой информации.

Рассмотрим некоторые коллизии, возникшие в связи с оценкой действий участников федеральных выборов 2007–2008 годов.

В разделе 6.4 мы упомянули о жалобах, поданных в период выборов депутатов Госдумы в ЦИК РФ, связанных с незаконной агитацией (по мнению заявителей) со стороны Президента РФ В.В. Путина и Председателя Правительства РФ В.А. Зубкова. Сами по себе высказывания приведены в указанном разделе, и они определенно содержат признаки агитации, перечисленные в части 2 статьи 48 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». В соответствии с этой нормой признаками агитации считаются, в частности, «выражение предпочтения какому-либо избирательному объединению», «описание возможных последствий в случае, если тот или иной список кандидатов будет допущен к распределению депутатских мандатов», «распространение информа-

²⁷³ См.: Новые Известия, 11.10.2007.

ции, в которой явно преобладают сведения о каком-либо избирательном объединении в сочетании с позитивными либо негативными комментариями», «деятельность, способствующая созданию положительного или отрицательного отношения избирателей к избирательному объединению».

Однако рабочая группа по информационным спорам ЦИК РФ посчитала, что высказывания Президента не имели целью побудить избирателей голосовать за «Единую Россию», не усмотрела в высказываниях Президента РФ признаков агитации и записала в своем решении следующее: «С учетом положений части 2 статьи 10 и части 1 статьи 55 Федерального закона (имеется в виду Федеральный закон «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации») в их системной взаимосвязи признаков предвыборной агитации в ответах Президента Российской Федерации на вопросы граждан не усматривается. В ответ на вопрос... он дал свою оценку общественно-политической и экономической ситуации в стране в начале и середине 1990-х годов, сравнил ее с существующим на настоящий момент положением дел и как глава государства оценил роль фракции «Единая Россия» в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации. В ответ на вопрос о «северном» стаже и «северных» пенсиях Президент Российской Федерации отметил, что на осенней сессии в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации, в том числе при поддержке фракции «Единая Россия» должны быть приняты соответствующие решения. В указанных ответах не усматривается признаков распространения агитационной информации. Иной подход означал бы, что Президент Российской Федерации в его публичных выступлениях в период избирательной кампании по выборам депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации пятого созыва не вправе упоминать какие-либо политические партии и соответствующие фракции в Государственной Думе. Однако такой запрет действующим законодательством не установлен»²⁷⁴.

Аргумент «он дал свою оценку, а не агитировал», встречается и в решении рабочей группы ЦИК РФ по жалобе на агитацию и использование служебного положения со стороны Председателя Правительства РФ (см. выше).

Не усмотрев в высказываниях Путина и Зубкова признаков агитации, ЦИК РФ отказался признавать нарушение запрета на использование должностного и служебного положения.

Очевидные признаки агитации содержались в статье Председателя Государственной Думы Б.В. Грызлова «Путин остается лидером России», опубликованной 17 октября 2007 года (до начала разрешенной агитации в СМИ) в «Российской газете»²⁷⁵. Вот выдержки из этой статьи:

«"Единая Россия" – не просто одна из многих партий. Она создавалась, чтобы придать стране прочность. И эту задачу партия выполняет. Решение президента возглавить наш список еще раз подчеркнуло то, что было ясно изначально: "Единая Россия" – партия Путина... И после победы на декабрьских выборах, в условиях обновления власти, наша партия станет тем инструментом, который обеспечит проведение его курса... Конституционное большинство "Единой России" стало за эти годы надежной опорой политики президента... Впервые в истории современной России мы доказали: популярная партия – это не обязательно популистская партия... Партия "Единая Россия" – первая эффективная партия, созданная на основе объединения, а не раскола. Мы доказали, что люди разных взглядов могут объединиться вокруг общей цели – возрождения России. Мы объединились вокруг Владимира Путина, вокруг Плана Путина, стратегии развития страны».

Эти высказывания также не были признаны ЦИК РФ агитацией. В решении рабочей группы ЦИК РФ по информационным спорам в связи с жалобой на эту статью записано:

²⁷⁴ Решение Рабочей группы по информационным спорам и иным вопросам информационного обеспечения выборов от 26 октября 2007 года.

²⁷⁵ См.: <http://www.rg.ru/2007/10/17/grizlov.html>.

«Статья Б.В. Грызлова «Путин остается лидером России» содержит авторский анализ внутреннего положения в России и международной обстановки. По тексту статьи деятельность Президента Российской Федерации В.В. Путина рассматривается как деятельность главы государства (статья 80 Конституции Российской Федерации).

Публикация соответствует текущей информационной политике организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, направленной на наиболее полное информирование избирателей о выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации пятого созыва и об участвующих в них политических партиях, находится в рамках информационного пространства созданного политическими партиями в ходе текущей избирательной кампании....

Поскольку рассматриваемый материал является информационным, редакция «Российской газеты» не может быть привлечена к ответственности за размещение агитационного материала до начала агитационного периода в средствах массовой информации и без оплаты его из средств избирательного фонда».

Однако к публикациям, «информирующим» о деятельности других партий, избирательные комиссии относились с намного более строгими мерками. Так, например, рабочая группа ЦИК РФ нашла и цель, и признаки агитации в газете партии «Патриоты России». Для нахождения цели ЦИК РФ использовала следующую формулировку: *«...о наличии агитационной цели может свидетельствовать, в частности, систематическое (в нескольких материалах в периодическом печатном издании) и тенденциозное (с устойчивым преобладанием позитивных или негативных оценок) освещение конкретной, связанной с избирательными кампаниями политических партий, с отдельными кандидатами темы, или же явно тенденциозная компиляция материалов разных авторов, посвященных такой теме»²⁷⁶*. Поскольку в рассматриваемой газете «информация о деятельности политической партии «ПАТРИОТЫ РОССИИ» и ее лидера Геннадия Семигина преподносится исключительно с позитивными комментариями, в то время как информация о политических партиях «ЕДИНАЯ РОССИЯ» и «СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ» – с негативными», постольку ЦИК РФ усматривает в материалах газеты признаки незаконной агитации и рекомендует привлечь газету к административной ответственности.

Интересно, что на том же заседании рабочей группы ЦИК РФ по информационным спорам не была признана агитационной программа «Воскресное время», транслировавшаяся 18 ноября 2007 года в эфире ОАО «Первый канал». Между тем, эта программа, была «явно тенденциозной компиляцией материалов разных авторов» о партиях, участвовавших в выборах, – СПС, КПРФ, «ЯБЛОКО», ЛДПР, «Единая Россия», причем лишь одна партия была представлена в положительном свете. Очевидно, что природа упомянутой газеты «Патриоты России» и программы «Воскресное время» одинакова, очевидно, что оба материала имеют агитационную направленность, разница лишь в том, какой избирательный штаб заказывал эти материалы, да еще и в широте аудитории этих материалов. Реакция же ЦИК РФ вполне четко характеризует реальную роль ЦИК РФ при проведении выборов.

Содержащими признаки агитации признавались рабочей группой ЦИК РФ и некоторые другие материалы, не касающиеся партии «Единая Россия». Так, агитационным было признано высказывание кандидата В.И. Шандыбина относительно кандидата Л.Б. Нарусовой *«население нерадостно это воспримет», «ей давали разные прозвища, типа «Мисс скандалистка»²⁷⁷*. Также агитационной была признана передача «К барьеру!», показанная в эфире НТВ 28 сентября 2007 года. В передаче вели дискуссию представители партий ЛДПР и «Яблоко», бывшие на тот момент кандидатами в депутаты Государственной Думы. Понятно, что такая передача, имеющая широкую аудиторию, могла оказать влияние на общественное мнение, и в ней «преобладала информация» только о двух партиях, ни одна

²⁷⁶ Решение Рабочей группы по информационным спорам и иным вопросам информационного обеспечения выборов от 21 ноября 2007 года.

²⁷⁷ Решение Рабочей группы по информационным спорам и иным вопросам информационного обеспечения выборов от 8 октября 2007 года.

из которых не была «Единой Россией». Представляется, что именно последнее обстоятельство и повлияло на признание передачи агитационной, хотя формально рабочая группа ссылалась на наличие критики, запрещенной в период избирательной кампании на телевидении²⁷⁸. В этом решении рабочей группы ЦИК РФ не упоминается вопрос о наличии у авторов передачи «агитационной цели». Не рассматривается также версия, не являлись ли высказывания участников передачи *«авторским анализом внутреннего положения в России и международной обстановки»*.

Впрочем, основную роль в «соблюдении законности» агитации соперников «Единой России» играла не ЦИК РФ, а избирательные комиссии субъектов Федерации и местные правоохранительные органы. Это связано с меньшей масштабностью агитационных мероприятий партий – соперников «Единой России».

Красноярский крайизбирком узрел незаконную агитацию в печатных изданиях КПРФ, поскольку там содержалась критика «Единой России» (хотя критика запрещена только на телеканалах), и дал предписание об изъятии агитационных материалов²⁷⁹.

Астраханский облизбирком нашел «досрочную агитацию» за «Справедливую Россию» (точнее – размещение агитационных материалов до официального начала агитационной кампании в СМИ) в газете «Житель»²⁸⁰. Мировой судья наложила штраф на редактора газеты и постановила изъять ее тираж, чем и начала тут же заниматься местная милиция.

Свердловский облизбирком усмотрел агитацию в телевизионном ролике КПРФ. Этот избирком проявил догадливость, увидев в ролике запрещенную критику других участников выборов: там присутствовала фраза «Победим партии власти»²⁸¹.

Избирательная комиссия Республики Чувашия через 6 дней после представления материала в комиссию обнаружила, что силуэт, изображенный в агитационном материале чувашских спавороссов «Справедливая Россия в Чувашии», похож на Президента Чувашской Республики. По возбужденному комиссией административному делу мировой судья оштрафовал региональное отделение «Справедливой России» на 50 тысяч рублей (максимально предусмотренная сумма штрафа) и постановил изъять агитационный материал.

К сожалению, подавляющее большинство решений, принятых региональными избирательными комиссиями, а чаще – их рабочими группами по информационным спорам, труднодоступны.

Иллюстрация 18. Информирование избирателей

