

УДК 34.4414

Виды избирательных технологий с точки зрения юриспруденции**Купцов О.П.**

Ассистент кафедры государственного и административного права Самарского государственного университета

В статье автор пытается классифицировать такое новое и еще не изученное явление как избирательные технологии. Несмотря на то, что такие технологии давно вошли в практику избирательных кампаний, правовое осмысление избирательных технологий еще не состоялось. Изучение предложенных неюридическими науками типологий избирательных технологий позволило автору сформулировать собственный правовой подход к обозначенной задаче.

Ключевые слова: избирательный процесс, избирательные технологии, политическая реклама, избирательные правонарушения, информационные технологии, политические технологии, избирательное право.

Избирательные технологии – сравнительно новое, малоизученное явление отечественной политики и права. До настоящего времени отсутствует сложившееся понимание избирательных технологий как в политических науках, так и в юриспруденции. Это также касается и видов избирательных технологий: в исследованиях различного толка можно встретить большое разнообразие классификаций избирательных технологий, однако основания, по которым дается та или иная классификация, как правило, диаметрально противоположны, взаимно пересекаются, что, в конечном итоге, значительно обедняет саму сущность избирательных технологий и затрудняет их исследование.

Вопросы классификации избирательных технологий раскрываются, в основном, в работах политологов. Так, например, С.К. Парамонова классифицирует избирательные технологии на основании степени их соответствия этическим нормам проведения избирательной кампании [1, с. 28-30].

В. Комаровский и М. Анохин подразделяют избирательные технологии по характеру воздействия на избирателей на «прозрачные», «манипуляторские» и технологии дискредитации противника [2, с. 28-30].

Н.Н. Манько дифференцирует избирательные технологии на информационные и административные. В свою очередь, информационные технологии автор делит на технологии маркетингового и немаркетингового типа. Кроме того, по степени воздействия избирательные технологии классифицируются автором на жесткие и мягкие [3, с. 12].

А.А. Никитин приводит следующие основания классификации избирательных технологий: 1) тип коммуникационного воздействия; 2) стадии избирательного процесса; 3) направленность воздействия; 4) средства избирательных технологий; 5) масштаб воздействия; 6) период воздействия; 7) источник воздействия; 8) средства воздействия; 9) правовой характер [4, с. 151].

С последним автором стоит согласиться, в частности, в том, что правовая основа избирательных технологий составляет одно из оснований их дифференциации, а, кроме того, имеет самостоятельное значение для исследования. В связи с этим представляет интерес именно правовая классификация избирательных технологий.

Обращение к литературе позволило найти несколько мнений ученых-правоведов по этому вопросу. Так, С.В. Загайнов предлагает разбить всю совокупность избирательных технологий на три большие группы: избирательные технологии в «чистом» виде, т.е. законные, объектом которого является избиратель; технологии, применяемые на разных стадиях избирательного процесса, которые имеют политический характер и первоочередным объектом которых является не избиратель (технологии манипулирования нормами избирательного законодательства, датой выборов и другие); вспомогательные технологии, которые помогают ориентироваться в избирательном пространстве и применить в нужный момент необходимые избирательные технологии. К ним автор относит: социологические опросы, анализ СМИ и т.п. [5, с. 48-49].

Другие правоведы предлагают классификацию избирательных технологий в зависимости от направленности их применения на:

- технологии, объектом которых является избиратель;
- избирательные технологии, влияющие на избирательный процесс, как систему действий, процедур, сроков, установок и т.п.
- вспомогательные технологии [6, с. 41-44].

Анализ научных источников позволяет утверждать, что чаще всего избирательные технологии подразделяют на законные и незаконные (противозаконные). Представляется, что такая классификация слабо отвечает целям дифференциации явления, поскольку и среди предусмотренных законом избирательных технологий существуют такие, которые несут негативный эффект (например, отмена регистрации в качестве кандидата за мнимое правонарушение).

Что же касается противозаконных избирательных технологий, то следует заметить, что к противозаконным технологиям правильнее применять понятие «правонарушения в избирательной сфере», поскольку они прямо запрещены законодательством с установлением за их совершение специальных санкций. В политических науках совершение, например, подкупа избирателей нередко также относят к своего рода «технологии». Однако, с юридической точки зрения, правовые технологии могут быть только законными. Противозаконные действия не относятся к технологиям, поскольку представляют собой нарушение норм права. Избирательные технологии – политико-правовое понятие, которое охватывает исключительно методы политической борьбы, положительно воспринимаемые обществом. Избирательные технологии не могут включать в себя правонарушения, в противном случае происходит терминологическое смешение легальных и нелегальных явлений.

В связи с этим нельзя согласиться с утверждениями некоторых авторов о том, что фальсификации всех видов, распространение клеветы, подкуп и давление на избирателей также относятся к избирательным технологиям, их незаконному виду [7, с. 49; 8, с. 211-212; 9, с. 112-123].

Изложенное позволяет заключить, что подразделение избирательных технологий на законные и противозаконные некорректно. С юридической точки зрения, более правильно дифференцировать избирательные технологии на предусмотренные и не предусмотренные законом (правовые и неправовые технологии).

К правовым технологиям (то есть к тем, применение которых предусмотрено действующим законодательством) можно отнести, например, благотворительную помощь и пожертвования; выпуск и распространение печатных, аудиовизуальных

и иных агитационных материалов; использование средств массовой информации в проведении избирательной кампании; опросы общественного мнения в интересах кандидата или избирательного объединения; сбор подписей избирателей в поддержку выдвижения кандидатов, списков кандидатов; привлечение к предвыборной агитации несовершеннолетних граждан, а также органов публичной власти и т.д.

Неправовыми избирательными технологиями можно назвать группу действий, которые по факту находят свое применение в избирательной кампании, но их использование не отражено в законодательстве. Это, например: экспертные интервью, мониторинг и контент-анализ СМИ; психотехнологии (манипуляции с цветовой палитрой агитационных материалов, звуками); провокации, акции психологического террора; выдвижение кандидатов, не имеющих цели избрания на выборах; технология демонстрации возможностей (публичное проявление силы, ресурсов, возможностей политика) и т.д.

Невозможно перечислить все избирательные технологии, которые используются на практике и не урегулированы законодательством. Их объем постоянно меняется вместе с потребностями избирательных кампаний и развитием общественных избирательных отношений. Однако и предусмотренные законодательством избирательные технологии трудно поддаются выявлению в силу размытости и неисследованности самого понятия «избирательные технологии». Например, законодательство России знает термин «политическая реклама» [10], однако не раскрывает его содержания, несмотря на то, что политическая реклама уже давно является неотъемлемой частью жизни нашей страны.

Применение классификации избирательных технологий на правовые и неправовые позволяет утверждать о чрезвычайно гибкости их перечня. Избирательное законодательство России постоянно развивается, вовлекая в свою орбиту все новые методы ведения политической борьбы, которые ранее не охватывались нормами права. Характерным новшеством в этом смысле является регулирование освещения избирательных кампаний электронными сетевыми средствами массовой информации, которые в настоящее время, как и традиционные СМИ, вправе «организовывать совместные мероприятия с участием кандидатов и представителей политических партий и осуществлять их трансляцию (обнародование) на каналах организаций телерадиовещания, в электронных сетевых изданиях» [11].

Более того, сам по себе процесс нормотворчества в сфере избирательных отношений некоторыми авторами справедливо рассматривается как особый тип избирательных технологий, «наиболее благоприятствующего для находящихся у власти политических сил; технологии, в наибольшей степени отражающие сущность административного ресурса»

[12, с. 141-144]. Анализ изменений в избирательном законодательстве последних десяти лет позволяет утверждать, что совпадение поправок и парламентских электоральных циклов обеспечивает, помимо прочего, необходимые голоса избирателей для соответствующих политических сил, что может быть отнесено к сфере избирательных технологий [13, с. 141-146].

Итак, в заключение необходимо сказать, что, с точки зрения права, избирательные технологии имеют смысл классифицировать, исходя из критерия наличия или отсутствия нормативного регулирования данной избирательной технологии в действующем законодательстве. Применительно к целям настоящего исследования можно предложить базовую правовую классификацию, при которой все избирательные технологии делятся на: 1) урегулированные нормативными правовыми актами (правовые); 2) неправовые (неюридические) технологии.

Литература:

1. Парамонова С.К. Политический маркетинг в России: программирование поведения электората с помощью политических методик и технологий: автореф. дис. ... канд. полит. наук. – М., 2008. – 232 с.
2. Анохин М., Комаровский В. Политика: возможность современных технологий. – М.: РАГС, 1998. – 156 с.
3. Манько Н.Н. Избирательные технологии в российском политическом процессе: дис. ... канд. полит. наук. – М., 2006. – 173 с.
4. Никитин А.А. Классификации избирательных технологий // Исторические, философские, политические и юридические науки, культуроло-
5. Загайнов С.В. Избирательный процесс в современной России: конституционно-правовой аспект: дис. ... канд. юрид. наук. – Майкоп: Московский открытый социальный университет, 2006. – 195 с.
6. Болдырев С.Н. Юридические (законодательные) технологии выборов: проблемы теории и практики // Общество и право. – 2010. – № 3. – С. 41-44.
7. Мальцева Н.М. Грязные избирательные технологии: Мифы и реальность. – М.: Изд-во: ОАО «Типография "Новости"», 2003. – 208 с.
8. Политаев П.П. Влияние трансформации избирательной системы на рост противоправных избирательных технологий в современной России // Вестник МГОУ. – Серия «История и политические науки». – 2013. – № 5. – Т. 2. – С. 209-213.
9. Соловьев С.Г., Макаров З.В. К вопросу о денежном подкупе избирателей на муниципальных выборах // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – Серия: Право. – 2012. – № 7(266) – С. 112-115.
10. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» // СЗ РФ. – 2006. – № 12. – Ст. 1232.
11. Федеральный закон от 22 февраля 2014 г. № 20-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» // СЗ РФ. – 2014. – № 8. – Ст. 740.
12. Никитин А.А. Изменения электорального законодательства как форма избирательных технологий // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 1-2. – С. 144-147.
13. Никитин А.А. Изменения электорального законодательства как форма избирательных технологий // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 1-2. – С. 144-146.

Types of electoral technologies from the perspective of jurisprudence

O.P. Kuptcov
Samara State University

The author of the paper tries to classify a new and yet unknown phenomenon of election technologies. Despite the fact that such technology has been in practice for electoral campaigns, legal interpretation of election technologies have not yet taken place. Based on the analysis of typologies of election technologies in non-juridical sciences, the author formulates his own legal approach to the stated phenomenon.

Key words: the electoral process, electoral systems, political advertising, election offences, information technology called, political technologies, electoral right.