В АТМОСФЕРЕ СВОБОДЫ И ЧЕСТНОСТИ

Известно, что критерии и стандарты проведения демократических, свободных, справедливых выборов, отраженные в документах ООН, ОБСЕ и других международных организаций, воплощены в таких основных актах избирательного законодательства, как Конституция и Избирательный кодекс Республики Узбекистан.

В соответствии с международными обязательствами в Республике Узбекистан обеспечиваются юридические гарантии для борьбы между политическими партиями на основе равенства перед законом, свободного изложения кандидатами и избирателями своих взглядов и оценок, их беспрепятственного обсуждения и свободного голосования, обеспечивается беспрепятственный доступ к средствам массовой информации (СМИ) для политических партий и избирателей, предусматривается присутствие национальных и иностранных наблюдателей и т.д.

Период предвыборной агитации представляет собой пик избирательной кампании. В это время кандидаты предпринимают наиболее активные усилия для того, чтобы их политические программы стали более узнаваемыми и привлекательными, и они в результате получили максимальную поддержку избирателей. На практике у участников избирательной кампании возникает желание использовать наиболее эффективные формы и способы ведения предвыборной агитации.

Современное избирательное право в зарубежных странах характеризуется внедрением широкого арсенала средств избирательных технологий, в которую вовлечены сотни тысяч человек: различного рода группы поддержки, активисты и члены избирательных комиссий, руководящие партийные органы, чиновники государственного аппарата, кандидаты на выборные должности, действующие депутаты, правоохранительные органы, судебная система, массовые общественные организации, иностранные наблюдатели и т.п. Угрозу свободным и альтернативным выборам представляют так называемые «грязные» избирательные технологии, связанные с использованием свободы проведения агитации в целях распространения клеветнических измышлений, компрометирующих материалов в отношении тех или иных кандидатов.

Избирательные законы зарубежных стран, как правило, весьма подробно регламентируют проведение избирательной кампании.

Во–первых, четко устанавливаются сроки (а иногда и территория) проведения избирательной кампании. Обычно избирательная кампания официально начинается с момента объявления либо регистрации кандидата (партийного списка) и прекращается за 1 — 2 суток до начала голосования.

Во-вторых, порядок предоставления кандидатам и партиям для предвыборной агитации государственные средств массовой информации.

В-третьих, определяются условия и порядок финансирования избирательной кампании. Так, в ряде стран (США, Япония, Великобритания) закон устанавливает максимум допустимых расходов на проведение избирательной кампании. Законодательство также устанавливает в большинстве стран максимальный размер пожертвований от частных лиц в пользу кандидатов и партий, определяет размер и условия возможного государственного субсидирования избирательной кампании. Финансирование избирательной кампании из анонимных и иностранных источников, как правило, строго запрещается.

Знакомясь с зарубежным опытом правового регулирования, практикой проведения избирательной кампании, приходишь к выводу – избирательная система в нашей стране соответствует общепринятым в мире принципам и стандартам. Она определяет уровень политической зрелости гражданских институтов, избирателей, который растет из года в год.

Так, согласно статье 98 Избирательного кодекса Республики Узбекистан, расходы, связанные с

подготовкой и проведением выборов в Олий Мажлис Республики Узбекистан, местные Кенгаши, производятся за счет средств Государственного бюджета Республики Узбекистан.

Глава 9 Избирательного кодекса посвящена вопросам правового регулирования предвыборной агитации. Статья 44 характеризует предвыборную агитацию как деятельность, осуществляемая в период избирательной кампании и направленная на побуждение избирателей к голосованию за кандидата или политическую партию. В данной статье также определяется начало предвыборной агитации, которое начинается со дня, следующего за последним днем, установленным для регистрации кандидатов.

Запрещение предвыборной агитации не только в день выборов, но и за день до начала голосования. Это предоставит избирателям дополнительное время, чтобы еще раз обдумать свое решение, а также исключит возможность различных злоупотреблений и нарушений накануне голосования. Думается, что мораторий на осуществление предвыборной агитации за день до голосования позволит снизить «внешнее» давление и создаст возможности для самостоятельного и взвешенного выбора избирателями.

Основными формами (способами) агитации в ходе избирательной кампании являются проведение предвыборных собраний и митингов, печатных статей в газетах, расклейка предвыборных афиш и плакатов, выступления по радио и телевидению. Так, согласно ст.45 Избирательного Кодекса определены виды, формы, методы предвыборной агитации.

Предвыборная агитация направлена в первую очередь на распространение информации о кандидатах либо призыв к гражданам принять участие в голосовании. Вместе с тем, неправильно полагать, что распространение любой информации о кандидатах может расцениваться как предвыборная агитация. Таковой является только распространение информации, которая имеет целью побудить или фактически побуждает избирателей голосовать за определенных кандидатов или против них. Поэтому для того, чтобы какую-либо информационную акцию признать предвыборной агитацией, необходимо установить, что ее проведение направлено на формирование у избирателей мотивации голосовать за или против определенных кандидатов.

Одной существенной особенностью избирательного законодательства становится четкое информационное обеспечение избирательных кампаний и особенно конечных результатов голосования и выявления победителей, стремление обеспечить принцип равенства при использовании агитационных материалов в СМИ, запрещение недозволенных приемов в агитационной и пропагандистской деятельности.

В ст.46 Кодекса закреплено, что при проведении агитации обеспечиваются равные условия доступа к государственным СМИ путем бесплатного предоставления одинакового по объему эфирного времени и печатной площади. В государственных СМИ может выделяться эфирное время или печатная площадь также на платной основе. В негосударственных средствах массовой информации может выделяться эфирное время или печатная площадь в соответствии с законодательством. Условия оплаты за эфирное время, печатную площадь, определяемые средствами массовой информации и иные требования должны быть равными и одинаковыми для всех. Порядок, объем и время использования средств массовой информации в целях агитации определяются соответствующей избирательной комиссией по согласованию с политическими партиями. Так, Центральная избирательная комиссия Республики Узбекистан 5 октября 2019 года приняла Постановление №950 “Об утверждении положения о порядке проведения предвыборной агитации кандидатов в депутаты Законодательной палаты Олий Мажлиса Республики Узбекистан, областных, районных и городских кенгашей народных депутатов”.

Нередко в ходе предвыборной агитации возникают серьезные столкновения политических позиций представителей различных политических партий. Вместе с тем некоторые кандидаты, желая

усилить агитационное воздействие на избирателей, пытаются нарушить границы юридически и этически дозволенного. Игнорирование установленного порядка проведения предвыборной агитации может иметь для нарушителей самые серьезные последствия. Законодательством многих стран мира предусмотрены правила предвыборной агитации, за нарушение которых может последовать снятие кандидатов с регистрации, а при определенных обстоятельствах они могут привести к признанию выборов недействительными. Поэтому участникам избирательных кампаний необходимо очень хорошо знать правила проведения предвыборной агитации и быть информированными о предоставленных им правах и гарантиях. Знание правовой стороны предвыборной ситуации в определенных случаях позволит кандидатам защитить себя от неправомерных действий со стороны своих оппонентов в избирательной кампании.

Учитывая уровень развития демократии в обществе и правосознания населения необходимо усилить участие СМИ в проведении выборов, которое следует начинать задолго до выборов и условно разделить этот процесс на несколько этапов, каждый из которых служит реализации определенных целей и задач. Первый этап должен быть направлен на обеспечение полной информированности избирателей об их правах и обязанностях по отношению к выборам, достижение достаточного уровня избирательной и гражданской активности избирателей.

На втором этапе СМИ в это время должны работать оперативно, вовремя информировать граждан о технологии проведения выборов (где, когда и как голосовать), разъяснять порядок выдвижения кандидатов, знакомить население с их платформами, взаимодействовать с избирательными комиссиями, политическими партиями, органами самоуправления граждан и т.д. Третий этап деятельности СМИ в период выборов должен охватывать вопросы, связанные с подведением итогов проведения выборов, анализом допущенных нарушений, извлечением уроков.

Избирательным законодательством Республики Узбекистан созданы все условия для проведения избирательной кампании в атмосфере свободы и честности, свободного изложения кандидатами и избирателями своих взглядов и оценок, их беспрепятственного обсуждения и свободного голосования.

О.Мухамеджанов,
профессор ТГЮУ