

<sup>3</sup> Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 28.12.2013) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2014) // "Парламентская газета", N 151-152, 10.08.2000.

<sup>4</sup> Указ Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 "О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года"

<sup>5</sup> Указ Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 "О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года"

<sup>6</sup> Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://gks.ru/> (дата обращения: 18.02.2020).

## ECONOMY AS A FUNCTION OF THE STATE

© 2020 Torop Sergey Sergeevich  
Student

Samara state University of Economics  
E-mail: [torop.99@icloud.com](mailto:torop.99@icloud.com)

**Keywords:** state, functions, economy, ecology, social security, security, power, rights, freedom.

This article describes the concept of the state, its main function in the face of the economy as fundamental for the creation and implementation of tasks set by other functions of the state. The analysis of the economic development and situation of the Russian Federation is carried out. The existing problems, ways to solve them, what is being done to solve the problems, and what actions are being taken to create a favorable economic growth. How the government affects the economy and regulates inflation. Let's assess the current state of the Russian economy.

УДК 342

Код РИНЦ 10.00.00

## РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПРОВЕДЕНИИ ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ

© 2020 Уденцова Наталья Сергеевна\*  
студент

© 2020 Яхина-Гимранова Насима Ильясовна\*  
студент

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: [Udenzova\\_Natasha@mail.ru](mailto:Udenzova_Natasha@mail.ru), [yg.nasima@mail.ru](mailto:yg.nasima@mail.ru)

**Ключевые слова:** средства массовой информации, предвыборная агитация, избирательные правоотношения, правовое регулирование, информирование граждан, массовое сознание, референдум.

---

\* Научный руководитель - Сидорова Анна Викторовна, старший преподаватель.

В данной статье рассматривается роль средств массовой информации в проведении предвыборной агитации, раскрываются их позиции в избирательной системе РФ, описываются случаи нарушения ответственности за нарушение избирательного законодательства.

В век информационных технологий СМИ являются активным субъектом избирательных правоотношений. Они играют значимую роль в формировании общественного мнения в агитационный период<sup>1</sup>. Предвыборная агитация подразумевает такую деятельность, которую осуществляют в период избирательной кампании по выборам Президента РФ<sup>2</sup> или которая имеет цель побудить носителей активного избирательного права отдать свой голос за федеральный список кандидатов (федеральные списки) или против него (них). Граждане РФ, политические партии, а также иные общественные объединения вправе в допускаемых законом формах и легальными методами проводить данную агитацию. В свою очередь государство гарантирует и обеспечивает им свободу их осуществления<sup>3</sup>.

Если рассматривать с точки зрения эффективности воздействия на избирателя, предвыборная агитация через СМИ уступает прямому общению и адресной рассылке. Следом за СМИ идут агитационные материалы, которые не направлены какой-то конкретной публике, к примеру, наружная реклама, раздаточные материалы, сувенирная продукция и другие. При всем этом СМИ все же охватывает больший объем аудитории<sup>4</sup>.

Предвыборной агитацией, осуществляемой в период избирательной кампании, признается следующее: выражение своего предпочтения какому-либо кандидату либо избирательному объединению; призыв голосовать за или против него (них); распространение информации, возможно, с позитивными либо негативными комментариями, в которой присутствуют сведения о кандидате (кандидатов) или избирательном объединении; деятельность, которая может поспособствовать складыванию положительного или негативного впечатления о зарегистрированных носителях пассивного избирательного права, а также распространение информации об их деятельности, которая может быть никак не связана с его исполнением должностных обязанностей, и другие<sup>2</sup>.

Следует отметить, что предвыборная агитация проводится любыми незапрещенными российским законодательством методами, основными из которых являются проведение агитационных мероприятий, освещение на телевизионных каналах и радио, а также выпуск печатных изданий<sup>5</sup>. Однако последнее в наше время постепенно утрачивает свою силу, так как информация, находящаяся на электронных носителях, сильнее воздействует на людей в силу развития современного общества.

Федеральным законом кандидатам и избирательным объединениям в период проведения агитации запрещается<sup>6</sup>:

- подкупать избирателей (участников референдума) материальными ценностями;
- бесплатно раздавать товары, за исключением аксессуаров, которые были сделаны по случаю выборов;
- давать обещания в будущем обеспечить их материальными благами.

В период избирательной кампании, кампании референдума запрещено проведение основанных на риске игр, в которых участие в розыгрыше призов или выигрыш зависит от результатов выборов (референдума).

На всех этапах информационного обеспечения выборов СМИ вправе информировать избирателей в соответствии с требованиями законодательства о выборах. Информа-

ция должна быть объективной, достоверной, соблюдать равенство прав политических партий и кандидатов потому, как предвыборная борьба оказывает большое влияние на предпочтения избирателей, а значит и на исход выборов. Под правилом равенства кандидатов и политических партий понимается неприемлемость умалчивания информации об одних кандидатах (политических партиях) и предоставления сведений о деятельности других, оглашения негативной информации или предвзятого отношения к ним.

Чтобы создать справедливые условия для всех кандидатов, российским законодательством предусмотрены следующие нормы:

- все кандидаты обладают равными правами и несут равные обязанности;
- прошедшие регистрацию кандидаты имеют право с использованием денежных средств своих избирательных фондов и от своего имени осуществлять агитацию в любых легальных формах и любыми разрешенными методами;
- содержание материалов, которые размещаются в СМИ или распространяются другим способом, должно быть объективным, оно не должно нарушать равенство кандидатов или избирательных объединений;
- предвыборная агитация на каналах телевидения, в печатных изданиях проводится в период, начинающийся за 28 дней до дня голосования и прекращающийся в полночь по местному времени того дня, который предшествует дню голосования.

Не менее важным является то, что зарегистрированным кандидатам и избирательным объединениям отводится на равных условиях бесплатное и платное эфирное время, общий объем которого не должен составлять менее 60 минут по рабочим дням на каждом из каналов, на телерадиоканалах государственного и муниципального значений.

Проанализировав федеральные законы, можно заметить, что по отношению к СМИ законодательно установлены ограничения. К ним относятся следующие: не допускается распространять прогнозы результатов выборов и референдумов в течение пяти дней до дня голосования и в день его проведения, опросы мнения избирателей и других исследований, в том числе разглашать их с помощью информационных сетей; на время участия в выборах кандидаты, занимающие должности государственных служащих или работающие в организациях СМИ, обязаны освободиться от своих служебных обязанностей. Также законом предусмотрено то, что негосударственные СМИ, которые были созданы менее чем за один год до начала избирательной кампании, не могут предоставлять печатную площадку и эфирное время зарегистрированным кандидатам и избирательным объединениям, исключение составляет лишь негосударственные периодические печатные издания, которые образованы избирательными объединениями.

Важным недостатком на сегодняшний день остается несбалансированное правовое регулирование деятельности СМИ. Для того чтобы их работа в период проведения предвыборной агитации осуществлялась без нарушений, необходима правовая регламентация, которая будет способна в случае возникновения проблем их устранить. Неправомерные действия СМИ представляют опасность, так как именно они способствуют окончательно принятию решения в выборах.

В связи с этим в КоАП предусмотрен ряд случаев наложения административной ответственности за нарушение равенства кандидатов в проведении агитационных мероприятий. В качестве субъектов правонарушений выступают главные редакторы и организации, занимающиеся теле- и (или) радиотрансляцией<sup>7</sup>.

1. Непредоставление зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям бесплатной площадки для проведения агитации.
2. Нарушение процедуры выделения и распределения печатной площади и бесплатного или платного эфирного времени для проведения агитации.
3. Утаивание в периодических печатных изданиях источника выплаты за материал.
4. Выход в эфир или издание агитационных материалов, оплаченных не из средств избирательного фонда.
5. Проявление предпочтения редакцией периодического печатного издания определенному кандидату (избирательному объединению) путем повтора выхода периодического издания и смены тиража.

Таким образом, в современном обществе СМИ является неотъемлемой частью информационного обеспечения избирательного процесса, так как они способны оказывать воздействия на решения избирателей.

---

<sup>1</sup> Сидорова А.В. Правонарушения в Интернет-пространстве: классификация, характерные особенности и субъекты // Материалы Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых: Социальное поведение молодежи в Интернете: новые тренды в эпоху глобализации. Самара, 2015. С. 296-297.

<sup>2</sup> Федеральный закон от 10.01.2003 N 19-ФЗ (ред. от 11.12.2018) "О выборах Президента Российской Федерации" // СПС КонсультантПлюс (дата обращения 02.03.2020).

<sup>3</sup> Федеральный закон от 22.02.2014 N 20-ФЗ (ред. от 29.05.2019) "О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации" // СПС КонсультантПлюс (дата обращения 02.03.2020).

<sup>4</sup> Подвинцев О. Б. Псефология: наука о выборах: учебн. пособие для студ. спец. "Политология" / Перм. гос. ун-т. - Пермь, 2007. - 116 с.

<sup>5</sup> Калашникова Е.Б., Котыхова А.А. Значение судебной практики для укрепления законности и развития правовой системы российской Федерации // Сборник статей VI Международного научно-исследовательского конкурса: ДОСТИЖЕНИЯ ВУЗОВСКОЙ НАУКИ. 2018. С. 199-201.

<sup>6</sup> Федеральный закон от 12.06.2002 N 67-ФЗ (ред. от 29.05.2019) "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации" // СПС КонсультантПлюс (дата обращения 02.03.2020)

<sup>7</sup> Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 01.03.2020) // СПС КонсультантПлюс (дата обращения 02.03.2020).

## THE ROLE OF THE MEDIA IN CONDUCTING ELECTION CAMPAIGNING

© 2020 Udentsova Natalya Sergeevna  
Student

© 2020 Yakhina-Gimranova Nasima Ilyasovna  
Student

Samara State University of Economics  
E-mail: Udenzova\_Natasha@mail.ru, yg.nasima@mail.ru

**Keywords:** mass media, election campaigning, electoral legal relations, legal regulation, informing citizens, mass consciousness, referendum.

This article discusses the role of the media in conducting election campaigns, reveals their positions in the electoral system of the Russian Federation, describes cases of imposition of liability for violation of the electoral law.

УДК 347.9  
Код РИНЦ 06.00.00

## ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЗАЩИТЫ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ В ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ

© 2020 Фадеев Алексей Владимирович  
старший преподаватель  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: yuliarudneva66@mail.ru

**Ключевые слова:** общедоступная информация, информация ограниченного доступа, конфиденциальная информация, судопроизводство, гражданский процесс, принципы состязательности и гласности.

Рассмотрены сущность права на свободную информации в соответствии с нормативно-правовыми актами РФ, классификация информации. Раскрыто содержание конфиденциальной информации, а также принципы правосудия в гражданском процессе с учетом обеспечения защиты конфиденциальной информации. Освещены спорные моменты защиты частных и государственных интересов в свете охраны конфиденциальной информации в РФ.

В условиях развития цифрового пространства все более актуальными становятся вопросы сохранности информации, возникающие в связи с необходимостью ее аккумуляции, передачи и распространения. Решение данных вопросов приводит к неизбежности изменений норм как материального, так и процессуального права<sup>1</sup>.

Свобода информации, если рассматривать ее как свободу мысли, слова, охраняется Основным законом государства - Конституцией РФ. В отражении человеческого познания мира рождается мысль, выражающая то представление, взгляды и убеждения, которые формируются в процессе познания. Ни человеческие убеждения, ни его представления о мире регулироваться правом не могут и именно Конституция выступает тем гарантом свободы человека от вмешательства государства в тот процесс, в результате которого происходит создание собственного мнения гражданина.

Мысли и слова всегда несут в себе информацию. Но, если мысли, неозвученные вслух не могут нарушить ничье личное пространство, то мысли, выраженные в словах представляют информацию, способную как принести пользу, так и вред, в зависимости от того, к чему они призывают: к созиданию или разрушению, прогрессу или насилию.

Именно в целях недопущения нарушения чьих-либо прав, возникает необходимость ограничить распространение информации.

Свобода информации охраняется законом, и только на основании соответствующих нормативно - правовых актов можно определить перечень сведений, свободная передача,