

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**КЫРГЫЗСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Ж. БАЛАСАГЫНА**

Диссертационный совет Д. 12.10.419

На правах рукописи
УДК 342.8(575.2)(043.3)

СМАИЛОВА АСЕЛ АСЫЛБЕКОВНА

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ
В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

Специальность: 12.00.02 – конституционное право, муниципальное право

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата юридических наук

БИШКЕК 2010

Работа выполнена на кафедре права Института философии и политико-правовых исследований Национальной академии наук Кыргызской Республики

Научный руководитель:

доктор юридических наук, профессор
Арабаев Чолпонкул Исаевич

Официальные оппоненты:

доктор юридических наук, профессор
Дуйсенов Эркин Эрматович

кандидат юридических наук
Кожомбердиев Бакыт Кожомбердиевич

Ведущая организация:

кафедра государственно-правовых дисциплин
Академии МВД Кыргызской Республики
им.Э.Алиева
Кыргызская Республика, 720460,
г. Бишкек, ул. Чолпон-Атинская 1.

Защита состоится « ____ » _____ 201__ году в _____ часов на заседании диссертационного совета при Кыргызском национальном университете им.Ж.Баласагына Д.12.10.419 по защите диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук, по адресу: 720024, г. Бишкек, ул. Жибек-Жолу, 394, корпус № 8, Юридический институт, ауд. № 400.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Кыргызского национального университета им. Ж. Баласагына, по адресу: 720024, г. Бишкек, ул. Жибек-Жолу, 394, корпус № 8.

Автореферат разослан « ____ » _____ 201__ года.

**Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат юридических наук, доцент**

Косаков С.К.

I ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Свободные выборы, свобода слова и печати, свобода массовой информации относятся к основополагающим ценностям современного демократического общества. В концентрированном виде соответствующие свободы проявляются в избирательном процессе в период предвыборной агитации, которая является одной из важнейших, наиболее конфликтной и политизированной стадией избирательной кампании. Степень свободы предвыборной агитации во многом предопределяет уровень демократизма всего института выборов и практики его реализации.

В современных условиях Кыргызской Республики модернизация системы организации и проведения выборов все еще остается весьма актуальной в рамках той государственной политики и проведенной в стране конституционно-правовой реформы. И, в первую очередь, это относится к ее нормативно-правовому оформлению. Как показывает многолетний опыт проведения избирательных кампаний различного уровня, выборное законодательство имеет массу существенных недостатков, и особенно это касается той его части, которая посвящена регулированию вопросов предвыборной агитации. Предвыборная агитация, являясь одним из инструментов информационного обеспечения выборов, позволяет гражданам осуществлять не только их право избирать и быть избранными в рамках свободных выборов, но и иные их конституционные права. Это определяет необходимость создания правовых условий осуществления агитационной деятельности на выборах, которые, с одной стороны, обеспечивали бы свободное распространение общественно значимой информации, а с другой – защищали бы избирателей от «чёрных» технологий и иных методов незаконного воздействия на общественное сознание¹. Развязывание «информационных войн», обширное использование «административного ресурса», активное участие в агитации средств массовой информации, неэффективный механизм юридической ответственности - все эти и многие другие не менее актуальные проблемы до сих пор так и не решены. И это при том, что законодательство о выборах постоянно корректируется, а объем нормативного массива неизменно увеличивается.

Для молодой кыргызской демократии использование различного рода сомнительных, а порой и откровенно «черных» избирательных технологий является особенно опасным. В обществе еще не созрели защитные механизмы от подобной активности. Широкое применение таких технологий ставит под сомнение легитимность выборов, снижает и без того

¹ Аглеева Л.Т. Предвыборная агитация в избирательном праве Российской Федерации (вопросы теории и практики): Автореф. дис....канд.юрид.наук.- Екатеринбург, 2006. – С 3.

низкий уровень доверия общества к праву и демократическим институтам, сокращает участие граждан в осуществлении народовластия.

Преимущества новых средств массовых коммуникаций и их стремительное развитие предоставили заинтересованным лицам качественно иные возможности по манипулированию общественным сознанием. Сущность этих процессов еще мало изучена, а практика в данной области значительно опережает юридическую теорию и законодательство. Уже сегодня необходимо реально оценивать роль этих инструментов в избирательной кампании, целесообразность использования в предвыборной агитации, и что самое важное представить себе последствия их активного внедрения в избирательный процесс. Все это делает актуальным исследование вопросов защиты граждан от информационного давления и попыток манипулирования их свободным выбором. Только имея ясное представление об особенностях такого рода технологий, можно эффективно осуществлять меры противодействия им с помощью права¹.

Из сказанного с очевидностью вытекает необходимость комплексного критического анализа имеющихся научных знаний о предвыборной агитации, исследования соответствующих законодательных предписаний, правоприменительной и судебной практики с целью выработки четких и научно обоснованных рекомендаций по совершенствованию правового регулирования этой деятельности.

Объектом исследования являются общественные отношения, возникающие в сфере предвыборной агитации, в процессе подготовки и проведения выборов в органы государственной власти Кыргызской Республики и местного самоуправления.

Предметом настоящего исследования стали сущность и содержание предвыборной агитации, а также ее правовое регулирование в Кыргызской Республике.

Цель исследования состоит в том, чтобы, опираясь на современных достижениях правоведения и других общественных наук, анализе кыргызского и зарубежного законодательства о выборах и сложившейся практики, подвергнуть рассмотрению теоретические положения и выработать конкретные рекомендации, имеющие значение для совершенствования правового регулирования и практического осуществления предвыборной агитации в Кыргызской Республике.

Задачи исследования. В соответствии с поставленной целью автором сформулирован следующий круг взаимосвязанных задач:

- раскрыть сущность и содержание предвыборной агитации, в том числе определить ее юридически значимые признаки и исследовать теоретико-

¹ Фальков В.Н. Совершенствование правового регулирования предвыборной агитации в Российской Федерации: Автореф. дис....канд.юрид.наук. - Тюмень, 2003. – С. 4

методологические подходы, характеризующие различные стороны этого явления;

- определить правовые основы предвыборной агитации и исследовать практику норм законодательства, регламентирующих порядок ее проведения;
- рассмотреть проблемы правового регулирования форм и методов предвыборной агитации, установить причины и условия их осуществления;
- подвергнуть анализу правовые особенности применения средств массовой информации и новых средств информационных коммуникаций в предвыборной агитации;
- отметить основополагающие направления совершенствования избирательного законодательства в зависимости от перспективы развития общественных отношений в данной сфере.

Методологическая основа исследования. Методологию исследования составили: а) общенаучные методы: диалектико-материалистический, сравнения, анализа и синтеза, восхождения от абстрактного к конкретному и от конкретного к абстрактному, системного и структурного подходов; б) специальные методы: социологический, исторический, функциональный; в) частно-научные методы: логический, сравнительно - правовой, формально - юридический.

Теоретическая база исследования. Активный интерес к вопросам выборов и избирательному праву зародился в отечественном правоведении еще в 1990 годах, при этом на сегодняшний день неоценимый вклад в развитие кыргызской мысли внесли отечественные ученые, такие, как: Ч.И.Арабаев, А.А.Арабаев, Э.Ж.Бейшембиев, Б.И.Борубашев, С.И.Иманбаев, С.К.Косаков, Г.А.Мукамбаева, Э.Н.Рахимбаев, С.С.Сооданбеков, Ж.И.Саалаев, Б.Т.Токтобаев, М.К.Укушев и другие.

Теоретической основой работы послужили труды российских ученых в области общей теории права (С.С. Алексеева, А.М. Васильева, Н.А. Власенко, В.Н. Карташова, Д.А. Керимова, В.М. Корельского, В.В. Лазарева, Р.З. Лившица, А.В. Малько, М.Н. Марченко, Н.И. Матузова, В.Д. Первалова, Р.О. Халфиной, и др.), а также конституционного, административного, избирательного и информационного права (С.А. Авакьяна, А.Б. Агапова, М.В. Баглая, Г.В. Барабашева, Ю.М. Батурина, Д.Н. Бахраха, И.Л. Бачило, А.А. Безуглова, А.А. Белкина, Н.В. Витрука, Л.Д. Воеводина, Ю.А. Веденеева, О.А. Гаврилова, Т.Д., Дмитриева Ю.А., Зражевской, А.В. Иванченко, С.Д. Князева, М.И. Кукушкина, В.Н. Лопатина, В.И. Лысенко, В.В. Маклакова, М.С. Матейковича, А.А. Мишина, В.Д. Мостовщикова, В.В. Невинского, А.Е. Постникова, В.Е. Севрюгина, Б.А. Страшуна и др.).

Нормативно-правовую и правоприменительную базу исследования составили: законодательство Кыргызской Республики (Конституция, Кодекс о выборах и т.д.), международные нормативные

правовые акты, а также постановления, методические рекомендации и инструкции Центральной комиссии по выборам и проведению референдумов Кыргызской Республики. При подготовке к написанию диссертации автор проанализировал источники избирательного права некоторых зарубежных государств (Российской Федерации, Казахстана, Украины, США, Франции, Германии и т.д.).

Научная новизна исследования состоит в том, что в нем делается попытка комплексного анализа предвыборной агитации с различных сторон этого сложного политико-правового явления, как: а) особого вида социальной и юридической деятельности, б) стадии избирательного процесса, в) субъективного юридического права, г) юридической обязанности, д) составной части политической агитации.

Автором исследованы теоретические аспекты понятий «форма» и «метод» предвыборной агитации, отношения этих явлений между собой, а также проанализирована их взаимосвязь с целями, субъектами, объектом и сроками агитационной деятельности.

В данном исследовании впервые рассматриваются в отечественной юридической науке правовые проблемы осуществления предвыборной агитации через новые средства массовых коммуникаций (сеть Интернет, мобильную и пейджинговую связь и т.д.).

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Предвыборная агитация является производным от политического режима в государстве: а) в демократических странах она выступает в качестве главного законного средства политической борьбы в ходе выборов, обеспечивает свободные условия их проведения, состязательность и гласность, позволяет гражданам приобрести необходимую, для реализации своего конституционного права, информацию о кандидатах и политических партиях; б) в государствах с антидемократическим режимом предвыборная агитация отсутствует вообще или представляет собой инструмент идеологического влияния на население, с помощью которого режим монополюльно культивирует выгодные ему ценности и контролирует общество, обеспечивая тем самым свое непрерывное нахождение у власти.

2. Сущностные характеристики предвыборной агитации определяются тем, что сама по себе предвыборная агитация представляет собой обмен политической информацией, который может происходить с участием как индивидуальных, так и коллективных субъектов. Предвыборная агитация может быть осуществлена лишь в режиме постоянного функционирования политической информации. Деятельность, которая обладает существенными признаками предвыборной агитации и совершается в период между избирательными кампаниями, нельзя квалифицировать как предвыборную агитацию, так как последняя как избирательно-правовое явление может существовать только в период, в который она имеет

юридическое значение - период избирательной кампании. Деятельность, осуществляемая в период между началом избирательной кампании и до начала агитационного периода (выдвижения кандидата) и обладающая существенными признаками предвыборной агитации, не может быть расценена ни как правомерная, ни как противоправная предвыборная агитация.

3. Право на участие в предвыборной агитации представляет собой самостоятельное субъективное избирательное право, принципиальное содержание и целевую направленность которого определяют конституционные права и свободы человека и гражданина (право избирать и быть избранными в органы государственной власти и местного самоуправления, свобода слова и свобода массовой информации, право на информацию, а также право на мирные собрания, митинги и демонстрации, шествия и пикетирования).

4. Метод предвыборной агитации - это совокупность приемов, способов и средств (материальных и духовных), при помощи которых заинтересованные лица осуществляют воздействие на сознание и волю избирателей с целью сформировать у них нужную модель поведения по отношению к выборам и акту голосования: принимать участие или не принимать участие в выборах, голосовать за или против кандидата (кандидатов) либо против всех кандидатов.

5. Понятие формы предвыборной агитации необходимо рассматривать в следующих аспектах - внутреннем и внешнем. Внутренней формой предвыборной агитации является система строения, определенный способ структурной организации и связи элементов ее содержания, а внешняя форма представляет собой выражение вовне (объективирование) внутренне организованного содержания этого явления. Главным структурно - организующим способом внешнего выражения предвыборной агитации выступает избирательное право, в нормах которого фиксируются элементы ее содержания (цели, сроки, объект, субъекты) и устанавливаются их конкретные параметры.

6. Важное значение для правового регулирования предвыборной агитации имеет учет особенностей проведения предвыборной агитации через средства массовой информации, в связи с чем, особую актуальность представляет обеспечение равного доступа кандидатов, других субъектов предвыборной агитации к СМИ. С этим связан также вопрос о правовом положении средств массовой информации и необходимости усиления гарантий их независимости в предвыборном информационном обмене.

7. Проведение предвыборной агитации через сеть Интернет и размещенные в ней средства массовой информации следует выделить в самостоятельный метод агитационной деятельности. При этом необходимо детально регламентировать соответствующий порядок их применения, в

том числе определить правовой статус указанного вида средства массовой информации.

8. Накопленный опыт реализации избирательного законодательства, позволяет поставить вопрос о необходимости совершенствования правового регулирования деятельности субъектов предвыборной агитации, что должно, по мнению автора, включать, в частности, создание правовых возможностей для пресечения противоправной агитационной деятельности организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, внесение соответствующих изменений в законодательство об их административной ответственности. Важно также совершенствование механизма правового регулирования порядка и условий распространения связанной с выборами информации в период избирательной кампании, усиление ответственности как специальных, так и общих субъектов предвыборной агитации.

Теоретическая и практическая значимость работы заключается в том, что полученные автором результаты могут быть использованы в целях дальнейшего совершенствования законодательства о выборах. Систематизированный в диссертации материал может найти применение в научных исследованиях явления «предвыборная агитация», а также в практике преподавания и подготовке учебников и учебно-методических пособий, разработке и чтении курсов лекций, семинарских занятий учебной дисциплины «Конституционное право Кыргызской Республики», при составлении специальных курсов, посвященных выборам, избирательному праву и избирательному процессу.

Апробация результатов исследования. На основе результатов исследования автором подготовлен и опубликован ряд научных публикаций, принимала участие в научно-практических конференциях и семинарах по вопросам избирательного права.

Ряд теоретических выводов исследования апробированы на практике, так, автор принимал непосредственное участие в выборах депутатов Жогорку Кенеша Кыргызской Республики (2005, 2007, 2010 годов), выборах Президента Кыргызской Республики (2009 года). Кроме того, автор был привлечен в качестве эксперта в Рабочую группу по контролю за соблюдением избирательного законодательства, в том числе правил ведения предвыборной агитации Центральной комиссии по выборам и проведению референдумов Кыргызской Республики, образованной Решением Центральной комиссии по выборам и проведению референдумов Кыргызской Республики от 02 августа 2007 года, №59, где предложенные автором положения по регулированию предвыборной агитации вызвали определенный интерес и было предложено их частичное внедрение в нормативно- правовую базу, регулиующую законодательство о выборах.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, объединенных восемью параграфами, заключения, списка использованных источников.

II ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность исследования, ставятся его цель и задача, определяются предмет и объект, методологические, теоретические и правовые основы, анализируется степень научной разработанности темы, обосновываются научная новизна и практическая значимость полученных результатов, приводятся сведения об их апробации, формулируются основные положения, выносимые на защиту.

Первая глава **«Предвыборная агитация как стадия избирательного процесса»** состоит из трех параграфов.

В первом параграфе автор рассматривает предвыборную агитацию в избирательной системе Кыргызской Республики как одну из стадий избирательного процесса, описывается развитие института предвыборной агитации в Кыргызской Республике.

Одной из центральных стадий избирательного процесса принято считать предвыборную агитацию (от лат. «agitatio» - приведение в движение). Ее функциональное назначение как самостоятельной стадии избирательного процесса состоит в обеспечении максимально возможной открытости этого процесса, получении избирателями максимально полной и достоверной информации о кандидатах на выборные должности и их программах¹.

Предвыборная агитация справедливо считается наиболее политизированной частью избирательной кампании. Используя различные формы предвыборной агитации, кандидаты и стоящие за ними политические партии, движения, общественные объединения ведут упорную борьбу за депутатские места в представительных органах государственной власти или органах местного самоуправления. Предвыборная агитация способна оказывать большое влияние на умонастроения избирателей. От умело организованной предвыборной агитации во многом зависят исход выборов, и в целом, политическое будущее того или иного кандидата. Именно в период предвыборной агитации резко сталкиваются интересы различных политических и экономических сил, обостряется борьба за голоса избирателей.

Во втором параграфе раскрывается конституционное содержание предвыборной агитации, в совокупности с основными конституционными правами гражданина, анализируется определение предвыборной агитации как осуществляемая участниками избирательной кампании информационная деятельность, побуждающая или имеющая целью побудить избирателей голосовать за или против кандидатов, списка кандидатов либо против всех кандидатов.

¹ Предвыборная агитация; теория и практика/Отв.ред. ред. Бондарь Н.С., - М.: Городец, 2004. - С. - 30.

Нормативное содержание права на предвыборную агитацию включает в себя не только конституционно-правовой потенциал, но также вытекает из законодательного регулирования, развивающего и детализирующего конституционные положения.¹ Законодательная регламентация института права на предвыборную агитацию осуществляется нормативно-правовыми актами различной юридической силы: международно-правовыми актами, являющимися в соответствии с частью 3 статьи 6 Конституции Кыргызской Республики составной частью правовой системы Кыргызской Республики и имеющими приоритет перед нормами национального законодательства.

Третий параграф посвящен анализу организационно-правового механизма правового регулирования предвыборной агитации. Автором анализируются основные положения нормативных актов Кыргызской Республики по регулированию избирательных правоотношений и выборов на различных уровнях. Нормативное содержание права на предвыборную агитацию включает в себя не только конституционно-правовой уровень, но также текущее законодательное регулирование, детализирующее конституционные положения.

По мнению диссертанта, предвыборная агитация представляет собой разновидность социальной и юридической деятельности. В данном качестве ей присущи такие признаки, как сознательность, социальность, продуктивно-преобразовательный характер, направленность на достижение определенного правового эффекта, специальное правовое регулирование, удовлетворение частных и публичных интересов. Однако они не выявляют полностью своеобразия агитационной деятельности и не позволяют четко отграничить ее от других общественных явлений. В этой связи отмечается, что специфика агитационной деятельности обусловлена ее структурой и выявляется в тех свойствах, которые представляют собой результат взаимодействия и взаимосвязи ее элементов. К числу таких элементов относятся: а) сроки, в течение которых та или иная деятельность может квалифицироваться как предвыборная агитация; б) цели, выступающие в качестве конституирующего элемента любой человеческой деятельности; в) субъекты, способные реализовать поставленные цели; г) объект, на который активно воздействуют субъекты; д) формы и методы, с чьей помощью объективируются заданные цели.

Анализируя юридическую природу права на участие в предвыборной агитации, автор приходит к выводу, что ему присущи все основные признаки субъективного юридического права: а) в его основе лежит гарантированная законом возможность; б) оно обеспечивается государством; в) органически связано с интересами управомоченного лица; г) предоставляется строго определенному кругу лиц; д) существует только в рамках конкретных правоотношений. Специфика же права на участие в

¹ Мостовщиков В.Д. Предвыборная агитация: понятие и правовые признаки// Журн. российского права. - 1999. - № 5-6. - С. 18

предвыборной агитации состоит в том, что целью его предоставления являются не только частные интересы обладателя этого права, но и удовлетворение общественных (публичных) интересов всех избирателей в целом. Характеризуя соотношение этого права с конституционным правом граждан Кыргызской Республики избирать и быть избранными в органы публичной власти, автор присоединяется к мнению тех ученых, которые считают, что конституционные права и права, установленные нормой каждой отдельной отрасли права, носят самостоятельный характер.

Вторая глава **«Формы и методы предвыборной агитации в Кыргызской Республике»** включает в себя три параграфа.

В первом параграфе излагаются взгляды диссертанта по вопросам о понятии форм и методов предвыборной агитации, их соотношении между собой и с другими элементами агитационной деятельности (целями, сроками, субъектами, объектом). По мнению диссертанта, формы и методы предвыборной агитации тесно связаны между собой, однако отождествлять их недопустимо. Методы характеризуют практическое осуществление предвыборной агитации, все то, что служит «ради цели», а форма представляет собой способ осуществления и организации содержания этого явления и его выражения. Поскольку форма предвыборной агитации неотделима от содержания, а методы суть его элементы, поэтому форма более общая категория по отношению к методу. В то же время содержание агитационной деятельности постоянно развивается и изменяется под воздействием различных факторов материальной и духовной жизни общества. С этой позиции методам предвыборной агитации принадлежит определяющая роль в развитии ее формы. Например, сегодня в сферу предвыборной агитации начинают широко вовлекаться новые информационные технологии и средства коммуникации (Интернет, электронные газеты и т.д.), порядок использования которых еще детально не регламентирован законом. Следовательно, в развитии содержания предвыборной агитации наступил такой момент, когда его новые качества не вмещаются в рамки прежней нормативной формы. Это означает, что государству надлежит определить целесообразность и пределы использования таких средств и технологий в предвыборной агитации, то есть четко оформить их.

С точки зрения структуры, каждый конкретный метод агитационной деятельности представляет собой совокупность приемов, способов и средств, направленных на достижение поставленной цели. Все средства предвыборной агитации диссертант предлагает подразделять на материальные и духовное (идеальное). Материальными средствами, в самом общем виде, могут быть большинство предметов окружающего мира). Однако в практике избирательных кампаний используется относительно устойчивый перечень таких средств, в качестве духовного (идеального) средства предвыборной агитации выступает «побуждение».

Оно носит универсальный характер по отношению ко всем другим приемам и способам ее практического осуществления, а также к материальным средствам.

Воздействуя на одного и того же избирателя разными методами предвыборной агитации, можно достичь различных результатов, под таким углом зрения все методы агитационной деятельности, подразделяются в работе на две группы. Первую из них составляют те методы, в основе которых лежит убеждение, а вторую - внушение. В свою очередь, убеждение и внушение предлагается рассматривать как два разных, но в то же время взаимосвязанных социально-психологических способа формирования волеизъявления граждан. Убеждение реализуется логическими доводами, вызывает к разуму и воздействует через него на поведение людей при их критическом отношении к подаваемой информации, то есть убеждение влияет на логическую сферу сознания. Внушение же основано на использовании эмоциональных приемов и, следовательно, воздействие на избирателей осуществляется через эмоциональную сферу сознания. Методы предвыборной агитации, основанные на убеждении, в большой степени соответствуют интересам избирателей, поскольку дают им возможность познакомиться с личностью кандидата и оценить его мировоззрение, программу, ценностные установки и т.д., поэтому использование таких методов должно носить приоритетный характер и в законодательстве следует создать для этого необходимые условия¹. Методы, основу которых составляет внушение (агитационные ролики на телевидении и радио), мало информативны и зачастую сводятся к агрессивному психологическому давлению на избирателя. Более того, они могут оказывать деструктивное воздействие на психику граждан - избирателей, блокируя на неосознаваемом уровне свободу их волеизъявления. Очевидно, что использование методов этой группы правильнее будет ограничить, а некоторые из них вообще запретить.

Во втором параграфе рассматривается правовое регулирование форм и методов предвыборной агитации. В действующем законодательстве о выборах акцент делается на регулирование лишь четырех методов предвыборной агитации (через телевидение и радио, печатные средства массовой информации, посредством проведения массовых мероприятий и выпуск и распространение печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов). Однако практика показывает, что кандидаты используют немало других методов, которые прямо не поименованы в законе. В свою очередь, их правовое регулирование ограничивается лишь предписаниями общего характера о сроках, субъектах, целях агитационной деятельности. Такое положение нельзя признать удовлетворительным, поскольку каждый метод имеет свою специфику. Законодатель должен

¹ Фальков В.Н. Совершенствование правового регулирования предвыборной агитации в Российской Федерации: Автореф. дис....канд.юрид.наук. - Тюмень, 2003 – С. 14

учитывать это в правотворческой деятельности. В этой связи автор обращает внимание на то, что такой широко распространенный в практике избирательных кампаний способ формирования общественного мнения, как прямая адресная рассылка агитационных материалов, является незаконным. Особенность этого метода состоит в том, что кандидаты используют персональные данные граждан без их согласия. Тем самым нарушаются положения Конституции Кыргызской Республики.

В третьем параграфе автор обращает внимание на пробелы правового регулирования деятельности средств массовой информации в избирательном процессе на стадии предвыборной агитации. Автором исследуется специфика и особенности правового регулирования деятельности средств массовой информации в ходе проведения предвыборной кампании. На основании практики прошедших выборов даётся анализ пробелов законодательства, в содержании которого не урегулирован ряд вопросов, касающихся освещения выборов и ведения предвыборной агитации через средства массовой информации.

Определяется принцип взаимодополнения, реализуемый в правовом обеспечении функционирования СМИ как института гражданского контроля за ходом избирательной кампании. Закон о СМИ предоставляет журналистам, в частности, права искать, запрашивать, получать и распространять информацию; посещать государственные органы и организации; быть принятым должностными лицами в связи с запросом информации; получать доступ к документам и материалам; копировать, публиковать, оглашать или иным способом воспроизводить документы и материалы; производить записи, в том числе - с использованием средств аудио - и видеотехники, кино - и фотосъемки; проверять достоверность сообщаемой ему информации; излагать свои личные суждения и оценки в сообщениях и материалах, предназначенных для распространения за его подписью. Представленные права направлены на деятельность представителей СМИ в рамках, установленных избирательным законодательством Кыргызской Республики.

Третья глава **«Совершенствование правового регулирования предвыборной агитации в Кыргызской Республике»** содержит два параграфа. *Первый параграф* в своем содержании раскрывает основные проблемы и перспективы использования средств массовой информации и новых информационных коммуникаций в период предвыборной агитации. Речь идёт о проблеме правового регулирования через глобальную сеть - Интернет. В национальном законодательстве данное информационное пространство специализированным нормативным актом на сегодняшний день не урегулировано, вследствие чего ряд проблем по использованию сети в предвыборных кампаниях имеют место быть, что автором будет специально отмечено. Уже сегодня, обладая поистине уникальными возможностями, такие средства массового общения, как сеть Интернет,

мобильная и пейджинговая связь привлекают к себе большое количество пользователей, что делает их эффективными инструментами манипулирования общественным сознанием и групповым поведением. Все это напрямую касается предвыборной агитации, поскольку реализация ее целей в современных избирательных кампаниях зависит не только от содержания информации, но и от способа ее передачи электорату, а также от тех технических средств, которые при этом используются. Вместе с тем законодательство о выборах существенно отстает от технологического развития данных средств и динамики их внедрения в практику избирательных кампаний. С их появлением в обществе возникли принципиально новые общественные отношения, которые находятся в сфере правового регулирования и в силу своей специфики и новизны нуждаются в пристальном внимании со стороны законодателя, но до сих пор специально им не регламентированы.

Для предвыборной агитации новые средства массовых коммуникаций есть прежде всего альтернативный канал доведения информации до избирателей, то есть метод воздействия на их волю. Однако, несмотря на то, что данные средства выполняют, по сути, те же функции, что и СМИ, они не являются ими с формально-юридической точки зрения. Поэтому к ним не применимы те правила, которые установлены законодательством о выборах для проведения предвыборной агитации на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях. Это, в частности, относится к сети Интернет, специфика которого заключается в том, что его нельзя рассматривать как субъект или объект права.

В принципе, избирательное законодательство допускает возможность использования сети Интернет в предвыборной агитации, однако оно не определяет юридической структуры поведения, которому должны следовать кандидаты при осуществлении такой деятельности. По мнению диссертанта, в данном случае вполне применимы общие требования о сроках, субъектах, целях и финансировании предвыборной агитации, тем более что конституционное право на информацию не носит абсолютного характера и может быть ограничено законом, например, в целях защиты интересов других лиц. В рассматриваемой ситуации такие ограничения нужны для обеспечения равенства избирательных прав участвующих в выборах лиц.

Размещаемые в сети Интернет агитационные материалы можно отнести к числу аудиовизуальных агитационных материалов, порядок выпуска и распространения которых прямо регулируется положениями Кодекса о выборах. Из этого следует, что такие материалы не должны содержать коммерческой рекламы и не могут быть изготовлены без предварительной оплаты за счет средств соответствующего избирательного фонда. Хотя очевидно, что помещаемые в сети Интернет агитационные

материалы не могут иметь тиража и не должны представляться в избирательную комиссию до начала их распространения. Спорным является вопрос о том, необходимо ли соблюдать требования закона о наличии в таких материалах других обязательных реквизитов (информация о дате выпуска, наименование и юридический адрес организации, изготовившей данные материалы и т.д.).

Отношения, входящие в состав нетрадиционной (или инновационной) предвыборной агитации, не ограничиваются использованием в предвыборных целях Интернета. Более того, представляется невозможным указать их полный перечень. Видимо, именно поэтому законодатель, конструируя норму о формах проведения предвыборной агитации, установил их открытый перечень: «предвыборная агитация при проведении выборов может осуществляться «...в иных не запрещенных законом формах» (пункт 11 статьи 30 Кодекса о выборах). Таким образом, предвыборная агитация может проводиться, например, в рамках информационного SMS-пространства (SMS - short message service - передача коротких сообщений), пейджинговой связи, а также с использованием иных форм передачи информации, позволяющих задействовать в процессе передачи принцип массовости распространения. Каждая из подобных форм имеет свои отличительные особенности и требует, если не отдельного законодательного регулирования, то, по крайней мере, учета особенностей альтернативных агитационных форм. К примеру, существующее на сегодняшний день нормативно-правовое регулирование позволяет использовать в качестве агитационной формы рассылку SMS-сообщений. Юридическая природа данной формы предвыборной агитации близка правовой природе спама. Вместе с тем она имеет ряд принципиальных особенностей, не позволяющих говорить об их тождестве. Во-первых, входящее SMS-сообщение не оплачивается абонентом, что существенным образом снижает негативные последствия рассылки (устраняется финансовый аспект). Во-вторых (что имеет более важное значение применительно к предвыборной агитации), поступление SMS-сообщения на мобильный телефонный аппарат абонента не означает, что абонент получит сведения, содержащиеся в сообщении, так как в отличие от спама при получении сообщения высвечивается только номер отправителя (напомним, что при получении спама пользователь неизбежно, даже не открывая сообщения, попадает под воздействие информационной составляющей его наименования), что позволяет удалить полученное сообщение без прочтения.

Указанные положения, по мнению автора, требуют дополнительного детального урегулирования на законодательном уровне в рамках специализированного акта.

Второй параграф указанной главы посвящен анализу ответственности участников избирательного процесса за нарушения

установленных законодательством о выборах порядка и правил проведения предвыборной агитации.

Ответственность за нарушение законов о выборах, иных законов при проведении предвыборной агитации в ходе избирательной кампании наступает после нарушения участником избирательного процесса регулирующих предвыборную агитацию правовых норм. Такая ответственность всегда связана с наступлением для правонарушителя различного рода негативных последствий и может быть реализована только в регламентированной соответствующими законами процессуальной форме.

За нарушение национального законодательства о проведении предвыборной агитации для участника избирательного процесса может наступить ответственность нескольких видов: государственно-правовая, административная, гражданско-правовая, дисциплинарная.

Автором детально анализируется каждый из видов ответственности, приводится практика рассмотрения избирательных споров, связанных с нарушениями правил и порядка проведения предвыборной агитации. Особое внимание уделяется ответственности представителей средств массовой информации за нарушение законодательства о выборах, на стадии предвыборной агитации. В работе также отмечается, что одной из причин существования проблем в рассматриваемой сфере является недостаток действенных мер конституционно-правовой и административной ответственности за нарушения правил предвыборной агитации, а также неполный перечень оснований для применения существующих санкций и несовершенный процессуальный порядок их применения.

В заключении обобщаются итоги проведенного исследования, в концентрированном виде излагаются предложения и рекомендации по решению поставленных в работе проблем.

В конце работы приведён список литературы, использованной в ходе исследования.

III ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выполненное диссертационное исследование позволяет сделать следующие выводы и сформулировать предложения по совершенствованию правового института – предвыборной агитации.

1. Роль предвыборной агитации и ее влияние на ход и результаты выборов неизменно возрастают. Однако, у нас еще недостаточно опыта ведения действительно конкурентной предвыборной агитации и регулирования складывающихся в этой области отношений. По сути, мы находимся на самом начальном этапе ее развития и внедрения в практику. В данный момент в нашем государстве сформирована необходимая

нормативная база для реализации права на участие в предвыборной агитации: Конституция Кыргызской Республики, Кодекс Кыргызской Республики «О выборах в Кыргызской Республике», Закон Кыргызской Республики «О средствах массовой информации», Закон Кыргызской Республики «О политических партиях», Закон Кыргызской Республики «О нормативных правовых актах Кыргызской Республики» и т.д.

2. Сущность предвыборной агитации заключена в тех необходимых признаках, которые характеризуют ее как особую разновидность социальной и юридической деятельности, стадию избирательного процесса, субъективное юридическое право и юридическую обязанность, составную часть политической агитации. Их совокупность и взаимосвязи позволяют рассматривать ее как относительно самостоятельное явление и отличить от других общественных явлений, в том числе правовых. Для юридической квалификации тех или иных действий участников избирательной кампании в качестве предвыборной агитации существенное значение имеют такие признаки, как субъект, объект, сроки, цели и методы. Результат агитационной деятельности, рассматриваемый безотносительно к ее целям, не является отличительным признаком, поэтому его не следует учитывать при квалификации. Функциональное назначение предвыборной агитации в структуре избирательного процесса предполагает наличие у нее четырех взаимосвязанных целей: а) побуждение избирателей к участию; б) побуждение избирателей к неучастию в выборах; в) побуждение избирателей к голосованию за кандидата (кандидатов, списков кандидатов); г) побуждение избирателей к голосованию против кандидата, кандидатов, в том числе против всех кандидатов (списков кандидатов). Все эти цели правомерны, и постановка каждой из них определяется объективной действительностью.

3. Период избирательной кампании - выступает в качестве главного критерия, позволяющего отграничить собственно предвыборную агитацию от информирования и агитации политической. Автор считает, что давно уже назрела необходимость в принятии отдельного закона о политической агитации, в котором целесообразно было бы установить запрет на ее проведение за один месяц до официального начала соответствующей избирательной кампании. Обусловлено это тем, что предполагаемые участники выборов нередко начинают формировать свой положительный образ непосредственно перед выборами. Это дает им дополнительные преимущества перед другими кандидатами. В частности, на такую деятельность не распространяются те ограничения по финансированию, объему эфирного времени и печатной площади, субъектам и т.д., которые установлены избирательным законодательством для проведения предвыборной агитации. Более того, политическая агитация вообще не имеет специального правового регулирования.

4. Согласно законодательной дефиниции, предвыборной агитацией признается деятельность, «имеющая целью побудить или побуждающая избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов, список кандидатов или против них». Автор считает, что в этой формулировке речь идет о двух разных видах агитационной деятельности, между которыми есть существенное различие. В первом случае (деятельность, имеющая целью побудить...) по смыслу дефиниции само побуждение как таковое выступает в качестве цели предвыборной агитации, что на первый взгляд выглядит нелогично. Для того чтобы снять его, побуждение в структуре агитационной деятельности предлагается рассматривать одновременно в двух аспектах - как промежуточную цель и как средство. Выступая первоначально в качестве цели предвыборной агитации, побуждение в момент своей реализации сразу же трансформируется в средство достижения конечной цели - участие избирателей в голосовании. Отсюда следует, что главная (конечная) цель предвыборной агитации состоит в том, чтобы избиратели проявили активность и выразили свою волю тем или иным образом - проголосовали за конкретного кандидата (список кандидатов) или против всех кандидатов (против всех списков кандидатов).

Во втором случае (деятельность, побуждающая) на первое место выдвигается не цель, а результат. Согласно дефиниции, результат здесь имеет самостоятельное квалифицирующее значение, а собственно постановка цели под таким углом зрения вообще не учитывается. Другими словами, для законодателя неважно, ставил ли субъект перед собой цель или достиг ее случайно, неосознанно. Именно в этом моменте и заключается главный недостаток законодательной дефиниции предвыборной агитации. Указание на результат деятельности, безотносительно к ее целям, позволяет расширительно толковать понятие предвыборной агитации, тем более что категория «деятельность, побуждающая...» носит неопределенно-оценочный характер. Она способна породить необоснованный субъективизм со стороны компетентного органа, получающего возможность в разных ситуациях вкладывать в нее разный смысл. Учитывая сказанное, предлагается исключить из легальной формулировки понятия предвыборной агитации слова «... или побуждающая...».

5. В действующем законодательстве о выборах акцент делается на регулирование лишь четырех методов предвыборной агитации. Однако практика показывает, что кандидаты используют немало других методов, которые прямо не поименованы в законе. В свою очередь, их правовое регулирование ограничивается лишь предписаниями общего характера о сроках, субъектах, целях агитационной деятельности. Такое положение нельзя признать удовлетворительным, поскольку каждый метод имеет свою специфику. Законодатель должен учитывать это в правотворческой

деятельности, иначе заинтересованные лица воспользуются предоставленной им свободой во вред избирателям.

6. Различие между информационными правоотношениями и информационными избирательными правоотношениями заключается в том, что первые регулируются законодательством о средствах массовой информации (нормами информационного права), а вторые - законодательством о выборах (нормами избирательного права). И, конечно же, сфера отношений, связанных с производством информации (деятельность редакторов, журналистов, режиссеров, звукорежиссеров, операторов, иных специалистов и т.д.), регулируется законодательством о средствах массовой информации (нормами информационного права). В отличие от обычного режима деятельности организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, правовой режим их деятельности в период избирательной кампании заключается в необходимости соблюдать помимо юридических предписаний, установленных законами о средствах массовой информации, юридические предписания, установленные законами о выборах. Цель установления этих, предписанных законами о выборах, дозволений, обязанностей, ограничений и запретов заключается в необходимости обеспечить равенство прав участников избирательного процесса. Распространение связанной с выборами информации в период избирательной кампании, осуществляемое в условиях особого правового режима, выступает в соответствии с Кодексом о выборах в качестве информационного обеспечения избирательного процесса, включающего информирование избирателей и предвыборную агитацию.

7. В качестве новшества, автор предлагает создание информационных судов, реализация данной идеи могла бы разгрузить работу судов общей юрисдикции и значительно повысила бы профессиональный состав судей при рассмотрении дел об информационных спорах. Природа информационных споров действительно имеет большую специфику и, возможно, вообще нуждается в специальных судебных органах, в особом информационном судопроизводстве. Не случайно в тех странах, где сложились практика плюралистических выборов, демократический менталитет, имеются аналогичные органы под разными названиями (комиссии по этике, постоянные комитеты по телевидению и т.п.) и широко используются в избирательных кампаниях государственные и негосударственные средства массовой информации. Согласно п.3 ст.93 Конституции Кыргызской Республики «Законом могут учреждаться специализированные суды».

8. Законодательство о выборах существенно отстает от технологического развития новых коммуникаций и динамики их внедрения в практику избирательных кампаний. С их появлением в обществе возникли принципиально новые общественные отношения, которые находятся в сфере правового регулирования и в силу своей специфики и

новизны нуждаются в пристальном внимании со стороны законодателя, но до сих пор специально им не регламентированы. Для предвыборной агитации новые средства массовых коммуникаций есть прежде всего альтернативный канал доведения информации до избирателей, то есть метод воздействия на их волю. Однако, несмотря на то, что данные средства выполняют, по сути, те же функции, что и СМИ, они не являются ими с формально-юридической точки зрения. Поэтому к ним не применимы те правила, которые установлены законодательством о выборах для проведения предвыборной агитации на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях. Это, в частности, относится к сети Интернет, специфика которого заключается в том, что его нельзя рассматривать как субъект или объект права.

Автор полагает, что в ближайшей перспективе для достижения целей предвыборной агитации начнут активно использоваться такие современные средства общения и передачи информации, как мобильная и пейджинговая связь. При этом отмечается, что уже сегодня их можно эффективно использовать избирательным комиссиям в целях борьбы с абсентеизмом. В частности, с помощью технологии SMS, широко применяемой в этих видах связи, можно передавать абонентам-избирателям информацию о дне и времени голосования, месте нахождения избирательного участка, сообщать краткие сведения о кандидатах и т.д. Необходимость детального урегулирования данного вопроса на законодательном уровне особенно важен именно сегодня, когда указанные средства коммуникации достигли массового характера. Принятие такого нормативного акта как закон «О правовом регулировании цифровых и электронных сообщений» в содержании которого также находилась бы глава о содержании цифровых и электронных сообщений в период предвыборной агитации разрешил бы массу правовых коллизий связанных с проведением стадии избирательного процесса - предвыборная агитация строго в соответствии с требованиями Конституции Кыргызской Республики и законодательства о выборах.

9. Правовой характер предвыборной агитации зависит не только от качества деятельности органов государственной власти, но и от правовой культуры участников предвыборной агитации. В связи с этим, необходимо повышение уровня правосознания в рамках каждой группы участников:

а) граждане. Помимо механизмов самоорганизации населения, здесь требуется государственное участие, предполагающее организацию семинаров, конференций, форумов по проблемам предвыборной агитации с широким привлечением общественности, а также освещением подобных мероприятий на общедоступных телеканалах, в периодических печатных изданиях; обсуждение в прессе и телеэфире вопросов избирательного права, в том числе связанных с участием граждан в избирательном процессе;

б) журналисты. Осознание публичной функции - информационного обеспечения избирательной кампании, а также ключевой роли в информационном обмене, должно привести к совершенствованию правил саморегуляции, включая выработку правил освещения журналистами избирательной кампании на основе принципов объективности, беспристрастности и с соблюдением этических норм;

в) кандидаты на выборные должности. Представляется, что практика заключения соглашений между участниками предвыборной кампании о добросовестном использовании предоставленных правомочий в рамках избирательного процесса, должна расширяться. Позитивным развитием такой активности могло бы стать создание негосударственной организации, выполняющей публичную функцию арбитра в избирательных спорах между участниками соглашения;

г) избирательные комиссии. Повышение профессионального правового сознания.

10. В работе также отмечается, что одной из причин существования проблем в рассматриваемой сфере является недостаток действенных мер конституционно-правовой, а также административной ответственности за нарушение правил предвыборной агитации, а также неполный перечень оснований для применения существующих санкций и несовершенный процессуальный порядок их применения. Причем положения законодательства, устанавливающие ответственность за нарушение правил проведения предвыборной агитации, должны быть изменены таким образом, чтобы установить надлежащий баланс между свободой субъектов участвовать в предвыборном информационном обмене и ответственностью за неправомерную предвыборную агитацию и злоупотребление правом на предвыборную агитацию. В современных условиях это означает, что закрепление за гражданами и общественными объединениями права на предвыборную агитацию (как на конституционном, так и на законодательном уровне) должно сопровождаться усилением мер ответственности за неправомерное пользование юридическими возможностями.

Автором предлагается внесение изменений в Кодекс об административной ответственности, положения которых предполагают регулирование ответственность за нарушение требований о равном избирательном праве, проведение предвыборной агитации, лицам которым участие в ее проведении запрещено законом и т.д.

Основные положения диссертации изложены в следующих работах автора:

1. Правовое регулирование предвыборной агитации по проекту Кодекса о выборах в Кыргызской Республике. Научно-правовое обеспечение устойчивого социально-экономического развития Кыргызской Республики на современном этапе. Материалы международной

- научно-практической конференции: - Кыргызская государственная юридическая академия при Правительстве Кыргызской Республики. - Бишкек, 2007. - С.71-77.
2. Информационный суд: имеет ли будущее у нас в Кыргызстане?//Социальные и гуманитарные науки. – Бишкек, 2007. - №5-6. - С.41-45.
 3. Особенности избирательных технологий в Кыргызской Республике //Социальные и гуманитарные науки. – Бишкек, 2007. - №5-6. - С.222-226.
 4. Правовая культура избирателей //Известия вузов. – Бишкек, 2008. - №7-8. - С.136-140.
 5. Свобода массовой информации как основа обеспечения права на предвыборную агитацию //Наука и новые технологии. – Бишкек, 2008. - №7-8. - С.138-141.
 6. Интернет как средство массовой информации?//Вестник КРСУ. - Бишкек, 2009 - Т.9.- №4.- С.128-132.
 7. Ограничение права на предвыборную агитацию по законодательству Кыргызской Республики//Республиканский юридический научно-практический журнал Фемида: - Алматы, 2009.- №10(166). - С.43-46.
 8. Ответственность участников избирательного процесса за нарушения установленных законодательством о выборах порядка и правил проведения предвыборной агитации//Международное научно-педагогическое издание Высшая школа Казахстана.- Алматы, 2010.- №1. - С258-264.

РЕЗЮМЕ

на диссертационное исследование Смаиловой Асел Асылбековны на тему: «Правовое регулирование предвыборной агитации в Кыргызской Республике» на соискание ученой степени кандидата юридических наук по специальности: 12.00.02 – конституционное право; муниципальное право.

Ключевые слова: избирательное право, предвыборная агитация, форма предвыборной агитации, метод предвыборной агитации, информационное обеспечение, средства массовой информации, новые информационные коммуникации, электорально -правовая культура, юридическая ответственность.

Цель диссертационной работы состоит в комплексном анализе зарубежного и кыргызского законодательства о выборах и сложившейся практики, рассмотрении теоретических положений и выработке конкретных рекомендаций, имеющих значение для совершенствования правового регулирования и практического осуществления предвыборной агитации

Объектом диссертационного исследования являются общественные отношения, возникающие в сфере предвыборной агитации в процессе подготовки и проведения выборов в органы государственной власти и местного самоуправления.

Предмет диссертационного исследования составляют сущность, содержание правового регулирования предвыборной агитации в Кыргызской Республике.

Методами диссертационного исследования являются общенаучные (диалектико-материалистический, сравнения, логический, метод анализа и синтеза) и специальные (социологический, исторический, метод сравнительного правоведения, функциональный) методы познания.

Научная новизна диссертации заключается в том, впервые в правовой науке Кыргызской Республики проведен комплексный анализ проблем предвыборной агитации и данное явление рассмотрено как особый вид социальной и юридической деятельности.

Степень использования материалов диссертационной работы: сформулированные выводы и рекомендации могут быть использованы в целях

совершенствования законодательства КР по вопросам предвыборной агитации

Результаты теоретического исследования могут найти применение в практике преподавания курса «Конституционное право», подготовки учебников и учебно-методических пособий, разработке и чтении курсов лекций, семинарских занятий.

Смаилова Асел Асылбековнанын 12.00.03 – конституциялык укук; муниципалдык укук адистиги боюнча юридикалык илимдердин кандидаты илимий даражасын изденип алуу үчүн жазган «Кыргыз Республикасында шайлоо алдындагы үгүттөөнү укуктук жөнгө салуу» темасындагы диссертациялык изилдөөсүнө берилген

РЕЗЮМЕСИ

Түйүндүү сөздөр: шайлоо укугу, шайлоо алдындагы үгүттөө, шайлоо алдындагы үгүттөөнүн түрү, шайлоо алдындагы үгүттөөнүн усулу, маалыматтык камсыздоо, жалпыга маалымдоо каражаттары, жаңы маалыматтык коммуникациялар, шайлоо-укуктук маданият, юридикалык жоопкерчилик.

Диссертациялык иштин максаты болуп шайлоо боюнча чет өлкөлүк жана кыргыз мыйзамдары менен турукташып калган тажрыйбаны талдоонун негизинде шайлоо алдындагы үгүттөөнү укуктук жөнгө салууну Кыргыз Республикасында ишке ашырууда жана андан ары өркүндөтүүнүн теоретикалык жоболорун жана так сунуштарын иштеп чыгууну көздөйт.

Изилдөөнүн объектиси болуп мамлекеттик бийлик жана жерлердеги өзүн - өзү башкаруу органдарына шайлоолорду даярдоо менен өткөрүү процесстериндеги шайлоо алдындагы үгүттөөнүн чөйрөсүнөн келип чыккан коомдук мамилелер саналат.

Изилдөөнүн предметин бул шайлоо алдындагы үгүттөөнүн маңызы жана мазмуну, ошондой эле аны Кыргыз Республикасында укуктук жөнгө салынышы.

Изилдөөнүн методологиялык негиздерин жалпы илимий (диалектикалык-материалисттик, анализ жана синтез, логикалык) жана атайын: социологиялык, тарыхый, функционалдык, салыштырма укук таануу ыкмалары түзөт.

Изилдөөнүн илимий жаңылыгы Кыргыз Республикасынын укук илиминде биринчилерден болуп шайлоо алдындагы үгүттөөнү комплекстүү түрдө изилдениши жана юридикалык менен социалдык ишмердиктин өзгөчө түрү катары кароосу белгиленет.

Диссертациялык иштин материалдарынын колдонуу даражасы болуп диссертациянын ичиндеги негизги жоболор жана корутундулар Кыргыз Республикасынын иштеп жаткан шайлоо мыйзамдуулугун андан ары өркүндөтүү максатында пайдасы бар.

Теоретикалык изилдөөнүн натыйжалары окуу жайлардын сабак берүү тажрыйбасында жана “Конституциялык укук” окуу курсу менен методикалык-окуу куралдарын даярдоодо, лекция курстарын иштеп чыгууда, окуу дисциплинасынын семинардык сабактарында колдонуусун табат.

RESUME

on dissertational research by Smailova Asel Asylbekovna on the theme: «Legal regulation of pre-election agitation in the Kyrgyz Republic» on competition for the candidate of legal sciences degree on the speciality: 12.00.02 – constitutional law; municipal law

Keywords: suffrage, campaigning, a form of electioneering, the method of election campaigning, information provision, media, new information communication, electoral and legal culture, legal liability.

The purpose of dissertation work is in complex analysis of the foreign and Kyrgyz legislation on elections and the settled judicial practice, consideration of theoretical provisions and elaboration of concrete recommendations which are of consequence for improvement of legal regulation and practical realization of pre-election agitation.

Object of dissertational research are the public relations arising in the sphere of pre-election agitation in the process of preparation and holding of elections to public authorities and local government.

Subject of dissertation research is the essence, the substance of legal regulation of pre-election agitation in the Kyrgyz Republic.

Methods of dissertation research are general scientific (dialectical-materialistic, comparative, logical, analysis and synthesis method) and special (sociological, historical, method of comparative jurisprudence, functional) knowledge methods.

Scientific novelty of the dissertation is in that the complex analysis of problems of pre-election agitation is carried out and this phenomenon is considered as a special kind of social and legal activity for the first time in the legal science of the Kyrgyz Republic.

Degree of use of materials of dissertation work: the formulated conclusions and recommendations can be used for the purpose of improvement of legislation of the Kyrgyz Republic concerning pre-election agitation.

Results of theoretical research can find an application in practice of teaching of "Constitutional law" course, preparation of textbooks and guidance manuals, working out and reading of lectures and seminar courses.