

КОМУ ВЫГОДНО ЗАСТАВИТЬ ЖУРНАЛИСТОВ МОЛЧАТЬ?

**В. МОНАХОВ,
заместитель председателя Судебной палаты
по информационным спорам при Президенте РФ**

Прошедшие выборы стали для нас хорошей школой

Я не принадлежу к числу тех людей, которые считают, что у нас все плохо и с каждым разом становится еще хуже. Всего лишь один пример. Помните, во время выборов 1996 была большая книжка на мелованной бумаге "Борис Николаевич Ельцин" с огромным количеством красивых фотографий из его жизни? Эта книга не была признана предвыборной агитацией. По разным причинам, в том числе и потому, что определения – что такое предвыборная агитация – тогда не было. Сегодня вышла книжка Натальи Геворкян и Андрея Быстрицкого "Владимир Владимирович Путин", и Центральная избирательная комиссия заставила предвыборный штаб Путина сделать соответствующую наклейку о том, что это предвыборная агитация, и самое главное – заплатить издательству "Вагриус" за эту книгу именно из предвыборного фонда. До этого, во время предвыборной кампании Ельцина, эти деньги были неизвестно откуда, значит, все–таки некоторая маленькая подвижка в сторону большей справедливости и большего правового подхода для реакции на такого рода действия со стороны наших политиков налицо, и эти ростки надо всячески поливать и холить.

В ходе выборов родилась красивая формула, по–моему, она принадлежит господину Федотову: "Если парламентские выборы 1999 года были грязными, но честными, то президентские выборы 2000 года чистые, но нечестные". В этой, формуле есть некая правда.

Несколько примеров.

В Екатеринбурге был использован прием, который мы назвали "метод матрешек". Метод заключается в следующем. До выборов по телевидению шла социальная реклама. В демонстрировавшихся сюжетах на фоне простых человеческих ситуаций, происходящих в обычной семье, звучала рефреном мысль: "Все то, что происходит в нашем городе, зависит только от нас, начиная от чистоты городских улиц и кончая теми людьми, которых мы выберем в городское собрание". Прошло полгода, и была объявлена предвыборная кампания, и те же уже привычные герои, вошедшие в дома екатеринбуржцев, стали агитировать за определенную политическую силу. Причем, одновременно шла и наружная реклама с ними же, и в газетах были фотографии тех же людей с соответствующими текстами, и по телевидению они же, и по радио. Их конкуренты запросили Судебную палату: "Нет ли здесь нарушения избирательного законодательства?" Мы долго разбирались, и общий вывод был такой: на сегодняшний день на предвыборную агитацию такого рода нет запрета. В силу этого обстоятельства и по букве закона, и с точки зрения содержания той рекламной продукции, которая была в Екатеринбурге, мы посчитали, что это был положительный пример. Это был тонкий и, по–моему, очень хороший ход, который был найден в Екатеринбурге.

Нижний Новгород. Здесь в ходе предвыборной акции было сожжено так называемое чучело власти. Один из тех, кто баллотировался в Государственную Думу, дав соответствующий заказ на предвыборный митинг и пригласив телевидение, радио и всех–всех–всех. сжег это чучело власти и, выступая на митинге, сказал: "Вот если вы меня изберете, так же будут гореть веете, кто не выполняет своих предвыборных обещаний, в том числе и я попаду на этот костер, если не выполню всего того, что вам

обещаю".

Избирательная комиссия Нижнего Новгорода запросила нас: "Нет ли тут агитации и пропаганды, запрещенной законом?" и "Нет ли тут нарушения законодательства Российской Федерации о защите интеллектуальной собственности?" Сначала мы не поняли, какая связь между интеллектуальной собственностью и этой акцией. Но когда мы посмотрели прилагающиеся к этому запросу видеоматериалы (все это шло по телеканалам Нижнего Новгорода), поняли, в чем дело. Это чучело власти странным образом походило своим внешним видом на губернатора, господина Склярова. Тогда стал понятен юридический смысл вопроса: для того, чтобы использовать чье-то изображение, надо спрашивать разрешение у субъекта изображения.

С первым вопросом мы справились довольно легко: с точки зрения закона нарушения нет, хотя можно по-разному оценивать эту акцию с точки зрения этики, но со вторым было сложнее. Действительно, есть право изображения. Но в ходе этих телесюжетов корреспонденты опрашивали людей, стоящих у костра: "Как вы думаете, кого напоминает это чучело?" И по странному (а может, и не странному) стечению обстоятельств десять или двенадцать человек, которые были опрошены разными корреспондентами разных нижегородских телекомпаний, давали самые разные ответы: Ельцин, Илюхин и еще кто-то, кроме господина Склярова. Именно на этом основании мы ответили, что, "судя по этим опросам, нет достоверных сведений о том, что это изображен Скляров. А раз этого нет, то нет достаточных оснований утверждать, что его интеллектуальные права этим самым были нарушены".

Что можно сделать в такой ситуации, особенно если учесть, что мы просто зашиваемся в предвыборную кампанию? Наверное, надо идти по пути тех городов, тех субъектов Федерации, которые создают при своих избирательных комиссиях общественные структуры, которые как раз и занимаются экспертной оценкой такого рода информационных споров. Это не исключает последующего обращения в суд, но поскольку суды у нас сами знаете, как работают, то такого рода общественная, но научная, четкая, добросовестная оценка, наверное, была бы небесполезной. Это один из уроков прошедших кампаний.

Другой урок, на мой взгляд, представляется таким: надо уделять больше внимания вопросам совершенствования избирательного законодательства и, прежде всего, тех глав законов об основах избирательных прав граждан, и о выборах депутатов, и о выборах президента, которые касаются предвыборной агитации. Скажем, самое уязвимое с точки зрения Судебной палаты место – это статьи восьмые во всех законах, в которых дается определение понятия "предвыборная агитация". В действующих редакциях законов это понятие настолько размыто, что под него можно подвести абсолютно все. Если можно понять, что такое "деятельность, собственно составляющая агитацию", то понять, что такое "деятельность, оказывающая или могущая оказывать влияние на выбор избирателей", очень трудно. Под это, сами понимаете, можно подвести что угодно. Можно было бы добавить только одно слово в это определение – "существенно понуждающее". Если бы было только это дополнение, то уже соответствующим структурам, которые разбирают эти споры как в судах, начиная с самого нижнего и заканчивая самым верхним, было бы легче работать. Поэтому и надо думать о совершенствовании формулировок избирательного законодательства.

И последний урок, который мы должны извлечь. Мне представляется, что мы должны в большей степени возвращать гражданское общество. Как юрист я бы хотел увидеть действующими законопроекты, которые, на мой взгляд, будут работать на становление гражданского общества и правового государства. Эти законопроекты уже существуют, задача заключается в том, чтобы их пролоббировать соответствующим образом.

Первый законопроект – о праве доступа граждан к информации. Мы с вами имеем ситуацию, когда в соответствующем законе о СМИ такое право предоставлено журналистам. Насколько эффективно действует это право для вас – это уже другой вопрос, такое право есть, оно записано, и есть судебная процедура о его защите. У гражданина такого права пока нет. Есть – на уровне общих посылов в 29 статье Конституции. Соответствующего законодательного регламентирования нет. Судебная палата и Комиссия по свободе доступа к информации участвовали в разработке такого законопроекта. В прошлом году в этом зале обсуждали этот проект, он размещен в Интернете, теперь наша общая задача сделать так, чтобы наши уважаемые депутаты Государственной Думы его приняли во втором чтении.

Вторым по важности законом я бы назвал закон о теле–, радиовещании. Мне представляется, что в ходе прошедших кампаний – и парламентской, и президентской – телевидение играло роль несущей конструкции административного ресурса – что такое административный ресурс, всем прекрасно известно. Мне представляется, что мы должны сделать так, чтобы уже к следующим выборам в Государственную Думу и к следующим выборам нашего с вами президента российское телевидение стало бы общественным ресурсом, а не административным. Надо поставить себе эту задачу– максимум. Технология ее решения очевидна – лоббирование демократического закона о теле–, радиовещании в России, соответствующий проект тоже существует.

И, наконец, третий проект – об основах экономических отношений в сфере СМИ. Очень важный законопроект, который работает на то, чтобы у нас демонополизировалась и децентрализовалась бы пресса, в которой процессы концентрации и монополизации идут очень сильно.

Все это вместе, как минимум, должно обеспечить, на мой взгляд, в ближайшие 4–5 лет реальное становление у нас правового государства и гражданского общества.