

9. Волченко В.Н. Административная ответственность в сфере выборов. // <https://cyberleninka.ru/article/n/administrativnaya-otvetstvennost-v-sfere-vyborov>

10. Дзюба О.Н. Административная ответственность за нарушения законодательства о выборах и референдуме: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. — Екатеринбург, 2004. С. 9-10.

11. Раянова Н.В. Административная ответственность за нарушение избирательного законодательства. - Наук XXI века, 2017, №4 С.3

12. Об административных правонарушениях Утративший силу Кодекс Республики Казахстан от 30 января 2001 года № 155. Утратил силу Кодексом Республики Казахстан от 5 июля 2014 года № 235 (вводится в действие с 01.01.2015). )//<http://adilet.zan.kz/rus>

13. Уголовный кодекс Республики Казахстан Кодекс Республики Казахстан от 3 июля 2014 года № 226-V ЗРК. )//<http://adilet.zan.kz/rus>

## О ФОРМАХ ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ

*Ержанова Ф.А., к.ю.н., доцент КарГУ им. акад. Е.А.Букетова*

Конституционно-правовым законодательством Республики Казахстан регламентируется общий порядок проведения предвыборной агитации, в том числе проведение предвыборных телевизионных дебатов. Политические дебаты всегда вызывают большой интерес у избирателей, поскольку считаются одним из наиболее действенных рычагов влияния на волеизъявление избирателей.

В статье 27 Конституционного закона РК «О выборах в Республике Казахстан» [1] определены основные формы осуществления предвыборной агитации: через средства массовой информации; путем проведения публичных предвыборных мероприятий (предвыборных собраний и встреч с избирателями (выборщиками), публичных предвыборных дебатов и дискуссий, митингов, шествий, демонстраций и иных предвыборных мероприятий), личных встреч кандидатов и их доверенных лиц и членов инициативных групп с избирателями (выборщиками); путем выпуска и (или) распространения печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов.

Политические партии, выдвинувшие партийные списки, вправе участвовать в политических дебатах на телевидении, организуемых Центральной избирательной комиссией, в устанавливаемом ею объеме времени (ст.28 п.3 Конституционного закона РК «О выборах») [1].

Средства массовой информации на договорной основе предоставляют эфирное время, печатную площадь зарегистрированным кандидатам и политическим партиям, выдвинувшим партийные списки. Условия договора о предоставлении кандидатам и политическим партиям, выдвинувшим партийные списки, эфирного времени, печатной площади в средствах массовой информации не должны создавать преимущества тому или иному кандидату, политической партии.

Согласие на выделение эфирного времени, печатной площади, данное средством массовой информации одному из кандидатов, политической партии, выдвинувшей партийный список, является согласием на выделение эфирного времени, печатной площади другим кандидатам, политическим партиям, выдвинувшим партийные списки.

Очередность выступления кандидатов и политических партий, выдвинувших партийные списки, в средствах массовой информации устанавливается в порядке поступления письменных обращений либо по жребию в случае, если обращения поступили одновременно (ст.28 п.3 Конституционного закона РК «О выборах») [1].

Анализ опыта зарубежных стран в сфере организации и проведения телевизионных предвыборных дебатов показывает, что существует 3 вида субъектов, организующих проведение политических дебатов: избирательные комиссии; средства массовой информации; специальные комиссии.

Первый вид субъектного состава организаторов дебатов (избирательные комиссии) наиболее характерен для Мексики, второй вид (СМИ) – для ряда стран Латинской Америки, Европы, Канады, и третий вид (специальные комиссии) характерен для США. Так, в Мексике политические партии должны использовать не менее половины отводимого им в период избирательной кампании всего эфирного времени на разъяснение своей предвыборной программы. Избирательный орган страны – Федеральный избирательный институт Мексики – по просьбе политических партий и кандидатов на пост президента организует публичные дебаты и помогает в их проведении. Процедура этого мероприятия не установлена в законодательном порядке.

В ряде стран Латинской Америки право проведения дебатов и определения состава участников предоставлено средствам массовой информации, в других странах эти вопросы законодательно не регулируются. В Канаде телерадиокомпании сами решают, кого из кандидатов и представителей партий пригласить для участия в дебатах. Поэтому телевизионные и радио-компании приглашают представителей только тех партий, которые представляют повышенный интерес для телезрителей и будут способствовать повышению рейтинга телекомпании.

В США существует специальная комиссия по проведению дебатов кандидатов на пост президента, включающая известных общественных деятелей и представителей основных политических партий. В задачи комиссии входит определение условий теледебатов. Эта комиссия, будучи негосударственной организацией, тем не менее, аккумулирует финансовые средства, поступающие от спонсоров, и организует финансирование теледебатов.

В российском избирательном законодательстве (законах о выборах Президента, депутатов Госдумы, о гарантиях избирательных прав) достаточно подробно зафиксирована процедура проведения совместных агитационных мероприятий. Так, в Федеральном Законе РФ 2002 г. «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» в п.4 статьи 51 «Условия проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума на телевидении и радио» регулируются вопросы проведения предвыборных дебатов: «Не менее половины общего объема эфирного времени должно быть предоставлено зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям для проведения совместных дискуссий, «круглых столов» и иных совместных агитационных мероприятий. Избирательное объединение, зарегистрировавшее список кандидатов, зарегистрированный кандидат обязаны участвовать в совместных агитационных мероприятиях, за исключением случаев, предусмотренных федеральным законом» [2].

Следует также отметить, что пунктом 4.1 статьи 51 данного российского закона предусматривается: «В совместных агитационных мероприятиях могут участвовать зарегистрированные кандидаты только лично (в том числе от имени избирательного объединения только зарегистрированные кандидаты, выдвинутые этим избирательным объединением на соответствующих выборах), за исключением случаев, предусмотренных федеральным законом» [2]. В данной статье проведение предвыборных дебатов законодательно обозначено как «совместные агитационные мероприятия», вместе с тем в ней указан открытый перечень совместных агитационных мероприятий – таких, как совместные дискуссии, «круглые столы» и др.

Таким образом, изучение избирательного законодательства показывает, что в Республике Казахстан правила и порядок проведения предвыборных дебатов закреплены в законодательстве. С учетом того, что политические дебаты вызывают повышенный интерес у избирателей, и они справедливо считаются одним из наиболее действенных рычагов влияния на волеизъявление избирателей, их правовое регулирование нуждается в развитии и совершенствовании. В целях дальнейшего совершенствования правовых и организационных аспектов проведения предвыборных дебатов в Казахстане следовало бы, на наш взгляд, в законодательном порядке определить инициаторов и участников проведения дебатов, их права и обязанности, процедуру дебатов, их продолжительность, и др.

С момента регистрации кандидата в президенты, в депутаты Мажилиса и Сената начинается агитационная работа политических партий среди избирателей в поддержку собственных претендентов. Агитационная компания, несмотря на свою важность, должна иметь определенное правовое регулирование. В законодательстве Республики Казахстан определяется правовое поле агитационной деятельности политических партий, поскольку создание необходимых условий является гарантией демократической организации и проведения выборов.

Как уже отмечалось, казахстанский законодатель установил, что предвыборная агитация осуществляется через средства массовой информации; путем проведения публичных предвыборных собраний и встреч с избирателями (выборщиками), публичных предвыборных дебатов и дискуссий, митингов, шествий, демонстраций, личных встреч кандидатов и их доверенных лиц и членов инициативных групп с избирателями (выборщиками); путем выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов (ст.27 Закона о выборах). Статья 28 казахстанского закона «О выборах» регламентирует порядок проведения предвыборной агитации в средствах массовой информации в Казахстане. Так, согласно статье 28 п.3 Конституционного закона РК «О выборах» государство гарантирует кандидатам равное выделение средств для выступления со своими программами в средствах массовой информации [1].

Необходимо отметить, что государство гарантирует общественным объединениям, политическим партиям право беспрепятственно агитировать за или против того или иного кандидата. Более того, государство предоставляет определенные льготы в их агитационной деятельности. Так, кандидатам от политических партий, баллотирующимся по одномандатным избирательным округам, гарантирована возможность выступать со своими программами в государственных средствах массовой информации. В соответствии с принципом равенства шансов, каждый кандидат наравне с другими кандидатами имеет право на однократное пятнадцатиминутное выступление по государственному телевидению, однократное десятиминутное выступление по государственному радио, а также на публикацию двух статей в государственных органах печати в объеме не более 0,1 печатного листа. При этом характер и форму выступлений определяет сам кандидат. В целях практической реализации принципа нейтральности государственного аппарата и исключения необъективности в предвыборной агитации государственным СМИ запрещается прерывать выступления кандидатов, а также сопровождать их какими-либо комментариями.

Следовательно, Конституционный закон РК «О выборах в Республике Казахстан» предусматривает гарантии равных условий для всех кандидатов при освещении избирательной кампании средствами массовой информации. Вместе с тем, для более полной реализации принципов информационного обеспечения выборов, свободного волеизъявления граждан желательным было бы расширить гарантии предоставления бесплатного эфирного времени на выборах в Республике Казахстан. В целях гарантирования принципа равенства кандидатов, а также обеспечения партиям, участвующим в выборах, дополнительного бесплатного освещения в СМИ, финансируемых государством, увеличения объема информации избирателям, целесообразно было бы увеличить объем бесплатного эфирного времени, предоставив каждому кандидату право на 60-минутное выступление по государственному телевидению, 30-минутное выступление по государственному радио, на публикацию трех статей в государственных органах печати в объеме не более 0,5 печатного листа.

В некоторых странах право свободного доступа к средствам массовой информации в период избирательной кампании является конституционным правом политических партий. Так, ст. 40 Конституции Португалии, закрепляя общее право политических партий на эфирное время в государственных службах радио и телевидения, в п. 3 специально предусматривает, что «в период проведения выборов они имеют право на эфирное время, регулярное и равное, на радио и телевидении на национальном и региональном уровнях» [3; 108].

Политические партии в зарубежных странах имеют право бесплатно на определенный объем эфирного времени на государственных радио- и телестанциях (а в Португалии - и на частных). Однако в некоторых странах бесплатное эфирное время предоставляется не всем партиям. Например, в Австралии - только тем, которые ведут борьбу не менее чем за 10% мест и получили на последних выборах не менее 5% голосов. В Австрии и Швеции право на бесплатное время получают только партии, имеющие фракции в парламенте.

Различны также принципы распределения времени между политическими партиями. В России, например, это время распределяется в равном объеме (ст. 40 Закона 1997 г. об основных гарантиях избирательных прав граждан). Однако в большинстве стран действует дифференцированный подход. Например, избирательный кодекс Франции (ст. 167) устанавливает, что политические партии, имеющие фракции в Национальном собрании, получают три часа эфирного времени, из которых половина предоставляется партии большинства, а другая распределяется между оппозиционными партиями соразмерно численности их фракций. Что касается партий, не представленных в парламенте, то бесплатное время предоставляется лишь выдвинувшим не менее 75 кандидатов.

Закон «О внесении изменений и дополнений в Конституционный закон РК «О выборах в РК» 2009 г. предусматривает в целях обеспечения равных условий для всех кандидатов при освещении избирательной кампании средствами массовой информации введение обязанности СМИ размещать информацию о кандидатах в равном объеме печатной продукции и эфирного времени [4].

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что, во-первых, в Республике Казахстан правила и порядок проведения предвыборных дебатов закреплены в избирательном законодательстве. С учетом того, что политические дебаты вызывают повышенный интерес у избирателей, и они справедливо считаются одним из наиболее эффективных средств, влияющих на волеизъявление избирателей, их правовое регулирование нуждается в дальнейшем развитии и совершенствовании. В целях дальнейшего совершенствования правовых и организационных аспектов проведения предвыборных дебатов в Казахстане, следовало бы, на наш взгляд, в законодательном

порядке определить инициаторов и участников проведения дебатов, их права и обязанности, процедуру дебатов, их продолжительность, и др.

Во-вторых, казахстанский Конституционный закон «О выборах» предусматривает гарантии равных условий для всех кандидатов при освещении избирательной кампании средствами массовой информации. Вместе с тем, для более полной реализации принципов информационного обеспечения выборов, свободного волеизъявления граждан желательным было бы расширить гарантии предоставления бесплатного эфирного времени на выборах в Республике Казахстан. В целях гарантирования принципа равенства кандидатов, а также обеспечения партиям, участвующим в выборах, дополнительного бесплатного освещения в СМИ, финансируемых государством, увеличения объема информации избирателям, целесообразно было бы увеличить объем бесплатного эфирного времени, предоставив каждому кандидату право на 60-минутное выступление по государственному телевидению, 30-минутное выступление по государственному радио, на публикацию трех статей в государственных органах печати в объеме не более 0,5 печатного листа.

#### Список литературы:

1. Конституционный Закон Республики Казахстан от 1995 г., (с изменениями и дополнениями, внесенными Конституционным законом от 29.06.2018г. №162-VI) // [https://online.zakon.kz/document/?doc\\_id=1004029#pos=3;-232](https://online.zakon.kz/document/?doc_id=1004029#pos=3;-232)

2. Федеральный закон РФ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 12.06.2002 N 67-ФЗ (в ред. Федерального закона РФ от 09.03.2016 N 66-ФЗ) // [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_37119/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37119/)

3. Конституции государств Европейского Союза. - М.: НОРМА-ИНФРА, 1997. – 816 с.

4. Конституционный Закон Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в Конституционный закон Республики Казахстан «О выборах в Республике Казахстан» от 9 февраля 2009 г. №124-IV // Казахстанская правда. - 2009. - 13 февраля.

### КӨШІ-ҚОНЫҢ ЖІКТЕЛУІ ЖӘНЕ ОНЫ ҚҰҚЫҚТЫҚ РЕТТЕУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

*Божқараұлы А., з.ғ.к., доцент, академик Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті*

*Искаков И.М., Б.Бейсенов атындағы ҚР ІІМ Қарағанды академиясының 1-курс PhD докторанты, полиция майоры*

Көші-қон құқығының институттары мен нормаларының құрылымы халық көші-қонының әр алуан түрлері мен топтарынан тұрады. Зерттеуде анықталғандай, халықтың көші-қонына күрделі әлеуметтік феномен ретінде көптеген мамандық иелері – демографтар, экономистер, географтар, тарихшылар, этнологтар, әлеуметтанушылар, құқықтанушылар, саясаттанушылар зерттеу жүргізеді. әрбір білім саласының аясындағы ғылыми талдау жасаудың мақсаты мен сипатына байланысты көші-қонды талдаудың, атап айтқанда анықтамасына, тұрпатына және зерттеу әдістеріне арнайы көзқарас қалыптасады.

Демографиялық, әлеуметтану мен экономикалық зерттеулерде «көші-қон» түсінігінің кең көлемдегі мәні оның ұзақтығына, реттелуіне немесе мақсаттылығына байланыссыз халықтың қандай да бір қоныс аударуын білдіреді. Демек, көші-қон деп тұрғылықты жерін тұрақты немесе уақытша өзгертуге байланыссыз қоныс аударуға әкелетін халықтың осындай көшіп-қонуын айтамыз.

«Көші-қон» термині тар мағынада бір мезгілде екі жағдайды білдіретін: біріншіден, халық бір мекен-жайдан екіншісіне көшіп қонады, екіншіден, қоныс аудару тұрақты мекен-жайды өзгертуді білдіретін аумақтық тұтастық үлгісіне қатысты қолданылады. Мұндай көзқарастағы көші-қон процестеріне кезеңдік немесе маусымдық қоныс аударулар (туристік, іскерлік, оқуға байланысты) және бағарлы көші-қон актілері (тұрғын жерінен жұмыс орнына дейін және кері бағыты) кірмей қалады.

Әлеуметтік-экономикалық және саяси-құқықтық талдау нысаны ретінде көші-қон қозғалысының ерекшелігі бұл құбылыстың аумақаралық сипатымен белгіленеді. Егер табиғи құбылыстар мен басқа да ішкі демо- экономикалық процестер қоғамдағы жекелей дамуды білдірсе, ал көші-қон адамзат қоғамдастығының әр алуан аумақтық және әлеуметтік бөліктерінің өзара ықпал етуін білдіреді. Көші-