

УДК 342.815

DOI: 10.18384/2310-6794-2023-2-55-63

## ВЛИЯНИЕ ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКОГО И ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ФАКТОРОВ НА УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПАССИВНОГО ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ПРАВА В ПЕРИОД ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ

**Филатова А. О.**

*Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук  
117418, г. Москва, Нахимовский пр-т, д. 51/21, Российская Федерация*

### **Аннотация**

**Цель.** Выявить влияние эпидемиологического фактора в форме распространения COVID-19 и экологических факторов, связанных с угрозой экологической безопасности, на формы предвыборной агитации; сформулировать понятия, условия и факторы реализации пассивного избирательного права.

**Процедура и методы.** В работе использованы общенаучные и специальные методы исследования.

**Результаты.** Сформулированы понятия, условия и факторы реализации пассивного избирательного права, выявлены критерии классификации данных понятий. Даны оценка и прогнозы совершенствования правового регулирования предвыборной агитации в социальных сетях.

**Теоретическая и/или практическая значимость.** Применён межотраслевой подход к изучению форм проведения предвыборной агитации. Результаты исследования позволили выявить различные основания классификации условий и факторов реализации пассивного избирательного права. Сформулированы предложения в отношении регулирования реализации избирательных прав с учётом влияния конкретных факторов.

**Ключевые слова:** slackтивизм, условие реализации пассивного избирательного права, экологическая безопасность, экологические петиции, экологический фактор, эпидемиологический фактор

**Благодарности.** Исследование выполнено за счёт гранта Российского научного фонда №23-28-00113, <https://rscf.ru/project/23-28-000113>.

## IMPACT OF EPIDEMIOLOGICAL AND ENVIRONMENTAL FACTOR ON CONDITIONS OF PASSIVE SUFFRAGE REALIZATION DURING THE ELECTION CAMPAIGN

**A. Filatova**

*Institute of Scientific Information on Social Sciences of the Russian Academy of Sciences  
Nakhimovsky prospect 51/21, Moscow 117418, Russian Federation*

### **Abstract**

**Aim.** To identify the influence of the epidemiological factor in the form of the spread of COVID-19 and environmental factors associated with a threat to environmental safety on the forms of election campaigning, to formulate the concepts, conditions and factors for the implementation of passive suffrage.

**Methodology.** The work used general scientific and special research methods.

**Results.** The concepts, conditions and factors for the implementation of passive suffrage are formulated, the criteria for classifying these concepts are identified. An assessment and forecasts are given for improving the legal regulation of pre-election campaigning in social networks.

**Research implications.** An inter-sectoral approach is applied to the study of the forms of conducting pre-election campaigning. The results of the study made it possible to identify various grounds for classifying the conditions and factors for the implementation of passive suffrage. Proposals are formulated regarding the regulation of the exercise of electoral rights, taking into account the influence of specific factors.

**Keywords:** slacktivism, condition for passive suffrage implementation, environmental safety, environmental petitions, environmental factor, epidemiological factor

**Acknowledgments.** The study was carried out with the grant from the Russian Science Foundation No. 23-28-00113, <https://rscf.ru/project/23-28-000113>.

## Введение

Непосредственная реализация комплексного пассивного избирательного права предполагает соблюдение, исполнение и использование кандидатом правовых норм. При этом наибольшее значение для достижения правового результата и получения статуса выдвинутого, зарегистрированного, избранного кандидата представляет именно использование правовых норм.

Как отмечает Б. М. Емельянов, осуществление (использование) прав, или правомочий, выражается в активной реализации возможностей, предоставляемых субъектам. В пределах данной формы реализации права происходит осуществление субъективных прав участниками регулируемых с помощью права общественных отношений» [6, с. 50]. Очевидным является тот факт, что реализация избирательных прав возможна только в определённых законодательством условиях. Главным из таких условий, в рамках которого в целом появляется возможность реализации норм избирательного права, является назначение даты выборов специально уполномоченным государственным органом или органом местного самоуправления, что одновременно является и первым этапом избирательного процесса.

Как отмечает Д. И. Матюшев, понятия «ограничения избирательного права» и «условия реализации избирательного права» надо разграничивать, относя к первым только установленные законодательством о выборах Российской Федерации избирательные цензы (возрастной, оседлости, гражданства и т. п.) и рассматривая в качестве последних предусмотренные ука-

занным законодательством действия (процедуры), которые необходимо совершить (реализовать) обладающему пассивным избирательным правом гражданину для того, чтобы избраться в органы государственной власти или местного самоуправления [7, с. 123]. Автором воспроизведена попытка классифицировать условия реализации гражданином пассивного избирательного права в зависимости от статуса кандидата. В частности, на основе Федерального закона № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»<sup>1</sup> автор выделяет условия выдвижения гражданина в качестве кандидата (пп. 1–5.1 ст. 33 соответствующего ФЗ), условия регистрации гражданина в качестве кандидата (п. 1 ст. 35.1, пп. 1, 1.2–1.6 ст. 38, пп. 1, 3 и 11 ст. 58) и условия признания гражданина избранным кандидатом (пп. 6–6.1 ст. 70) [7, с. 124]. Однако эта точка зрения предполагает сравнительно узкий критерий классификации.

Вместе с тем, не отрицая возможности использования подобной классификации в науке конституционного права, представляется, что содержание понятия «условия реализации пассивного избирательного права» значительно шире, поскольку представляет собой не только условия получения определённого статуса кандидата, но и политико-правовые особенности всей избирательной системы при понимании в широком смысле слова.

<sup>1</sup> Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. 2002. № 24. Ст. 2253.

К числу условий реализации пассивного избирательного права необходимо отнести: определённый вид избирательной системы, способы выдвижения кандидатов политическими партиями (к примеру, система праймериз), муниципальный фильтр (барьер), заградительный барьер для политических партий при пропорциональной избирательной системе, использование дистанционного электронного голосования и другие установленные законодательством государства условия, с учётом и в пределах которых предполагается реализация избирательных прав граждан.

Все перечисленные условия предполагают определённую модель правомерного поведения кандидата, отступление от которой может повлечь за собой конституционно-правовую ответственность в виде потери определённого достигнутого статуса или не достижения определённого статуса. В связи с чем под термином «условия реализации пассивного избирательного права» можно понимать установленные законодательством государства политико-правовые особенности проведения выборов и специальные ограничения объективного характера, включая пределы осуществления таких прав, необходимые для реализации норм избирательного права.

К особенностям проведения выборов следовало бы относить выбор той или иной избирательной системы как способа распределения мандатов, применение муниципального фильтра, использование дистанционного голосования, голосования по почте, организацию цифровых избирательных участков и др. В то же время специальные ограничения объективного характера включают в себя ограничения пассивного избирательного права гражданина, связанные с привлечением его к уголовной ответственности [11, с. 125], а также ряд ограничений, связанных с проведением предвыборной агитации, установленных ст. 56 Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» и др.

### **Влияние эпидемиологического фактора на проведение кандидатом предвыборной агитации**

Необходимо также отметить, что на законодательное закрепление условий реализации пассивного избирательного права оказывает влияние большое количество факторов. Политическими факторами, выделенными ещё в XX в. М. Дюверже, являются сложившийся в конкретном государстве вид политического режима и тип партийной системы [5, с. 50, 64]. В свою очередь, современные авторы к факторам, влияющим на избирательную систему и определённые условия проведения выборов, относят: характер взаимоотношений органов публичной власти, территориальное построение государства, международные избирательные стандарты, менталитет граждан [9, с. 13]. С учётом приведённого перечня факторов должны быть выделены группы политических, социально-экономических и культурных факторов избирательной системы при понимании её в широком смысле слова. В свою очередь, под факторами, влияющими на реализацию пассивного избирательного права, следует понимать обстоятельства, влияющие на избирательную систему государства и формирование определённого порядка проведения выборов.

Достаточно неожиданным для современного избирательного процесса фактором, повлиявшим на порядок организации и проведения выборов во многих современных государствах и фактически изменившим привычные условия реализации избирательных прав граждан, стал эпидемиологический фактор, связанный с распространением в 2020 г. коронавирусной инфекции.

Никогда прежде в юридической науке не поднимался вопрос о соотношении (взаимосвязи) объективного избирательного права и экологического права, о влиянии эпидемиологического и экологического факторов на реализацию субъективных избирательных прав. Определяющим поводом для подобных размышлений яв-

ляется мировая пандемия коронавируса, распространившаяся на территории всего международного сообщества в 2020 г., повлекшая за собой ряд изменений, требующих нормативного регулирования, в т. ч. и в отношении правового регулирования порядка проведения выборов и реализации пассивного избирательного права в условиях социального дистанцирования.

Разработка и реализация в РФ и в других государствах антиковидных ограничений, действующих в режиме повышенной готовности, повлияли не только на экономическую и духовную сферы жизни общества, но и внесли изменения в политические отношения. Основными направлениями реформирования порядка проведения выборов в связи с данными условиями в Российской Федерации стали:

- закрепление в ч. 1 ст. 63.1 Федерального закона № 67-ФЗ возможности проведения голосования в течение нескольких дней подряд, но не более трёх;

- возвращение института досрочного голосования (ч. 2 ст. 82 Федерального закона «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации»);

- введение возможности применения дистанционного электронного голосования (ч. 62.1 п. 2 № 67-ФЗ);

- введение возможности голосования по почте (п. 14 ст. 64 № 67-ФЗ) и некоторые другие.

Пандемия создала «чрезвычайные проблемы для демократических ценностей во всем мире, включая выборы» [10, с. 12–13]. Причины подобных заявлений определяются, исходя из практики проведённых избирательных кампаний 2020 г. в рамках единого дня (дней) голосования, а также практики общероссийского голосования по вопросу одобрения изменений в Конституцию РФ. Законодательное закрепление указанных изменений повлекло за собой и изменение форм взаимодействия субъектов избирательных правоотношений в рамках коммуникативной подсистемы политической системы общества. На вызовы неблагоприятной эпидемиологи-

ческой ситуации вынуждены были реагировать главные субъекты избирательного процесса: избирательные объединения в лице политических партий, а также кандидаты-самовыдвиженцы, планирующие участие в избирательных кампаниях в единый день (дни) голосования в ходе региональных и местных выборов.

Несмотря на достаточно сложную эпидемиологическую ситуацию и фактическое отсутствие возможности проведения агитации в форме личных встреч с избирателями, работы с избирателями на предприятиях, организации благотворительных акций по результатам, представленным Избирательной комиссией Калужской области, на выборах губернатора Калужской области и Законодательного Собрания Калужской области явка избирателей составила 35,39%<sup>1</sup>. По сравнению с предыдущими избирательными кампаниями 2015 г. показатель явки избирателей не представляет серьёзных изменений и снизился всего лишь на 0,61%. Представляется, что фактическому сохранению показателя явки и предотвращению его снижения, несмотря на отсутствие некоторых традиционных видов агитации, способствовало появление новых форм активности кандидатов и избирателей, преимущественно посредством дистанционной коммуникации в социальных сетях.

Появление новых форм электоральной активности и предвыборной агитации повлекло за собой изменение законодательства и законодательного закрепления агитации посредством изготовления и распространения, в т. ч. в информационно-телекоммуникационных сетях, включая интернет, печатных, аудиовизуальных и других агитационных материалов. В результате принятия и детального изучения федерального закона от 09.03.2021 № 43-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»

<sup>1</sup> Информационный обзор «Об избирательных кампаниях в субъектах Российской Федерации в сентябре 2020 г.» // Аналитический вестник Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации 2020. № 15. С. 15.

Федерации» в современных научных исследованиях сформировалось новое понятие «интернет-агитация». Вместе с тем не все современные исследователи единодушно причисляют агитацию в социальных сетях к интернет-агитации, выделяя ряд содержательных отличий и различия между ними в правовом регулировании [8, с. 44]. Однако именно правовое регулирование агитации в социальных сетях в настоящее время привлекает внимание исследователей, поскольку как таковое в РФ оно отсутствует. Вместе с тем в международных стандартах проведения выборов нет упоминания и о порядке проведения агитации посредством социальных сетей<sup>1</sup>.

Перейдя на новый формат проведения агитации ввиду эпидемиологической угрозы, социальные сети стали наиболее привлекательными для кандидатов средствами агитации ввиду отсутствия или минимализма финансовых затрат, скорости распространения информации, возможности обратной связи для избирателей. Всё это во многом предопределило успех избирательной кампании для кандидата, агитация которого может происходить всеми доступными способами. Как показала практика, наиболее распространёнными социальными сетями в ходе избирательных кампаний 2020 г., а затем и 2021 г. стали ВКонтакте, Инстаграмм и Фейсбук (в настоящее время запрещены в РФ), которые, в свою очередь, столкнулись с необходимостью корпоративного регулирования политической рекламы.

По мнению И. А. Брикульского, интернет-агитация – достаточно широкое понятие и охватывает агитацию как в сетевых изданиях (вид зарегистрированных СМИ), так и в социальных сетях и мессенджерах, а также на интернет-сайтах, которые не зарегистрированы в качестве СМИ [1]. В Федеральном законе № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и пра-

ва на участие в референдуме»<sup>2</sup> отсутствуют различия между перечисленными форматами агитации, а собственным правовым режимом обладают только сетевые издания. Иная интернет-агитация должна подстраиваться под существующие правовые режимы агитации. Вместе с тем по ряду сложившихся судебных решений суды зачастую относят агитацию в социальных сетях не к агитации на сайтах сетевых изданий, а к агитации, осуществляемой иными, не запрещёнными законом методами<sup>3</sup>. Однако если правовой режим агитации в сетевых изданиях определяется подзаконным регулированием ЦИК РФ, то, как показала практика, регулирование агитации в социальных сетях по тому же сценарию невозможно по ряду объективных причин.

Первая и основная проблема связана с невозможностью идентификации в социальной сети пользователя исключительно как кандидата, проводящего предвыборную агитацию. Во-первых, в социальных сетях физические лица по своему желанию могут регистрировать аккаунты в соответствии как с паспортными данными, так и с вымышленными никнеймами или изменёнными данными. Во-вторых, личный аккаунт кандидата превращается в одно из средств его агитации, в связи с чем возникает проблема отграничения агитационных действий кандидата от его личной жизни [1]. И фактически любой аудиовизуальный контент, опубликованный в социальной сети в период проведения избирательной кампании, будет представлять собой фактическую агитацию. Разграничение между личной жизнью кандидата с момента его выдвижения и «косвенной агитацией» (т. е. не носящей характера открытого призыва к голосованию за кандидатуру) в таком случае фактически невозможно, как

<sup>1</sup> Human Rights and Elections: A Handbook on International Human Rights Standards on Elections // Professional training series, Vereinte Nationen Hochkommissariat für Menschenrechte. 2021. 33 p.

<sup>2</sup> Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» // СПС Консультант Плюс.

<sup>3</sup> Апелляционное определение Санкт-Петербургского городского суда от 30.08.2019 № 33а-23201/2019 // Сайт судебных решений: [сайт]. URL: <https://xn--90afdbaaav0bd1afybeub5d.xn--p1ai/45346556> (дата обращения: 26.02.2023).

невозможно и привлечение его к конституционно-правовой ответственности за нарушение порядка проведения агитации, поскольку опубликование контента, неносящего характера открытого призыва к голосованию за кандидатуру, не требует изначального уведомления избирательных комиссий о готовности распространять агитационные материалы.

Другой краеугольной проблемой является проблематичность расходования средств избирательного фонда на проведение агитации в социальных сетях. В отличие от подготовки рекламных роликов, баннеров и плакатов с привлечением специалистов размещение в социальных сетях контента в виде фотографии, картинки и текста к ним не требует от пользователя (владельца аккаунта) никакой оплаты, если подобный контент размещается самостоятельно. Как отмечает И. А. Брикульский, законодательно требование указать тираж практически не применим в отношении постов в соцсетях: публикуя материал на своей странице, кандидат заранее не знает, насколько популярным он окажется, как и куда он далее будет распространяться, т. к. он становится общедоступным [1, с. 62].

Вместе с тем содержание данной проблемы может порождать другой правовой пробел современного законодательства. Для продвижения своей страницы в социальной сети можно воспользоваться услугами таргетологов [2, с. 45]. В рамках восполнения законодательного пробела данной проблемы была воспроизведена попытка корпоративного регулирования политической рекламы путём блокирования аккаунтов или запретов на публикацию рекламы. Вместе с тем остаётся не ясен вопрос о правовом статусе лиц, занимающихся продвижением страниц кандидатов в социальной сети, если кандидат привлекает к предвыборной агитации политических таргетологов. Не вызывает сомнений, что оплата услуг таких лиц производится за счёт средств избирательного фонда кандидата или политической партии. Вместе с тем такие лица фактически подпадают под

понятие доверенных лиц, т. е. лиц, осуществляющих агитационную деятельность в пользу назначившего их кандидата, избирательного объединения.

Современными авторами также выделяются и некоторые другие проблемы: большой перечень возможностей и платформ для проведения предвыборной агитации, который в течение определённого времени невозможно отследить, а также количество репостов информации, проблемы корпоративного регулирования политической рекламы и др. [8, с. 47].

### **Влияние экологических факторов на проведение кандидатом предвыборной агитации**

Одной из новых форм политического участия, в т. ч. в избирательном процессе, является экологический активизм [3, с. 98]. В рамках тематики настоящей статьи наибольшее внимание уделяется конвенциональному политическому участию, которое осуществляется посредством голосования, а также деятельности кандидатов по проведению предвыборной агитации.

Причина рассмотрения именно экологического фактора в рамках деятельности кандидатов по реализации пассивного избирательного права кроется в ряде протестных движений 2018–2020 гг. против строительства мусорных полигонов и рекультивации свалок вблизи населённых пунктов и требований проведения «мусорных» реформ. Высокий уровень протестной активности граждан в ряде субъектов РФ привёл к оформлению экологической проблемы как политической, что не могло не отразиться и в особенностях предвыборной агитации кандидатов соответствующих субъектов.

Традиционным способом агитации кандидатов является включение в тексты предвыборных программ политических партий или отдельных кандидатов требований соблюдения экологической безопасности, проведения целесообразной экологической политики. Анализ политических программ показывает, что большинство по-

литических партий осознают значимость экологических проблем и предлагают пути их решения, в т. ч. долгосрочные<sup>1</sup>. Однако помимо закрепления анализа и способов решения проблем в политической программе в настоящее время распространённым среди кандидатов является и онлайн-рассылка «экологических петиций», распространение их в социальных сетях. Такую действенную, но достаточно пассивную форму политической активности в настоящее время исследователи именуют слактивизмом [4, с. 96]. Представляется, что подобная форма агитации привлекает внимание избирателей при формировании позитивного отношения к кандидату как к защитнику экологической безопасности.

Вместе с тем с правовой точки зрения применение подобных форм агитации законодательно не урегулировано. Несмотря на то, что в федеральном законе дан открытый перечень форм агитации, не нарушающих законодательства, онлайн-петиция как форма агитации или репост петиции с призывом к проведению реформ не предусмотрены избирательным законодательством. Во-первых, под сомнение подпадает дальнейшая судьба подобной петиции, особенно в том случае, если кандидат не получит статуса избранного кандидата. Во-вторых, активная общественная деятельность по распространению онлайн-петиций будущего кандидата с помощью интернет-агитации может начаться и до начала агитационного периода. Не будучи выдвинутым кандидатом с помощью онлайн-петиции, распространяемой по-

средством социальной сети, активность кандидата фактически представляет собой агитацию, благодаря формированию образа «борца за экологическую безопасность и экологические права граждан» с последующим включением основных целей и результатов агитации в политическую программу.

### Заключение

В настоящее время внимание исследователей избирательного права сосредоточено на вопросах разграничения условий реализации и ограничения избирательных прав. Вместе с тем на формирование определённых условий оказывают влияние политические, социально-экономические и культурные факторы. Как показала практика, к группе социально-экономических факторов, влияющих на реализацию пассивного избирательного права, в настоящее время можно отнести эпидемиологический и экологические факторы. Именно благодаря подобным обстоятельствам в политической практике появляются новые формы предвыборной агитации, неурегулированные законодательством.

Поставленная в данной работе проблема агитации в социальных сетях и посредством онлайн-петиций нуждается в нормативном регулировании с целью предотвращения нарушения избирательных прав граждан в предстоящих избирательных кампаниях.

*Статья поступила в редакцию 10.03.2023.*

### ЛИТЕРАТУРА

1. Брикульский И. А. Предвыборная агитация в социальных сетях: проблемы правового регулирования // Информация. Государства. Права человека. 2021. С. 61–81.
2. Быкова Е. Д. Правовое регулирование таргетированной рекламы // Актуальные проблемы правового, социального и политического развития России: мат-лы XIII Международной научно-практической конференции / отв. ред. Г. Н. Комкова, С. А. Куликова, А. А. Казаков. 2020. С. 43–46.
3. Гольбрайх В. Б. Экологический активизм: новые формы политического участия // Власть и элиты. 2016. Т. 3. С. 98–120.
4. Подобуева В. А., Гришин О. Е. Эффективность слактивизма как канала коммуникации между властью и обществом // Возможности и угрозы цифрового общества: материалы Всероссийской научно-практической конференции / под ред. А. В. Соколова, А. А. Фролова. Ярославль, 2022. С. 96–100.

<sup>1</sup> Список зарегистрированных политических партий (программы и уставы) // Министерство Юстиции РФ: [сайт]. URL: <https://minjust.gov.ru/ru/pages/politicheskie-partii/htm> (дата обращения: 01.03.2023).

5. Дюверже М. Политические партии / пер. с фр. Л. А. Зимина. М.: Академический Проект, 2000. 538 с.
6. Емельянов Б. М. Теория государства и права. М.: МИЭМП, 2011. 325 с.
7. Матюшев Д. И. К вопросу об условиях реализации пассивного избирательного права // Гражданин. Выборы. Власть. 2016. № 4. С. 123–128.
8. Овчинникова К. А., Кульпин С. В. Социальные сети как инструмент политической агитации: российский и зарубежный опыт // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы IV международной научно-практической конференции. Т. 1 / науч. ред. А. П. Багирова. Екатеринбург, 2018. С. 46–50.
9. Старостина И. А. Анализ факторов, влияющих на характеристики избирательной системы // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 31. С. 12–17.
10. Чехарина В. И. О специфике организации и проведения выборов во время пандемии COVID-19 (некоторые вопросы) // Политика и общество. 2020. № 4. С. 20–30.
11. Черепанов В. А. К вопросу об ограничении пассивного избирательного права // Государство и право. 2015. № 12. С. 47–54.

#### REFERENCES

1. Brikulsky I. A. [Election campaigning in social networks: problems of legal regulation]. In: *Informatsiya. Gosudarstva. Prava cheloveka* [Information. States. Human rights], 2021, pp. 61–81.
2. Bykova E. D. [Legal regulation of targeted advertising]. In: Komkova G. N., Kulikova S. A., Kazakov A. A., eds. *Aktualnyye problemy pravovogo, sotsialnogo i politicheskogo razvitiya Rossii: mat-ly XIII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Actual problems of legal, social and political development of Russia: materials of the 13<sup>th</sup> International Scientific and Practical Conference], 2020, pp. 43–46.
3. Golbraikh V. B. [Ecological activism: new forms of political participation]. In: *Vlast i elity* [Power and elites], 2016, vol. 3, pp. 98–120.
4. Podobueva V. A., Grishin O. E. [The effectiveness of slacktivism as a channel of communication between the government and society]. In: Sokolov A. V., Frolov A. A., eds. *Vozmozhnosti i ugrozy tsifrovogo obshchestva: materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Opportunities and threats of the digital society: materials of the All-Russian scientific and practical conference]. Yaroslavl, 2022, pp. 96–100.
5. Duvergue M. *Les formations politiques* (Rus. ed.: Zimina L. A., transl. *Politicheskiye partii*. Moscow, Akademicheskii Proyekt Publ., 2000. 538 p.)
6. Emelyanov B. M. *Teoriya gosudarstva i prava* [Theory of state and law]. Moscow, MIEMP Publ., 2011. 325 p.
7. Matyushev D. I. [To the question of the conditions for the implementation of passive suffrage]. In: *Grazhdanin. Vybory. Vlast* [Citizen. Elections. Power], 2016, no. 4, pp. 123–128.
8. Ovchinnikova K. A., Kulpin S. V. [Social networks as an instrument of political agitation: Russian and foreign experience]. In: Bagirova A. P., ed. *Strategii razvitiya sotsialnykh obshchnostey, institutov i territoriy: materialy IV mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferentsii. T. 1* [Strategies for the development of social communities, institutions and territories: materials of the IV international scientific-practical conference. Vol. 1]. Yekaterinburg, 2018, pp. 46–50.
9. Starostina I. A. [Analysis of factors influencing the characteristics of the electoral system]. In: *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Chelyabinsk State University], 2009, no. 31, pp. 12–17.
10. Chekharina V. I. [On the specifics of organizing and holding elections during the COVID-19 pandemic (some questions)]. In: *Politika i obshchestvo* [Politics and Society], 2020, no. 4, pp. 20–30.
11. Cherepanov V. A. [On the issue of limiting passive electoral rights]. In: *Gosudarstvo i pravo* [State and Law], 2015, no. 12, pp. 47–54.

**ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ**

Филатова Анастасия Олеговна – кандидат юридических наук, старший научный сотрудник отдела правоведения Института научной информации по общественным наукам Российской академии наук (ИНИОН РАН);

e-mail: fltvnastja@rambler.ru

**INFORMATION ABOUT THE AUTHOR**

Anastasia O. Filatova – Cand. Sci. (Law), Institute of Scientific Information on Social Sciences of the Russian Academy of Sciences;

e-mail: fltvnastja@rambler.ru

**ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ**

Филатова А. О. Влияние эпидемиологического и экологического факторов на условия реализации пассивного избирательного права в период предвыборной агитации // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Юриспруденция. 2023. № 2. С. 55–63.

DOI: 10.18384/2310-6794-2023-2-55-63

**FOR CITATION**

Filatova A. O. Impact of Epidemiological and Environmental Factor on Conditions of Passive Suffrage Realization during the Election Campaign. In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Jurisprudence*, 2023, no. 2, pp. 55–63.

DOI: 10.18384/2310-6794-2023-2-55-63