**ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ   
ДЛЯ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ  
впервые избранных председателей, заместителей председателей и секретарей избирательных комиссий субъектов Российской Федерации**

**Второй модуль**

**Тема: Предвыборная агитация: определение, порядок, сроки и формы ее проведения. Ответственность за нарушение порядка предвыборной агитации**

1. В случае принятия соответствующей избирательной комиссией решения о проведении голосования в течение трех дней подряд, когда начинает действовать запрет на опубликование (обнародование) результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов и референдумов, иных исследований, связанных с проводимыми выборами и референдумами?

а) за 5 дней до последнего дня голосования;

б) за 10 дней до последнего дня голосования;

в) за 7 дней до последнего дня голосования;

г) за 15 дней до последнего дня голосования.

2. В случае принятия соответствующей избирательной комиссией решения о проведении голосования в течение трех дней подряд, когда заканчивается агитационный период в СМИ для кандидатов и избирательных объединений?

а) в ноль часов по местному времени дня, предшествующего первому дню голосования;

б) в ноль часов по местному времени первого дня голосования;

в) в восемь часов по местному времени первого дня голосования;

г) в двадцать часов по местному времени первого дня голосования.

3. Могут ли сохраняться предвыборные агитационные материалы–билборды в день голосования на прежних местах? Если да, то в каком случае?

а) не могут ни при каком условии;

б) в случае если билборд представлен в избирательную комиссию в качестве печатного агитационного материала и размещен в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации на стабильно размещенных объектах, то такой материал может сохраняться в день голосования на прежнем месте.

4. Какие сведения и в какой срок должны направить организации телерадиовещания, редакции периодических печатных изданий и редакции сетевых изданий в избирательную комиссию, если они желают оказывать услуги кандидатам и избирательным объединениям на выборах?

а) сведения о размере (в валюте Российской Федерации) и других условиях оплаты эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов, информация о дате и об источнике их опубликования, сведения о регистрационном номере и дате выдачи свидетельства о регистрации средства массовой информации и уведомление   
о готовности оказывать соответствующие услуги могут быть представлены   
в любой срок;

б) сведения о размере (в валюте Российской Федерации) и других условиях оплаты эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов, информация о дате и об источнике их опубликования, сведения о регистрационном номере и дате выдачи свидетельства о регистрации средства массовой информации и уведомление о готовности оказывать соответствующие услуги должны быть представлены не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов.

5. Сколько времени отводится для проведения совместных агитационных мероприятий? Какие могут быть исключения из правил, когда они не проводятся?

а) не менее половины общего объема эфирного времени должно быть предоставлено зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям для проведения совместных агитационных мероприятий без каких-либо исключений;

б) не менее половины общего объема эфирного времени должно быть предоставлено зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям для проведения совместных агитационных мероприятий. Данное правило не применяется при предоставлении эфирного времени избирательным объединениям или зарегистрированным кандидатам, если указанного объема эфирного времени недостает для проведения хотя бы одного совместного агитационного мероприятия, в котором на каждое избирательное объединение, зарегистрировавшее список кандидатов, каждого зарегистрированного кандидата, придется пять или более минут;

в) не менее трети общего объема эфирного времени должно быть предоставлено зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям для проведения совместных агитационных мероприятий. Данное правило не применяется при предоставлении эфирного времени избирательным объединениям или зарегистрированным кандидатам, если указанного объема эфирного времени недостает для проведения хотя бы одного совместного агитационного мероприятия, в котором на каждое избирательное объединение, зарегистрировавшее список кандидатов, каждого зарегистрированного кандидата, придется пять или более минут.

6. Можно ли произвести оплату агитационного материала кандидата, выдвинутого политической партией по одномандатному избирательному округу, из фонда данной политической партии?

а) нет, нельзя (в силу п. 5 ст. 48 Федерального закона 67-ФЗ);

б) да, можно (в силу п. 5 ст. 48 Федерального закона 67-ФЗ).

7. В случае изготовления совместного агитационного материала кандидата, выдвинутого политической партией на выборах депутатов законодательного собрания, и кандидата, выдвинутого этой же политической партией на выборах высшего должностного лица субъекта Российской Федерации, возможно ли использование в этом агитационном материале их изображений?

а) да (в силу п. 9 ст. 48 Федерального закона 67-ФЗ);

б) нет (в силу п. 9 ст. 48 Федерального закона 67-ФЗ).

8. Как и какую информацию указывает на своем агитационном материале кандидат, являющийся физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента, или кандидат, аффилированный с выполняющим функции иностранного агента лицом?

а) агитационный материал кандидата, являющего физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента, кандидата, аффилированного с выполняющим функции иностранного агента лицом, должен содержать информацию о том, что данный кандидат является физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента, либо кандидатом, аффилированным с выполняющим функции иностранного агента лицом. Данная информация должна быть ясно видимой (ясно различаемой на слух) и занимать не менее 15 процентов от площади (объема) агитационного материала;

б) агитационный материал кандидата, являющего физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента, кандидата, аффилированного с выполняющим функции иностранного агента лицом, не должен содержать какую-либо дополнительную информацию.

9. Можно ли в период избирательной кампании использовать эмблему и наименование политической партии в рекламе не связанной с выборами деятельности? Если да, то при каких условиях?

а) запрещено;

б) можно в случае оплаты данной рекламы на период избирательной кампании из средств избирательного фонда этой политической партии.

10. Можно ли кандидату в совместном агитационном мероприятии по телевидению негативно высказываться о других кандидатах и избирательных объединениях?

а) не запрещено;

б) запрещено.

11. Можно ли кандидату в агитационных роликах по телевидению негативно высказываться о других кандидатах и избирательных объединениях?

а) разрешено;

б) запрещено.

12. На каких предвыборных агитационных материалах обязательно должны присутствовать выходные данные?

а) на печатных и аудиовизуальных агитационных материалах, в том числе распространяемых в сети Интернет;

б) на любых агитационных материалах.

13. Является ли законным аудиовизуальный агитационный материал, изготовленный кандидатом на собственном оборудовании без расходования средств избирательного фонда и представленный до начала его распространения в избирательную комиссию?

а) нет, изготовление аудиовизуальных агитационных материалов на собственном оборудовании без каких-либо материальных затрат невозможно;

б) да, изготовление аудиовизуальных агитационных материалов на собственном оборудовании без каких-либо материальных затрат возможно.

14. Является ли законным печатный агитационный материал, изготовленный кандидатом на собственном оборудовании без расходования средств избирательного фонда и представленный до начала его распространения в избирательную комиссию?

а) нет, изготовление печатных агитационных материалов на собственном оборудовании без каких-либо материальных затрат невозможно ввиду того, что расходуются бумага и чернила – они материальны.

б) да, изготовление печатных агитационных материалов на собственном оборудовании без каких-либо материальных затрат возможно.