

МОДУЛЬ 10. ИНФОРМИРОВАНИЕ ИЗБИРАТЕЛЕЙ. ПРЕДВЫБОРНАЯ АГИТАЦИЯ. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ ПОРЯДКА ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ

10.1. Информационно-разъяснительная деятельность ТИК в период подготовки и проведения выборов

Информационно-разъяснительная деятельность – это деятельность избирательных комиссий во взаимодействии с органами публичной власти, общественными объединениями по формированию правовой культуры избирателей, мотивации граждан на активное участие в политической жизни страны, разъяснение особенностей национальной избирательной системы.

В узком смысле понимается как одно из направлений деятельности избирательных комиссий по информированию избирателей о ходе подготовки и проведения конкретной избирательной кампании.

ИРД включает две составляющие:

✓ информационную, которая заключается в сопровождении деятельности избирательных комиссий и строится на основе календарных планов избирательных кампаний, социологических исследований, информационно-аналитических и иных материалах;

✓ разъяснительную, которая состоит в проведении целенаправленной и систематической работы по правовому просвещению участников избирательного процесса, разъяснению положений избирательного законодательства и практики его применения.

Целями информационно-разъяснительной деятельности избирательных комиссий являются:

✓ создание условий для эффективной реализации избирательных прав граждан, а также принципов свободных и открытых выборов;

✓ поддержание атмосферы открытости и гласности, повышение доверия к власти, избирательной системе, организаторам выборов;

- ✓ повышение правовой культуры избирателей, организаторов выборов, представителей политических партий, общественных объединений, иных участников избирательного процесса;

- ✓ активизация участия избирателей в федеральных, региональных и муниципальных избирательных кампаниях.

Избирательные комиссии в рамках своих полномочий:

- ✓ обеспечивают информирование избирателей о сроках и порядке осуществления избирательных действий, ходе избирательной кампании, а также о кандидатах, об избирательных объединениях, выдвинувших кандидатов, списки кандидатов;

- ✓ информируют участников избирательного процесса о сведениях, представленных кандидатами, выдвинутыми по одномандатному избирательному округу, обеспечивают публикацию сведений о зарегистрированных кандидатах;

- ✓ осуществляют контроль за соблюдением правил и порядка информирования избирателей, проведения предвыборной агитации на соответствующей территории;

- ✓ осуществляют меры по организации единого порядка распределения эфирного времени и печатной площади между зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями для проведения предвыборной агитации, установления итогов голосования, определения результатов выборов, а также порядка опубликования итогов голосования и результатов выборов.

В полномочия территориальных избирательных комиссий входит:

- ✓ осуществление контроля за подготовкой и проведением выборов, соблюдением избирательных прав граждан на соответствующей территории, информирование избирателей о месте нахождения и номерах телефонов территориальной и участковых избирательных комиссий;

- ✓ осуществление контроля за соблюдением на соответствующей территории порядка информирования избирателей, проведения предвыборной агитации;

- ✓ обеспечение информирования избирателей о сроках и порядке осуществления избирательных действий, ходе избирательной кампании.

10.2. Требования к содержанию информационных материалов, размещаемых на информационном стенде в помещениях ТИК и УИК

В помещениях территориальных избирательных комиссий **рекомендовано** размещать информационные стенды, содержащие информацию о:

- ✓ границах избирательных участков;
- ✓ нижестоящих комиссиях (состав комиссий, график работы, адреса, контактные сведения и другие данные);

- ✓ формировании участковых комиссий и резерва составов участковых комиссий;

- ✓ текущих избирательных кампаниях, в том числе по вопросам выдвижения и регистрации кандидатов;

- ✓ другое.

Вышестоящей по отношению к ТИК избирательной комиссией могут приниматься нормативные акты, в которых указано, какие именно материалы необходимо размещать на информационном стенде ТИК в рамках организации и проведения конкретной избирательной кампании, а также в межвыборный период.

В помещении для голосования должна находиться **увеличенная форма протокола об итогах голосования**, предназначенная для занесения в нее данных об итогах голосования по мере их установления. Она должна находиться в поле зрения членов УИК и наблюдателей на расстоянии, необходимом для восприятия содержащейся в ней информации.

Также в помещении для голосования либо непосредственно перед указанным помещением УИК **оборудует информационный стенд**, на котором размещается **следующая информация** обо всех кандидатах, списках кандидатов, избирательных объединениях, внесенных в бюллетень:

✓ биографические данные кандидатов в объеме, установленном комиссией, организующей выборы, но не меньшем, чем объем биографических данных, внесенных в бюллетень;

✓ информация о самовыдвижении или выдвижении избирательным объединением;

✓ сведения о доходах и об имуществе кандидатов в объеме, установленном организующей выборы избирательной комиссией;

✓ информация о фактах представления кандидатами недостоверных сведений (если такая информация имеется);

✓ сведения о кандидатурах для наделения полномочиями сенатора Российской Федерации, представленных кандидатами на должность высшего должностного лица субъекта Российской Федерации (указанные сведения размещаются при проведении выборов высшего должностного лица субъекта Российской Федерации);

✓ сведения о судимости, сведения о дате снятия или погашения судимости кандидата (при наличии таких сведений);

✓ информация о том, что кандидат является физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента, либо кандидатом, аффилированным с выполняющим функции иностранного агента лицом (если кандидат таковым является).

Кроме всех вышеуказанных сведений о кандидатах, списках кандидатов, избирательных объединениях, на информационном стенде размещаются **следующие плакаты**:

✓ «Порядок заполнения избирательного бюллетеня»;

✓ «Порядок голосования»;

✓ «Процедура передачи протокола УИК в ТИК»;

✓ «Правила голосования с использованием КОИБ» (в случае использования КОИБ).

Для информирования избирателей, являющихся инвалидами по зрению, информационные материалы могут быть выполнены крупным шрифтом и (или) с применением рельефно-точечного шрифта Брайля (избирательные участки, где размещаются такие материалы, определяются решением организующей выборы комиссии, а на выборах в федеральные органы государственной власти – решением избирательной комиссии субъекта Российской Федерации (далее – ИКСРФ).

Кроме всех вышеуказанных сведений на информационном стенде могут размещаться иные **материалы, представляющие интерес для избирателя**, например:

- ✓ информация о составе УИК;
- ✓ описание границ избирательного округа и избирательного участка;
- ✓ номер телефона горячей линии ЦИК России и телефон технической поддержки;
- ✓ номера телефонов ТИК, ИКСРФ, органов внутренних дел, прокуратуры, суда, пожарной охраны, скорой медицинской помощи;
- ✓ информация об установленном режиме работы УИК, датах, времени и адресах проведения досрочного голосования;
- ✓ информация о числе избирателей, включенных в список избирателей на момент открытия помещения для голосования;
- ✓ информация о числе избирателей, подавших заявления о включении в список избирателей по месту нахождения на данном избирательном участке;
- ✓ информация о числе избирателей, исключенных из списка избирателей в связи с подачей заявления о включении в список избирателей по месту нахождения на ином избирательном участке.

На информационном стенде размещаются образцы заполненных избирательных бюллетеней. Они не должны содержать фамилии кандидатов,

зарегистрированных в данном избирательном округе, наименования избирательных объединений, участвующих в данных выборах.

10.3. Предвыборная агитация: понятие, порядок, сроки и формы ее проведения

Предвыборная агитация – деятельность, осуществляемая в период избирательной кампании и имеющая целью побудить или побуждающая избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов или против него (них) (п. 2, ст.2 ФЗ-67).

Агитационные материалы – печатные, аудиовизуальные и иные материалы, содержащие признаки предвыборной агитации и предназначенные для массового распространения, обнародования в период избирательной кампании.

Агитационный период – период, в течение которого разрешается проводить предвыборную агитацию.

Предвыборной агитацией, осуществляемой в период избирательной кампании, признаются:

- ✓ призывы голосовать за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов либо против него (них);
- ✓ выражение предпочтения какому-либо кандидату, избирательному объединению, в частности, указание на то, за какого кандидата, за какой список кандидатов, за какое избирательное объединение будет голосовать избиратель (за исключением случая опубликования (обнародования) результатов опроса общественного мнения);
- ✓ описание возможных последствий в случае, если тот или иной кандидат будет избран или не будет избран, тот или иной список кандидатов будет допущен или не будет допущен к распределению депутатских мандатов;

✓ распространение информации, в которой явно преобладают сведения о каком-либо кандидате (каких-либо кандидатах), избирательном объединении в сочетании с позитивными либо негативными комментариями;

✓ распространение информации о деятельности кандидата, не связанной с его профессиональной деятельностью или исполнением им своих служебных (должностных) обязанностей;

✓ деятельность, способствующая созданию положительного или отрицательного отношения избирателей к кандидату, избирательному объединению, выдвинутому кандидату, список кандидатов.

Агитационный период (сроки проведения агитации):

для избирательного объединения начинается со дня принятия им решения о выдвижении кандидата, кандидатов, списка кандидатов;

для кандидата, выдвинутого в составе списка кандидатов, начинается со дня представления в соответствующую избирательную комиссию списка кандидатов;

для кандидата, выдвинутого непосредственно, начинается со дня представления кандидатом в избирательную комиссию заявления о согласии баллотироваться (п.1, ст. 49 ФЗ–67).

Предвыборная агитация в СМИ начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается в ноль часов по местному времени дня, предшествующего дню голосования (в случае принятия решения о голосовании в течение нескольких дней подряд – в ноль часов по местному времени первого дня голосования) (п. 2, ст. 49 ФЗ–67).

Проведение предвыборной агитации **в день голосования запрещается** (п.3, ст. 49 ФЗ–67).

Предвыборная агитация может проводиться:

✓ на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных изданиях и сетевых изданиях;

✓ посредством проведения агитационных публичных мероприятий;

- ✓ посредством изготовления и распространения, в том числе в информационно-телекоммуникационных сетях, включая сеть Интернет, печатных, аудиовизуальных и других агитационных материалов;
- ✓ иными не запрещенными законом методами.

10.4. Особенности изготовления, представления в комиссию и распространения отдельных видов агитационных материалов (в том числе копий агитационных материалов, предназначенных для размещения в СМИ), объявлений (иной информации) о связанной с выборами деятельности

Кандидаты, избирательные объединения, выдвинувшие списки кандидатов, вправе беспрепятственно распространять, в том числе в информационно-телекоммуникационных сетях, включая сеть «Интернет», печатные, а равно аудиовизуальные и иные агитационные материалы. Все агитационные материалы должны изготавливаться на территории Российской Федерации.

Организации, индивидуальные предприниматели, выполняющие работы или оказывающие услуги по изготовлению печатных агитационных материалов, обязаны обеспечить кандидатам, избирательным объединениям, выдвинувшим списки кандидатов равные условия оплаты изготовления этих материалов.

Сведения о размере и других условиях оплаты работ или услуг указанных организаций, индивидуальных предпринимателей по изготовлению печатных агитационных материалов должны быть опубликованы соответствующей организацией, соответствующим индивидуальным предпринимателем не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов и в тот же срок представлены в определяемую законом комиссию.

Вместе с указанными сведениями в комиссию должны быть представлены также сведения, содержащие:

- ✓ наименование;
- ✓ юридический адрес и идентификационный номер налогоплательщика организации (фамилию, имя, отчество индивидуального предпринимателя, наименование субъекта Российской Федерации, района, города, иного населенного пункта, где находится место его жительства).

Экземпляры печатных агитационных материалов или их копии, экземпляры или копии аудиовизуальных агитационных материалов, фотографии, экземпляры или копии иных агитационных материалов до начала их распространения должны быть представлены кандидатом, избирательным объединением в соответствующую избирательную комиссию.

Вместе с указанными материалами должны быть также представлены:

- ✓ сведения об адресе юридического лица, индивидуального предпринимателя (адресе места жительства физического лица), изготовивших и заказавших эти материалы;
- ✓ копия документа об оплате изготовления данного предвыборного агитационного материала из соответствующего избирательного фонда.

При проведении выборов в федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации в комиссию должны быть представлены электронные образы этих предвыборных агитационных материалов в машиночитаемом виде.

Агитационный материал кандидата, являющегося 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. Агитационный материал избирательного объединения, выдвинувшего на

соответствующих выборах кандидата (в том числе в составе списка кандидатов), являющегося иностранным агентом, либо кандидатом, аффилированным с иностранным агентом, должен содержать информацию о том, что избирательным объединением выдвинут (в том числе в составе списка кандидатов) такой кандидат. В случае, если в агитационном материале используется высказывание физического лица, являющегося иностранным агентом, данное высказывание должно предваряться информацией о том, что оно является высказыванием такого физического лица.

Данная информация должна быть ясно видимой (ясно различаемой на слух) и занимать не менее 15% от площади (объема) агитационного материала (пп. 9.4 – 9.5 ст. 48, пп. 1-3 ст. 54 ФЗ-67).

Копия агитационного материала, предназначенного для размещения на каналах организаций, осуществляющих телерадиовещание, в периодических печатных изданиях, после направления (передачи) агитационного материала в указанную организацию, редакцию периодического печатного издания и до начала его распространения представляется зарегистрированным кандидатом, избирательным объединением в соответствующую избирательную комиссию вместе с информацией о том, изображение какого кандидата (каких кандидатов) использовано в соответствующем агитационном материале (в случае использования изображений кандидата (кандидатов) в агитационном материале).

10.5. Ответственность за нарушение порядка проведения предвыборной агитации. Осуществление контроля за проведением предвыборной агитации на территории избирательного округа. Оформление представлений по фактам нарушения законодательства Российской Федерации о выборах, составление протоколов об административных правонарушениях

Использование преимуществ должностного или служебного положения

Статьей 5.45 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена ответственность за использование лицом, замещающим государственную или муниципальную должность, либо находящимся на государственной или муниципальной службе, либо являющимся членом органа управления организации независимо от формы собственности (в организации, высшим органом управления которой является собрание, - членом органа, осуществляющего руководство деятельностью этой организации), за исключением политической партии, преимуществ своего должностного или служебного положения в целях выдвижения и (или) избрания кандидата, списка кандидатов, выдвижения и (или) поддержки инициативы проведения референдума, получения того или иного ответа на вопрос (вопросы) референдума.

Дела об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 5.45 КоАП РФ, возбуждаются **прокурором**.

Подкуп

Статьей 5.16 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена ответственность за подкуп избирателей, участников референдума, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния, либо осуществление благотворительной деятельности с нарушением законодательства о выборах и референдумах.

Протоколы об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 5.16 КоАП РФ, вправе составлять должностные лица органов внутренних дел (**полиции**).

Недопустимость экстремизма

Недопустимой является информация, содержащая призывы к массовым беспорядкам, осуществлению экстремистской деятельности, участию в массовых (публичных) мероприятиях, проводимых с нарушением установленного порядка, недостоверной общественно значимой информации, распространяемой под видом достоверных сообщений, которая создает угрозу причинения вреда жизни и (или) здоровью граждан, имуществу, угрозу массового нарушения общественного порядка и (или) общественной безопасности, информационных материалов иностранной или международной неправительственной организации, деятельность которой признана нежелательной на территории Российской Федерации, сведений, позволяющих получить доступ к указанной информации или материалам (далее – распространяемая с нарушением закона информация), включая случай поступления уведомления о распространяемой с нарушением закона информации от федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, организаций или граждан.

Недопустимость оскорблений

Недопустимой является информация, выраженная в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам Российской Федерации, Конституции Российской Федерации или органам, осуществляющим государственную власть в Российской Федерации.

Граждане, **не являющиеся кандидатами** и не выступающие от имени кандидатов, политических партий в установленном законом порядке,

вправе *проводить предвыборную агитацию* в таких формах и такими методами, которые *не требуют финансовых затрат*: они могут организовывать агитационные публичные мероприятия и участвовать в них, осуществлять устную агитацию, агитировать иными способами (Постановление Конституционного Суда Российской Федерации от 16.06.2006 г. № 7-П).

Участие гражданина в выборах является свободным и добровольным. Никто не вправе оказывать воздействие на гражданина с целью принудить его к участию или неучастию в выборах, а также на его свободное волеизъявление.

Действия гражданина, свидетельствующие о том, что он не имеет цели реализации своего активного избирательного права, и препятствующие формированию выборного органа, можно расценивать как злоупотребление правом.

Воспрепятствование свободному осуществлению гражданином своих избирательных прав, в том числе соединенные с подкупом, обманом, принуждением, применением насилия либо с угрозой его применения отнесено законодателем к уголовно наказуемым деяниям.

10.6. Организация и проведение жеребьевки по распределению бесплатного и платного эфирного времени, бесплатной и платной печатной площади, предоставляемых государственными и муниципальными организациями телерадиовещания и редакциями государственных и муниципальных периодических печатных изданий (в случае если в функции ТИК входит проведение жеребьевки)

В соответствии с пп. «г» п. 10 ст. 23 Федерального закона № 67-ФЗ на территории субъекта Российской Федерации меры по организации единого порядка распределения эфирного времени и печатной площади между зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями для проведения предвыборной агитации осуществляет ИКСРФ.

Исходя из этого, типовую инструкцию по проведению жеребьевки ТИК может получить из соответствующего постановления ИКСРФ и принять ее своим решением за основу при проведении мероприятий по распределению эфирного времени и печатной площади.

Общие правила распределения бесплатного и платного эфирного времени, бесплатной и платной печатной площади перечислены в ст. 50-52 Федерального закона № 67-ФЗ.

При распределении эфирного времени и печатной площади должны соблюдаться принципы равенства кандидаты избирательных объединений.

Законом может быть предусмотрено, что избирательное объединение, выдвинувшее на ближайших предыдущих соответствующих выборах список кандидатов, который не был допущен к распределению депутатских мандатов, либо кандидата, который не были избран и получил менее установленного этим законом числа голосов проголосовавших избирателей, не вправе воспользоваться эфирным временем или печатной площадью бесплатно. Установленное законом число голосов избирателей не может превышать 3 процента от числа голосов избирателей, принявших участие в голосовании. В этом случае избирательное объединение вправе по договору получить из общего объема бесплатного эфирного времени, бесплатной печатной площади причитающуюся ему долю или ее часть за плату, размер которой не может превышать размер платы за эфирное время или печатную площадь, резервируемые государственными и муниципальными СМИ для проведения предвыборной агитации.

При проведении выборов в законодательный орган субъекта Российской Федерации или представительный орган муниципального образования избирательному объединению не может быть отказано в предоставлении бесплатных эфирного времени и печатной площади, если:

- ✓ список кандидатов набрал не менее установленного числа голосов избирателей, принявших участие в голосовании;

✓ кандидаты были выдвинуты только по одномандатным или многомандатным избирательным округам.

В случае одновременного проведения нескольких избирательных кампаний и совпадения на указанных кампаниях периодов проведения агитации общий объем бесплатных эфирного времени и печатной площади не увеличивается без согласия на то организации СМИ.

Негосударственные организации СМИ, зарегистрированные не менее чем за один год до начала избирательной кампании, а также редакции СМИ, учрежденные избирательными объединениями независимо от срока регистрации изданий, вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам и избирательным объединениям платные эфирное время и печатную площадь при условии выполнения нижеперечисленных требований (пп. 5, 6 статьи 50 Федерального закона № 67-ФЗ). Иные негосударственные СМИ не вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам и избирательным объединениям эфирное время и печатную площадь.

Во-первых, условия оплаты эфирного времени и печатной площади, предоставляемых негосударственными СМИ, должны быть едины для всех зарегистрированных кандидатов и избирательных объединений. Это требование не распространяется на редакции негосударственных периодических печатных изданий и сетевых изданий, учрежденных самими кандидатами и избирательными объединениями.

Во-вторых, при проведении выборов сведения об условиях оплаты эфирного времени и печатной площади должны быть опубликованы соответствующей организацией или редакцией СМИ не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования решения о назначении выборов. В организующую избирательную комиссию помимо этих сведений должна быть передана следующая информация:

- ✓ сведения о дате и об источнике их опубликования;
- ✓ сведения о регистрационном номере и дате выдачи свидетельства о регистрации СМИ;

✓ уведомление о готовности предоставить эфирное время, печатную площадь, услуги по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях.

СМИ независимо от формы собственности обязаны вести отдельный учет объемов и стоимости эфирного времени и печатной площади, предоставленных для проведения предвыборной агитации, в соответствии с формами, установленными соответствующей комиссией, и представлять данные в эту комиссию не позднее чем через 10 дней со дня голосования.

Расходы государственных и муниципальных СМИ, связанные с предоставлением бесплатных эфирного времени и печатной площади для проведения предвыборной агитации, относятся на результаты деятельности этих СМИ.

Предоставление эфирного времени и печатной площади для проведения предвыборной агитации производится в соответствии с договором, заключенным в письменной форме между СМИ и кандидатом или избирательным объединением до предоставления указанных услуг.

В случае одновременного проведения нескольких избирательных кампаний и совпадения на указанных кампаниях периодов проведения агитации зарегистрированный кандидат, выдвинутый одновременно в нескольких избирательных округах на разных выборах, вправе получить бесплатные эфирное время и печатную площадь в государственных и муниципальных СМИ в объеме, не превышающем предоставленный на выборах более высокого уровня.

Предоставляемое эфирное время должно приходиться на определяемый соответствующей организацией телерадиовещания период, когда передачи собирают наибольшую аудиторию.

Объем эфирного времени, предоставляемого региональными государственными или муниципальными организациями телерадиовещания для проведения предвыборной агитации на дополнительных или повторных выборах депутатов законодательного органа субъекта Российской

Федерации, представительного органа муниципального образования по одномандатному или многомандатному избирательному округу, определяется законом субъекта Российской Федерации. В случае если в результате предоставления эфирного времени на каждого зарегистрированного кандидата или каждое выдвинувшее зарегистрированный список кандидатов избирательное объединение придется более 60 минут эфирного времени, общий объем эфирного времени, которое каждая организация телерадиовещания предоставляет для проведения агитации, сокращается и должен составлять 60 минут, умноженных соответственно на количество зарегистрированных кандидатов или выдвинувших зарегистрированные списки кандидатов избирательных объединений.

Не менее половины общего объема эфирного времени должно быть предоставлено зарегистрированным кандидатам и избирательным объединениям для проведения совместных агитационных мероприятий. Данное правило не применяется, если указанного объема эфирного времени недостает для проведения хотя бы одного совместного агитационного мероприятия, в котором на каждого из кандидатов или избирательных объединений придется пять или более минут. При отказе кандидата от участия в совместном агитационном мероприятии его доля эфирного времени распределяется между другими участниками.

Оставшаяся часть общего объема эфирного времени предоставляется государственными и муниципальными организациями телерадиовещания зарегистрированным кандидатам и избирательным объединениям для размещения агитационных материалов.

Государственные и муниципальные организации телерадиовещания обязаны резервировать эфирное время для проведения предвыборной агитации за плату на принципе равенства условий для всех кандидатов и избирательных объединений. Общий объем резервируемого эфирного времени может превышать установленный уровень, но не более чем в два

раза. Зарегистрированный кандидат или избирательное объединение вправе за соответствующую плату получить время из общего объема зарезервированного эфирного времени в пределах доли, полученной в результате равного деления.

Редакции государственных и муниципальных организаций телерадиовещания, распространяемых на территории, на которой проводятся выборы, и редакции периодических печатных изданий, выходящих не реже одного раза в неделю, обязаны резервировать эфирное время или печатную площадь для размещения агитационных материалов, предоставляемых зарегистрированным кандидатам и избирательным объединениям за плату, соблюдая принцип равенства.

Зарегистрированный кандидат или выдвинувшее зарегистрированные списки кандидатов избирательное объединение вправе за соответствующую плату получить из общего объема зарезервированных эфирного времени, печатной площади долю в пределах, полученных в результате равного деления. Если после такого распределения останется нераспределенное эфирное время, печатная площадь, они могут быть предоставлены за плату подавшим заявку избирательным объединениям и зарегистрированным кандидатам.

Редакции негосударственных периодических печатных изданий вправе отказать в предоставлении печатной площади для проведения предвыборной агитации.

10.7. Особенности предвыборной агитации в сети Интернет и в мессенджерах

Федеральный закон № 67-ФЗ не содержит специальных норм, регулирующих порядок использования блогов, форумов и других платформ в сети Интернет. В части прямого регулирования текст закона содержит запреты на:

✓ размещение данных об итогах голосования и результатах выборов в день голосования до момента окончания голосования на территории соответствующего округа (п.7 ст. 45);

✓ размещение результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов и иных исследований, связанных с проводимыми выборами, в течение пяти дней до дня голосования, а также в день голосования (п. 3 ст.46);

✓ размещение материалов, содержащих призывы к совершению деяний, определяемых в ст. 1 Федерального закона № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» как экстремистская деятельность (п.1 ст. 56).

В то же время, ряд интернет-сайтов зарегистрирован в качестве СМИ, на которые распространяются нормы законодательства о выборах, в частности касающиеся размещения агитационных материалов в сетевых изданиях или других средствах массовой информации.

Кроме того, на интернет-ресурсы, зарегистрированные в качестве сетевых изданий, распространяются положения п. 2 ст. 49 Федерального закона № 67-ФЗ о продолжительности агитационного периода, который начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается в ноль часов по местному времени за сутки до дня голосования (первого дня голосования).

Редакции негосударственных сетевых изданий, распространяемых в сети Интернет (за исключением редакций сетевых изданий, учрежденных избирательными объединениями), могут размещать агитационные материалы только в случае, если выпускаемые ими сетевые издания зарегистрированы не менее чем за год до начала избирательной кампании (п. 4 ст. 50 Федерального закона № 67-ФЗ).

Если интернет-ресурс не зарегистрирован в качестве СМИ, то на него не распространяются требования указанной нормы. Однако размещение на нем агитационных материалов, по сути, является формой выпуска и распространения аудиовизуальных агитационных материалов,

в связи с чем такое размещение должно осуществляться с соблюдением требований ст. 54 Федерального закона № 67-ФЗ:

- ✓ оплата расходов из средств соответствующего избирательного фонда;
- ✓ наличие выходных данных (п. 2 ст. 54 Федерального закона № 67-ФЗ);
- ✓ представление экземпляра (копии) аудиовизуального агитационного материала до начала его распространения в соответствующую избирательную комиссию.

Кроме того, на размещение агитационных материалов на интернет-ресурсах, не зарегистрированных в качестве сетевых изданий, распространяются требования о проведении предвыборной агитации в агитационный период.

10.8. Ограничения при проведении предвыборной агитации

В соответствии со ст. 56 Федерального закона 67-ФЗ предвыборные программы кандидатов и политических партий, а также иные агитационные материалы, выступления кандидатов, представителей партий и их доверенных лиц, граждан на публичных мероприятиях, в СМИ не должны содержать призывы к совершению деяний, определяемых в ст. 1 Федерального закона № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» как экстремистская деятельность, либо иным способом побуждать к таким деяниям, а также обосновывать или оправдывать экстремизм.

Запрещается агитация, нарушающая законодательство Российской Федерации об интеллектуальной собственности.

Кандидатам, избирательным объединениям, их доверенным лицам и уполномоченным представителям, а также иным лицам и организациям при проведении предвыборной агитации запрещается осуществлять подкуп избирателей. Под подкупом подразумевается вручение денежных средств,

подарков и иных материальных ценностей, кроме как за выполнение организационной работы (за сбор подписей избирателей, агитационную работу); вознаграждение избирателей, выполнявших указанную организационную работу, в зависимости от итогов голосования или обещание произвести такое вознаграждение; льготная распродажа товаров, бесплатное распространение любых товаров, за исключением печатных материалов (в том числе иллюстрированных) и значков, специально изготовленных для избирательной кампании; безвозмездное или льготное предоставление услуг, а также воздействие на избирателей посредством обещаний передачи им денежных средств, ценных бумаг и других материальных благ (в том числе по итогам голосования), оказания услуг иначе чем на основании принимаемых в соответствии с законодательством решений органов государственной власти или местного самоуправления.

В период избирательной кампании не допускается проведение лотерей и других основанных на риске игр, в которых выигрыш призов или участие в розыгрыше призов зависит от итогов голосования, результатов выборов, или иначе связанных с выборами.

В период избирательной кампании из средств избирательного фонда должна производиться оплата рекламы:

- ✓ коммерческой и иной не связанной с выборами деятельности с использованием фамилии или изображения кандидата;
- ✓ использующей наименование, эмблему или иную символику избирательного объединения, выдвинувшего кандидата или список кандидатов.

В день голосования и в день, предшествующий дню голосования, такая реклама, в том числе оплаченная за счет средств соответствующего избирательного фонда, не допускается.

На этих же условиях могут размещаться объявления или иная информация о связанной с выборами деятельности избирательного объединения или кандидата при условии указания сведений, из средств

избирательного фонда какого избирательного объединения или кандидата оплачено их размещение.

Кандидаты, избирательные объединения, выдвинувшие кандидатов и (или) списки кандидатов, а также их доверенные лица и уполномоченные представители не вправе заниматься благотворительной деятельностью. Это правило в период избирательной кампании распространяется и на зарегистрированные после начала избирательной кампании организации, учредителями, собственниками, владельцами или членами органов управления которых являются указанные лица и (или) организации. Иные физические и юридические лица в период избирательной кампании не вправе заниматься благотворительной деятельностью по просьбе, поручению или от имени кандидатов, избирательных объединений, их доверенных лиц и уполномоченных представителей, а также проводить одновременно с благотворительной деятельностью предвыборную агитацию. Кандидатам, избирательным объединениям, их доверенным лицам и уполномоченным представителям запрещается обращаться к иным физическим и юридическим лицам с предложениями об оказании материальной, финансовой помощи или услуг избирателям.

Агитационные материалы не могут содержать коммерческую рекламу.

Зарегистрированный кандидат, избирательное объединение не вправе использовать телевизионное эфирное время, предоставленное им для размещения агитационных материалов, в целях:

- ✓ распространения призывов голосовать против кандидатов или списков кандидатов;
- ✓ описания возможных негативных последствий в случае, если какой-либо кандидат будет избран или какой-либо список кандидатов будет допущен к распределению депутатских мандатов;
- ✓ распространения информации, в которой явно преобладают сведения о кандидатах или избирательных объединениях в сочетании с негативными комментариями;

✓ распространения информации, способствующей созданию отрицательного отношения избирателей к кандидатам, а также выдвинувшим кандидатов или список кандидатов избирательных объединениях.

СМИ в случае опубликования ими агитационных или информационных материалов, в том числе содержащих достоверную информацию, но способных нанести ущерб чести, достоинству или деловой репутации кандидата или избирательного объединения, обязаны предоставить соответствующему кандидату или избирательному объединению возможность до окончания агитационного периода бесплатно опубликовать опровержение в защиту своих чести, достоинства или деловой репутации. Для обнародования опровержения эфирное время должно быть предоставлено в то же время суток, как и первоначальная информация, и его объем не должен быть меньше, чем для изложения первоначальной информации, но не менее двух минут. При опубликовании опровержения его текст должен быть набран тем же шрифтом, помещен на том же месте полосы и по объему должен быть не меньше, чем опровергаемый текст. Отказ в предоставлении возможности опубликовать опровержение до окончания агитационного периода является основанием для привлечения таких СМИ и их должностных лиц к ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации. Данные требования не распространяются на случаи размещения агитационных материалов, представленных зарегистрированными кандидатами или избирательными объединениями, в рамках использования ими бесплатного и платного эфирного времени, бесплатной и платной печатной площади.

В случае распространения редакцией СМИ подложных или иначе нарушающих закон печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов соответствующая комиссия обязана обратиться в правоохранительные органы, суд, федеральный орган по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи с представлением о пресечении

противоправной агитационной деятельности, об изъятии незаконных агитационных материалов и о привлечении организации СМИ или отдельных лиц, к ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации.

10.9. Правовые основы и ограничения при проведении опросов избирателей в период избирательной кампании

В соответствии со ст. 46 Федерального закона № 67-ФЗ при опубликовании результатов проведенных опросов общественного мнения, связанных с выборами, редакции СМИ, граждане и организации, обязаны указывать:

- ✓ организацию, проводившую опрос;
- ✓ время его проведения;
- ✓ число опрошенных (выборку);
- ✓ метод сбора информации;
- ✓ регион, где проводился опрос;
- ✓ точную формулировку вопроса;
- ✓ статистическую оценку возможной погрешности;
- ✓ лицо или группу лиц, заказавших проведение опроса и оплативших

указанную публикацию.

Важно знать: опубликование результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов и иных связанных с избирательным процессом исследований запрещается в течение пяти дней до дня голосования, а также в день голосования. Указанное ограничение распространяется и на публикацию указанных материалов в информационно-телекоммуникационных сетях, доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц, включая сеть Интернет.