

## **Справочно-методические материалы по некоторым вопросам проведения предвыборной агитации на выборах**

1.1. Правовые основы ведения предвыборной агитации при проведении выборов 2022 года выборов депутатов представительных органов соответствующего муниципального образования (далее – выборы) содержатся в

- Конституции Российской Федерации,
- Федеральном законе от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (далее – Федеральный закон от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ),
- Законе Российской Федерации от 27.12.1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее – Закон Российской Федерации от 27.12.1991 г. № 2124-1),
- Федеральном законе от 19.06.2004 г. № 54-ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях» (далее – Федеральный закон от 19.06.2004 г. № 54-ФЗ),
- Федеральном законе от 25.07.2002 г. № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» (далее – Федеральный закон от 25.07.2002 г. № 114-ФЗ),
- Федеральном законе от 25.06.2002 г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (далее – Федеральный закон от 25.06.2002 г. № 73-ФЗ)
- и иных федеральных законах,
- Постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 30.10.2003 г. № 15-П «По делу о проверке конституционности отдельных положений Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» в связи с запросом группы депутатов Государственной Думы и жалобами граждан С.А. Бунтмана, К.А. Катаняна и К.С. Рожкова»,
- Избирательных кодексах областей, Законах областей и иных законах областей.

1.2. Контроль за ходом проведения предвыборной агитации при проведении выборов осуществляют соответствующие районные территориальные избирательные комиссии, окружные и участковые избирательные комиссии в пределах их полномочий.

1.3. Понятие и признаки предвыборной агитации, права и обязанности кандидатов, избирательных объединений и иных участников избирательных правоотношений по её проведению, ограничения и запреты при проведении предвыборной агитации установлены статьями 2, 4, 44-56 Федерального закона от 12.06.2002 г. № 67

Кандидат самостоятельно определяет содержание, формы и методы своей агитации, самостоятельно проводит ее, а также вправе в установленном законодательством порядке привлекать для ее проведения иных лиц. **При этом запрещается привлекать к предвыборной агитации лиц, не достигших на день голосования возраста 18 лет.**

Расходы на проведение предвыборной агитации осуществляются **исключительно за счет средств соответствующего избирательного фонда кандидата** в установленном законом порядке. Агитация за кандидата, оплачиваемая из средств избирательных фондов других кандидатов запрещается.

1.4. 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. Данная информация должна быть ясно видимой (ясно различаемой на слух) и занимать не менее 15 процентов от площади (объема) агитационного материала.

**1.5. Агитационный период для кандидата, выдвинутого по одномандатному (многомандатному) избирательному округу избирательным объединением, начинается со дня представления в окружную избирательную комиссию документов. Агитационный период для кандидата, выдвинутого по одномандатному (многомандатному) избирательному округу в порядке самовыдвижения, начинается со дня представления кандидатом в окружную избирательную комиссию заявления о согласии баллотироваться.**

**Агитационный период прекращается в ноль часов по местному времени дня, предшествующего дню голосования, а в случае принятия предусмотренного пунктом 1 или 2 статьи 631 Федерального закона от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ решения о голосовании в течение нескольких дней подряд – в ноль часов по местному времени первого дня голосования.**

**Проведение предвыборной агитации в день голосования запрещается.**

**Проведение предвыборной агитации в день, предшествующий дню голосования, запрещается, за исключением случая принятия, предусмотренного пунктом 1 или 2 статьи 631 Федерального закона от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ решения о голосовании в течение нескольких дней подряд.**

**1.6. Предвыборная агитация на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных изданиях и в сетевых изданиях проводится в период, который начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается в ноль часов по местному времени дня, предшествующего дню голосования, а в случае принятия предусмотренного пунктом 1 или 2 статьи 631 Федерального закона от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ решения о голосовании в течение нескольких дней подряд – в ноль часов по местному времени первого дня голосования.**

**1.7. Агитационные печатные материалы (листовки, плакаты и др.), ранее изготовленные в соответствии с требованиями законодательства о выборах и размещенные в установленном законом порядке на специальных местах, на рекламных конструкциях или иных стабильно размещенных объектах могут сохраняться в день голосования на прежних местах.**

**1.8. Политическая партия, выдвинувшая кандидатов, которые зарегистрированы соответствующей избирательной комиссией, не позднее чем за 10 дней до дня голосования публикует свою предвыборную программу не менее чем в одном государственном периодическом печатном издании, а также размещает ее в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Для такой публикации используется бесплатная печатная площадь, предоставляемая кандидату в соответствии с избирательным законодательством, либо такая публикация оплачивается соответственно из средств избирательного фонда кандидата.**

**1.9. Иностранцы граждане, лица без гражданства, иностранные организации, международные организации и международные общественные движения, некоммерческие организации, выполняющие функции иностранного агента, незарегистрированные общественные объединения, выполняющие функции иностранного агента, и иностранные средства массовой информации, выполняющие функции иностранного агента, российские юридические лица, информация о которых включена в реестр иностранных средств массовой информации, выполняющих функции иностранного агента, не вправе осуществлять деятельность, способствующую либо препятствующую выдвижению кандидатов, спискам кандидатов, избранию зарегистрированных кандидатов, достижению определенного результата на выборах, а также в иных формах участвовать в избирательных кампаниях. Участие в избирательных кампаниях указанных лиц и представителей указанных организаций в качестве иностранных (международных) наблюдателей регулируется в соответствии с федеральным законом.**

## **2. Общие условия проведения предвыборной агитации на каналах телерадиовещания, в периодических печатных изданиях и в сетевых изданиях**

2.1. Предвыборная агитация на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных изданиях и сетевых изданиях проводится в порядке, установленном Федеральным законом от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ, Кодексом. 4

2.2. Редакции общественно-политических государственных газет обязаны обеспечить равные условия проведения предвыборной агитации зарегистрированным кандидатам. Печатная площадь в этих СМИ предоставляется зарегистрированным кандидатам за плату, а в случаях и порядке, предусмотренных Кодексами, также бесплатно (бесплатное эфирное время, бесплатная печатная площадь).

При проведении выборов в должны быть опубликованы перечни муниципальных периодических печатных изданий по представлению Управлений Роскомнадзора по, не позднее чем на пятнадцатый день после дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов.

2.3. Редакции негосударственных периодических печатных изданий и редакции сетевых изданий, осуществляющие выпуск средств массовой информации, зарегистрированных не менее чем за один год до начала избирательной кампании, а также редакции негосударственных периодических печатных изданий и редакции сетевых изданий, учрежденных избирательными объединениями (в том числе их структурными подразделениями) независимо от срока регистрации изданий, вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам платное эфирное время, платную печатную площадь, платные услуги по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях при условии выполнения указанными организациями и редакциями требований, предусмотренных Кодексом.

Иные негосударственные организации телерадиовещания, редакции негосударственных периодических печатных изданий, редакции сетевых изданий не вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам эфирное время, печатную площадь, услуги по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях.

2.4. Условия оплаты печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов, предоставляемых в негосударственных периодических печатных изданиях и редакциями сетевых изданий, должны быть едины для всех зарегистрированных кандидатов. Это требование не распространяется на редакции негосударственных периодических печатных изданий, редакции сетевых изданий, учрежденных кандидатами, избирательными объединениями.

2.5. Сведения о размере (в валюте Российской Федерации) и других условиях оплаты печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов должны быть опубликованы соответствующей редакцией периодического печатного издания, редакцией сетевого издания не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов.

Указанные сведения, а также 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 предоставить печатную площадь для проведения предвыборной агитации, услуги по размещению агитационных материалов в сетевом издании в тот же срок должны быть представлены в соответствующую районную территориальную избирательную комиссию.

Допускается отказ от предоставления печатной площади для проведения предвыборной агитации, услуг по размещению агитационных материалов в сетевом издании, выраженный путем непредставления в соответствующую районную территориальную избирательную комиссию указанного уведомления в установленный срок:

1) негосударственных редакций негосударственных периодических печатных изданий;

- 2) редакций государственных периодических печатных изданий, выходящих реже чем один раз в неделю;
- 3) редакций специализированных периодических печатных изданий;
- 4) редакций сетевых изданий.

2.6. Зарегистрированный кандидат не вправе использовать предоставленные ему печатную площадь для проведения предвыборной агитации за других зарегистрированных кандидатов.

Зарегистрированный кандидат, выдвинутый избирательным объединением, вправе использовать предоставленные ему печатную площадь для проведения на тех же выборах предвыборной агитации за других кандидатов, выдвинутых этим избирательным объединением.

2.7. Предоставление печатной площади в периодических печатных изданиях для проведения предвыборной агитации, предоставление услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях производятся в соответствии с договором, заключенным в простой письменной форме между редакцией периодического печатного издания, редакцией сетевого издания и кандидатом до предоставления указанных эфирного времени, печатной площади, услуг.

2.8. При предоставлении печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях за плату размер оплаты предоставляемых услуг должны соответствовать заявленным расценкам.

2.9. При предоставлении платной печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях оплата должна производиться из средств избирательного фонда соответствующего кандидата.

2.10. Виды административных правонарушений и основания привлечения к ответственности за нарушение порядка проведения предвыборной агитации в средствах массовой информации предусмотрены статьями 5.5, 5.8, 5.10, 5.11 и 5.12 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях

### **3. Условия проведения предвыборной агитации в периодических печатных изданиях**

3.1. Редакция муниципального периодического печатное издания, выходящая не реже одного раза в неделю, обязана выделять печатную площадь для агитационных материалов, предоставляемых зарегистрированными кандидатами, в том числе на бесплатной основе.

Общий минимальный объем печатной площади, которую муниципальное периодическое печатное издание бесплатно предоставляет зарегистрированным кандидатам должен составлять не менее 15 процентов от общего объема печатной площади издания.

Общий объем печатной площади, которую такое периодическое печатное издание безвозмездно предоставляет для целей агитации, официально публикуется редакцией данного издания не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования решения о назначении выборов и в этот же срок представляется в районную территориальную избирательную комиссию.

3.2. Общий объем бесплатной печатной площади распределяется между кандидатами, зарегистрированными по соответствующему избирательному округу, путем деления общего объема выделяемой печатной площади на общее число зарегистрированных кандидатов, имеющих право на бесплатную публикацию агитационных материалов в муниципальном периодическом печатном издании.

Бесплатные публикации агитационных материалов зарегистрированных кандидатов осуществляются по графику, утверждаемому территориальной избирательной комиссией.

График предоставления бесплатной печатной площади с указанием конкретной даты составляется редакцией муниципального периодического печатного издания по результатам жеребьевки, проводимой районной территориальной избирательной

комиссией с участием зарегистрированных кандидатов или их представителей и редакцией этого издания.

В случае принятия решения о регистрации кандидата после истечения указанного срока, жеребьевка по распределению бесплатной печатной площади проводится в течение двух дней со дня принятия указанного решения, но до истечения срока проведения предвыборной агитации в периодических печатных изданиях, указанного в пункте 1.6 Справочно-методического материала.

3.3. Редакция муниципального периодического печатного издания, выходящая не реже одного раза в неделю, обязана также резервировать печатную площадь для проведения предвыборной агитации за плату. Общий объем печатной площади, резервируемой для платного представления, не может быть меньше общего объема бесплатной печатной площади, выделяемой в соответствии с пунктом 3.1 Справочно-методического материала.

Зарегистрированный кандидат вправе за соответствующую плату получить из общего объема зарезервированной печатной площади печатную площадь в пределах доли, полученной в результате деления этого объема на число зарегистрированных кандидатов. Если после такого распределения печатной площади за плату останется нераспределенная печатная площадь, она может быть предоставлена за плату зарегистрированным кандидатам, подавшим заявку на предоставление такой печатной площади, на равных условиях.

Размер и условия оплаты должны быть едиными для всех зарегистрированных кандидатов.

Для обеспечения равенства условий предоставления указанной платной печатной площади даты публикации предвыборных агитационных материалов определяются в соответствии с жеребьевкой, которую проводят редакция муниципального периодического печатного издания с участием зарегистрированных кандидатов или их представителей на основании письменных заявок на участие в жеребьевке.

Жеребьевка по предоставлению платных печатных площадей проводится одновременно с жеребьевкой по предоставлению бесплатных печатных площадей.

3.4. Редакции негосударственных периодических печатных изданий, выполнившие условия, указанные в пункте 2.5 Справочно-методического материала, вправе отказать в предоставлении печатной площади для проведения предвыборной агитации.

3.5. Публикация агитационных материалов в периодических печатных изданиях не должна сопровождаться редакционными комментариями в какой бы то ни было форме, а также заголовками и иллюстрациями, не согласованными с соответствующим кандидатом.

3.6. Публикации всех агитационных материалов, размещаемых в периодических печатных изданиях, должны сопровождаться информацией о том, за счет средств избирательного фонда какого кандидата была произведена оплата соответствующей публикации. Если агитационные материалы были опубликованы бесплатно, информация об этом должна содержаться в публикации с указанием на то, кто разместил эту публикацию.

В размещаемых в периодических печатных изданиях агитационных материалах кандидата, являющегося физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента, кандидата, аффилированного с выполняющим функции иностранного агента лицом, должна помещаться информация о том, что кандидат является физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента, либо кандидатом, аффилированным с выполняющим функции иностранного агента лицом, в соответствии с пунктом 1.4 Справочно-методического материала.

Ответственность за выполнение указанных требований несет редакция периодического печатного издания.

3.7. Редакции периодических печатных изданий, публикующих агитационные материалы, за исключением учрежденных кандидатами, избирательными объединениями, не вправе отдавать предпочтение какому-либо кандидату путем изменения тиража и периодичности выхода периодических печатных изданий.

#### **4. Условия изготовления и распространения печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов**

4.1. Кандидаты вправе беспрепятственно изготавливать и распространять, в том числе в информационно-телекоммуникационных сетях, включая сеть «Интернет», печатные, аудиовизуальные и другие агитационные материалы в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Все агитационные материалы должны изготавливаться на территории Российской Федерации.

4.2 Организации, индивидуальные предприниматели, выполняющие работы или оказывающие услуги по изготовлению печатных агитационных материалов, обязаны обеспечить кандидатам равные условия оплаты изготовления этих материалов.

Сведения о размере (в валюте Российской Федерации) 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 решения о назначении выборов и в тот же срок представлены в соответствующую районную территориальную избирательную комиссию.

Вместе с указанными сведениями в соответствующую районную территориальную избирательную 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).

4.3. Все печатные и аудиовизуальные агитационные материалы должны содержать наименование, юридический адрес и идентификационный номер налогоплательщика организации (фамилию, имя, отчество лица и наименование субъекта Российской Федерации, района, города, иного населенного пункта, где находится место его жительства), изготовившей (изготовившего) данные материалы, фамилию, имя, отчество лица, заказавшего их, а также информацию о тираже и дате изготовления этих материалов и указание об оплате их изготовления из средств избирательного фонда соответствующего кандидата.

Все агитационные материалы кандидата, являющегося физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента, кандидата, аффилированного с выполняющим функции иностранного агента лицом, должны содержать информацию об этом в соответствии с пунктом 1.4 настоящего Справочно-методического материала.

4.4. 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 кандидатами в соответствующую избирательную комиссию, которая осуществляет регистрацию кандидата.

Вместе с указанными материалами должно быть также представлено уведомление, содержащее сведения об адресе юридического лица, индивидуального предпринимателя (адресе места жительства физического лица), изготовивших и заказавших эти материалы и копия документа об оплате изготовления данного предвыборного агитационного материала из избирательного фонда соответствующего кандидата. Одновременно с указанными материалами в соответствующую избирательную комиссию должны быть представлены электронные образы этих предвыборных агитационных материалов в машиночитаемом виде.

4.5. Агитационные материалы не могут содержать коммерческую рекламу.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» под рекламой понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

**4.6. Запрещается изготовление печатных агитационных материалов в организациях и у индивидуальных предпринимателей, не выполнивших требования, (пунктом 6.2 настоящего Справочно-методического материала), либо по договору с физическими лицами, не являющимися индивидуальными предпринимателями, а также изготовление агитационных материалов без предварительной оплаты за счет средств соответствующего избирательного фонда кандидата, с нарушением требований, установленных пунктами 6, 7, 8-1 и 9-1 статьи 63, пунктом 2 статьи 69 Кодекса.**

Запрещается распространение агитационных материалов, изготовленных с нарушением пункта 5 статьи 69 Кодекса и (или) с нарушением требований, предусмотренных пунктом 3 статьи 69, пунктами 9 и 9-3 статьи 63 Кодекса.

4.7. Администрации городского округа по предложению районных территориальных избирательных комиссий не позднее чем за 30 дней до дня голосования обязаны выделить специальные места для размещения печатных агитационных материалов кандидатов на территории каждого избирательного участка. Такие места должны быть удобны для посещения избирателями и располагаться таким образом, чтобы избиратели могли ознакомиться с размещенной там информацией.

Площадь выделенных мест должна быть достаточной для размещения на них агитационных материалов зарегистрированных кандидатов. Зарегистрированным кандидатам должна быть выделена равная площадь для размещения печатных агитационных материалов. Перечень указанных мест доводится соответствующей территориальной избирательной комиссией до сведения кандидатов.

4.8. Печатные агитационные материалы могут размещаться в помещениях, на зданиях, сооружениях и иных объектах (за исключением специально определенных для этой цели мест) только с согласия и на условиях собственников, владельцев указанных объектов.

Размещение агитационных материалов на объекте, находящемся в государственной или муниципальной собственности либо в собственности организации, имеющей на день официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов в своем уставном (складочном) капитале долю (вклад) Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и (или) муниципальных образований, превышающую (превышающий) 30 процентов, осуществляется на равных условиях для всех кандидатов. При этом за размещение агитационных материалов на объекте, находящемся в государственной или муниципальной собственности, плата не взимается.

Организации, индивидуальные предприниматели, выполняющие работы (оказывающие услуги) по подготовке и размещению агитационных материалов, обязаны обеспечить кандидатам равные условия оплаты своих работ (услуг).

Ответственность за нарушение прав зарегистрированных кандидатов при выделении площадей для размещения агитационных материалов предусматривается статьей 5.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Вместе с тем, необходимо учитывать позицию ЦИК России, изложенную в Разъяснениях по некоторым вопросам информационного обеспечения выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации и иных выборов, проводимых в Российской Федерации, утвержденных постановлением ЦИК России от 26.08.2016 № 43/441-7, согласно которой законодательство о выборах не содержит гарантий равного доступа кандидатов к размещению агитационных материалов на рекламных конструкциях, находящихся в частной собственности. При этом недопустимым является оказание воздействия на собственников (владельцев) рекламных конструкций с

целью создания препятствий к заключению или расторжению ими договоров с различными кандидатами.

4.9. Запрещается размещать агитационные материалы в зданиях, в которых размещены избирательные комиссии, помещения для голосования, и на расстоянии менее 50 метров от входа в них.

Запрещается размещать агитационные материалы на памятниках, обелисках, зданиях, сооружениях и в помещениях, имеющих историческую, культурную или архитектурную ценность.

В соответствии с Федеральным законом от 25.06.2002 г. № 73-ФЗ к объектам культурного наследия относятся объекты недвижимого имущества (включая объекты археологического наследия) и иные объекты с исторически связанными с ними территориями, произведениями живописи, скульптуры, декоративно-прикладного искусства, объектами науки и техники и иными предметами материальной культуры, возникшие в результате исторических событий, представляющие собой ценность с точки зрения истории, археологии, архитектуры, градостроительства, искусства, науки и техники, эстетики, этнологии или антропологии, социальной культуры и являющиеся свидетельством эпох и цивилизаций, подлинными источниками информации о зарождении и развитии культуры.

Виды объектов культурного наследия установлены статьей 3 Федерального закона от 25.06.2002 г. № 73-ФЗ.

4.10. Ответственность за размещение печатных агитационных материалов в местах, где это запрещено федеральным законом, либо размещение этих материалов в помещениях, зданиях, на сооружениях и иных объектах без разрешения собственников или владельцев указанных объектов предусмотрена частью 2 статьи 5.12 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

4.11. Положения настоящего раздела применяются к изготовлению и распространению печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов, в том числе изготовленных для распространения и распространяемых в информационно-телекоммуникационных сетях, включая сеть «Интернет».

## **5. Ограничения при проведении предвыборной агитации**

**5.1. Использование в агитационных материалах высказываний физического лица, не имеющего в соответствии с Федеральным законом от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ права проводить предвыборную агитацию, о кандидате (кандидатах) не допускается.**

**Запрещается проводить предвыборную агитацию, выпускать и распространять любые агитационные материалы:**

- федеральным органам государственной власти, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, иным государственным органам, органам местного самоуправления;

- лицам, замещающим государственные или выборные муниципальные должности, государственным и муниципальным служащим, лицам, являющимся членами органов управления организаций независимо от формы собственности (в организациях, высшим органом управления которых является собрание, – членами органов, осуществляющих руководство деятельностью этих организаций), за исключением политических партий, при исполнении ими своих должностных или служебных обязанностей, кроме случая, предусмотренного пунктом 81 статьи 48 Федерального закона от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ, и (или) с использованием преимуществ своего должностного или служебного положения. Указание в агитационном материале должности такого лица не является нарушением настоящего запрета;

- воинским частям, военным учреждениям и организациям;

- благотворительным и религиозным организациям, учрежденным ими организациями, а также членам и участникам религиозных объединений при совершении обрядов и церемоний;
- комиссиям, членам комиссий с правом решающего голоса;
- иностранным гражданам, за исключением случая, предусмотренного пунктом 10 статьи 4 Федерального закона от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ, лицам без гражданства, иностранным юридическим лицам;
- международным организациям и международным общественным движениям;
- представителям организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, и представителям редакций сетевых изданий при осуществлении ими профессиональной деятельности;
- лицам, в отношении которых решением суда в период проводимой избирательной кампании, установлен факт нарушения ограничений, предусмотренных пунктом 1 статьи 56 Федерального закона от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ.

**5.2. Использование в агитационных материалах высказываний иного физического лица в соответствии с пунктом 9 статьи 48 Федерального закона от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ допускается только с письменного согласия данного физического лица.** Документ, подтверждающий такое согласие, представляется в избирательную комиссию, которая осуществляет регистрацию кандидата, вместе с экземплярами агитационных материалов. В случае размещения агитационного материала на канале организации телерадиовещания либо в периодическом печатном издании указанный документ представляется в избирательную комиссию по ее требованию.

Представление согласия не требуется в случаях:

- использования обнародованных высказываний о кандидатах с указанием даты (периода времени) обнародования таких высказываний и наименования средства массовой информации, в котором они были обнародованы;
- цитирования высказываний о кандидате, обнародованных на соответствующих выборах иными кандидатами в своих агитационных материалах, изготовленных и распространенных в соответствии с законом.

**5.3. В агитационных материалах запрещено использование изображений и высказываний лиц, не достигших 18-летнего возраста.**

При проведении выборов использование в агитационных материалах изображений физического лица допускается только в случае использования кандидатом своих изображений, в том числе среди неопределенного круга лиц. Согласно позиции ЦИК России, изложенной в письме от 02.09.2016 г. № 05-33/9931 (подготовленному в ответ на обращение уполномоченного представителя Политической партии «ВСЕРОССИЙСКАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ «РОДИНА» О.Б. Осипова и направленному для сведения в избирательные комиссии субъектов Российской Федерации), под неопределенным кругом лиц следует понимать не персонифицированных субъектов, представляющих определенную социальную группу (врачи, учителя, молодежь, пенсионеры и т.д.), на которую направлены определенные программные положения кандидата или группу лиц, объединенных определенным творческим замыслом, обуславливающим содержание агитационного материала (гости мероприятия, участники какого-либо события, к примеру, спортсмены на соревнованиях, участники демонстрации, митинга, собрания и т.д.). При этом значение личностных качеств данных субъектов должно отсутствовать, а единственной целью их присутствия в агитационном материале должно быть формирование образа и выражение позиции непосредственно кандидатом.

В соответствии со статьей 1521 Гражданского кодекса Российской Федерации согласие гражданина на использование его изображения не требуется, в случаях, если гражданин позировал за плату или если изображение гражданина получено при съемке, которая проводится в местах, открытых для свободного посещения, или на публичных

мероприятиях (собраниях, съездах, конференциях, концертах, представлениях, спортивных соревнованиях и подобных мероприятиях), за исключением случаев, когда такое изображение является основным объектом использования.

#### **5.4. При проведении предвыборной агитации не допускается злоупотребление свободой массовой информации.**

В соответствии со статьей 4 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 г. № 2124-1 под злоупотреблением свободой массовой информации понимается использование средств массовой информации в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну, для распространения материалов, содержащих публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публично оправдывающих терроризм, других экстремистских материалов, а также материалов, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости, и материалов, содержащих нецензурную брань.

Иные виды действий, рассматриваемых как злоупотребление свободой массовой информации, перечислены в статье 4 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 г. № 2124-1.

#### **5.5. Одной из форм злоупотребления свободой массовой информации является экстремистская деятельность.** Федеральный закон от 25.07.2002 г. № 114-ФЗ устанавливает, что экстремистской деятельностью (экстремизмом) признается:

- насильственное изменение основ конституционного строя и (или) нарушение территориальной целостности Российской Федерации (в том числе отчуждение части территории Российской Федерации), за исключением делимитации, демаркации, редемаркации Государственной границы Российской Федерации с сопредельными государствами;

- публичное оправдание терроризма и иная террористическая деятельность;
- возбуждение социальной, расовой, национальной или религиозной розни;
- пропаганда исключительности, превосходства либо неполноценности человека по признаку его социальной, расовой, национальной, религиозной или языковой принадлежности или отношения к религии;

- нарушение прав, свобод и законных интересов человека и гражданина в зависимости от его социальной, расовой, национальной, религиозной или языковой принадлежности или отношения к религии;

- воспрепятствование осуществлению гражданами их избирательных прав и права на участие в референдуме или нарушение тайны голосования, соединенные с насилием либо угрозой его применения;

- воспрепятствование законной деятельности государственных органов, органов местного самоуправления, избирательных комиссий, общественных и религиозных объединений или иных организаций, соединенное с насилием либо угрозой его применения;

- совершение преступлений по мотивам, указанным в пункте «е» части первой статьи 63 Уголовного кодекса Российской Федерации; использование нацистской атрибутики или символики, либо атрибутики или символики, сходных с нацистской атрибутикой или символикой до степени смешения, либо атрибутики или символики экстремистских организаций, за исключением случаев использования нацистской атрибутики или символики, либо атрибутики или символики, сходных с нацистской атрибутикой или символикой до степени смешения, либо атрибутики или символики экстремистских организаций, при которых формируется негативное отношение к идеологии нацизма и экстремизма и отсутствуют признаки пропаганды или оправдания нацистской и экстремистской идеологии;

- публичные призывы к осуществлению указанных деяний либо массовое распространение заведомо экстремистских материалов, а равно их изготовление или хранение в целях массового распространения;
- публичное заведомо ложное обвинение лица, замещающего государственную должность Российской Федерации или государственную должность субъекта Российской Федерации, в совершении им в период исполнения своих должностных обязанностей деяний, указанных в настоящей статье и являющихся преступлением;
- организация и подготовка указанных деяний, а также подстрекательство к их осуществлению;
- финансирование указанных деяний либо иное содействие в их организации, подготовке и осуществлении, в том числе путем предоставления учебной, полиграфической и материально-технической базы, телефонной и иных видов связи или оказания информационных услуг.

**Распространение экстремистских материалов на территории Российской Федерации запрещено.**

В соответствии со статьей 13 Федерального закона от 25.07.2002 г. № 114-ФЗ информационные материалы признаются экстремистскими федеральным судом по месту их обнаружения, распространения или нахождения организации, осуществившей производство таких материалов, на основании заявления прокурора или при производстве по соответствующему делу об административном правонарушении, гражданскому или уголовному делу.

**5.6. Запрещается распространение информации, которая направлена на пропаганду войны, разжигание национальной, расовой или религиозной ненависти и вражды, а также иной информации, за распространение которой предусмотрена уголовная или административная ответственность.**

**5.7. Не допускается агитация, нарушающая законодательство Российской Федерации об интеллектуальной собственности.**

5.8. Оплата рекламы коммерческой и иной не связанной с выборами деятельности с использованием фамилии или изображения кандидата, а также рекламы с использованием наименования, эмблемы, иной символики избирательного объединения, выдвинувшего кандидата, в период избирательной кампании осуществляется только за счет средств соответствующего избирательного фонда кандидата.

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

На этих же условиях могут размещаться объявления (иная информация) о связанной с выборами деятельности кандидата при условии указания в объявлении (иной информации) сведений, из средств избирательного фонда какого кандидата оплачено их размещение.

5.9. В день голосования до момента окончания голосования запрещается публикация (обнародование) данных об итогах голосования, о результатах выборов, в том числе размещение таких данных в 20 информационно-телекоммуникационных сетях, доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц (включая сеть Интернет).

5.10. Кандидатам, их доверенным лицам и уполномоченным представителям, а также иным лицам и организациям при проведении предвыборной агитации запрещается осуществлять подкуп избирателей: вручать им денежные средства, подарки и иные материальные ценности, кроме как за выполнение организационной работы (за сбор подписей избирателей, агитационную работу); производить вознаграждение избирателей, выполнявших указанную организационную работу, в зависимости от итогов голосования или обещать произвести такое вознаграждение; проводить льготную распродажу товаров, бесплатно распространять любые товары, за исключением печатных материалов (в том числе иллюстрированных) и значков, специально изготовленных для избирательной кампании; предоставлять услуги безвозмездно или на льготных условиях, а также

воздействовать 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, органов 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.

Кандидатам, их доверенным лицам и уполномоченным представителям, а также зарегистрированным после начала избирательной кампании организациям, учредителями, собственниками, владельцами и (или) членами органов управления которых (в организациях, высшим органом управления которых является собрание, – членами органов, осуществляющих руководство деятельностью этих организаций) являются указанные лица и (или) организации в период избирательной кампании не вправе заниматься благотворительной деятельностью.

Иные физические и юридические лица в период избирательной кампании не вправе заниматься благотворительной деятельностью по просьбе, поручению или от имени кандидатов, их доверенных лиц и уполномоченных представителей, а также проводить одновременно с благотворительной деятельностью предвыборную агитацию.

Статьей 1 Федерального закона от 11.08.1995 г. № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» установлено, что благотворительной деятельностью является добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки.

Кандидатам, их доверенным лицам и уполномоченным представителям запрещается обращаться к иным физическим и юридическим лицам с 21 предложениями об оказании материальной, финансовой помощи или услуг избирателям.

Ответственность виновных лиц за осуществление подкупа избирателей, проведение незаконной благотворительной деятельности предусматривается статьей 5.16 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

5.11. Согласно позиции ЦИК России, изложенной в Разъяснениях по некоторым вопросам информационного обеспечения выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации и иных выборов, проводимых в Российской Федерации, утвержденных постановлением ЦИК России от 26.08.2016 г. № 43/441-7, закон не требует от кандидатов, замещающих государственные или выборные муниципальные должности, освобождения после регистрации от исполнения должностных обязанностей. Вместе с тем запрещается проведение предвыборной агитации с использованием преимуществ должностного положения.

В связи с этим зарегистрированным кандидатам, замещающим государственные и выборные муниципальные должности и не обязанным уходить в предвыборный отпуск, целесообразно не использовать для предвыборной борьбы свой публичный статус. Рекомендуется придерживаться обычного уровня публичного осуществления своих профессиональных обязанностей, связанных со встречами с гражданами, трудовыми коллективами, иными социальными группами.

Следует также учитывать, что законом запрещено привлечение к агитационной деятельности в служебное (рабочее) время государственных и муниципальных служащих, работников бюджетной сферы, иных лиц, находящихся в подчинении или в иной служебной зависимости.

## **6. Осуществление контроля за соблюдением установленного порядка проведения предвыборной агитации**

6.1. Районные территориальные избирательные комиссии, окружные избирательные комиссии и участковые избирательные комиссии контролируют соблюдение установленного порядка проведения предвыборной агитации и принимают меры по устранению допущенных нарушений.

6.2. В случае распространения подложных печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов, распространения печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов с нарушением требований Федерального закона от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ, а также в случае нарушения организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания, редакцией сетевого издания установленного Федеральным законом от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ порядка проведения предвыборной агитации соответствующая избирательная комиссия обязана обратиться в правоохранительные органы, суд, федеральный орган по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых 22 коммуникаций, информационных технологий и связи с представлением о пресечении противоправной агитационной деятельности, об изъятии незаконных агитационных материалов и о привлечении организации телерадиовещания, редакции периодического печатного издания, редакции сетевого издания, их должностных лиц, а также иных лиц к ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Правоохранительные и иные органы обязаны принимать меры по пресечению противоправной агитационной деятельности, предотвращению изготовления подложных и незаконных предвыборных печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов и их изъятию, устанавливать изготовителей указанных материалов и источник их оплаты, а также незамедлительно информировать избирательные комиссии о выявленных фактах и принятых мерах