

УТВЕРЖДЕН
решением Байкаловской
районной территориальной
избирательной комиссии от
21.06.2022 г. № 7/38

**Справочно-методический материал по некоторым вопросам проведения
предвыборной агитации на выборах депутатов
Дум Баженовского, Байкаловского и Краснополянского сельских
поселений 11 сентября 2022 года**

1.1. Правовые основы ведения предвыборной агитации при проведении выборов в органы местного самоуправления (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», Избирательном кодексе Свердловской области (далее – Кодекс), Законе Свердловской области от 07.12.2012 г. № 102-ОЗ «Об отдельных вопросах подготовки и проведения публичных мероприятий на территории

Свердловской области» (далее – Закон Свердловской области от 07.12.2012 г. № 102-ОЗ), иных законах Свердловской области.

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

1.3. Понятие и признаки предвыборной агитации, права и обязанности кандидатов 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-ФЗ и статьями 2, 9, 59-70 Кодекса.

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.

В случае, если в агитационном материале используется высказывание физического лица, включенного в список физических лиц, выполняющих

функции иностранного агента, или физического лица, информация о котором включена в реестр иностранных средств массовой информации, выполняющих функции иностранного агента, 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 процентов от площади (объема) агитационного материала. В случае использования такого высказывания в агитационном материале кандидат при предоставлении агитационного материала в установленном порядке в организацию телерадиовещания, редакцию периодического печатного издания, соответствующую избирательную комиссию предоставляет информацию о том, какое высказывание какого физического лица, включенного в список физических лиц, выполняющих функции иностранного агента, или физического лица, информация о котором включена в реестр иностранных средств массовой информации, выполняющих функции иностранного агента, использовано в агитационном материале.

1.5. Агитационный период для кандидата, выдвинутого по многомандатному избирательному округу избирательным объединением, начинается со дня представления в территориальную избирательную комиссию с полномочиями окружной избирательной комиссии документов, предусмотренных частью 3 пункта 1, пунктами 2 и 2-1 статьи 44 Кодекса.

Агитационный период для кандидата, выдвинутого по многомандатному избирательному округу в порядке самовыдвижения, начинается со дня представления кандидатом в в территориальную избирательную комиссию с полномочиями окружной избирательной комиссии заявления о согласии баллотироваться.

Агитационный период прекращается в ноль часов по местному времени дня, предшествующего дню голосования, а в случае принятия предусмотренного статьей 63¹ Федерального закона от 12.06.2002 г. № 67-

ФЗ, статьей 80-1 Кодекса решения о голосовании в течение нескольких дней подряд – в ноль часов по местному времени первого дня голосования¹.

Проведение предвыборной агитации в день голосования запрещается.

Проведение предвыборной агитации в день, предшествующий дню голосования, запрещается, за исключением случая принятия предусмотренного статьей 63¹ Федерального закона от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ, статьей 80-1 Кодекса 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 голосования².

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 (не позднее 31.08.2022) публикует свою предвыборную программу не менее чем в одном муниципальном периодическом печатном издании, а также размещает ее в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Для такой публикации используется бесплатная печатная площадь, предоставляемая кандидату в

¹ Конкретный срок рекомендуется уточнять в территориальной избирательной комиссии, организующей соответствующие выборы.

² Конкретный срок рекомендуется уточнять в территориальной избирательной комиссии, организующей соответствующие выборы.

соответствии с избирательным законодательством, либо такая публикация оплачивается соответственно из средств избирательного фонда кандидата.

1.9. Иностранные 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.

2.2. Муниципальные организации телерадиовещания и редакции муниципальных периодических печатных изданий обязаны обеспечить равные условия проведения предвыборной агитации зарегистрированным кандидатам.

Эфирное время на каналах муниципальных организаций телерадиовещания и печатная площадь в муниципальных периодических

печатных изданиях предоставляются зарегистрированным кандидатам за плату, а в случаях и порядке, предусмотренных Кодексом, также бесплатно (бесплатное эфирное время, бесплатная печатная площадь).

При проведении выборов в органы местного самоуправления перечень муниципальных организаций телерадиовещания и муниципальных периодических печатных изданий публикуются соответствующей территориальной избирательной комиссией по представлению Управления Роскомнадзора по Уральскому федеральному округу, не позднее чем на пятнадцатый день после дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов.

2.3. Негосударственные организации телерадиовещания, 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 пунктами 5 и 6 статьи 65 Кодекса.

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 эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов, предоставляемых негосударственными организациями телерадиовещания, редакциями негосударственных периодических печатных изданий 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 эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов должны быть опубликованы соответствующей организацией телерадиовещания, 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 эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации, услуги по размещению агитационных материалов в сетевом издании в тот же срок должны быть представлены в соответствующую территориальную избирательную комиссию.

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

- 1) негосударственных организаций телерадиовещания и редакций негосударственных периодических печатных изданий;
- 2) редакций государственных периодических печатных изданий, выходящих реже чем один раз в неделю;
- 3) организаций телерадиовещания, осуществляющих выпуск специализированных телеканалов, радиоканалов, телепрограмм, радиопрограмм, и редакций специализированных периодических печатных изданий;

4) редакций сетевых изданий.

2.6. Предоставление эфирного времени на каналах организаций телерадиовещания и печатной площади в периодических печатных изданиях для проведения предвыборной агитации, предоставление услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях производится в соответствии с договором, заключенным между организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания, редакцией сетевого издания и кандидатом до предоставления указанных эфирного времени, печатной площади, услуг.

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

2.7. 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 в соответствующую избирательную комиссию вместе с информацией о том, изображение какого кандидата использовано в соответствующем агитационном материале (в случае использования изображений кандидата в агитационном материале).

2.8. При предоставлении платного эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях оплата должна производиться из средств избирательного фонда соответствующего кандидата.

2.9. 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 на телевидении и радио

3.1. Бесплатное эфирное время муниципальными организациями телерадиовещания предоставляется зарегистрированным кандидатам на равных условиях по результатам жеребьевки, проводимой территориальной избирательной комиссией с участием кандидатов или их представителей и организаций телерадиовещания не позднее 09.08.2022.

В случае принятия решения о регистрации кандидата после истечения указанного срока жеребьевка по распределению бесплатного эфирного времени проводится в течение двух дней со дня принятия решения о регистрации кандидата, но до истечения срока проведения предвыборной агитации на каналах организаций телерадиовещания.

3.2. По результатам жеребьевки организациями телерадиовещания составляется график предоставления бесплатного эфирного времени с указанием конкретной даты и времени выхода в эфир. Предоставляемое бесплатное эфирное время должно приходиться на определяемый соответствующей организацией телерадиовещания период, когда теле- и радиопередачи собирают наибольшую аудиторию.

3.3. Общий объем бесплатного эфирного времени, которое каждая муниципальная организация телерадиовещания предоставляет для проведения предвыборной агитации на выборах, должен составлять на каждом из каналов не менее 30 минут по рабочим дням, а если общее время вещания организации телерадиовещания составляет менее двух часов в день, – не менее одной четверти общего времени вещания.

В случае, если в результате предоставления эфирного времени, указанного в настоящем пункте, на каждого зарегистрированного кандидата придется более 60 минут эфирного времени, общий объем эфирного времени, которое каждая организация телерадиовещания предоставляет для проведения предвыборной агитации, сокращается и должен составлять 60

минут, умноженных соответственно на количество зарегистрированных кандидатов.

На дополнительных или повторных выборах депутата (депутатов) представительного органа муниципального образования по многомандатному избирательному округу, общий объем бесплатного эфирного времени, которое каждая муниципальная организация телерадиовещания предоставляет для проведения предвыборной агитации должен составлять на каждом из каналов не менее 15 минут по рабочим дням, а если общее время вещания организации телерадиовещания составляет менее двух часов в день, – не менее одной шестой общего времени вещания. Если в результате предоставления бесплатного эфирного времени на каждого зарегистрированного кандидата придется более 30 минут эфирного времени, общий объем эфирного времени, которое каждая организация телерадиовещания предоставляет для проведения предвыборной агитации, сокращается и должен составлять 30 минут, умноженных соответственно на количество зарегистрированных кандидатов.

3.4. Не менее половины общего объема бесплатного эфирного времени должно быть предоставлено зарегистрированным кандидатам для проведения совместных дискуссий, «круглых столов» и иных совместных агитационных мероприятий.

3.5. Зарегистрированные кандидаты обязаны участвовать в совместных агитационных мероприятиях. В совместных агитационных мероприятиях зарегистрированные кандидаты могут участвовать только лично.

В случае участия в совместном агитационном мероприятии зарегистрированного кандидата, являющегося физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента, либо зарегистрированного кандидата, аффилированного с выполняющим функции иностранного агента лицом, его выступление должно предваряться (сопровождаться) информацией о том, что данный кандидат является физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента, либо кандидатом, аффилированным с выполняющим функции иностранного агента лицом.

3.6. Муниципальные организации телерадиовещания обязаны резервировать эфирное время для проведения предвыборной агитации за плату. Размер и условия оплаты должны быть едиными для всех зарегистрированных кандидатов.

Предоставление платного эфирного времени также осуществляется по результатам жеребьевки, проводимой соответствующей организацией телерадиовещания с участием зарегистрированных кандидатов или их представителей.

3.7. Негосударственные организации телерадиовещания, выполнившие требования пункта 2.5 Справочно-методического материала по некоторым вопросам проведения предвыборной агитации на выборах в органы местного самоуправления 11 сентября 2022 года (далее – Справочно-методический материал), обязаны предоставлять эфирное время зарегистрированным кандидатам на равных условиях (в том числе по времени выхода в эфир).

3.8. В случае если зарегистрированный кандидат откажется от использования предоставленного им для проведения предвыборной агитации платного либо бесплатного эфирного времени, то он обязан не позднее чем за пять дней до выхода в эфир, а если выход в эфир должен состояться менее чем через пять дней со дня проведения соответствующей жеребьевки, – в день жеребьевки сообщить об этом в письменной форме соответствующей организации телерадиовещания, которая может использовать высвободившееся эфирное время по своему усмотрению.

3.9. Зарегистрированный кандидат не вправе использовать эфирное время на каналах организаций, осуществляющих телерадиовещание, предоставленное им для размещения агитационных материалов, в целях:

распространения призывов голосовать против кандидата, кандидатов;

описания возможных негативных последствий в случае, если тот или иной кандидат будет избран;

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

распространения информации, способствующей созданию отрицательного отношения избирателей к кандидату, избирательному объединению, выдвинувшему кандидата.

3.10. Запрещается перекрывать передачу агитационных материалов на каналах организаций телерадиовещания трансляцией иных теле- и радиопрограмм, иных агитационных материалов.

4. Условия проведения предвыборной агитации в периодических печатных изданиях

4.1. Редакции муниципальных периодических печатных изданий, выходящих не реже одного раза в неделю, обязаны 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 соответствующую территориальную избирательную комиссию.

4.2. 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 соответствующем 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 периодического печатного издания по результатам жеребьевки, проводимой территориальной избирательной комиссией не позднее 09.08.2022 с участием зарегистрированных кандидатов или их представителей и редакций муниципальных периодических печатных изданий.

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.

4.3. Редакции муниципальных периодических печатных изданий, выходящих не реже одного раза в неделю, обязаны 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 4.1 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 редакции муниципальных периодических печатных изданий 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, как правило, в те же сроки.

4.4. 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.

4.5. 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.

4.6. 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. Ответственность за выполнение указанных требований несет редакция периодического печатного издания.

4.7. 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.

5. Условия проведения предвыборной агитации посредством агитационных публичных мероприятий

5.1. Кандидаты вправе осуществлять агитацию посредством агитационных публичных мероприятий (далее – публичные мероприятия) с момента выдвижения кандидатов за исключением случая предоставления зарегистрированным кандидатам помещений, находящихся в государственной или муниципальной собственности, для проведения агитационных публичных мероприятий на безвозмездной основе в порядке, предусмотренном пунктом 5.7 Справочно-методического материала.

Кандидаты также вправе арендовать на основе договора здания и помещения, принадлежащие гражданам и организациям независимо от формы собственности, для проведения публичных мероприятий.

При проведении массового мероприятия его организаторы и другие участники обязаны соблюдать законодательство, не нарушать общественный порядок.

5.2. Проведение собраний, митингов, демонстраций, шествий и пикетирования в целях предвыборной агитации регулируется Конституцией Российской Федерации, Федеральным законом от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ, Федеральным законом от 19.06.2004 г. № 54-ФЗ, Законом Свердловской области от 07.12.2012 г. № 102-ОЗ, Кодексом.

Государственные органы, органы местного самоуправления обязаны оказывать содействие зарегистрированным кандидатам в организации и проведении агитационных публичных мероприятий.

5.3. Постановлением Правительства Свердловской области от 09.03.2017 № 128-ПП «Об утверждении Перечня единых специально отведенных или приспособленных для коллективного обсуждения общественно значимых вопросов и выражения общественных настроений, а также для массового присутствия граждан для публичного выражения общественного мнения по поводу актуальных проблем преимущественно общественно-политического характера мест в муниципальных образованиях, расположенных на территории Свердловской области» определены

специально отведенные места, которые могут использоваться для проведения публичных мероприятий.

Публичные мероприятия проводятся, как правило, в местах, перечисленных в Перечне единых специально отведенных или приспособленных для коллективного обсуждения общественно значимых вопросов и выражения общественных настроений, а также для массового присутствия граждан для публичного выражения общественного мнения по поводу актуальных проблем преимущественно общественно-политического характера мест в муниципальных образованиях, расположенных на территории Свердловской области, утвержденном указанным выше постановлением Правительства Свердловской области.

Порядок использования указанных специально отведенных мест, нормы их предельной заполняемости установлены Законом Свердловской области от 07.12.2012 г. № 102-ОЗ.

В соответствии с пунктом 1 статьи 8 Закона Свердловской области от 07.12.2012 г. № 102-ОЗ организатор публичного мероприятия подает уведомление о проведении публичного мероприятия в уполномоченный в соответствии с муниципальными правовыми актами на рассмотрение уведомлений о проведении публичных мероприятий орган местного самоуправления муниципального образования, на территории которого планируется провести соответствующее публичное мероприятие.

Уведомление о проведении публичного мероприятия подается его организатором в Министерство общественной безопасности Свердловской области, если публичное мероприятие планируется одновременно провести в двух или более муниципальных образованиях Свердловской области, либо если публичное мероприятие планируется провести на территории муниципального образования «город Екатеринбург».

В случае если публичное мероприятие планируется провести на территории объекта культурного наследия народов Российской Федерации, то при его проведении необходимо руководствоваться также постановлением Правительства Свердловской области от 11.06.2014 № 489-ПП «Об

утверждении Порядка проведения публичных мероприятий на территориях объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, расположенных на территории Свердловской области».

5.4. В соответствии с Федеральным законом от 19.06.2004 г. № 54-ФЗ уведомление о проведении публичного мероприятия (за исключением собрания и пикетирования, проводимого одним участником без использования быстровозводимой сборно-разборной конструкции) подается его организатором в письменной форме в орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации (в Министерство общественной безопасности Свердловской области) или соответствующий орган местного самоуправления в срок не ранее 15 и не позднее 10 дней до дня проведения публичного мероприятия.

При проведении пикетирования группой лиц либо пикетирования, осуществляемого одним участником с использованием быстровозводимой сборно-разборной конструкции, создающей препятствия для движения пешеходов и транспортных средств, уведомление о проведении публичного мероприятия может подаваться в срок не позднее трех дней до дня его проведения, а если указанные дни совпадают с воскресеньем и (или) нерабочим праздничным днем (нерабочими праздничными днями), – не позднее четырех дней до дня его проведения.

При исчислении сроков подачи уведомления о проведении публичного мероприятия не учитываются день получения такого уведомления Министерством общественной безопасности Свердловской области или органом местного самоуправления и день проведения публичного мероприятия.

В соответствии с Федеральным законом от 19.06.2004 г. № 54-ФЗ уведомление о пикетировании, осуществляемом одним участником, не требуется, за исключением случая, если этот участник предполагает использовать быстровозводимую сборно-разборную конструкцию.

Минимальное допустимое расстояние между лицами, осуществляющими указанное пикетирование, определено в статье 5 Закона Свердловской области от 07.12.2012 г. № 102-ОЗ и составляет 40 метров.

5.5. В уведомлении согласно статье 7 Федерального закона от 19.06.2004 г. № 54-ФЗ указываются:

цель публичного мероприятия;

форма публичного мероприятия;

место (места) проведения публичного мероприятия, маршруты движения участников, а в случае, если публичное мероприятие будет проводиться с использованием транспортных средств, информация об использовании транспортных средств;

дата, время начала и окончания публичного мероприятия;

предполагаемое количество участников публичного мероприятия;

формы и методы обеспечения организатором публичного мероприятия общественного порядка, организации медицинской помощи и санитарного обслуживания, намерение использовать звукоусиливающие технические средства при проведении публичного мероприятия;

фамилия, имя, отчество либо наименование организатора публичного мероприятия, сведения о его месте жительства или пребывания либо о месте нахождения и номер телефона;

фамилии, имена и отчества лиц, уполномоченных организатором публичного мероприятия выполнять распорядительные функции по организации и проведению публичного мероприятия;

реквизиты банковского счета организатора публичного мероприятия, используемого для сбора денежных средств на организацию и проведение публичного мероприятия, предполагаемое количество участников которого превышает 500 человек;

дата подачи уведомления о проведении публичного мероприятия.

Уведомление о проведении публичного мероприятия подписывается организатором публичного мероприятия и лицами, уполномоченными

организатором публичного мероприятия выполнять распорядительные функции по его организации и проведению.

5.6. Места, в которых проведение публичного мероприятия запрещается, установлены Федеральным законом от 19.06.2004 г. № 54-ФЗ и Законом Свердловской области от 07.12.2012 г. № 102-ОЗ.

5.7. По заявке зарегистрированного кандидата помещение, пригодное для проведения агитационных публичных мероприятий в форме собраний и находящееся в государственной или муниципальной собственности, безвозмездно предоставляется собственником, владельцем помещения на время, установленное территориальной избирательной комиссией, зарегистрированному кандидату, его доверенным лицам для встреч с избирателями.

При этом соответствующая избирательная комиссия обязана обеспечить равные условия проведения указанных мероприятий для зарегистрированных кандидатов.

5.8. Если указанное выше помещение, а равно помещение, находящееся 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, было предоставлено одному зарегистрированному кандидату, собственник, владелец помещения не вправе отказать другому зарегистрированному кандидату в предоставлении помещения на таких же условиях в иное время в течение агитационного периода.

В случае предоставления помещения зарегистрированному кандидату собственник, владелец помещения не позднее дня, следующего за днем предоставления помещения, обязаны уведомить в письменной форме территориальную избирательную комиссию, организующую подготовку и проведение выборов в органы местного самоуправления, о факте предоставления помещения, об условиях, на которых оно было

предоставлено, а также о том, когда это помещение может быть предоставлено в течение агитационного периода другим зарегистрированным кандидатам, а избирательная комиссия, получив указанное уведомление, обязана в течение двух суток с момента получения разместить содержащуюся в нем информацию на своем сайте или иным способом довести ее до сведения других зарегистрированных кандидатов (например, разместить данную информацию в помещении избирательной комиссии).

Ответственность собственников, владельцев помещений за нарушение требования о необходимости уведомления соответствующей избирательной комиссии о факте предоставления помещения зарегистрированному кандидату установлена статьей 5.15 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

6. Условия изготовления и распространения печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов

6.1. 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.

6.2 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 территориальную избирательную комиссию, организующую соответствующие выборы в органы местного самоуправления.

Вместе с указанными сведениями 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).

6.3. 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.

Кроме того, в случае если в агитационных материалах использованы высказывания физического лица, включенного в список физических лиц, выполняющих функции иностранного агента, или физического лица, информация о котором включена в реестр иностранных средств массовой информации, выполняющих функции иностранного агента, данное высказывание должно предваряться информацией об этом. Данная информация должна быть ясно видимой (ясно различаемой на слух) и

занимать не менее 15 процентов от площади (объема) агитационного материала. В случае использования такого высказывания в агитационном материале кандидат при предоставлении агитационного материала в соответствующую избирательную комиссию предоставляет информацию о том, какое высказывание какого физического лица, включенного в список физических лиц, выполняющих функции иностранного агента, или физического лица, информация о котором включена в реестр иностранных средств массовой информации, выполняющих функции иностранного агента, использовано в агитационном материале.

6.4. 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.

6.5. 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.

6.6. Запрещается изготовление печатных агитационных материалов в организациях и у индивидуальных предпринимателей, не выполнивших требования, предусмотренные пунктом 1-1 статьи 69 Кодекса (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, 9-3 и 9-4 статьи 63 Кодекса.

6.7. Органы местного самоуправления муниципальных образований, находящихся на территории Свердловской области, по предложению организующей соответствующие выборы в органы местного самоуправления территориальной избирательной комиссии не позднее чем за 30 дней до дня голосования (не позднее 11.08.2022) 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 избирательной комиссией до сведения кандидатов.

6.8. 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.

6.9. 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.

Согласно статье 3 Федерального закона 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 также установлены в статье 3 Федерального закона от 25.06.2002 г. № 73-ФЗ.

6.10. 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.

6.11. 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».

7. Ограничения при проведении предвыборной агитации

7.1. 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 организациям, 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.

7.2. 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.

7.3. 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 неперсонифицированных субъектов, представляющих определенную социальную группу (врачи, учителя, молодежь, пенсионеры и т.д.), на которую направлены определенные программные положения кандидата или группы 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.

7.4. При проведении предвыборной агитации не допускается злоупотребление свободой массовой информации. Виды действий, рассматриваемых как злоупотребление свободой массовой информации,

перечислены в статье 4 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 г. № 2124-1.

7.5. Одной из форм злоупотребления свободой массовой информации является экстремистская деятельность. Виды действий, рассматриваемых как экстремистская деятельность, установлены в Федеральном законе от 25.07.2002 г. № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности».

Распространение экстремистских материалов на территории Российской Федерации запрещено. Согласно статье 1 Федерального закона от 25.07.2002 г. № 114-ФЗ экстремистские материалы – это предназначенные для распространения либо публичного демонстрирования документы либо информация на иных носителях, призывающие к осуществлению экстремистской деятельности либо обосновывающие или оправдывающие необходимость осуществления такой деятельности, в том числе труды руководителей национал-социалистской рабочей партии Германии, фашистской партии Италии, выступления, изображения руководителей групп, организаций или движений, признанных преступными в соответствии с приговором Международного военного трибунала для суда и наказания главных военных преступников европейских стран оси (Нюрнбергского трибунала), выступления, изображения руководителей организаций, сотрудничавших с указанными группами, организациями или движениями, публикации, обосновывающие или оправдывающие национальное и (или) расовое превосходство либо оправдывающие практику совершения военных или иных преступлений, направленных на полное или частичное уничтожение какой-либо этнической, социальной, расовой, национальной или религиозной группы.

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.

7.6. 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.

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

7.8. 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.

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

7.10. 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 добровольчестве (волонтерстве)» 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 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.

7.11. 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 ими преимуществ должностного положения. 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.

8. Осуществление контроля за соблюдением установленного порядка проведения предвыборной агитации

8.1. Избирательные комиссии контролируют соблюдение установленного порядка проведения предвыборной агитации и принимают меры по устранению допущенных нарушений.

8.2. 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 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.