

Тезисы для информационных встреч в трудовых коллективах.

Предвыборная агитация: какой она должна быть?

Выборы — время, когда избирателей атакуют предвыборные программы и обещания кандидатов, почтовые ящики наполняются агитационными газетами и листовками, стены и стенды заклеиваются плакатами-агитками, с билбордов на нас смотрят кандидаты, звучат эффектные слоганы и лозунги. Это период предвыборной агитации.

Что представляет собой предвыборная агитация, мы видим ежедневно — чем ближе день голосования, тем ее больше. То, что без нее невозможно представить выборы — понятно, ведь с ее помощью мы знакомимся с кандидатами, самостоятельно определяемся с симпатиями и предпочтениями и, в результате, делаем свой выбор осознанно. Иногда ее бывает слишком много и она слишком навязчива. Какой же должна быть предвыборная агитация с точки зрения закона?

Предвыборная агитация это деятельность, осуществляемая в период избирательной кампании гражданами Российской Федерации и общественными объединениями, имеющая цель побудить или побуждающая избирателей к голосованию за тех или иных кандидатов, списки кандидатов или против них. Самыми активными участниками агитации являются кандидаты и их доверенные лица.

Закон позволяет кандидатам (в том числе на выборах Губернатора Свердловской области) самостоятельно определять содержание, формы и методы своей агитации, однако только в допускаемых законом формах и законными методами, а также дает право привлекать для ее проведения иных лиц.

Предвыборная агитация может проводиться:

- на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных изданиях, в сетевых изданиях;
- путем проведения публичных мероприятий, в том числе собраний и встреч с избирателями, митингов, демонстраций, шествий, пикетирований;
- посредством выпуска и распространения агитационных печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов;
- иными не запрещенными законом методами.

Кандидаты на должность Губернатора Свердловской области имеют право проводить предвыборную агитацию с момента выдвижения, но некоторые гарантии и льготы при ее проведении становятся им доступны только после регистрации. Кроме того, агитация через средства массовой информации всегда начинается за 28 дней до дня голосования.

Агитация через средства массовой информации

Организации, выпускающие теле — и радиопередачи, газеты и журналы, сетевые издания сами — по своей инициативе — не имеют права проводить предвыборную агитацию за или против тех или иных кандидатов.

Они предоставляют эфир или печатную площадь для размещения агитационных материалов исключительно зарегистрированным кандидатам.

Телерадиокомпании и газеты, осуществляющие деятельность как в Каменском городском округе, так и в Свердловской области, начнут предоставлять зарегистрированным кандидатам на должность Губернатора Свердловской области свои «площадки» для размещения агитационных материалов с 12 августа. Это будут видеоролики, статьи, иные материалы, которые предоставят сами кандидаты, оплатив их из своих избирательных фондов или получив возможность разметить их бесплатно.

Агитационные публичные мероприятия

Право на организацию митинга, демонстрации, шествия, пикетирования в соответствии с требованиями закона о собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях имеют только зарегистрированные кандидаты на должность Губернатора (кстати, закон допускает пикетирование с использованием быстровозводимых сборно-разборных конструкций, например, палаток, шатров). Массовые мероприятия согласовываются в органами власти и проводятся по строго определенным правилам в целях обеспечения общественной безопасности.

Что касается собраний и встреч с избирателями, то для этих целей, во-первых, администрацией Каменского городского округа определены помещения, находящиеся в муниципальной собственности и пригодные для таких собраний, в каждом из которых каждый зарегистрированный кандидат может провести 1-часовую встречу с избирателями на безвозмездной основе. Приглашения на эти встречи распространяют сами кандидаты и их помощники.

Во-вторых, кандидаты на основе договора аренды вправе арендовать здания и помещения у граждан и организаций, которым они принадлежат, и проводить в них собрания и встречи. На такой платной договорной основе встречи с избирателями могут организовать и не зарегистрированные кандидаты.

Распространение печатных и иных агитационных материалов

Это самый распространенный способ, с помощью которого кандидаты могут рассказать избирателям о себе и о своих программах. Но и самый «мусорообразующий». К печатным, аудиовизуальным и иным агитационным материалам относятся листовки, агитационные газеты, брошюры, календарики, плакаты, билборды, растяжки-перетяжки, аудио- и видеофайлы, записанные на любые носители или размещенные на сайтах. Эту бумажную и не только бумажную продукцию распространяют через почтовые ящики, рассылку, оставляют в организациях и общественных местах, расклеивают и прибивают. Это нашествие печатной агитации напоминает бумажный хаос, но условия и правила выпуска и распространения этих материалов определены законом и должны соблюдаться.

Все печатные и аудиовизуальные агитационные материалы должны содержать так называемые «выходные» данные: данные организации, которая

их изготовила, полное имя кандидата, который заказал их выпуск, тираж, дату выпуска и указание, за счет средств избирательного фонда какого кандидата оплачено их изготовление. Баннеры, растяжки и другие «большеформатные» материалы таких данных могут и не содержать.

Разнос агитационных материалов допустим в любых формах — через почтовые ящики, из рук в руки, при проведении пикетов и встреч с избирателями — главное, чтобы эти материалы не превращались в мусор, который лежит пачками в подъездах или на остановках.

А вот расклеивание и размещение наглядной агитации на недвижимых и движимых объектах подчиняется главному требованию — с согласия и на условиях собственников, владельцев этих объектов. Собственник сам решит, разрешать или отказывать кандидату или его представителю, требовать ли за размещение плату или предоставлять объекты безвозмездно, заключать какое-либо письменное соглашение или договариваться устно. Это относится и к размещению материалов на фасадах и досках объявлений многоквартирных домов. Только за размещение с разрешения владельца агитационных материалов на объектах, находящихся в муниципальной или государственной собственности, плата не взимается, но разрешение все-таки требуется.

«Частник» определяет сам, кому из кандидатов он разрешит размещать агитацию. Владельцы муниципальных и государственных объектов должны либо разрешать размещение на них агитационных материалов всем кандидатам без исключения, либо не разрешать никому.

В нашем городском округе есть специальные стенды, тумбы и остановочные павильоны, которые постановлением администрации Каменского городского округа определены как места, на которых безвозмездно и без какого-либо разрешения всем зарегистрированным кандидатам можно расклеивать печатные агитационные материалы. Важно, что это разрешено только зарегистрированным кандидатам и на площади, не превышающей формат бумаги А2.

В правилах проведения предвыборной агитации, распространении агитационных материалов существует ряд жестких запретов

Самые важные из них:

— в предвыборной агитации безусловно не могут участвовать избирательные комиссии и члены избирательных комиссий с правом решающего голоса, органы власти, воинские части и военные организации, благотворительные и религиозные организации (при совершении обрядов и церемоний), иностранные граждане и юридические лица, представители организаций, осуществляющих выпуск СМИ, при осуществлении профессиональной деятельности;

— должностным лицам органов власти, государственным и муниципальным служащим, лицам, являющимся членами органов управления любых организаций, нельзя проводить предвыборную агитацию при исполнении

ими своих должностных или служебных обязанностей и с использованием своих преимуществ своего должностного или служебного положения;

— запрещается привлекать к предвыборной агитации лиц, не достигших на день голосования возраста 18 лет;

— запрещается распространение анонимных агитационных материалов;

— запрещается размещать агитационные материалы на памятниках, обелисках, в зданиях, в которых размещены избирательные комиссии, помещения для голосования и на расстоянии менее 50 метров от входа в них.

Предвыборная агитация должна быть прекращена в ноль часов за сутки до дня голосования — с 9 сентября 2017 года, что позволяет избирателям обдуманно сделать свой выбор, не подвергаясь непосредственному агитационному воздействию перед голосованием. Печатные агитационные материалы, ранее размещенные на специально определенных местах (стендах, тумбах), на рекламных конструкциях могут сохраняться в день голосования на прежних местах.

Контроль за соблюдением установленного порядка проведения предвыборной агитации осуществляют избирательные комиссии, которые вправе привлекать к пресечению противоправной агитационной деятельности правоохранительные органы и иные органы власти.