



**ПЫШМИНСКАЯ РАЙОННАЯ
ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КОМИССИЯ**

РЕШЕНИЕ

25 июня 2025 г.

№ 09/43

пгт. Пышма

О справочно-методическом материале по некоторым вопросам проведения предвыборной агитации на дополнительных выборах депутатов Думы Пышминского муниципального округа по четырехмандатным избирательным округам № 1, 2, 3, 4, назначенных на 14 сентября 2025 года

В соответствии с пунктом 9-1 статьи 26, статьями 44-54 и 56 Федерального закона от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», пунктом 1-1 статьи 25, статьями 59-70 Избирательного кодекса Свердловской области, руководствуясь постановлением Избирательной комиссии Свердловской области от 10 июня 2025 года № 9/59 «О Справочно-методическом материале по некоторым вопросам проведения предвыборной агитации на выборах депутатов представительных органов муниципальных образований 14 сентября 2025 года», Пышминская районная территориальная избирательная комиссия **р е ш и л а**:

1. Утвердить справочно-методический материал по некоторым вопросам проведения предвыборной агитации на дополнительных выборах депутатов Думы Пышминского муниципального округа по четырехмандатным избирательным округам № 1, 2, 3, 4, назначенных на 14 сентября 2025 года (приложение № 1).

2. Разместить настоящее решение на странице Пышминской районной территориальной избирательной комиссии сетевого издания Избирательной

комиссии Свердловской области «Вестник избирательных комиссий Свердловской области».

3. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на председателя Комиссии Леонтьеву С.И.

Председатель
Пышминской районной территориальной
избирательной комиссии

С.И. Леонтьева

Секретарь
Пышминской районной территориальной
избирательной комиссии

Н.М. Лопарева

УТВЕРЖДЕН
решением Пышминской районной
территориальной избирательной
комиссии от 25 июня 2025 г. № 9/43

**СПРАВОЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ
по некоторым вопросам проведения предвыборной агитации
на дополнительных выборах депутатов Думы Пышминского
муниципального округа по четырехмандатным избирательным
округам № 1, 2, 3, 4, назначенных на 14 сентября 2025 года**

1. Общие положения

1.1. Правовые основы ведения предвыборной агитации при проведении дополнительных выборов депутатов Думы Пышминского муниципального округа по четырехмандатным избирательным округам № 1, 2, 3, 4, назначенных на 14 сентября 2025 года (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 Пышминская районная территориальная

избирательная комиссия, том числе с полномочиями окружных избирательных комиссий по дополнительным выборам депутатов Думы Пышминского муниципального округа по четырехмандатным избирательным округам № 1, 2, 3, 4, назначенных на 14 сентября 2025 года, 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.

Кандидаты самостоятельно определяют содержание, формы и методы своей агитации, самостоятельно проводят 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 соответствующих избирательных фондов кандидатов в установленном законом порядке. Агитация за кандидата, оплачиваемая из средств избирательных фондов других кандидатов, запрещается.

1.4. Агитационный материал кандидата, являющегося иностранным агентом, кандидата, аффилированного с иностранным агентом, должен содержать информацию о том, что данный кандидат является иностранным агентом либо кандидатом, аффилированным с иностранным агентом¹.

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

1.5. В случае если в агитационном материале используется высказывание физического лица, являющегося иностранным агентом, данное высказывание должно предваряться информацией о том, что оно является высказыванием такого физического лица. Данная информация должна быть ясно видимой (ясно различаемой на слух) и занимать не менее 15 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, избирательную комиссию предоставляют информацию о том, какое высказывание какого физического лица, являющегося иностранным агентом, использовано в агитационном материале.

1.6. Агитационный период для кандидата, выдвинутого избирательным объединением по четырехмандатным избирательным округам № 1, 2, 3, 4, начинается со дня представления в Пышминскую районную

¹ В соответствии с законом кандидат обязан к моменту представления в избирательную комиссию документов, необходимых для регистрации, прекратить статус иностранного агента.

территориальную избирательную комиссию с полномочиями окружной избирательной комиссией по дополнительным выборам депутатов Думы Пышминского муниципального округа по четырехмандатным избирательным округам № 1, 2, 3, 4 (далее – Пышминская РТИК с полномочиями ОИК) документов, указанных в части третьей пункта 1 и пункте 2 статьи 44 Кодекса.

Агитационный период для кандидата, выдвинутого в порядке самовыдвижения по четырехмандатным избирательным округам № 1, 2, 3, 4, начинается со дня представления кандидатом в Пышминскую РТИК с полномочиями ОИК заявления о согласии баллотироваться.

Агитационный период прекращается в ноль часов по местному времени первого дня голосования 12 сентября 2025 года.

Проведение предвыборной агитации в дни голосования запрещается.

1.7. 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 – с 16 августа и прекращается в ноль часов по местному времени первого дня голосования 12 сентября 2025 года.

1.8. 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 дни голосования на прежних местах.

1.9. Политическая партия, выдвинувшая кандидата, который зарегистрирован соответствующей избирательной комиссией, не позднее 3 сентября 2025 г. 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 кандидатам, либо такая публикация оплачивается из средств избирательного фонда кандидата, выдвинутого этой политической партией.

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, в том числе для представления избирателям их предвыборных программ.

Печатная площадь в муниципальных периодических печатных изданиях предоставляется зарегистрированным кандидатам за плату, а в случаях и порядке, предусмотренных Кодексом, также бесплатно (бесплатная печатная площадь).

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, 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.

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 (не позднее 26 июля 2025 года).

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 Пышминскую районную 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 Пышминскую районную 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 производятся 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 Пышминскую РТИК с полномочиями ОИК 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. Зарегистрированный кандидат не вправе использовать предоставленные ему эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации за других зарегистрированных кандидатов.

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

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 на телевидении и радио

3.1. Ввиду отсутствия в Пышминском муниципальном округе муниципальных организаций телерадиовещания бесплатное эфирное время зарегистрированным кандидатам на дополнительных выборах депутатов Думы Пышминского муниципального округа по четырехмандатным избирательным округам № 1, 2, 3, 4, назначенных на 14 сентября 2025 года, не предоставляется.

3.2. Негосударственные организации телерадиовещания, выполнившие требования пункта 2.5 Справочно-методического материала по некоторым вопросам проведения предвыборной агитации на дополнительных выборах депутатов Думы Пышминского муниципального округа по четырехмандатным избирательным округам № 1, 2, 3, 4, назначенных на 14 сентября 2025 года (далее – Справочно-методический материал), обязаны предоставлять эфирное время зарегистрированным кандидатам на равных условиях (в том числе по времени выхода в эфир).

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 каждая из редакций муниципальных периодических печатных изданий безвозмездно предоставляет для проведения предвыборной агитации на дополнительных выборах депутатов Думы Пышминского муниципального округа по четырехмандатным избирательным округам № 1, 2, 3, 4, назначенных на 14 сентября 2025 года, должен составлять не менее 7,5 процента от общего объема печатной площади соответствующего 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 (не позднее 26 июля 2025 год).

4.2. Общий объем бесплатной печатной площади распределяется между кандидатами, зарегистрированными по четырехмандатным избирательным

округам № 1, 2, 3, 4, путем деления общего объема выделяемой печатной площади на общее число зарегистрированных кандидатов, имеющих право на бесплатную публикацию агитационных материалов в данном периодическом печатном издании.

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

График предоставления бесплатной печатной площади с указанием конкретной даты составляется редакцией периодического печатного издания по результатам жеребьевки, проводимой Пышминской районной территориальной избирательной комиссией с участием редакции периодического печатного издания среди зарегистрированных кандидатов не позднее не позднее 12 августа 2025 года.

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.

4.4. 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 настоящего 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.

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

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

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.

4.7. Редакции периодических печатных изданий, публикующих агитационные материалы, за исключением учрежденных кандидатами, 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 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 настоящего Справочно-методического материала.

Кандидаты также вправе арендовать на основе договора здания и помещения, принадлежащие гражданам и организациям независимо от формы собственности, для проведения агитационных 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 администрацию Пышминского муниципального округа.

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. 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 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.

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.

Согласно статье 5 Закона Свердловской области от 07.12.2012 г. № 102-ОЗ предельная численность лиц, участвующих в публичных мероприятиях, уведомление о проведении которых не требуется, составляет 100 человек.

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 в статье 8 Федерального закона от 19.06.2004 г. № 54-ФЗ.

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 Пышминской районной территориальной избирательной комиссией, зарегистрированному кандидату, его доверенным лицам для встреч с избирателями.

При этом Пышминская районная территориальная избирательная комиссия обеспечивает 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, 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 письменно Пышминскую районную территориальную избирательную комиссию 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.

Пышминская районная территориальная 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 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 депутатов представительных органов муниципальных образований (не позднее 26 июля 2025 года).

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, наименование организации (фамилию, имя, отчество лица), заказавшей (заказавшего) их, а также информацию о тираже и дате изготовления этих материалов и указание об оплате их изготовления из средств избирательного фонда соответствующего кандидата.

Вместе с тем, как следует из Разъяснений ЦИК России 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, данные требования не распространяются на иные агитационные материалы. Отнесение крупноформатных агитационных материалов (билбордов и т.п.), размещаемых на рекламных конструкциях, к типам печатного агитационного материала или иного агитационного материала остается на усмотрение кандидата.

Все агитационные материалы кандидата, являющегося иностранным агентом, кандидата, аффилированного с иностранным агентом, должны содержать информацию об этом в соответствии с пунктом 1.4 настоящего Справочно-методического материала.²

Кроме того, в случае если в агитационных материалах использованы высказывания физического лица, являющегося иностранным агентом, 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.

² В соответствии с законом выдвинутый кандидат обязан к моменту представления в избирательную комиссию документов, необходимых для регистрации, прекратить статус иностранного агента.

В случае использования такого высказывания в агитационном материале кандидат при предоставлении материала в избирательную комиссию предоставляет информацию о том, какое высказывание какого физического лица, являющегося иностранным агентом, 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 кандидатом в Пышминскую РТИК с полномочиями ОИК.

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 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. Администрация Пышминского муниципального округа Свердловской области, по предложению Пышминской районной территориальной избирательной комиссий не позднее 14 августа 2025 г. обязана выделить специальные места для размещения печатных агитационных материалов на территории каждого избирательного участка, расположенного в границах четырехмандатных избирательных округов № 1,

2, 3, 4. 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 Пышминской районной территориальной 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 и политических партий 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 и политическими партиями.

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.

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 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 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;

избирательным комиссиям, членам избирательных 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 Пышминскую РТИК с полномочиями ОИК 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 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.

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 Свердловским областным судом по месту обнаружения, распространения данных материалов или по адресу организации, осуществляющей их производство, в порядке, установленном законодательством об административном судопроизводстве.

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.

В соответствии со статьей 1276 Гражданского кодекса Российской Федерации допускаются без согласия автора или иного правообладателя и без выплаты вознаграждения воспроизведение и распространение изготовленных экземпляров, сообщение в эфир или по кабелю, доведение до всеобщего сведения произведения изобразительного искусства или фотографического произведения, которые постоянно находятся в месте, открытом для свободного посещения, за исключением случаев, если изображение произведения является основным объектом использования или изображение произведения используется в целях извлечения прибыли.

Допускается свободное использование путем воспроизведения и распространения изготовленных экземпляров, сообщения в эфир или по кабелю, доведения до всеобщего сведения в форме изображений произведений архитектуры, градостроительства и произведений садово-паркового искусства, расположенных в месте, открытом для свободного посещения, или видных из этого места³.

³ В Постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 25 июня 2024 года № 33-П высказана правовая позиция по использованию изображения произведения изобразительного искусства – скульптуры: при размещении в информационно-справочном материале о культурных, исторических и иных достопримечательностях территории (путеводителе) изображения произведения изобразительного искусства – скульптуры, которая расположена в открытом для свободного посещения месте на этой территории или видна из такого места, не требуется получения согласия автора или иного правообладателя скульптуры и выплаты ему вознаграждения, в том числе если соответствующий информационно-справочный материал распространяется в целях получения прибыли, а на данном изображении скульптура может рассматриваться как основной объект использования.

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 избирательного фонда соответствующего 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. 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 агитационных материалов, которые специально изготовлены для избирательной кампании и стоимость которых не превышает двух процентов величины прожиточного минимума в целом по Российской Федерации на душу населения за единицу продукции⁴; 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.

Кандидаты, их доверенные лица и уполномоченные представители, а также зарегистрированные после начала избирательной кампании организации, учредителями, собственниками, владельцами и (или) членами органов управления которых (в организациях, высшим органом управления которых является собрание, – членами органов, осуществляющих

⁴ В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 12.06.2024 № 789 «Об установлении величины прожиточного минимума на душу населения и по основным социально-демографическим группам населения в целом по Российской Федерации на 2025 год», величина прожиточного минимума в целом по Российской Федерации на душу населения в 2025 году составляет 17733 рубля, два процента от этой суммы составляют 354 рубля 66 копеек.

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.

7.10. Не допускается проведение кандидатами предвыборной агитации с использованием информационных ресурсов, в том числе сайтов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступ к которым ограничен федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, в соответствии с Федеральным законом «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

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, Кодекса, а также в случае нарушения организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания, редакцией сетевого издания установленного Федеральным законом от 12.06.2002 г. № 67-ФЗ, Кодексом 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.