

Приложение  
к Постановлению Избирательной комиссии  
Владимирской области  
от 07.06.2013 № 101

**РАЗЪЯСНЕНИЯ**

**некоторых вопросов проведения предвыборной агитации в период  
избирательной кампании по выборам Губернатора (главы администра-  
ции) Владимирской области и депутатов Законодательного Собрания  
Владимирской области шестого созыва**

Вопросы информирования избирателей и проведения предвыборной агитации в период избирательной кампании по выборам Губернатора (главы администрации) Владимирской области и депутатов Законодательного Собрания Владимирской области шестого созыва регламентируются положениями, изложенными в главе VI Закона Владимирской области «Избирательный кодекс Владимирской области» от 13.02.2003 № 10-ОЗ (далее - Кодекс).

1. В соответствии со статьей 40 Закона Владимирской области «Избирательный кодекс Владимирской области» информационное обеспечение выборов включает в себя информирование избирателей и предвыборную агитацию, способствует осознанному волеизъявлению избирателей, гласности выборов. Являясь составляющими одного понятия, информирование избирателей и предвыборная агитация вместе с тем обладают рядом важных отличительных признаков.

2. В соответствии с пунктом 1 статьи 41 Кодекса информирование осуществляют органы государственной власти, органы местного самоуправления, комиссии, организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, физические и юридические лица в соответствии с настоящим Кодексом. Органы государственной власти, органы местного самоуправления не вправе информировать избирателей о кандидатах, об избирательных объединениях.

Как следует из пунктов 2, 4, 5 статьи 41 Кодекса информационные материалы, размещаемые в средствах массовой информации, должны быть объективными, достоверными, не нарушать равенство кандидатов, избирательных объединений. При этом организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, свободны в своей деятельности по информированию избирателей. Вместе с тем редакции средств массовой информации (далее - СМИ) должны соблюдать правило, согласно которому в информационных теле- и радиопрограммах, публикациях в периодических печатных изданиях сообщения о проведении предвыборных мероприятий должны даваться исключительно отдельным информационным блоком, без комментариев. В таких информационных блоках не должно отдаваться предпочтение, каким бы то ни было кандидату, избирательному объединению, в том числе по времени освещения их предвыборной деятельности или объему печатной площади, отведенной для таких сообщений.

В этой связи необходимо учитывать, что под информационными программами следует понимать ежедневные теле- и радиопрограммы новостей, за исключением авторских информационно-аналитических программ (ст. 3 Федерального закона от 13 января 1995 года № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации»). По аналогии указанное положение применяется и к информационным сообщениям, содержащимся в периодических печатных изданиях.

Исходя из положений статей 3 и 29 Конституции Российской Федерации, соответствующих положений Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (далее - Федерального закона) и Кодекса, СМИ выполняют ответственную задачу – всесторонне анализировать предвыборную ситуацию и содействовать осознанному свободному выбору граждан. Запрещение комментариев в информационных программах и сообщениях не препятствует освещению и анализу в информационно-аналитических программах

(публикациях) хода избирательной кампании, деятельности кандидатов, избирательных объединений, их предвыборных программ, анализу информации о доходах и имуществе кандидатов, финансовых отчетах кандидатов, избирательных объединений, результатах их проверки, иной информации, представляемой в СМИ в соответствии с законодательством о выборах.

Из указанных выше положений законов, рассматриваемых во взаимосвязи, следует, что редакции СМИ вправе свободно, без каких-либо согласований с государственными органами освещать события, происходящие в ходе избирательных кампаний, и придерживаться при этом основополагающих принципов информирования избирателей, отделяя в публикациях объективную информацию о событиях, происшедших в ходе избирательной кампании, от мнения и (или) комментария журналиста по соответствующему вопросу.

3. В соответствии со статьей 44 Кодекса предвыборной агитацией признаются осуществляемые в период избирательной кампании:

- призывы голосовать за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов либо против него (них);

- выражение предпочтения какому-либо кандидату, избирательному объединению, в частности указание на то, за какого кандидата, за какой список кандидатов, за какое избирательное объединение будет голосовать избиратель (за исключением случая опубликования (обнародования) результатов опроса общественного мнения в соответствии с пунктом 2 статьи 42 Кодекса);

- описание возможных последствий в случае, если тот или иной кандидат будет избран или не будет избран, тот или иной список кандидатов будет допущен или не будет допущен к распределению депутатских мандатов;

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

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

- деятельность, способствующая созданию положительного или отрицательного отношения избирателей к кандидату, избирательному объединению, выдвинувшему кандидата, список кандидатов.

Пунктом 2.1 статьи 44 Кодекса уточняется, в каком случае признаются предвыборной агитацией действия, содержащие призывы голосовать за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов либо против него (них) (подпункт «а» пункта 2 статьи 44 Кодекса), совершаемые при осуществлении представителями организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, профессиональной деятельности. Для признания таких действий предвыборной агитацией необходимо, чтобы они совершались с целью побудить избирателей голосовать за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов или против него (них).

Остальные действия, указанные в подпунктах «б» - «е» статьи 44 Кодекса, могут быть признаны предвыборной агитацией, в случае, если эти действия совершены с такой целью неоднократно.

4. Согласно статье 45 Кодекса агитационный период начинается со дня выдвижения кандидата, списка кандидатов и прекращается в ноль часов по местному времени за одни сутки до дня голосования.

В указанный период агитация может проводиться любыми, не запрещенными законом методами, кроме проведения агитации на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях. Для этого метода агитации установлен особый срок, который начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается в ноль часов по местному времени за одни сутки до дня голосования.

Агитационные печатные материалы (листовки, плакаты и другие материалы), ранее размещенные в установленном федеральным законом порядке на зданиях и сооружениях, за исключением зданий, в которых размещены

комиссии, помещения для голосования, и на расстоянии не менее 50 метров от входа в эти здания, сохраняются в день голосования на прежних местах.

5. Предвыборная агитация может проводиться через средства массовой информации, посредством проведения агитационных публичных мероприятий, выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и других агитационных материалов, иными не запрещенными законом методами.

6. Согласно пункту 7 статьи 48 Федерального закона, пункту 7 статьи 44 Кодекса запрещается проводить предвыборную агитацию, выпускать и распространять любые агитационные предвыборные материалы:

- федеральным органам государственной власти, органам государственной власти Владимирской области, 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 8.1 статьи 44 Кодекса, и (или) с использованием преимуществ своего должностного или служебного положения;

- 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 9 статьи 5 Кодекса, лицам без гражданства, иностранным юридическим лицам;

- международным организациям и международным общественным движениям;

- представителям организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, при осуществлении ими профессиональной деятельности;

- лицам, в отношении которых решением суда в период проводимой избирательной кампании, кампании референдума, отзыва, установлен факт нарушения ограничений, предусмотренных пунктом 1 статьи 52 Кодекса.

7. В соответствии с пунктом 8 статьи 48 Федерального закона, пунктом 8 статьи 44 Кодекса лицам, замещающим государственные должности или выборные муниципальные должности, запрещается проводить предвыборную агитацию на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях, за исключением случаев, если указанные лица зарегистрированы в качестве кандидатов в депутаты или на выборные должности.

Перечень лиц, замещающих государственные должности Владимирской области устанавливается статьей 45 Закона Владимирской области от 14.08.2001 № 62-ОЗ «Устав (основной закон) Владимирской области» и Приложением №1 к Закону Владимирской области от 27.08.2004 N 135-ОЗ «О государственной гражданской службе Владимирской области».

Пункт 4 статьи 36 Кодекса содержит перечень нарушений принципа равного избирательного права, связанных с использованием зарегистрированным кандидатом преимуществ должностного или служебного положения, в который входят, к примеру, преимущественный доступ (обеспечение доступа) по сравнению с другими кандидатами, избирательными объединениями к государственным и муниципальным средствам массовой информации в целях сбора подписей избирателей, ведения предвыборной агитации, использование телефонной, факсимильной и иных видов связи, оргтехники и информационных услуг, обеспечивающих функционирование государственных органов, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных учреждений, организаций независимо от формы собственности, за исключе-

нием указанных видов связи, оргтехники и информационных услуг, обеспечивающих функционирование политических партий, для проведения предвыборной агитации, если их использование не оплачено из соответствующего фонда, а также агитационное выступление в период избирательной кампании, при проведении публичного мероприятия, организуемого государственными и (или) муниципальными органами, организациями независимо от формы собственности, за исключением политических партий.

Также в соответствии с Кодексом в данный перечень входит обнародование в период избирательной кампании в средствах массовой информации, в агитационных печатных материалах отчетов о проделанной работе, распространение от имени гражданина, являющегося кандидатом, поздравлений и иных материалов, не оплаченных из средств соответствующего избирательного фонда и иные нарушения, связанные с использованием должностного или служебного положения.

Соблюдение ограничений, предусмотренных пунктом 4 статьи 36 Кодекса не должно препятствовать осуществлению депутатами своих полномочий и выполнению ими своих обязанностей перед избирателями.

8. Должностным лицам, журналистам, иным творческим работникам организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, если указанные лица являются кандидатами либо их доверенными лицами или уполномоченными представителями по финансовым вопросам, доверенными лицами или уполномоченными представителями избирательных объединений, запрещается участвовать в освещении избирательной кампании через средства массовой информации (пункт 6 статьи 36 Кодекса).

9. В соответствии с пунктом 9 статьи 44 Кодекса использование в агитационных материалах кандидата, избирательного объединения изображения физического лица, высказываний физического лица о кандидате, об избирательном объединении возможно только с письменного согласия данного физического лица. Документ, подтверждающий согласие, представляется в избирательную комиссию вместе с экземплярами агитационных материалов,

представляемых в соответствии с пунктом 3 статьи 50 настоящего Кодекса. В случае размещения агитационного материала на канале организации телерадиовещания либо в периодическом печатном издании указанный документ представляется в избирательную комиссию по ее требованию. Данное ограничение не распространяется:

- на использование избирательным объединением высказываний выдвинутых им кандидатов о данном избирательном объединении, а также о кандидатах, выдвинутых данным избирательным объединением на тех же выборах;

- на использование обнародованных высказываний о кандидатах, об избирательных объединениях с указанием даты (периода времени) обнародования таких высказываний и наименования средства массовой информации, в котором они были обнародованы. Ссылка в агитационных материалах на такое высказывание физического лица, не имеющего в соответствии с Федеральным законом «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» права проводить предвыборную агитацию, допускается только в случае, если это высказывание было обнародовано до официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов. При этом в ссылке должны указываться дата (период времени) обнародования этого высказывания и наименование средства массовой информации, в котором оно было обнародовано;

- на цитирование высказываний об избирательном объединении, о кандидате, обнародованных иными избирательными объединениями, а также кандидатами в своих агитационных материалах, изготовленных и распространенных в соответствии с законом;

- на использование кандидатом своих изображений, использование избирательным объединением изображений выдвинутых им кандидатов, в том числе со своими супругом, детьми (включая детей, не достигших возраста 18 лет), родителями и другими близкими родственниками, а также среди неопределенного круга лиц.

10. В период избирательной кампании 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, список кандидатов, в период избирательной кампании осуществляется только за счет средств соответствующего избирательного фонда. В день голосования и в день, предшествующий дню голосования, такая реклама, в том числе оплаченная за счет средств соответствующего избирательного фонда, не допускается (пункт 4 статьи 52 Кодекса).

11. Согласно пункту 5 статьи 52 Кодекса кандидаты, избирательные объединения, выдвинувшие кандидатов, списки кандидатов, 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 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, избирательных объединений, их доверенных лиц и уполномоченных представителей, а также проводить одновременно с благотворительной деятельностью предвыборную агитацию. Кандидатам, избирательным объединениям, их доверенным лицам и уполномоченным представителям запрещается обращаться к иным физическим и юридическим лицам с предложениями об оказании материальной, финансовой помощи или услуг избирателям.

12. Статьями 46-48 Кодекса устанавливается, что предвыборная агитация через средства массовой информации (на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях) может проводиться

только правомочными субъектами - зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями, и исключительно за счет средств избирательных фондов этих субъектов. Указанные лица не вправе использовать предоставленные им бесплатное эфирное время и печатную площадь для проведения предвыборной агитации за других зарегистрированных кандидатов, за другие избирательные объединения. Зарегистрированный кандидат, выдвинутый избирательным объединением, вправе использовать предоставленные ему эфирное время, печатную площадь для проведения на тех же выборах предвыборной агитации за выдвинувшее его избирательное объединение, а также за других кандидатов, выдвинутых этим избирательным объединением. Избирательное объединение, выдвинувшее кандидатов, список кандидатов, вправе использовать предоставленные ему эфирное время, печатную площадь для проведения на тех же выборах предвыборной агитации за любого выдвинутого им кандидата.

Агитация за кандидата, избирательное объединение, оплачиваемая из средств избирательных фондов других кандидатов, избирательных объединений, запрещается (пункт 5 статьи 44 Кодекса).

Зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, зарегистрировавшим списки кандидатов, гарантируются равные условия доступа к государственным и муниципальным средствам массовой информации, а также к негосударственным организациям телерадиовещания для проведения предвыборной агитации, в том числе для представления избирателям предвыборных программ (пункт 1 статьи 46 Кодекса, пункт 13 статьи 47 Кодекса).

Условия оплаты эфирного времени и печатной площади должны быть равными для всех зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений. Это требование не распространяется на редакции негосударственных периодических печатных изданий, учрежденные кандидатами, избирательными объединениями (пункт 5 статьи 46 Кодекса).

Согласно пункту 6 статьи 46 Кодекса не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов соответствующие организации телерадиовещания и редакции периодических печатных изданий обязаны опубликовать сведения о размере и условиях оплаты эфирного времени и печатной площади, предоставляемых для целей предвыборной агитации. Эти сведения в вышеуказанный срок должны быть представлены в избирательную комиссию области либо в территориальную избирательную комиссию, если территория вещания или распространения периодического печатного издания ограничена соответствующей административно-территориальной единицей, вместе с уведомлением о готовности предоставить эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации. Указанные размер и условия должны быть едиными для всех субъектов, имеющих право на проведение предвыборной агитации через средства массовой информации. Указанные требования направлены на обеспечение справедливых условий предоставления эфирного времени, печатной площади правомочным субъектам. Требования о равных условиях оплаты эфирного времени и печатной площади, установленные и опубликованные расценки не могут меняться в течение периода агитации в СМИ. Требования о предварительном опубликовании расценок распространяются как на государственные и муниципальные, так и на негосударственные организации, выпускающие СМИ.

Пунктом 7 статьи 46 Кодекса допускается отказ негосударственных организаций телерадиовещания и редакций негосударственных периодических печатных изданий, редакций государственных периодических печатных изданий, выходящих реже чем один раз в неделю, специализированных организаций телерадиовещания и редакций специализированных периодических печатных изданий (культурно-просветительских, детских, технических, научных и других), а также муниципальных организаций телерадиовещания и редакций муниципальных периодических печатных изданий от предоставления эфирного времени, печатной площади для проведения предвыборной

агитации. Таким отказом считается непредставление в соответствующую комиссию уведомления, указанного в пункте 6 статьи 46 Кодекса в установленные в указанном пункте сроки.

В соответствии с пунктом 11 статьи 46 Кодекса как платное, так и бесплатное предоставление эфирного времени на каналах организаций телерадиовещания и печатной площади в периодических печатных изданиях для проведения предвыборной агитации производится в соответствии с договором, заключенным между организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания и кандидатом, избирательным объединением.

При этом договор должен заключаться в письменной форме. Оплата зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями печатной площади, эфирного времени осуществляется в полном объеме до предоставления печатной площади, эфирного времени исключительно через соответствующие избирательные фонды. Зарегистрированный кандидат, избирательное объединение обязаны предоставить платежный документ филиалу Сбербанка Российской Федерации о перечислении средств в полном объеме из соответствующего избирательного фонда в оплату стоимости эфирного времени, печатной площади не позднее, чем за два дня до дня предоставления эфирного времени, дня публикации.

13. В соответствии со статьей 50 Кодекса зарегистрированные кандидаты, избирательные объединения вправе выпускать печатные, а равно аудиовизуальные и иные агитационные материалы. В соответствии со статьей 3 Кодекса агитационные материалы – это печатные, аудиовизуальные и иные материалы, содержащие признаки предвыборной агитации и предназначенные для массового распространения, обнародования в период избирательной кампании. Агитационные печатные материалы могут распространяться и выпускаться в разнообразной форме: в виде печатной продукции (книги, журналы, календари, плакаты, листовки и т.п.), аудиовизуальных материалов (оптические компакт-диски, видеокассеты с фильмами о кандидатах, парти-

ях, аудиозаписи), в иных формах (на рекламных щитах, расположенных на улицах и в иных местах и т.п.).

В соответствии с пунктом 1.1 статьи 50 Кодекса организации, индивидуальные предприниматели, выполняющие работы или оказывающие услуги по изготовлению печатных агитационных материалов, обязаны обеспечить зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, зарегистрировавшим списки кандидатов, 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 (публикации) решения о назначении выборов и в тот же срок представлены в избирательную комиссию, организующую соответствующие выборы. Организация, индивидуальный предприниматель, не выполнившие данных требований, не вправе выполнять работы или оказывать услуги по изготовлению печатных агитационных материалов.

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 выпуска этих материалов и указание об оплате их изготовления из средств соответствующего избирательного фонда (пункт 2 статьи 50 Кодекса). Агитационные материалы, изготовленные в печатной или аудиовизуальной форме, должны в обязательном порядке содержать указанные сведения. Ответственность за нарушение данной нормы установлена ст. 5.12 КоАП.

До начала распространения экземпляры агитационных печатных материалов или их копии, экземпляры аудиовизуальных агитационных материалов, фотографии иных агитационных материалов представляются в соответствующую избирательную комиссию вместе со сведениями о месте нахождения (об адресе места жительства) организации (лица), изготовившей и заказавшей (изготовившего и заказавшего) эти материалы (пункт 3 статьи 50 Кодекса).

Изготовление агитационных материалов должно осуществляться после предварительной оплаты за счет средств соответствующего избирательного фонда.

Распространение агитационных материалов, изготовленных с нарушением всех вышеперечисленных условий запрещается.

Соответствующая избирательная комиссия предлагает органам местного самоуправления выделить не позднее чем за 30 дней до дня голосования специальные места для размещения печатных агитационных материалов на территории каждого избирательного участка. Указанные места должны быть удобны для посещения избирателями и их площадь должна быть достаточной для размещения агитационных материалов кандидатов, избирательных объединений и информационных материалов избирательных комиссий. Площадь размещения агитационных материалов должна быть равной для всех кандидатов, избирательных объединений. Перечень указанных мест доводится комиссиями, по предложениям которых выделены эти места, до сведения кандидатов, избирательных объединений (пункт 7 статьи 50 Кодекса).

Печатные агитационные материалы могут вывешиваться (расклеиваться, размещаться) в помещениях, на зданиях, сооружениях и иных объектах (за исключением мест, предусмотренных пунктом 7 статьи 50 Кодекса) 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, избирательных объединений. При этом за размещение агитационных материалов на объекте, находящемся в государственной или муниципальной собственности, плата не взимается (пункт 8 статьи 50 Кодекса).

Организации, индивидуальные предприниматели, оказывающие рекламные услуги, обязаны обеспечить кандидатам, избирательным объединениям равные условия для размещения агитационных материалов (пункт 9 статьи 50 Кодекса).

Пунктом 10 статьи 50 Кодекса установлен перечень мест, где запрещено размещать агитационные материалы. Запрещается вывешивать (расклеивать, размещать) печатные агитационные материалы на памятниках, обелисках, зданиях, сооружениях и в помещениях, имеющих историческую, культурную или архитектурную ценность, а также в зданиях, в которых размещены избирательные комиссии, помещения для голосования, и на расстоянии менее 50 метров от входа в них.

14. В соответствии со статьей 49 Кодекса проведение агитации посредством массовых мероприятий предусматривает выполнение следующих условий:

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

Уведомления организаторов митингов, демонстраций, шествий и пикетирований подаются и рассматриваются в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

По заявке зарегистрированного кандидата, избирательного объединения, зарегистрировавшего список кандидатов 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, представителям избирательного объединения для встреч с избирателями. При этом комиссия обязана обеспечить равные условия проведения указанных мероприятий для зарегистрированных кандидатов и избирательных объединений, зарегистрировавших списки кандидатов.

Если указанное 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, избирательному объединению собственник, владелец помещения не вправе отказать другому зарегистрированному кандидату, избирательному объединению в предоставлении помещения на таких же условиях в иное время в течение агитационного периода. В случае предоставления помещения зарегистрированному кандидату, избирательному объединению собственник, владелец помещения не позднее дня, следующего за днем предоставления помещения, обязаны уведомить в письменной форме определенную законом 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, избирательным объединениям.

Заявки на выделение вышеуказанных помещений рассматриваются собственниками, владельцами этих помещений в течение трех дней со дня подачи указанных заявок.

Комиссия, получившая уведомление о факте предоставления помещения зарегистрированному кандидату, избирательному объединению, в течение двух суток с момента получения уведомления обязана разместить содержащуюся в нем информацию в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» или иным способом довести ее до сведения других зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений.

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

Предвыборная агитация и публичные выступления зарегистрированных кандидатов на мероприятии, финансируемом, организуемом или проводимом для населения органами государственной власти, органами местного самоуправления, государственными и муниципальными предприятиями и учреждениями, допускается только в случае, если об этом мероприятии были извещены все зарегистрированные кандидаты по данному избирательному округу и им была предоставлена возможность выступить на этом мероприятии.

Предвыборная агитация в расположении воинских частей, военных организаций и учреждений запрещаются, за исключением случая, когда единственное здание или помещение, пригодное для проведения агитационного публичного мероприятия в форме собрания, находится в расположении воинской части либо в военной организации или учреждении. Такое здание или помещение предоставляется командиром воинской части по запросу соответствующей избирательной комиссии. Организацию мероприятий обеспечивает командир воинской части совместно с соответствующей комиссией, при этом все зарегистрированные кандидаты либо их доверенные лица, представители всех избирательных объединений, зарегистрировавших списки кандидатов оповещаются о месте и времени встречи не позднее чем за три дня до ее проведения.

Обеспечение безопасности при проведении агитационных публичных мероприятий осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации.

15. В соответствии со статьями 52, 78 Кодекса нарушение перечисленных в настоящих Разъяснениях и иных установленных Кодексом правил проведения предвыборной агитации, в том числе ее финансирования, влечет ответственность, установленную федеральным законодательством.

Участники избирательного процесса, в том числе должностные лица средств массовой информации, журналисты, несут ответственность за нарушение правил проведения предвыборной агитации в соответствии с Кодексом Российской Федерации «Об административных правонарушениях» (далее - КоАП). Административная ответственность наступает в случае:

- нарушения порядка участия средств массовой информации в информационном обеспечении выборов (статья 5.5. КоАП);

- нарушения предусмотренных законодательством о выборах порядка и условий проведения предвыборной агитации на каналах организаций, осуществляющих теле- и (или) радиовещание, и в периодических печатных изданиях (статья 5.8. КоАП);

- нарушения в ходе избирательной кампании условий рекламы предпринимательской и иной деятельности (статья 5.9. КоАП);

- проведения предвыборной агитации вне агитационного периода и в местах, где ее проведение запрещено законодательством (статья 5.10. КоАП);

- проведения агитации лицами, которым участие в ее проведении запрещено федеральным законом (статья 5.11. КоАП);

- изготовления, распространения или размещения агитационных материалов с нарушениями требований законодательства о выборах (статья 5.12. КоАП);

- непредоставления возможности обнародовать опровержение или иное разъяснение в защиту чести, достоинства или деловой репутации (статья 5.13. КоАП);

- умышленного уничтожения или повреждения печатных материалов, относящихся к выборам (статья 5.14 КоАП);

- нарушения установленных законодательством о выборах порядка и сроков уведомления избирательной комиссии о факте предоставления помещений и права на предоставление помещений для встреч с избирателями (статья 5.15. КоАП);

- подкупа избирателей либо осуществление в период избирательной кампании благотворительной деятельности с нарушением законодательства о выборах (статья 5.16 КоАП);

- нарушения прав зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений при выделении площадей для размещения агитационных материалов (статья 5.48 КоАП);

- нарушения запрета на проведение в период избирательной кампании лотерей и других основанных на риске игр, связанных с выборами (статья 5.49 КоАП);

- нарушения организацией, индивидуальным предпринимателем, выполняющими работы или оказывающими услуги по изготовлению агитационных печатных материалов, правил изготовления агитационных печатных материалов (статья 5.51 КоАП).

Предвыборные программы кандидатов, избирательных объединений, иные агитационные материалы (в том числе размещаемые в информационно-телекоммуникационных сетях, доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц, включая сеть "Интернет"), выступления кандидатов и их доверенных лиц, представителей и доверенных лиц избирательных объединений, граждан на публичных мероприятиях, в средствах массовой информации (в том числе размещаемые в информационно-телекоммуникационных сетях, доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц, включая сеть «Интернет») не должны содержать призывы к совершению деяний, определяемых в статье 1 Федерального закона от 25 июля 2002 года N 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» (далее - Федеральный

закон «О противодействии экстремистской деятельности») как экстремистская деятельность, либо иным способом побуждать к таким деяниям, а также обосновывать или оправдывать экстремизм. Запрещается агитация, возбуждающая социальную, расовую, национальную или религиозную рознь, унижающая национальное достоинство, пропагандирующая исключительность, превосходство либо неполноценность граждан по признаку их отношения к религии, социальной, расовой, национальной, религиозной или языковой принадлежности, а также агитация, при проведении которой осуществляются пропаганда и публичное демонстрирование нацистской атрибутики или символики либо атрибутики или символики, сходных с нацистской атрибутикой или символикой до степени их смешения. Не может рассматриваться как разжигание социальной розни агитация, направленная на защиту идей социальной справедливости.

При проведении предвыборной агитации также не допускается злоупотребление свободой массовой информации в иных, чем указанные в пункте 1 статьи 52 Кодекса, формах. Запрещается агитация, нарушающая законодательство Российской Федерации об интеллектуальной собственности.

В случае нарушения организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания установленных Кодексом правил проведения предвыборной агитации соответствующая избирательная комиссия имеет право обратиться в правоохранительные органы, суд, исполнительные органы государственной власти, осуществляющие государственную политику в области средств массовой информации, с представлением о пресечении противоправной агитационной деятельности и привлечении организации телерадиовещания, редакции периодического печатного издания и их должностных лиц к ответственности, установленной законодательством Российской Федерации.

В случае опубликования (обнародования) материалов в СМИ, подпадающих под признаки злоупотребления СМИ в соответствии с законом о СМИ, организации телерадиовещания и периодические печатные издания на

основании Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» несут ответственность за злоупотребление свободой массовой информации.