

ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КОМИССИЯ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ
ПОСТАНОВЛЕНИЕ

18 июня 2019 года

№ 45/363

**О Разъяснениях
для зарегистрированных кандидатов, средств массовой информации и
территориальных избирательных комиссий по вопросам информационного
обеспечения выборов депутатов советов депутатов муниципальных
образований Ленинградской области 8 сентября 2019 года**

Избирательная комиссия Ленинградской области постановляет:

1. Одобрить Разъяснения для зарегистрированных кандидатов, средств массовой информации и территориальных избирательных комиссий по вопросам информационного обеспечения выборов депутатов советов депутатов муниципальных образований Ленинградской области 8 сентября 2019 года (прилагается).
2. Разместить настоящее постановление на официальном сайте Избирательной комиссии Ленинградской области в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и опубликовать в сетевом издании «Бюллетень Избирательной комиссии Ленинградской области».

Председатель
Избирательной комиссии
Ленинградской области

М.Е. Лебединский

Секретарь
Избирательной комиссии
Ленинградской области

С.А. Паршиков

Приложение
к постановлению
Избирательной комиссии
Ленинградской области
от 18 июня 2019 года № 45/363

РАЗЪЯСНЕНИЯ
для зарегистрированных кандидатов, средств массовой информации и
территориальных избирательных комиссий по вопросам информационного
обеспечения выборов депутатов советов депутатов муниципальных
образований Ленинградской области 8 сентября 2019 года

Информационное обеспечение выборов в органы местного самоуправления, которые состоятся 8 сентября 2019 года, регулируются положениями главы VII Федерального закона от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (далее – Федеральный закон) и главы 7 областного закона от 15 марта 2012 года № 20-оз «О муниципальных выборах в Ленинградской области» (далее – областной закон).

Информационное обеспечение выборов включает в себя два элемента:

- информирование избирателей;
- предвыборную агитацию.

I. Информирование избирателей

Информирование избирателей осуществляют органы государственной власти, органы местного самоуправления, избирательные комиссии, организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, физические и юридические лица в соответствии с Федеральным законом от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (далее – ФЗ №67).

Органы государственной власти, органы местного самоуправления не вправе информировать избирателей о кандидатах, об избирательных объединениях.

Информационные материалы, размещаемые в средствах массовой информации или распространяемые иным способом, должны быть объективными, достоверными и не должны нарушать равенство кандидатов, избирательных объединений.

Информирование избирателей, в том числе через СМИ, о ходе подготовки и проведения выборов, о сроках и порядке совершения избирательных действий, о законодательстве Российской Федерации о выборах, о кандидатах, об избирательных объединениях осуществляют избирательные комиссии. Комиссии также принимают необходимые меры по информированию избирателей, являющихся инвалидами.

Деятельность СМИ по информированию избирателей осуществляется свободно.

В информационных теле- и радиопрограммах, публикациях в периодических печатных изданиях сообщения о проведении предвыборных мероприятий должны даваться исключительно отдельным информационным блоком, без комментариев. В них не должно даваться предпочтение какому бы то ни было кандидату, избирательному объединению, в том числе по времени освещения их предвыборной деятельности, объему печатной площади, отведенной для таких сообщений.

Журналист, иной творческий работник, должностное лицо организации, осуществляющей выпуск средства массовой информации, участвовавшие в деятельности по информационному обеспечению выборов в соответствии с законодательством Российской Федерации о выборах и референдумах, не могут быть по инициативе администрации (работодателя) уволены с работы или без их согласия переведены на другую работу в период соответствующей избирательной кампании и в течение одного года после окончания соответствующей избирательной кампании, за исключением случая, когда на них было наложено в соответствии с трудовым законодательством взыскание, не оспоренное в судебном порядке либо признанное в судебном порядке законным и обоснованным.

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

Одной из разновидностей информирования избирателей является опубликование (обнародование) результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами.

При опубликовании (обнародовании) результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами, редакции СМИ, граждане и организации, публикующие (обнародующие) эти результаты, обязаны указывать:

- организацию, проводившую опрос;
- время его проведения;
- число опрошенных (выборку);
- метод сбора информации;
- регион, где проводился опрос;
- точную формулировку вопроса;
- статистическую оценку возможной погрешности;
- лицо (лиц), заказавшее (заказавших) проведение опроса и оплатившее (оплативших) указанную публикацию (обнародование).

Запрещается опубликование (обнародование) результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов, иных исследований, связанных с проводимыми выборами, в том числе их размещение в сети «Интернет», доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц в течение пяти дней до дня голосования, а также в день голосования (т.е. с 3 сентября по 8 сентября 2019 года).

Представители средств массовой информации, принимая участие в информационном освещении подготовки и проведения выборов, вправе:

- присутствовать на заседаниях комиссий;
- знакомиться с протоколом участковых избирательных комиссий об итогах голосования, а также с протоколами иных комиссий об итогах голосования, о результатах выборов, в том числе получать от соответствующей комиссии копии указанных протоколов и приложенных к ним документов;
- находиться в помещениях для голосования в день голосования, а также в дни проведения досрочного голосования и производить фото- и видеосъемку.

Муниципальные организации телерадиовещания, редакции муниципальных периодических печатных изданий, которые в соответствии со ст. 47 Федерального закона обязаны безвозмездно предоставлять избирательным комиссиям, обеспечивающим подготовку и проведение выборов депутатов советов депутатов муниципальных образований Ленинградской области эфирное время в объеме не менее 20 минут в неделю для информирования избирателей и печатную площадь в объеме не менее пяти процентов от общего объема еженедельной печатной площади соответствующего издания для опубликования их решений и иных актов, размещения иной печатной информации. При этом расходы данных организаций телерадиовещания и редакций периодических печатных изданий относятся на результаты их деятельности.

Под муниципальными организациями телерадиовещания, муниципальными периодическими печатными изданиями понимаются организации телерадиовещания и периодические печатные издания:

- учредители (соучредители) которых или учредителями (соучредителями) редакций которых на день официального опубликования решения о назначении выборов являются органы местного самоуправления и муниципальные организации;
- и (или) которым за год, предшествующий дню официального опубликования решения о назначении выборов оказывалась муниципальная поддержка в форме субсидий и (или) субвенций на их функционирование за счет средств местного бюджета;
- и (или) в уставном (складочном) капитале которых на день официального опубликования решения о назначении выборов имеется доля (вклад) муниципального образования.

II. Предвыборная агитация

Предвыборная агитация - деятельность, осуществляемая в период избирательной кампании и имеющая целью побудить или побуждающая избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов или против него (них).

Предвыборной агитацией, осуществляемой в период избирательной кампании, признаются:

- а) призывы голосовать за кандидата, кандидатов либо против него (них);
- б) выражение предпочтения какому-либо кандидату, в частности указание на то, за какого кандидата будет голосовать избиратель (за исключением случая

опубликования (обнародования) результатов опроса общественного мнения в соответствии с пунктом 2 статьи 46 Федерального закона);

в) описание возможных последствий в случае, если тот или иной кандидат будет избран или не будет избран;

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

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

е) деятельность, способствующая созданию положительного или отрицательного отношения избирателей к кандидату, избирательному объединению, выдвинувшему кандидата.

Предвыборная агитация может проводиться:

а) на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях;

б) посредством проведения агитационных публичных мероприятий;

в) посредством выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и других агитационных материалов;

г) иными не запрещенными законом методами.

Кандидат имеет право самостоятельно определять содержание, формы и методы своей агитации, самостоятельно проводя ее, а также вправе в установленном законодательством порядке привлекать для ее проведения иных лиц. Право привлекать к предвыборной агитации иных лиц реализуется в форме назначения доверенных лиц, заключения договоров на проведение предвыборной агитации с гражданами и юридическими лицами.

В случае, если предвыборная агитация влечет расходы, то эти расходы оплачиваются исключительно из средств избирательного фонда кандидата. Если агитация проводится методами, не требующими расходов (митинги, собрания, встречи с избирателями), то ее оплаты из соответствующего избирательного фонда не требуется.

Политическая партия, выдвинувшая кандидатов, муниципальный список кандидатов, которые зарегистрированы избирательной комиссией, не позднее чем за 10 дней до дня голосования (не позднее 28 августа 2019 года) 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 избирательным объединениям, кандидатам в соответствии с ФЗ №67, областным законом «О муниципальных выборах в Ленинградской области», либо такая публикация оплачивается из средств избирательного фонда политической партии, избирательного фонда кандидата, выдвинутого этой политической партией.

Установлен ряд запретов и ограничений на проведение предвыборной агитации.

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

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

2. воинским частям, военным учреждениям и организациям;

3. благотворительным и религиозным организациям, учрежденным ими организациям, а также членам и участникам религиозных объединений при совершении обрядов и церемоний;

4. комиссиям, членам комиссий с правом решающего голоса;

5. иностранным гражданам, лицам без гражданства, иностранным юридическим лицам, кроме случаев, если на основании международных договоров Российской Федерации и в порядке, установленном Федеральным законом от 25.07.2002 №115-ФЗ «О правовом положении иностранных граждан Российской Федерации» и Федеральным законом от 06.10.2013 №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления Российской Федерации», иностранные граждане, постоянно проживающие на территории соответствующего муниципального образования, имеют право избирать и быть избранными в органы местного самоуправления, участвовать в иных избирательных действиях на указанных выборах на тех же условиях, что и граждане Российской Федерации.

5. международным организациям и международным общественным движениям;

6. представителям организаций, осуществляющих выпуск СМИ, при осуществлении ими профессиональной деятельности.

Запрещается привлекать к предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума лиц, не достигших на день голосования возраста 18 лет, в том числе использовать изображения и высказывания таких лиц в агитационных материалах

Запрещается агитация за кандидата, оплачиваемая из средств избирательных фондов других кандидатов.

Лицам, замещающим государственные 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.

Кандидаты, являющиеся журналистами, другими творческими работниками организаций, осуществляющими выпуск средств массовой информации, при проведении своей избирательной кампании не вправе использовать преимущества своего должностного или служебного положения. Кроме того, зарегистрированные кандидаты, работающие в организациях, выпускающих СМИ, на время участия в выборах освобождаются от выполнения должностных или служебных обязанностей и предоставляют в избирательную комиссию копии

соответствующих приказов (распоряжений) не позднее чем через пять дней со дня регистрации.

Использование в агитационных материалах высказываний физического лица, не имеющего в соответствии с ФЗ №67 права проводить предвыборную агитацию, об избирательном объединении, выдвинувшем список кандидатов, кандидатов по одномандатным (многомандатным) избирательным округам, о кандидате (кандидатах) не допускается.

Использование в агитационных материалах высказываний физического лица, не указанного в [пункте 8.2](#) статьи 48 ФЗ №67, о кандидате, об избирательном объединении допускается только с письменного согласия данного физического лица. Документ, подтверждающий такое согласие, представляется в избирательную комиссию, комиссию референдума вместе с экземплярами агитационных материалов, представляемых в соответствии с [пунктом 3 статьи 54](#) ФЗ №67. В случае размещения агитационного материала на канале организации телерадиовещания либо в периодическом печатном издании указанный документ представляется в избирательную комиссию, комиссию референдума по ее требованию. Представление указанного документа не требуется в случаях:

- а) использования избирательным объединением на соответствующих выборах высказываний выдвинутых им кандидатов;
- б) использования 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;
- в) цитирования высказываний об избирательном объединении, о кандидате, обнародованных на соответствующих выборах иными избирательными объединениями, кандидатами в своих агитационных материалах, изготовленных и распространенных в соответствии с законом.

При проведении выборов использование в агитационных материалах изображений физического лица допускается только в следующих случаях:

- а) использование избирательным объединением изображений выдвинутых им на соответствующих выборах кандидатов (в том числе в составе списка кандидатов), включая кандидатов среди неопределенного круга лиц;
- б) использование кандидатом своих изображений, в том числе среди неопределенного круга лиц.

В случаях, указанных в [пункте 9.1](#) статьи 48 ФЗ №67, получение согласия на использование соответствующих изображений не требуется.

При проведении предвыборной агитации не допускается злоупотребление свободой средств массовой информации. Предвыборные программы кандидатов, иные агитационные материалы (в том числе размещаемые в информационно-телекоммуникационных сетях, доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц, включая сеть «Интернет»), выступления кандидатов, их доверенных лиц, представителей избирательных объединений на публичных мероприятиях, в СМИ (в том числе размещаемые в информационно-телекоммуникационных сетях, доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц, включая сеть «Интернет») не должны содержать призывы к насильственному захвату власти,

насильственному изменению конституционного строя и нарушению целостности Российской Федерации, а также не должны быть направлены на пропаганду войны. Запрещается агитация, возбуждающая социальную, расовую, национальную, религиозную ненависть и вражду. Не может рассматриваться как разжигание социальной розни агитация, направленная на защиту идей социальной справедливости. Запрещается агитация, нарушающая законодательство Российской Федерации об интеллектуальной собственности.

За несоблюдение выше перечисленных ограничений установлены следующие меры ответственности для кандидатов:

- отказ в регистрации кандидата, если в течение агитационного периода кандидатом не соблюдались указанные ограничения и факт несоблюдения установлен решением суда;
- возможность отмены судом регистрации кандидата в случае не соблюдения кандидатом, избирательным объединением указанных ограничений;
- возможность отмены судом решения избирательной комиссии о результатах выборов после определения их результатов, если судом установлено, что кандидат, который признан избранным, при проведении агитации вышел за рамки указанных ограничений, что не позволяет выявить действительную волю избирателей.

Кандидатам, избирательным объединениям, 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, выполнивших указанную организационную работу, в зависимости от итогов голосования или обещать произвести такое вознаграждение;
- проводить льготную распродажу товаров, бесплатно распространять любые товары, за исключением печатных материалов (в том числе иллюстрированных) и значков, специально изготовленных для избирательной кампании;
- предоставлять услуги безвозмездно или на льготных условиях, а также воздействовать на избирателей посредством обещаний передачи им денежных средств, ценных бумаг и других материальных благ (в том числе по итогам голосования), оказания услуг иначе, чем на основании принимаемых в соответствии с законодательством решений органов государственной власти, органов местного самоуправления.

Лица, осуществляющие подкуп избирателей, несут административную, уголовную либо иную ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях предусматривает ответственность за подкуп избирателей (ст. 5.16 КоАП), Уголовный кодекс Российской Федерации относит подкуп избирателей к числу квалифицирующих признаков такого преступления, как воспрепятствование осуществлению избирательных прав (ст. 141 УК РФ).

Кроме того, кандидаты, избирательные объединения, выдвинувшие 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. Также 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.

Оплата коммерческой рекламы и иной не связанный с выборами с использованием фамилии или изображения кандидата, а также рекламы с использованием наименования, эмблемы, иной символики избирательного объединения, выдвинувшего кандидата, в период избирательной кампании осуществляется только за счет средств соответствующего избирательного фонда кандидата. Срок, в течение которого может распространяться подобная информация, аналогичен сроку окончания агитационного периода. Агитационные материалы не могут содержать коммерческую рекламу.

Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях устанавливает ответственность за нарушение в ходе избирательной кампании условий рекламы предпринимательской и иной деятельности (ст. 5.9 КоАП). Ответственность за выполнение этой нормы возложена на кандидата.

Организации, осуществляющие выпуск СМИ, в случае обнародования (опубликования) ими агитационных и информационных материалов (в том числе содержащих достоверную информацию), способных нанести ущерб чести, достоинству или деловой репутации кандидата, деловой репутации политической партии (ее регионального отделения), обязаны предоставить соответствующему кандидату, политической партии (ее региональному отделению) возможность до окончания агитационного периода бесплатно обнародовать (опубликовать) опровержение или иное разъяснение в защиту своих чести, достоинства или деловой репутации. Указанное положение не распространяется на случаи размещения агитационных материалов, представленных зарегистрированными кандидатами в рамках использования бесплатного и платного эфирного времени, бесплатной и платной печатной площади. Непредоставление кандидату возможности обнародовать опровержение или иное разъяснение в защиту чести, достоинства или деловой репутации, является основанием для привлечения этих организаций, осуществляющих выпуск СМИ, и их должностных лиц к

ответственности, предусмотренной ст. 5.13 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

III. Агитационный период

Агитационный период для кандидата, выдвинутого непосредственно, начинается со дня представления кандидатом в соответствующую избирательную комиссию заявления о согласии баллотироваться.

Агитационный период прекращается в ноль часов по местному времени дня, предшествующего дню голосования.

Предвыборная агитация на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях проводится в период, который начинается за 28 дней до дня голосования (т.е. с 10 августа 2019 года) и прекращается в ноль часов по местному времени за одни сутки до дня голосования (т.е. в ноль часов по местному времени 07 сентября 2019 года).

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.

Проведение предвыборной агитации в день голосования и в предшествующий ему день запрещается.

IV. Общие условия проведения предвыборной агитации на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях

Муниципальные организации телерадиовещания и муниципальные редакции периодических печатных изданий обязаны обеспечить равные условия проведения предвыборной агитации зарегистрированным кандидатам, в том числе для представления избирателям предвыборных программ.

Эфирное время на каналах указанных организаций телерадиовещания и печатная площадь в указанных периодических печатных изданиях предоставляются зарегистрированным кандидатам безвозмездно и за плату.

Перечень муниципальных организаций телерадиовещания и муниципальных периодических печатных изданий, обязанных предоставлять эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации, по представлению Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Северо-Западному федеральному округу публикуется муниципальной избирательной комиссией не позднее чем на десятый день после официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов. Указанный перечень представляется в избирательную комиссию муниципального образования (территориальную избирательную комиссию с полномочиями избирательной комиссии муниципального образования) (далее - ИКМО (ТИК с полномочиями ИКМО)) не позднее чем на

пятый день после официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов.

Государственные организации телерадиовещания и редакции государственных периодических печатных изданий вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам эфирное время, печатную площадь за плату и обязаны при этом обеспечить равные условия для проведения предвыборной агитации зарегистрированным кандидатам.

Правом предоставлять зарегистрированным кандидатам эфирное время, печатную площадь обладают негосударственные организации телерадиовещания и редакции негосударственных периодических печатных изданий, осуществляющие выпуск СМИ, только при условии, если они зарегистрированы не менее чем за один год до начала избирательной кампании, а также редакции негосударственных периодических печатных изданий, учрежденных избирательными объединениями (в том числе их структурными подразделениями) и зарегистрированных менее чем за один год до начала избирательной кампании, вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам эфирное время, печатную площадь в соответствующих средствах массовой информации.

Иные негосударственные организации телерадиовещания и редакции негосударственных периодических печатных изданий не вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам эфирное время, печатную площадь.

Эфирное время, печатная площадь, представляется негосударственными организациями, осуществляющими выпуск СМИ, только за плату, осуществляемую из соответствующего избирательного фонда кандидата. Кроме того, условия оплаты эфирного времени, печатной площади, предоставляемых негосударственными организациями, выпускающими СМИ, должны быть едины для всех зарегистрированных кандидатов. Указанное требование не распространяется на редакции негосударственных периодических печатных изданий, учрежденные кандидатами, избирательными объединениями.

При проведении выборов сведения о размере и других условиях оплаты эфирного времени, печатной площади должны быть опубликованы соответствующей организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов и в этот же срок представлены в соответствующую избирательную комиссию организующую выборы вместе с уведомлением о готовности предоставить эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации. Это требование распространяется как на государственные, муниципальные, так и на негосударственные организации, выпускающие СМИ. В случае неопубликования расценок в соответствии с установленными требованиями организации, выпускающие СМИ, не праве предоставлять эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации.

Платное и бесплатное эфирное время, печатная площадь предоставляется только в соответствии с договором, заключенным в письменной форме между организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания и

зарегистрированным кандидатом до предоставления эфирного времени, печатной площади.

Организации, осуществляющие выпуск СМИ, обязаны вести отдельный учет объемов и стоимости эфирного времени, печатной площади, предоставленных для проведения предвыборной агитации, по формам и в порядке, которые установлены ИКМО (ТИК с полномочиями ИКМО), и представлять данные такого учета в указанную комиссию не позднее чем через десять дней со дня голосования (не позднее 18 сентября 2019 года). Также организации, осуществляющие выпуск СМИ, обязаны хранить указанные учетные документы о безвозмездном и платном предоставлении эфирного времени и печатной площади не менее трех лет со дня голосования.

Расходы муниципальных организаций, осуществляющих выпуск СМИ, связанные с предоставлением бесплатного эфирного времени и печатной площади для проведения предвыборной агитации, относятся на результаты деятельности этих организаций и редакций.

V. Условия проведения предвыборной агитации на телевидении и радио

Законодательством определяются условия и порядок предоставления бесплатного и платного эфирного времени на каналах организаций, осуществляющих теле - и(или) радиовещание на территории соответствующего избирательного округа, на равных условиях (продолжительность предоставления эфирного времени, время выхода в эфир и другие условия).

Общий объем эфирного времени, которое каждая муниципальная организация телерадиовещания безвозмездно предоставляет на каждом из своих каналов для проведения предвыборной агитации, должен составлять не менее 30 минут в рабочие дни в агитационный период. В случае, если общее время вещания организации телерадиовещания составляет менее двух часов в день, - не менее одной четвертой части общего времени вещания.

Если в результате предоставления бесплатного эфирного времени на каждого зарегистрированного кандидата придется более 60 минут бесплатного эфирного времени за весь агитационный период, общий объем эфирного времени, которое каждая из организаций телерадиовещания предоставляет безвозмездно для проведения агитации, сокращается и должен составлять 60 минут, умноженных соответственно на количество зарегистрированных кандидатов.

Представляемое бесплатное эфирное время должно приходиться на определяемый соответствующей организацией телерадиовещания период, когда теле- и радиопередачи собирают наибольшую аудиторию.

Не менее половины общего объема бесплатного эфирного времени должно быть предоставлено зарегистрированным кандидатам для проведения совместных дискуссий, «круглых столов» и иных совместных агитационных мероприятий. Данное правило не применяется, если на каждого кандидата, зарегистрированного по одномандатному (многомандатному) избирательному округу приходится менее пяти минут из общего объема бесплатного эфирного времени. В указанных

совместных мероприятиях зарегистрированные кандидаты могут участвовать только лично.

Зарегистрированный кандидат вправе отказаться от участия в совместном агитационном мероприятии. При этом эфирное время, отведенное для проведения совместного агитационного мероприятия, в том числе в случае, если в указанном мероприятии может принять участие только один участник, не уменьшается. Отказ от участия в совместном агитационном мероприятии не влечет за собой увеличение бесплатного эфирного времени, предоставляемого зарегистрированному кандидату, отказавшемуся участвовать в указанном мероприятии.

Оставшаяся часть общего объема бесплатного эфирного времени предоставляется зарегистрированным кандидатам на равных условиях (продолжительность эфирного времени, времени выхода в эфир и другие условия) для размещения агитационных материалов.

По завершении регистрации кандидатов, но не позднее 09 августа 2019 года, соответствующая ИКМО (ТИК с полномочиями ИКМО) с участием представителей соответствующей организации телерадиовещания проводит жеребьевку по распределению бесплатного эфирного времени, в результате которой определяются даты и время выхода в эфир совместных агитационных мероприятий, предвыборных агитационных материалов зарегистрированных кандидатов.

При проведении жеребьевки вправе присутствовать члены вышестоящих избирательных комиссий, кандидаты, зарегистрированные данной избирательной комиссией, или их доверенные лица, или их уполномоченные представители по финансовым вопросам. Определенный в результате жеребьевки график распределения бесплатного эфирного времени публикуется соответствующей избирательной комиссией в периодических печатных изданиях.

Также муниципальные организации телерадиовещания обязаны резервировать эфирное время для проведения предвыборной агитации зарегистрированными кандидатами на платной основе. Размер и условия оплаты должны быть едиными для всех зарегистрированных кандидатов. Общий объем платного эфирного времени, резервируемого каждой организацией телерадиовещания, не может быть меньше общего объема бесплатного эфирного времени, но не должен превышать его более чем в два раза.

Каждый зарегистрированный кандидат, создавший свой избирательный фонд, вправе за соответствующую плату получить эфирное время из общего объема эфирного времени, зарезервированного соответствующей муниципальной организацией телерадиовещания, в пределах доли, полученной в результате деления этого объема на число соответственно зарегистрированных кандидатов (зарегистрированные кандидаты, уведомившие соответствующую избирательную комиссию об отказе финансирования своей избирательной кампании, в это число не включаются).

Эфирное время должно предоставляться организацией телерадиовещания в агитационный период. Даты и время выхода в эфир предвыборных агитационных материалов определяются жеребьевкой, проводимой организацией

телерадиовещания с участием заинтересованных лиц на основании письменных заявок на участие в жеребьевке, поданных зарегистрированными кандидатами.

Государственные организации телерадиовещания, их соответствующие подразделения, опубликовавшие не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования решения о назначении выборов сведения о размере и других условиях отплаты эфирного времени, а также представившие указанные сведения и уведомление о готовности предоставлять эфирное время в соответствующую избирательную комиссию, предоставляют зарегистрированным кандидатам для проведения предвыборной агитации платное эфирное время. Размер и условия оплаты должны быть едиными для всех зарегистрированных кандидатов. Общий объем эфирного времени, предоставляемого государственной организацией телерадиовещания зарегистрированным кандидатам, определяется этой организацией телерадиовещания самостоятельно. Даты и время выхода в эфир предвыборных агитационных материалов каждого зарегистрированного кандидата определяются также в соответствии с жеребьевкой, проводимой организацией телерадиовещания с участием заинтересованных лиц на основании письменных заявок на участие в жеребьевке, поданных зарегистрированными кандидатами.

Если зарегистрированный кандидат после проведения жеребьевки откажется от использования эфирного времени, он обязан не позднее чем за пять дней до выхода в эфир сообщить об этом в письменной форме соответствующей организации телерадиовещания, которая вправе использовать высвободившееся эфирное время по своему усмотрению.

Негосударственные организации телерадиовещания, опубликовавшие не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования решения о назначении выборов сведения о размере и других условиях отплаты эфирного времени, а также представившие указанные сведения и уведомление о готовности предоставлять эфирное время в соответствующую избирательную комиссию, обязаны предоставлять эфирное время зарегистрированным кандидатам на равных условиях (в том числе по времени выхода в эфир).

Платежный документ филиалу ОАО «Сбербанк России» о перечислении в полном объеме средств для оплаты стоимости эфирного времени должен быть представлен зарегистрированным кандидатом не позднее чем за два дня до дня предоставления эфирного времени. Копия платежного документа с отметкой филиала ОАО «Сбербанк России» должна быть представлена зарегистрированным кандидатом в организацию телерадиовещания до предоставления эфирного времени. В случае нарушения указанных условий предоставление эфирного времени на каналах организаций телерадиовещания не допускается.

Если в ходе использования платного эфирного времени зарегистрированный кандидат нарушит условия, установленные Федеральным законом и областным законом, организация телерадиовещания вправе обратиться в суд с требованием о расторжении договора на предоставление эфирного времени.

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

Материалы, содержащие предвыборную агитацию (видео- и аудиозаписи), выпущенные в эфир теле- и радиопрограмм хранятся в соответствующей организации телерадиовещания не менее 12 месяцев со дня выхода указанных программ в эфир. Организации телерадиовещания обязаны безвозмездно предоставлять копии указанных теле- и радиопрограмм по требованию соответствующей избирательной комиссии.

VI. Условия проведения предвыборной агитации в периодических печатных изданиях

Законодательство закрепляет обязанность редакций муниципальных периодических печатных изданий, распространяемых на территории, на которой проводятся выборы, и выходящих не реже одного раза в неделю, предоставлять им бесплатные печатные площади для агитационных материалов зарегистрированных кандидатов.

Общий еженедельный минимальный объем печатной площади, которую каждая из редакций периодических печатных изданий предоставляет безвозмездно зарегистрированным кандидатам, должен составлять не менее десяти процентов от общего объема еженедельной печатной площади соответствующего издания в агитационный период.

Минимальный объем бесплатной печатной площади, предоставляемой кандидатам, зарегистрированным по одномандатному (многомандатному) избирательному округу должен составлять не менее 70 квадратных сантиметров на каждого зарегистрированного кандидата.

Общий объем бесплатной печатной площади, предоставляемой редакцией периодического печатного издания, распределяется соответственно между зарегистрированными кандидатами.

После завершения регистрации кандидатов, но не позднее чем за 29 дней до дня голосования (не позднее 09 августа 2019 года) редакция периодического печатного издания с участием заинтересованных лиц проводит жеребьевку в целях распределения бесплатной печатной площади между всеми зарегистрированными кандидатами. При проведении жеребьевки обязан присутствовать представитель соответствующей избирательной комиссии, а также вправе присутствовать члены вышестоящих избирательных комиссий, кандидаты, зарегистрированные данной избирательной комиссией, или их доверенные лица, или их уполномоченные представители по финансовым вопросам.

Результаты жеребьевки оформляются протоколом. Печатная площадь предоставляется на основе договора, заключенного после проведения жеребьевки.

Редакции муниципальных периодических печатных изданий, выходящих не реже одного раза в неделю, обязаны резервировать печатную площадь для проведения предвыборной агитации за плату. Размер и условия оплаты должны

быть едиными для всех зарегистрированных кандидатов. Общий объем резервируемой платной печатной площади не может быть меньше общего объема бесплатной печатной площади, но не должен превышать этот объем более чем в четыре раза.

Зарегистрированный кандидат, создавший свой избирательный фонд, вправе за соответствующую плату получить из общего объема печатной площади, зарезервированной на платной основе, печатную площадь в пределах доли, полученной в результате деления этого объема на общее число соответственно зарегистрированных кандидатов (зарегистрированные кандидаты, уведомившие избирательную комиссию об отказе финансирования своей избирательной кампании, в это число не включаются). Указанная печатная площадь должна предоставляться редакцией периодического печатного издания в агитационный период. Дата опубликования предвыборного агитационного материала зарегистрированного кандидата определяется жеребьевкой, проводимой редакцией периодического печатного издания с участием заинтересованных лиц на основании письменных заявок на участие в жеребьевке, поданных зарегистрированными кандидатами.

Если после распределения вышеуказанной платной печатной площади, либо в результате отказа зарегистрированного кандидата от использования предоставленной им печатной площади останется нераспределенная печатная площадь, она может быть предоставлена после проведения жеребьевки на равных условиях за плату зарегистрированным кандидатам, подавшим заявки на предоставление такой печатной площади.

Редакции государственных периодических печатных изданий, опубликовавшие не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования решения о назначении выборов сведения о размере и других условиях отплаты печатной площади, а также представившие указанные сведения и уведомление о готовности предоставлять печатную площадь в соответствующую избирательную комиссию, предоставляют зарегистрированным кандидатам платную печатную площадь. Размер и условия оплаты такой печатной площади должны быть едиными для всех зарегистрированных кандидатов. Общий объем печатной площади, предоставляемой зарегистрированным кандидатам, определяется редакциями указанных периодических печатных изданий самостоятельно. Дата опубликования предвыборных агитационных материалов зарегистрированного кандидата определяется в соответствии с жеребьевкой, проводимой редакциями указанных периодических печатных изданий с участием заинтересованных лиц на основании письменных заявок на участие в жеребьевке, поданных зарегистрированными кандидатами. Если зарегистрированный кандидат после проведения жеребьевки откажется от использования печатной площади, он обязан не позднее чем за пять дней до дня опубликования предвыборного агитационного материала сообщить об этом соответствующей редакции периодического печатного издания, которая вправе использовать высвободившуюся печатную площадь по своему усмотрению.

Редакции негосударственных периодических печатных изданий, опубликовавшие не позднее чем через 30 дней со дня официального

опубликования решения о назначении выборов сведения о размере и других условиях отплаты печатной площади, а также представившие указанные сведения и уведомление о готовности предоставлять печатную площадь в соответствующую избирательную комиссию, вправе отказать в предоставлении печатной площади для проведения предвыборной агитации, но не позднее дня ее предоставления любому из зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, выдвинувших зарегистрированные списки кандидатов.

Платежный документ филиалу ПАО «Сбербанк России» о перечислении в полном объеме средств в оплату стоимости печатной площади должен быть представлен зарегистрированным кандидатом не позднее чем за два дня до дня опубликования предвыборного агитационного материала. Копия платежного документа с отметкой филиала ПАО «Сбербанк России» должна быть представлена зарегистрированным кандидатом в редакцию периодического печатного издания до предоставления печатной площади. В случае нарушения этого условия предоставление печатной площади не допускается

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

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

Во всех агитационных материалах, размещаемых в периодических печатных изданиях, должна помещаться информация о том, за счет средств избирательного фонда какого зарегистрированного кандидата была произведена оплата соответствующей публикации. Если агитационные материалы были опубликованы безвозмездно, информация об этом должна содержаться в публикации с указанием на то, кто разместил эту публикацию. Ответственность за выполнение данного требования несет редакция периодического печатного издания.

VII. Условия проведения предвыборной агитации посредством агитационных публичных мероприятий

Условия предвыборной агитации на выборах в органы местного самоуправления посредством агитационных публичных мероприятий предусматривают обязанность органов местного самоуправления оказывать содействие зарегистрированным кандидатам в организации и проведении таких мероприятий.

Уведомления организаторов митингов, демонстраций, шествий и пикетирований подаются и рассматриваются в порядке, установленном Федеральным законом от 19 июня 2004 года № 54-ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях».

ИКМО (ТИК с полномочиями ИКМО) устанавливают время, на которое зарегистрированным кандидатам, их доверенным лицам, безвозмездно предоставляются помещения для проведения встреч с избирателями.

По заявке зарегистрированного кандидата помещение, пригодное для проведения агитационных публичных мероприятий в форме собраний и находящееся в муниципальной собственности, безвозмездно предоставляется собственником, владельцем помещения на время, установленное ИКМО (ТИК с полномочиями ИКМО), зарегистрированному кандидату, его доверенным лицам для встреч с избирателями. При этом комиссия обязана обеспечить равные условия проведения указанных мероприятий для зарегистрированных кандидатов.

Также если муниципальное 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) муниципальных образований, превышающую (превышающий) 30 процентов, было предоставлено одному зарегистрированному кандидату, собственник, владелец помещения не вправе отказать другому зарегистрированному кандидату, в предоставлении помещения на таких же условиях в иное время в течение агитационного периода. В случае предоставления помещения зарегистрированному кандидату собственник, владелец помещения не позднее дня, следующего за днем предоставления помещения, обязаны уведомить в письменной форме ИКМО (ТИК с полномочиями ИКМО) 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.

Комиссия, получившая уведомление о факте предоставления помещения зарегистрированному кандидату, 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.

Заявки на выделение помещений для проведения встреч зарегистрированных кандидатов, их доверенных лиц с избирателями рассматриваются собственниками, владельцами этих помещений в течение трех дней со дня подачи указанных заявок.

Кроме того, кандидаты вправе арендовать на основе договора здания и помещения, принадлежащие гражданам и организациям независимо от формы собственности, для проведения агитационных публичных мероприятий.

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 комиссии для встреч зарегистрированных кандидатов, их доверенных лиц с избирателями из числа военнослужащих. Организацию указанных встреч

обеспечивает командир воинской части совместно с соответствующей комиссией, при этом все зарегистрированные кандидаты либо их доверенные лица 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 Федеральным законом от 19 июня 2004 года № 54-ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях».

VIII. Условия выпуска и распространения агитационных материалов

Под агитационными материалами понимаются печатные, аудиовизуальные и иные материалы, содержащие признаки предвыборной агитации и предназначенные для массового распространения, обнародования в период избирательной кампании.

Агитационные материалы выпускаются и распространяются в разнообразной форме: печатной продукции (календари, книги, листовки и проч.), аудиовизуальных материалов, в иных формах (на рекламных щитах, расположенных на улицах и в иных местах).

Организации, индивидуальные предприниматели, выполняющие работы или оказывающие услуги по изготовлению печатных агитационных материалов, обязаны обеспечить кандидатам, избирательным объединениям, выдвинувшим муниципальные 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 муниципальную избирательную комиссию непосредственно либо в муниципальную избирательную комиссию через Избирательную комиссию Ленинградской области.

Вместе с указанными сведениями в комиссию должны быть представлены также сведения, содержащие наименование, юридический адрес и идентификационный номер налогоплательщика организации (фамилию, имя и отчество индивидуального предпринимателя, наименование субъекта Российской Федерации, района, города, иного населенного пункта, где находится место его жительства).

Экземпляры печатных агитационных материалов или их копии, экземпляры аудиовизуальных агитационных материалов, фотографии или экземпляры иных агитационных материалов до начала их распространения должны быть представлены кандидатом, избирательным объединением в соответствующую избирательную комиссию. Вместе с указанными материалами должны быть также представлены сведения об адресе юридического лица, индивидуального

предпринимателя (адресе места жительства физического лица), изготовленных и заказавших эти материалы, и копия документа об оплате изготовления данного предвыборного агитационного материала из соответствующего избирательного фонда. Вместе с указанными материалами в комиссию должны быть представлены электронные образы этих предвыборных агитационных материалов в машиночитаемом виде.

В случае распространения подложных печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов, распространения печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов с нарушением требований пунктов 2 - 6, 8 и 10 статьи 54 ФЗ №67 соответствующая комиссия обязана обратиться в правоохранительные органы, орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, в том числе электронных и массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, с представлением о пресечении противоправной агитационной деятельности, об изъятии незаконных агитационных материалов, о привлечении соответствующих лиц к ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Запрещается изготовление печатных агитационных материалов в организациях и у индивидуальных предпринимателей, не выполнивших требования, предусмотренные пунктом 1.1 статьи 54 ФЗ №67, либо по договору с физическими лицами, не являющимися индивидуальными предпринимателями, а также изготовление агитационных материалов без предварительной оплаты за счет средств соответствующего избирательного фонда, с нарушением требований, установленных пунктами 6, 7, 8.2, 9.1 статьи 48 и пунктом 2 статьи 54 ФЗ №67.

Запрещается изготовление агитационных материалов без предварительной оплаты за счет средств избирательного фонда кандидата.

Органы местного самоуправления по предложению муниципальной избирательной комиссии не позднее чем за 30 дней до дня голосования (не позднее 8 августа 2019 года) обязаны выделить специальные места для размещения печатных агитационных материалов на территории каждого избирательного участка.

Эти места должны быть удобными 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 информационных материалов комиссий и агитационных материалов зарегистрированных кандидатов. Зарегистрированным кандидатам должна быть выделена равная площадь для размещения печатных агитационных материалов. Перечень указанных мест доводится комиссиями, по предложениям которых выделены эти места, до сведения кандидатов.

Печатные агитационные материалы могут вывешиваться (расклеиваться, размещаться) в помещениях, на зданиях, сооружениях и иных объектах (за исключением специально выделенных 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, оказывающие рекламные услуги, обязаны обеспечить кандидатам равные условия для размещения агитационных материалов.

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. В случае нарушения указанных требований предусмотрена административная ответственность (ст. 5.12 КоАП).