

Ответы на вопросы, поступившие в рамках профилактического семинара 30.07.2021 по теме «Анализ основных нарушений требований Федерального закона от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных права и права на участие в референдуме граждан РФ» и Федерального закона от 22.02.2014 № 20-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания РФ»

Что является предвыборной агитацией при проведении выборов в Государственную Думу Федерального Собрания РФ?

До старта избирательной кампании вся деятельность идет в качестве информирования. С момента старта избирательной кампании, т.е. с 17 июня 2021 года вся деятельность попадает под понятие «предвыборная агитация».

Предвыборной агитацией называется деятельность, осуществляемая в период избирательной кампании и имеющая целью побудить или побуждающая избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов или против него (них).

Предвыборная агитация может считаться таковой исключительно в период избирательной кампании.

В соответствии с п. 2 ст. 48 Федерального закона от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных права и права на участие в референдуме граждан РФ» (далее – Федеральный закон № 67-ФЗ) **предвыборной агитацией**, осуществляемой в период избирательной кампании, признаются:

- а) призывы голосовать за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов либо против него (них);
- б) 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 п. 2 ст. 46 Федерального закона № 67-ФЗ);
- в) 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;
- г) распространение информации, в которой явно преобладают сведения о каком-либо кандидате (каких-либо кандидатах), избирательном объединении 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, выдвинутому кандидату, список кандидатов.

При этом в соответствии с п. 2¹ ст. 48 Федерального закона № 67-ФЗ действия, совершаемые при осуществлении представителями организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, и представителями редакций сетевых изданий профессиональной деятельности и указанные в подпункте «а» п. 2 ст. 48 Федерального закона, признаются предвыборной агитацией в случае, если эти действия совершены с целью побудить избирателей голосовать за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов или против него (них) (прямые призывы голосовать «за» или «против»), а действия, указанные в подпунктах «б» - «е» п. 2 ст. 48 Федерального закона № 67-ФЗ, - в случае, если эти действия совершены с такой целью неоднократно.

Агитационный период - период, в течение которого разрешается проводить предвыборную агитацию, агитацию по вопросам референдума.

Сроки начала и окончания агитационного периода для различных участников избирательного процесса определены п. 1 ст. 49 Федерального закона № 67-ФЗ.

Предвыборная агитация, агитация по вопросам референдума на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных изданиях и сетевых СМИ проводится в период, который начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается в 00:00 по местному времени дня, предшествующего дню голосования, а в случае принятия предусмотренного п. 1 или 2 ст. 63.1 Федерального закона № 67-ФЗ решения о голосовании в течение нескольких дней подряд - в 00:00 по местному времени первого дня голосования.

Учитывая, что принято решение о проведении голосования в течение трех дней подряд (с пятницы по воскресенье): агитация запрещена с 00:00 17.09.2021.

Этот срок распространяется на проведение агитации с использованием как государственных, так и негосударственных организаций, выпускающих СМИ.

Какие наиболее частые нарушения СМИ на этапе предвыборной агитации и выборной кампании?

Наиболее частым нарушением на территории Челябинской области является нарушение «**Опубликование (обнародование) результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами и референдумами**».

При опубликовании (обнародовании) результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами и референдумами, редакции средств массовой информации, граждане и организации, публикующие (обнародующие) эти результаты, обязаны указывать (п. 2 ст. 46 Федерального закона № 67-ФЗ):

- название организации, которой проводился опрос;
- место проведения опроса (город, регион и т.д.);
- время проведения опроса (дата);
- количество опрошенных граждан (выборку);
- метод сбора информации (анкетирование, интервьюирование, фокус-группа и т.д.);
- точную формулировку вопроса, используемую при опросе граждан;
- статистическую оценку возможной погрешности;
- лицо (лиц), заказавшее (заказавших) проведение опроса;
- лицо (лиц), оплатившее (оплативших) указанную публикацию (указанное обнародование).

Стоит отметить, что законодатель относится к опубликованию результатов опросов как **деятельности по информированию избирателей**, а не как к предвыборной агитации. Однако возможность выпуска агитационных материалов в форме результатов опросов общественного мнения не исключается. Причем такой выпуск не будет нарушать требования закона, если будут соблюдены общие требования к выпуску агитационных материалов - избирателю должно быть понятно, что данный материал носит агитационный характер.

За 5 дней до начала голосования и в день самого голосования (день выборов), ЗАПРЕЩАЕТСЯ опубликование и размещение в СМИ информации, содержащей результаты опросов, прогнозы или иные данные относительно предстоящих выборов, с 14 сентября до 23:00 до 19 сентября 2021.

Следовательно, любая информация, содержащая конкретные данные, согласно которым можно спрогнозировать итоги предстоящих выборов, а также аналитические материалы, содержащие предположения и прогнозы о возможных победителях среди кандидатов, возможное количество голосов, обнародованные в указанный период (в течение 5-ти дней до дня голосования), будут являться нарушением.

- Как трактуются агитационные материалы, размещенные на личной странице кандидата в социальных сетях, а также в сообществах, названия которых содержат наименование избирательных объединений?

- Каков порядок размещения агитационных материалов в официальных сообществах СМИ (группа в ВК и т.д.)?

При размещении информации о кандидатах, избирательных объединениях следует также соблюдать требования ст. 45 Федерального закона № 67-ФЗ.

Согласно пп. 1 ст. 2 Федерального закона № 67-ФЗ агитационные материалы – печатные, аудиовизуальные и иные материалы, содержащие признаки предвыборной агитации и предназначенные для массового распространения, обнародования в период избирательной кампании.

В соответствии с п. 5 ст. 48 Федерального закона № 67-ФЗ расходы на проведение предвыборной агитации осуществляются исключительно за счет средств соответствующих избирательных фондов в установленном законом порядке. А в соответствии с ч. 5 ст. 59 Федерального закона № 67-ФЗ допускаются добровольное бесплатное личное выполнение гражданином работ, оказание им услуг по подготовке и проведению выборов без привлечения третьих лиц.

Таким образом, если кандидат имеет намерение разместить на Интернет-сайте агитационные материалы, то следует исходить из следующего.

Кандидат может изготавливать агитационный материал собственными силами; если для изготовления и размещения материала требуются затраты, они оплачиваются из избирательного фонда кандидата либо соответствующего избирательного объединения.

Теперь агитация в социальных сетях регулируется законодательством о выборах, на данный вид агитации распространяются требования, которые предусмотрены для изготовления и распространения предвыборной агитации. Размещение агитационного материала на Интернет-сайте, не являющимся СМИ, осуществляется в соответствии с положениями ст. 54 Федерального закона № 67-ФЗ, в правовом режиме «иных агитационных материалов» в смысле пп. «в» п. 3 ст. 48, п. 1 и 3 ст. 54 Федерального закона № 67-ФЗ, а если агитационный материал является аудиовизуальным, то в правовом режиме аудиовизуального агитационного материала, с указанием требований п. 2 ст. 54 Федерального закона № 67-ФЗ.

В соответствии с п. 3 ст. 54 Федерального закона № 67-ФЗ фотографии (скриншоты) агитационных материалов до размещения на сайте в режиме свободного доступа должны быть представлены кандидатом,

избирательным объединением в соответствующую избирательную комиссию. Вместе с указанными материалами должны быть также представлены сведения о месте нахождения (об адресе места жительства) организации (лица), изготовившей и заказавшей (изготовившего и заказавшего) эти материалы, тираж и дата изготовления, а также информация об оплате из избирательного фонда.

При этом необходимо иметь в виду, что в случае самостоятельного изготовления агитационных материалов, размещаемых на сайте, в сведениях в качестве заказчика и изготовителя должен быть указан кандидат, если выборы проходят по мажоритарной системе. Если же выборы проходят по пропорциональной системе и кандидат выдвигается в составе списка кандидатов избирательным объединением, то в качестве заказчика и изготовителя указывается соответствующее избирательное объединение.

Если на Интернет-сайте размещаются электронные образы аудиовизуальных и (или) печатных агитационных материалов, ранее законно изготовленных, представленных в соответствующую избирательную комиссию и распространяемых иным способом, то повторного представления копий, фотографий, скриншотов страниц с размещенными на них материалами и (или) ссылками на них в избирательную комиссию не требуется.

Имеют ли статус СМИ блоги и сайты?

Согласно абз. 3 ст. 2 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием). Факт регистрации в качестве СМИ (то есть факт получения статуса СМИ) подтверждается в данном случае решением Роскомнадзора и свидетельством о регистрации в качестве СМИ/выпиской из реестра зарегистрированных СМИ.

Проверить является ли та, или иная страница в сети «Интернет» средством массовой информации можно по адресу: <https://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/media/>.

Допустимо ли в информационных и иных программах в период избирательной кампании указывать в титрах или обозначать иным образом партийную принадлежность выступающего (интервьюируемого), являющегося кандидатом в депутаты, если такое выступление (интервью) не связано с выборной тематикой?

При выпуске в период избирательной кампании информационных материалов о текущей деятельности должностного лица, руководителя, представителя любой профессии такое указание не может обуславливаться целями информирования, так как не касается предвыборных мероприятий, а политические партии являются участниками предвыборной кампании. Поэтому следует воздерживаться от указания партийной принадлежности, партийного статуса этого лица, с тем чтобы не нарушать положение п. 8 ч. 7 ст. 62 Федерального закона от 22.02.2014 № 20-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания РФ», поскольку в таком указании прослеживается агитационная цель. Вместе с тем при освещении предвыборной деятельности кандидата вполне допустимо информировать о занимаемой им должности, роде его занятий, так как это отвечает целям информирования граждан о выборах.

Несет ли ответственность печатное СМИ за содержание материалов, опубликованных кандидатами в депутаты органов власти в качестве предвыборной агитации?

За распространение агитации через СМИ несет ответственность также и главный редактор соответствующего СМИ, выпустивший противоправный материал в свет/в эфир.

С учетом этого, в случае если кандидатом, избирательным объединением в редакцию СМИ представлен агитационный материал, однозначно содержащий признаки экстремизма, возбуждающий социальную, расовую, национальную, религиозную ненависть и вражду или содержащий иные признаки злоупотребления свободой массовой информации, такая редакция в лице главного редактора во исполнение названных выше требований закона **вправе и должна отказать** кандидату, избирательному объединению **в размещении** в эфире, на страницах периодического печатного издания **такого материала, предложив заменить агитационный материал.**

Кроме того, отказать кандидату в публикации агитационных материалов, можно также: если агитационный материал заведомо содержит признаки клеветы или оскорбления (ст. 1281 УК РФ, ст. 5.61 КоАП РФ).

Будет ли «День тишины» перед единым днем выборов - 19 сентября 2021 года?

Проведение предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума в день голосования запрещается. Проведение предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума в день, предшествующий дню голосования, запрещается, за исключением случая принятия предусмотренного п. 1 или 2 ст. 63.1 **Федерального закона № 67-ФЗ** решения о голосовании в течение нескольких дней подряд.

В частности, по решению избирательной комиссии, организующей выборы, референдум, голосование на

выборах (включая повторное голосование, повторные выборы), референдумах может проводиться в течение нескольких дней подряд, но не более трех дней. Указанное решение может быть принято не позднее чем в десятидневный срок со дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, референдума и не подлежит пересмотру. Законом может быть предусмотрено, что указанное решение при проведении выборов в органы местного самоуправления, местных референдумов принимает избирательная комиссия субъекта РФ. Право принятия указанного решения, в случае совмещения дней голосования на выборах и (или) референдумах разных уровней принадлежит комиссии, организующей подготовку и проведение выборов, референдума более высокого уровня.

Учитывая, что принято решение о проведении голосования в течение трех дней подряд (с пятницы по воскресенье): агитация запрещена с 00:00 17.09.2021.

Возможно ли использование кандидатом своих изображений среди волонтеров? И попадают ли волонтеры под понятие «неопределенный круг лиц»? (к анализу представлен видеоролик)

Исходя из представленного видеоролика, волонтеры (круг лиц – персонифицирован) – не попадают под понятие «неопределенный круг лиц», таким образом, указанный материал не допустим к использованию.

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

а) использования политической партией изображений выдвинутого ею кандидата, в том числе среди неопределенного круга лиц;

б) использование кандидатом своих изображений, в том числе среди неопределенного круга лиц.

Получение согласия на использование соответствующих изображений не требуется.

Запрет на использование изображений в агитационных материалах обусловлен ограничением возможности для участников избирательной кампании использовать ресурсы иных личностей (авторитет, популярность, узнаваемость, прочее) в агитационных целях. Использование изображений неопределенного круга лиц при этом допускается постольку, поскольку эти изображения помогают донести до избирателей смысловую нагрузку сюжета, в котором используется изображение кандидата.

В абстрактном смысле **идентификация лиц, изображения которых составляют неопределенный круг, не исключается.** При этом согласно п. 9.2 ст. 48 Федерального закона № 67-ФЗ получение согласия указанных лиц на использование соответствующих изображений не требуется.