

Основные понятия

Предвыборной агитацией согласно ст. 2 Федерального закона от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» 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).

Запрещается проведение предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума вне агитационного периода и в местах, где ее проведение запрещено законодательством о выборах и референдумах

Избирательная кампания - деятельность по подготовке и проведению выборов, осуществляемая в период со дня официального опубликования (публикации) решения уполномоченного на то должностного лица, государственного органа, органа местного самоуправления о назначении выборов до дня представления избирательной комиссией, организующей выборы, отчета о расходовании средств соответствующего бюджета, выделенных на подготовку и проведение выборов.

До дня официального опубликования решения о проведении выборов деятельность по подготовке и проведению выборов (избирательная кампания), с юридической точки зрения, не осуществляется

предвыборная агитация может считаться таковой исключительно в период избирательной кампании

28 дней до дня
голосования

Агитационный период

00:00 за
сутки до дня
голосования

Агитационный период определен в подпункте 2 статьи 2 Федерального закона № 67-ФЗ как период, в течение которого **разрешается проводить предвыборную агитацию**, агитацию по вопросам референдума.

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 **ноль часов по местному времени за одни сутки до дня голосования.**

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

В информационных теле- и радиопрограммах, публикациях в периодических печатных изданиях, выпусках либо обновлениях сетевого издания сообщения о проведении предвыборных мероприятий должны даваться исключительно отдельным информационным блоком,
без комментариев

Запрет комментирования информации о предвыборных мероприятиях (редакционные материалы) означает, что информационные сообщения, во-первых, **должны идти отдельным блоком**, во-вторых, **не должны включать мнения любого лица, в том числе и журналиста**, выражать личную оценку деятельности или личности какого-либо кандидата. Журналист должен подавать информацию объективно и всесторонне, избегая возможности трактовать данное сообщение, как информацию склоняющую к явному выбору одного из остальных кандидатов.

Более того, данное требование Федерального закона № 67-ФЗ также подразумевает **недопустимость замалчивания информации** о проводимых участниками избирательного процесса предвыборных мероприятиях с одновременным освещением таких же мероприятий, проводимых другими участниками избирательного процесса.

Таким образом, при информировании избирателей о предвыборных мероприятиях в отдельный временной промежуток должны быть освещены мероприятия всех кандидатов, запланированные на данное время.

Если СМИ в период агитации публикуют информацию, которая содержит результаты опросов граждан относительно предстоящих выборов, то они ОБЯЗАНЫ указывать следующие данные:

- 1** название организации, которой проводился опрос
- 2** место проведения опроса (город, регион и т.д.)
- 3** время проведения опроса (дата)
- 4** количество опрошенных граждан
- 5** каким способом проводился сбор информации (анкетирование, интервьюирование, фокус-группа и т.д.)
- 6** точная формулировка вопроса, используемая при опросе граждан
- 7** заказчик данного опроса
- 8** лицо, оплатившее обнародование результатов

Пример нарушения:

«Единая Россия на выборах в Госдуму может набрать 55-58 % голосов. Агентство Интерфакс распространило последние данные Фонда исследования проблем демократии, которые касаются прогноза результатов выборов депутатов Госдумы. Выводы основаны на анализе опросов ВЦИОМ и Фонда общественного мнения. Это данные на начало-середину ноября:

- Единая Россия набирает от 55 до 58 %;

- КПРФ - 16-19 %;

- ЛДПР - 10-12%;

- Справедливая Россия- 6,5- 9,5 %.

При этом специалисты Фонда просят учитывать неопределившихся избирателей. Таких по подсчетам около 15 %. Часть из них примет решение в день самих выборов или даже в кабине для голосования. Выборы депутатов Госдумы шестого созыва назначены на 4 декабря. В них участвуют все семь политических партий, зарегистрированных Минюстом»

Из всех необходимых данных, в статье указано только название организации, проводившей опрос, следовательно, публикация такой информации будет являться нарушением.

В течение **5** дней до дня голосования, а также **в день голосования** запрещается опубликование (обнародование) результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов, иных исследований, связанных с проводимыми выборами, в том числе их размещение в информационно-телекоммуникационных сетях, доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц (включая сеть «Интернет») (ч. 3 ст. 46)

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.

Пример нарушения:

Напомним, по предварительным данным ВЦИОМ, за Единую Россию готовы отдать свои голоса 48,5% россиян, за КПРФ – 19,8 %, за Справедливую Россию – 12,8 %, а за ЛДПР – 11,42 %. Остальные три партии – Яблоко, Правое дело и Патриоты России – не набирают нужного количества голосов и не преодолевают процентный барьер.

Использование в агитационных материалах высказываний физического лица о кандидате, об избирательном объединении, по вопросу референдума допускается **только с письменного согласия данного физического лица (ч. 9 ст. 48)**

Получение письменного согласия НЕ требуется только в 3 случаях:

- 1.** В случае использования избирательным объединением на соответствующих выборах высказываний выдвинутых им кандидатов;
- 2.** В случае 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;
- 3.** В случае 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

В случае размещения высказываний физического лица на печатном агитационном материале документ, подтверждающий согласие, должен быть представлен в избирательную комиссию вместе с экземплярами агитационных материалов. В случае размещения агитационного материала в СМИ документ, подтверждающий согласие, представляется в избирательную комиссию по ее требованию.

При проведении выборов использование в агитационных материалах изображений физического лица допускается только в установленных законом случаях (ч. 9.1 ст. 48)

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

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

Получение согласия на использование соответствующих изображений не требуется

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

При публикации агитационных материалов в СМИ редакция не должна сопровождать их заголовками и иллюстрациями, которые могут исказить смысл и цель агитационного материала, и, тем самым, нарушить права кандидата; давать свои комментарии и отражать собственную позицию, относительно того или иного кандидата в какой-бы то ни было форме, за исключением согласованности таких действий с соответствующим кандидатом.

Пример нарушения:

В газете «Липецкая газета» (№224 (22102) от 18 ноября 2003 г.) в рубрике «Выборы-2003» был опубликован предвыборный материал Елецких А. Л. с его ответами на вопросы избирателей. В этом же номере газеты на этой же странице, но в другой рубрике «Заявление редакционной коллегии «ЛГ» была помещена публикация «Не надо переписывать историю».

Елецких А. Л. обратился в суд, полагая, что в данной публикации содержатся сведения, не соответствующие действительности, порочащие его честь, достоинство и деловую репутацию как кандидата в депутаты и как гражданина. Комментарий носит характер незаконной предвыборной агитации, побуждая избирателей голосовать против него. Публикация содержит признаки фальсификации действительных фактов и злоупотребления свободой печати.

Истец просил суд признать не соответствующими действительности и порочащими его честь, достоинство и деловую репутацию распространенных в газетной публикации сведения, нарушающими его избирательные права как кандидата в депутаты Государственной Думы, обязать опубликовать ответ, принести публичные извинения и возместить его расходы по проведению предвыборной компании в сумме 250000 рублей.

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



Запрещается любое привлечение несовершеннолетних лиц, к агитационной деятельности: к распространению призывов голосовать за или против кандидата в устных выступлениях, в печати и в теле- или радиоэфире, во время кандидатов.

Также при обнародовании в СМИ агитационных материалов или при демонстрации предвыборной кампании запрещается использовать фотографии или изображения несовершеннолетних, а также цитирование их высказываний.

массовых мероприятий. Важно понимать, что все изображения детей запрещены, в том числе изображения детей

Предвыборные программы кандидатов, избирательных объединений, иные агитационные материалы, выступления кандидатов и их доверенных лиц, граждан на публичных мероприятиях, в средствах массовой информации не должны содержать призывы к совершению экстремистской деятельности, либо иным способом побуждать к экстремистским деяниям, а также обосновывать или оправдывать экстремизм.

Запрещается 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.

При проведении предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума также не допускается злоупотребление свободой массовой информации.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!