

**О реализации права граждан на предвыборную агитацию
в ходе выборов Губернатора Санкт-Петербурга,
депутатов муниципальных советов внутригородских муниципальных
образований Санкт-Петербурга**

Справка о реализации права граждан на предвыборную агитацию подготовлена в аппарате Уполномоченного по правам человека в Санкт-Петербурге¹ в целях правового информирования должностных лиц органов исполнительной власти, сотрудников органов внутренних дел Санкт-Петербурга, участников избирательного процесса по вопросу обеспечения соблюдения прав граждан при организации и проведении предвыборной агитации в связи с проведением 8 сентября 2019 года выборов Губернатора Санкт-Петербурга, депутатов муниципальных советов внутригородских муниципальных образований Санкт-Петербурга.

Понятие и методы (формы) предвыборной агитации

Важным этапом любой избирательной кампании является **агитация** как одна из наиболее распространенных и наглядных форм информирования граждан об участвующих в выборах избирательных объединениях, кандидатах, об их программах.

Предвыборной агитацией, осуществляемой в период избирательной кампании, признаются (пункт 2 статьи 48 Федерального закона от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», далее – Федеральный закон):

- призывы голосовать за кандидата, кандидатов либо против него (них);
- 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);
- описание возможных последствий в случае, если тот или иной кандидат будет избран или не будет избран;
- распространение информации, в которой явно преобладают сведения о каком-либо кандидате (каких-либо кандидатах) в сочетании с позитивными либо негативными комментариями;

¹ В соответствии со статьей 2 Закона Санкт-Петербурга от 17.12.1997 № 227-77 «Об Уполномоченном по правам человека в Санкт-Петербурге».

- 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 45 Федерального закона к агитации предъявляются определенные требования.

Согласно пункту 1 статьи 48 Федерального закона граждане Российской Федерации, общественные объединения вправе в допустимых законом формах и законными методами проводить предвыборную агитацию.

Федеральный закон устанавливает перечень методов (форм), посредством которых может осуществляться предвыборная агитация.

Данный перечень не является исчерпывающим (пункт 3 статьи 48 Федерального закона) и включает предвыборную агитацию:

- на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных и сетевых изданиях;
- посредством проведения агитационных публичных мероприятий;
- посредством выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и других агитационных материалов;
- иными не запрещенными законом методами.

Ограничения права на предвыборную агитацию, установленные в целях исключения административного давления на свободу волеизъявления избирателей

В целях исключения административного давления на свободу волеизъявления избирателей Федеральным законом установлен **запрет на проведение агитации и распространение агитационных материалов**, в частности:

- федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, иными государственными органами, органами местного самоуправления;

- лицами, замещающими государственные или выборные муниципальные должности, государственными и муниципальными служащими; лицами, являющимся членами органов управления организаций независимо от формы собственности;

- воинскими частями, военными учреждениями и организациями;

- избирательными комиссиями и их членами с правом решающего голоса (пункт 7 статьи 48 Федерального закона).

Иные основания ограничений права на осуществление предвыборной агитации установлены статьями 48-50, 56 Федерального закона.

Особенности проведения агитационных публичных мероприятий

Важной особенностью проведения **агитационных публичных мероприятий** является прямо установленная пунктом 1 статьи 53 Федерального закона обязанность государственных органов, органов местного самоуправления оказывать содействие зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям в организации и проведении агитационных публичных мероприятий.

При этом уведомления организаторов митингов, демонстраций, шествий и пикетирований подаются и рассматриваются в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, а именно, Федеральным законом от 19.06.2004 № 54-ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях» (далее – Федеральный закон о публичных мероприятиях).

Согласно пункту 3 статьи 53 Федерального закона 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 определяемой законом соответствующей 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.

Разграничение агитационных публичных мероприятий и распространения агитационных материалов

Следует отличать проведение агитационных публичных мероприятий от такой формы агитационной деятельности, как **распространение агитационных материалов**.

Так, раздача агитационных брошюр кандидата в депутаты не может быть расценена как нарушение порядка проведения публичного мероприятия, поскольку представляет собой не разновидность публичного мероприятия, а самостоятельный способ предвыборной агитации (подпункт «в» пункта 3 статьи 48 Федерального закона).

В отличие от публичного мероприятия, для которого характерно наличие определенной организационной формы его проведения, раздача агитационной продукции не требует проведения ее в какой-либо из форм, перечисленных в Федеральном законе о публичных мероприятиях, либо в сочетании таких форм.

В частности, раздача агитационной продукции не должна отождествляться с пикетированием. Пикетирование в силу Федерального закона о публичных мероприятиях всегда связано с определенным пикетируемым объектом. В то же время раздача агитационных материалов не требует ее проведения в стационарной форме (характерной для пикетирования) и наличия пикетируемого объекта.

Следует подчеркнуть, что пунктом 1 статьи 54 Федерального закона гарантировано право кандидатов, избирательных объединений, выдвинувших списки кандидатов, **беспрепятственно** распространять печатные, а равно аудиовизуальные и иные агитационные материалы.

Таким образом, распространение агитационных материалов не требует от организаторов согласования его проведения с уполномоченными государственными органами.

Реализация права на размещение агитационных материалов

В силу прямого указания пункта 7 статьи 53 Федерального закона органы местного самоуправления по предложению соответствующей комиссии не позднее чем за 30 дней до дня голосования обязаны выделить специальные места для размещения печатных агитационных материалов на территории каждого избирательного участка. Такие места должны быть удобны для посещения избирателями и располагаться таким образом, чтобы избиратели могли ознакомиться с размещенной там информацией. Площадь выделенных мест должна быть достаточной для размещения на них информационных материалов комиссий и агитационных материалов зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений. **При этом зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям должна быть выделена равная площадь для размещения печатных агитационных материалов.** Перечень указанных мест доводится комиссиями, по предложениям которых выделены эти места, до сведения кандидатов, избирательных объединений.

В соответствии с пунктом 7 статьи 56 Федерального закона контроль за соблюдением установленного порядка проведения предвыборной агитации, принятие мер по устранению допущенных нарушений возложено на соответствующие избирательные комиссии.