**Условия выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов**

**Какие обязательные условия должны соблюдаться организациями выполняющими работы и оказывающие услуги по изготовлению агитационных материалов?**

В соответствии со ст. 54 Федерального закона от 12.06.2002 N 67-ФЗ (ред. от 06.04.2015) "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации" **организации и предприниматели, выполняющие работы или оказывающие услуги по изготовлению печатных агитационных материалов, обязаны обеспечить зарегистрированным кандидатам, равные условия оплаты изготовления этих материалов. Сведения о размере (в валюте Российской Федерации) и других условиях оплаты работ или услуг указанных организаций по изготовлению печатных агитационных материалов должны быть опубликованы соответствующей организацией не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования решения о назначении выборов, и в тот же срок представлены в определяемую законом комиссию. Организация, индивидуальный предприниматель, не выполнившие данных требований, не вправе выполнять работы или оказывать услуги по изготовлению печатных агитационных материалов.**

**Все агитационные материалы должны изготавливаться на территории Российской Федерации.**

**Все печатные и аудиовизуальные агитационные материалы должны содержать наименование, юридический адрес и идентификационный номер налогоплательщика организации изготовившей данные материалы, наименование организации, заказавшей их, а также информацию о тираже и дате выпуска этих материалов и указание об оплате их изготовления из средств соответствующего избирательного фонда, фонда референдума.**

**Запрещается изготовление агитационных материалов без предварительной оплаты за счет средств соответствующего избирательного фонда и с нарушением вышеуказанных требований.**

**Что важно знать при размещении и распространении агитационного материала?**

**Законодательством Российской Федерации закреплено право кандидатов на беспрепятственное распространение печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов, однако с соблюдением ряда обязательных требований, предусмотренных** Федеральным законом от 12.06.2002 N 67-ФЗ (ред. от 06.04.2015) "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации".

**Так, экземпляры печатных агитационных материалов или их копии, экземпляры аудиовизуальных агитационных материалов, фотографии иных агитационных материалов до начала их распространения должны быть представлены кандидатом в соответствующую избирательную комиссию. Вместе с указанными материалами должны быть также представлены сведения о месте нахождения организации, изготовившей и заказавшей эти материалы.**

**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. 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 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 решения о назначении выборов в своем уставном капитале долю Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и (или) муниципальных образований, превышающую 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.**

**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.**

Использование в агитационных материалах кандидата изображения физического лица, высказываний физического лица о кандидате, возможно только с письменного согласия данного физического лица. Документ, подтверждающий согласие, представляется в избирательную комиссию вместе с экземплярами агитационных материалов.

**Организации и предприниматели, оказывающие рекламные услуги, обязаны обеспечить кандидатам равные условия для размещения агитационных материалов.**

**11. Положения настоящей статьи не применяются в отношении агитационных материалов, распространяемых в соответствии со статьями 51 и 52 настоящего Федерального закона.**

1. Понятие «агитационные материалы» раскрыто в подпункте 1 статьи 2 комментируемого Федерального закона. В связи с этим для квалификации материала как агитационного необходимо обращаться к данному понятию, а также к понятию и признакам предвыборной агитации (подпункт 4 статьи 2, пункт 2 статьи 48), понятию агитации по вопросам референдума (подпункт 3 статьи 2). Как показывает практика, агитационные материалы выпускаются и распространяются в весьма разнообразных формах: печатной продукции (книги, журналы, календари, газеты, листовки и т.д.), аудиовизуальных материалов (видеокассеты, DVD-диски с фильмами о кандидатах либо политических партиях, аудиозапись), в иных формах (на рекламных щитах, расположенных на улицах и в иных местах и т.п.). Положения статьи 54 комментируемого Федерального закона распространяются на все агитационные материалы, за исключением размещаемых организациями телерадиовещания и редакциями периодических печатных изданий (пункт 11 комментируемой статьи). Условия и порядок распространения последних определяются статьями 50–52 комментируемого Федерального закона.

Комментируемый Федеральный закон сужает круг субъектов права выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и иных материалов по сравнению с кругом субъектов, правомочных вести предвыборную агитацию, агитацию по вопросам референдума (пункт 1 статьи 48). К ним отнесены кандидаты, избирательные объединения, инициативная группа по проведению референдума и иные группы участников референдума. По смыслу комментируемого Федерального закона в деятельности по распространению агитационных материалов могут также участвовать доверенные лица кандидатов (пункт 3 статьи 43), уполномоченные представители, доверенные лица избирательного объединения, иные граждане при условии их добровольного личного и неоплачиваемого осуществления действий по производству и распространению агитационных материалов (пункт 5 статьи 59) либо на возмездной основе с оплатой работ из соответствующего избирательного фонда (фонда референдума).

Комментируемый Федеральный закон гарантирует перечисленным субъектам избирательного процесса беспрепятственное распространение агитационных материалов. Праву на беспрепятственное распространение ими агитационных материалов корреспондирует обязанность иных физических лиц, юридических лиц, органов государственной власти и иных государственных органов, органов местного самоуправления не препятствовать осуществляемому на законном основании распространению агитационных материалов. Для того чтобы распространение агитационных материалов признавалось законным, эта деятельность должна осуществляться в соответствии с требованиями, установленными как комментируемым Федеральным законом, так и иными законами. Требование об изготовлении агитационных материалов только на территории Российской Федерации корреспондирует общему положению, закрепленному в пункте 6 статьи 3 комментируемого Федерального закона.

11 . Комментируемый пункт включен в комментируемый Федеральный закон Федеральным законом от 21 июля 2005 года № 93-ФЗ. Ответственность за нарушение требований комментируемого пункта установлена статьей 5.51 КоАП РФ, при этом меры ответственности применяются к организациям, индивидуальным предпринимателям, выполняющим работы или оказывающим услуги по изготовлению печатных агитационных материалов. Следует учитывать, что положения комментируемого пункта не препятствуют изготавливать кандидату, иному гражданину агитационные материалы лично, на принадлежащей ему технике с оплатой расходных материалов из средств соответствующего избирательного фонда (для иного гражданина – также возможна оплата его работ из соответствующего избирательного фонда, фонда референдума). Комментируемый пункт не распространяется на лиц, оказывающих услуги по распространению агитационных печатных материалов (см. также комментарий к пункту 9 комментируемой статьи).

2. Агитационные материалы, изготовленные в печатной или аудиовизуальной форме, должны в обязательном порядке содержать сведения, указанные в комментируемом пункте. Ответственность за нарушение данной нормы установлена статьей 5.12 КоАП РФ. В случае отсутствия перечисленных сведений либо указания неверных данных распространение агитационных материалов должно быть пресечено (пункт 8 статьи 56 комментируемого Федерального закона).

3. Обязанность предварительного представления в избирательную комиссию экземпляров, копий либо фотографий агитационных материалов (в зависимости от их формы) является обязательным условием их распространения. При предоставлении экземпляров должны указываться в дополнение к сведениям, перечисленным в комментируемом пункте, сведения о месте нахождения (об адресе места жительства) организации (лица), изготовившей и заказавшей (изготовившего и заказавшего) эти материалы.

5. Комментируемый пункт определяет условия, при которых изготовление агитационных материалов будет являться законным. В нем установлен ряд требований к содержанию агитационных материалов. Оплата изготовления агитационных материалов должна быть предварительной и осуществляться исключительно за счет средств избирательного фонда, фонда референдума.

6. Комментируемый пункт указывает на два обязательных требования к распространению агитационных материалов. Первое из них запрещает распространять агитационные материалы без предварительного представления в комиссии их экземпляров либо фотографий вместе со сведениями о заказчике этих материалов. Отсылка к пункту 9 статьи 48 комментируемого Федерального закона устанавливает обязанность представлять в комиссию документ, подтверждающий письменное согласие физического лица на использование его изображения либо высказываний о кандидате, об избирательном объединении в агитационных материалах.

7. Комментируемый пункт возлагает на органы местного самоуправления и комиссии обязанность по обеспечению прав кандидатов, избирательных объединений, инициативной группы по проведению референдума на распространение агитационных материалов, а также по обеспечению прав избирателей на ознакомление с ними. Органы местного самоуправления должны создать равные условия для кандидатов, избирательных объединений. На комиссии возложена обязанность довести до сведения указанных лиц а информацию о выделенных для размещения агитационных материалов местах.

8. В комментируемом пункте определены условия распространения агитационных материалов на иных, кроме специально выделенных для этой цели объектах. Особо определяются условия размещения агитационных материалов на объектах, находящихся в собственности органов государственной власти либо местного самоуправления, либо в собственности организаций с долей (вкладом) государства или муниципалитетов, превышающей 30 процентов. Оно должно производиться с учетом принципа равенства указанных в комментируемом пункте 8 лиц и может быть только безвозмездным. Безвозмездное размещение предполагает, что плата (в любой форме) за размещение агитационных материалов не взимается.

9. Комментируемый пункт устанавливает обязанность организаций, индивидуальных предпринимателей, оказывающих рекламные услуги (услуги по производству и распространению рекламы), соблюдать принцип равенства кандидатов, избирательных объединений, инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума. Это означает, что условия оплаты, а также выделенный соответствующей организацией объем площади для размещения агитационных материалов должны быть едиными для всех кандидатов, избирательных объединений, инициативной группы по проведению референдума и иных групп участников референдума. Как следует из статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»1 требования комментируемого пункта распространяются на рекламопроизводителей, т.е. лиц, осуществляющих полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, и рекламораспространителей, т.е. лиц, осуществляющих распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

10. Для разрешения вопросов о том, какие именно объекты имеют историческую, культурную или архитектурную ценность, необходимо обращаться к Федеральному закону от 25 июня 2002 года № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации»2 . Он устанавливает, что к объектам культурного наследия относятся:

памятники – отдельные постройки, здания и сооружения с исторически сложившимися территориями (в том числе памятники религиозного назначения: церкви, колокольни, часовни, костелы, кирхи, мечети, буддистские храмы, пагоды, синагоги, молельные дома и другие объекты, специально предназначенные для богослужений); мемориальные квартиры; мавзолеи, отдельные захоронения; произведения монументального искусства; объекты науки и техники, включая военные; частично или полностью скрытые в земле или под водой следы существования человека, включая все движимые предметы, имеющие к ним отношение, основным или одним из основных источников информации о которых являются археологические раскопки или находки;

ансамбли – четко локализуемые на исторически сложившихся территориях группы изолированных или объединенных памятников, строений и сооружений фортификационного, дворцового, жилого, общественного, административного, торгового, производственного, научного, учебного назначения, а также памятников и сооружений религиозного назначения (храмовые комплексы, дацаны, монастыри, подворья), в том числе фрагменты исторических планировок и застроек поселений, которые могут быть отнесены к градостроительным ансамблям; произведения ландшафтной архитектуры и садово-паркового искусства (сады, парки, скверы, бульвары); некрополи;

достопримечательные места – творения, созданные человеком, или совместные творения человека и природы, в том числе места бытования народных художественных промыслов; центры исторических поселений или фрагменты градостроительной планировки и застройки; памятные места, культурные и природные ландшафты, связанные с историей формирования народов и иных этнических общностей на территории Российской Федерации, историческими (в том числе военными) событиями, жизнью выдающихся исторических личностей; культурные слои, остатки построек древних городов, городищ, селищ, стоянок; места совершения религиозных обрядов.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 6 октября 1994 года № 1143 утверждено Положение о Государственном своде особо ценных объектов культурного наследия народов Российской Федерации1 . Согласно пункту 3 указанного Положения депозитарием Государственного свода является Министерство культуры Российской Федерации, которое устанавливает порядок доступа к документам и материалам указанного Свода. В настоящее время полномочия по ведению единого государственного реестра объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, Государственного свода особо ценных объектов культурного наследия народов Российской Федерации (в том числе полномочия депозитария) переданы Федеральному агентству по культуре и кинематографии2 .

11. Согласно комментируемому пункту на агитационные материалы, распространяемые на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных изданиях, правовой режим, установленный комментируемой статьей, не распространяется, в том числе не требуется представлять копии этих материалов в соответствующие комиссии.