## ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КОМИССИЯ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

23 апреля 2019 года №41/323

## О Памятке

**«Особенности предвыборной агитации**

## в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и в сетевых изданиях»

На основании статьи 3 областного закона от 15 мая 2013 года №26-оз «О системе избирательных комиссий и избирательных участках
в Ленинградской области»

Избирательная комиссия Ленинградской области **постановляет:**

1. Одобрить Памятку «Особенности предвыборной агитации
в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и в сетевых изданиях» (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 23 апреля 2019 года №41/323

**ПАМЯТКА**

**«Особенности предвыборной агитации**

**в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
и в сетевых изданиях»**

Сетевые издания, обладая правовым статусом средства массовой информации, обязаны исполнять требования 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 №67-ФЗ), областного закона от 15 марта
2012 года №20-оз «О муниципальных выборах в Ленинградской области».

Агитационные материалы, размещаемые в сети «Интернет» на сайтах,
не зарегистрированных в статусе средства массовой информации
или сетевого издания должны соответствовать требованиям статьи
54 Федерального закона №67-ФЗ[[1]](#footnote-2).

По смыслу статьи материалы, которые технически могут быть размещены в сети «Интернет» относятся к аудиовизуальным, в связи с чем при их выпуске и распространении должны соблюдаться требования
пункта 2 статьи 54 Федерального закона №67-ФЗ: все печатные
и аудиовизуальные агитационные материалы должны содержать наименование, юридический адрес и идентификационный номер налогоплательщика организации (фамилию, имя, отчество лица
и наименование субъекта Российской Федерации, района, города, иного населенного пункта, где находится место его жительства), изготовившей (изготовившего) данные материалы, наименование организации (фамилию, имя, отчество лица), заказавшей (заказавшего) их, а также информацию
о тираже и дате выпуска этих материалов и указание об оплате
их изготовления из средств соответствующего избирательного фонда.

Для целей реализации указанного требования закона в качестве информации о тираже аудиовизуального материала, возможно указывать количество его копий, изготовленных на материальных носителях, либо количество сайтов (страниц сайтов), на которых кандидат, избирательное объединение планирует разместить предвыборный агитационный материал.

Распространение информации, связанной с выборами, в сети «Интернет» является одним из множества способов распространения такой информации, в силу чего подпадает под отдельные правила информирования избирателей и предвыборной агитации, установленные законодательством
о выборах.

В части ИНФОРМИРОВАНИЯ следует учитывать:

* требование[[2]](#footnote-3), согласно которому содержание информационных материалов, размещаемых в средствах массовой информации или распространяемых иным способом, должно быть объективным, достоверным, не должно нарушать равенство кандидатов, избирательных объединений;
* правила[[3]](#footnote-4) опубликования (обнародования) результатов опросов общественного мнения;
* запрет на публикацию (обнародование) данных об итогах голосования, о результатах выборов до окончания времени голосования[[4]](#footnote-5).

В части ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ следует учитывать:

* установленные сроки агитационного периода;
* необходимость финансирования расходов на агитацию исключительно из средств избирательных фондов;
* правила[[5]](#footnote-6) использования изображений и высказываний физических лиц в агитационных материалах;
* запреты[[6]](#footnote-7) на проведение предвыборной агитации;
* требования[[7]](#footnote-8) к выпуску и распространению агитационных аудиовизуальных материалов;
* установленные законом ограничения[[8]](#footnote-9) на проведение предвыборной агитации.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Избирательная комиссия Ленинградской области

1. Подробнее см: приложение к выписке из протокола заседания ЦИК России от 29 июля 2015 года№294-1-6 «Справочно-методический материал по некоторым вопросам использования информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для информационного обеспечения выборов. [↑](#footnote-ref-2)
2. Пункт 2 статьи 45 Федерального закона №67-ФЗ [↑](#footnote-ref-3)
3. Статья 46 Федерального закона №67-ФЗ [↑](#footnote-ref-4)
4. Пункт 7 статьи 45 Федерального закона №67-ФЗ [↑](#footnote-ref-5)
5. Пункты 9, 9.1, 9.2 статьи 48 Федерального закона №67-ФЗ [↑](#footnote-ref-6)
6. Пункт 7 статьи 48 Федерального закона №67-ФЗ [↑](#footnote-ref-7)
7. Статья 54 Федерального закона №67-ФЗ [↑](#footnote-ref-8)
8. Статья 56 Федерального закона №67-ФЗ [↑](#footnote-ref-9)