

РЕГЛАМЕНТ
освещения в средствах массовой информации избирательной кампании по выборам в
Народное Собрание (Халк Топлушу) АТО Гагаузия (Гагауз Ери) от 16 марта 2008 года

I. Общие положения

1. Настоящий Регламент определяет порядок, стандарты и общие принципы освещения средствами массовой информации (СМИ) Гагаузии и Республики Молдова избирательной кампании по выборам в Народное Собрание (Халк Топлушу) Гагаузия (Гагауз Ери) от 16 марта 2008 года .

2. Центральная избирательная комиссия Гагаузии (далее ЦИК) и Координационный совет по телевидению и радио определяют условия освещения избирательной кампании всеми телерадиоорганизациями и прессой автономии и Республики Молдова.

3. Освещение избирательной кампании осуществляется в соответствии с Конституцией Республики Молдова Законом АТО Гагаузия «О выборах в Народное Собрание(Халк Топлушу) Гагаузии (Гагауз Ери)», Кодексом о телевидении и радио, соответствующими международными правовыми актами, одной из сторон которых является Республика Молдова, настоящим Регламентом и другими действующими нормативными актами.

4. Принципы объективного и беспристрастного освещения выборов в Народное Собрание Гагаузии являются также обязательными и для иностранных СМИ, имеющих доступ в информационное пространство Республики Молдова на законных основаниях. В случае допущенных нарушений, ответственность за них лежит на обладателях лицензий.

5. ЦИК Гагаузии в процессе подготовки и проведения выборов взаимодействуют с всеми СМИ в осуществлении мероприятий по гражданскому воспитанию избирателей и информированию населения о ходе избирательного процесса.

6. По заявке Центральной избирательной комиссии или Координационного совета по телевидению и радио СМИ обязаны распространять материалы социального характера с тематикой выборов и гражданского воспитания, проводить кампанию по информированию избирателей о процедуре и других особенностях голосования.

7. Конкуренты на выборах участвуют в избирательной кампании на равных условиях и имеют одинаковые возможности при использовании средств массовой информации в соответствии с действующим законодательством и настоящим Регламентом.

II. Порядок размещения предвыборной рекламы общественными и частными СМИ

8. Предоставляя эфир для предвыборной агитации одному из конкурентов, вещательная организация обязана также, в рамках того же типа передачи, предоставить эфир другим конкурентам, без необоснованных задержек и не отдавая предпочтение какому-либо кандидату в депутаты.

9. Конкуренты на выборах пользуются эфирным временем в часы максимальной аудитории в общественных и частных телерадиоорганизациях. Телезрители и радиослушатели информируются посредством титров и/или голосом, что данное сообщение является предвыборной рекламой, платной или бесплатной. Предвыборная реклама отделяется от коммерческой и других видов рекламы.

10. Продолжительность рекламных роликов предвыборного характера должна быть не менее 20 секунд.

11. Передачи предвыборного характера транслируются только под рубрикой «Избирательная кампания – 2008». Они выделяются посредством звукового и/или видеосигнала с целью их опознания и отделения от других передач.

12. СМИ общественные и частные, назначают приказом одного или нескольких ответственных сотрудников, которые будут координировать деятельность организации в период предвыборной кампании и обеспечат оптимальные условия выпуска избирательных материалов. Фамилия, служебный и домашний телефоны, факс и адрес электронной почты этих лиц, сообщаются Центральной избирательной комиссии и Координационному совету по телевидению и радио.

13. Периодические издания, учрежденные органами государственной власти, а также независимые издания представляют конкурентам на выборах до половины газетной полосы. Каждый материал конкурентов на выборах, опубликованный в печатном органе размещается под рубрикой «Избирательная кампания -2008». Материал сопровождается примечанием: «Оплачено из избирательного фонда» или «Публикуется на коммерческой основе».

14. Плата за размещение предвыборной рекламы в СМИ осуществляется по расценкам не выше, чем за обычную коммерческую рекламу.

15. По запросу конкурентов на выборах о создании предвыборных рекламных роликов телерадиоорганизации могут им предоставлять за плату, в соответствии с действующими тарифами, услуги по телесъемке, записи, монтажу, озвучиванию и компьютерной графике.

16. Эфирное время телерадиоорганизаций, выделенное на избирательную кампанию, предоставляется в одни и те же часы вещания, установленные на весь ее период, и на равных условиях для всех конкурентов на выборах.

17. Эфирное время и газетная площадь предоставляется конкурентам на выборах на основании поданного заявления, только после их регистрации ЦИК

18. Эфирное время, предоставленное и запрограммированное по просьбе конкурента на выборах, но не использованное по его вине, не возмещается.

19. Эфирное время, предоставленное и запрограммированное по просьбе конкурента на выборах, но не использованное из-за технических неполадок передающего оборудования телерадиоорганизации и/или по другим причинам, ответственность за которые лежит на ней, репрограммируется в соответствии с Внутренним регламентом.

20. Телерадиоорганизации общественные и частные, обязаны избегать показа кого-либо из конкурентов на выборах в программах, посвящённых спортивным соревнованиям, развлекательных передачах, конкурсах, talk-show, за исключением передач предвыборного характера.

21. Участие конкурентов на выборах в качестве дикторов информационных передач, авторов или ведущих других типов телерадиопередач в период избирательной кампании запрещено.

22. Телерадиоорганизации, общественные и частные, в период избирательной кампании не показывают конкурентов на выборах в рамках информационных передач.

23. Предвыборная реклама не может быть включена в выпуски новостей и другие информационные программы, детские или обучающие передачи, религиозные, спортивные, культурно-развлекательные и другие программы.

24. В случае использования архивных материалов теле – фонотеки, должна присутствовать отметка «архивные кадры», с указанием даты проведения съёмки. Подобные материалы не могут использоваться, если возникает возможное искажение образа предвыборного конкурента или изменение изначального смысла используемого материала.

25. Конкуренты на выборах предоставляют телерадиоорганизациям кассеты с записями предвыборной рекламы не позднее, чем за 24 часа до выхода в эфир.

26. Эфирное время может быть использовано для:

- изложения программ конкурентов на выборах;
- предвыборной агитации (репортажи с места собраний, митингов, встреч с избирателями);

- передачи обращений, деклараций, других предвыборных материалов, рекламных роликов избирательного характера, отделяя их от других программ соответствующей рубрикой и уточняя, что речь идёт о предвыборной рекламе.

27. В рекламных роликах, передачах и предвыборных дискуссиях запрещается использование изображений учреждений Президентуры, Парламента, Исполкома и Народного Собрания Гагаузии, органов центральной или местной публичной администрации.

28. Лицам, занимающим ответственные посты в органах публичной администрации и баллотирующимся в депутаты Народного Собрания Гагаузии, запрещается давать интервью и делать заявления, в которых содержится информация, относящаяся к их административной деятельности, чтобы не использовать это с целью предвыборной агитации.

29. Ответственность за содержание избирательных материалов несет конкурент на выборах.

30. Предвыборные материалы опубликованные и распространенные как Центральной избирательной комиссией и Координационным советом по телевидению и радио, так и конкурентами на выборах, запрещается сопровождать комментариями.

31. Платное эфирное время или газетная площадь предоставляется конкурентам на выборах только после предварительной оплаты суммы, предусмотренной в договоре, заключенном между СМИ и конкурентом на выборах.

32. В избирательный период любой опрос избирателей на территории АТО Гагаузии относительно их политических предпочтений может проводиться только при условии предварительного уведомления ЦИК Гагаузии

33. За 2 дня до выборов и в день выборов СМИ не имеют право обнародовать результаты социологических опросов, проведенных среди избирателей, указывающие на возможный исход выборов.

34. В день выборов предвыборная агитация, в любой форме, запрещается.

35. В день выборов до закрытия избирательных участков запрещается размещение в СМИ материалов, в том числе интервью с избирателями о набранных конкурентами на выборах в течении дня голосах и о шансах конкурентов.

36. Представители средств массовой информации пользуются теми же правами, что и аккредитованные наблюдатели.

37. В случае нанесения ущерба имиджу какого-либо конкурента на выборах вне рамок передач или публикаций материалов под рубрикой «Избирательная кампания - 2008» он может незамедлительно воспользоваться правом на реплику на таких же условиях, направив просьбу в письменном виде или посредством факсимильного сообщения. СМИ предоставляют конкурентам на выборах право на реплику или поправку на основании заявления или постановления ЦИК в срок, не превышающий 48 часов со дня его принятия. Последним днем использования права на реплику считается пятница, предшествующая дню выборов

38. Споры, возникающие между конкурентами на выборах и СМИ, разрешаются Центральной избирательной комиссией, Координационным советом по телевидению и радио и судебной инстанцией в соответствии с действующим законодательством Республики Молдова. Постановления Центральной избирательной комиссии и Координационного совета по телевидению и радио могут быть обжалованы в судебном порядке в соответствии с действующим законодательством Республики Молдова.

39. СМИ обязаны соблюдать конфиденциальность предвыборных материалов до момента их распространении, обеспечивать равные условия, нейтральность и беспристрастность при их освещении.

40. Редакция СМИ воздерживается от освещения представленных конкурентами на выборах материалов, содержащих оскорбительные высказывания в адрес других конкурентов, необоснованных обвинений и иных выпадов, ущемляющих личную честь и достоинство.

41. В период избирательной кампании запрещается распространение новостей или сведений, относящихся к благотворительной деятельности кандидатов или их родственников до второй степени родства. .

III. Платное эфирное время

42. На протяжении периода предвыборной кампании общественные телерадиоорганизации обязаны, а частные телерадиоорганизации вправе предоставить эфирное время за плату всем конкурентам на выборах, на основе принципов равенства и беспристрастности в следующем порядке:

- каждому зарегистрированному конкуренту на выборах не более 120 минут на каждом канале телевидения и 120 минут на каждой радиостанции.

43. Платное эфирное время, выделенное конкуренту на выборах, не должно превышать двух минут в день на каждом канале телевидения и двух минут в день на каждой радиостанции. Конкурент на выборах вправе использовать платное эфирное время по частям в соответствии с графиком эфирного времени, установленного Внутренним регламентом.

IV. Предвыборные дискуссии

44. Общественная компания «Gagauziya Radio Televizionu» обязаны бесплатно, а частные телерадиоорганизации вправе, на протяжении периода избирательной кампании организовывать публичные дискуссии на равных условиях для всех конкурентов на выборах, в которых должны участвовать не менее 2 приглашенных лиц. Дискуссии организуются только после истечения срока, предусмотренного для регистрации конкурентов на выборах. На предвыборные дискуссии телерадиоорганизации вправе выделить не менее 90 минут в день. Это время может быть использовано для одной или нескольких передач.

45. В предвыборных дискуссиях участвуют конкуренты на выборах или их представители. Темы предвыборных дискуссий определяются телерадиоорганизацией после предварительных консультаций с конкурентами на выборах.

46. Конкуренты на выборах приглашаются на предвыборные дискуссии в письменной форме не позднее, чем за 24 часа до выхода в эфир передачи, вместе или по группам, сформированным на основании одного из следующих принципов:

- в порядке подачи заявления конкурентами на выборах в телерадиоорганизацию;
- в порядке регистрации конкурентов на выборах в ЦИК;
- в алфавитном порядке;
- по результатам, проведенной жеребьевки.

47. Отказ от участия или отсутствие одного или нескольких конкурентов на выборах на предвыборных дискуссиях, предается гласности и не является основанием для отмены или приостановления выхода передачи. В случае неучастия одного или нескольких конкурентов на выборах, отведенное им время исключается из общего объема передачи и не возвращается.

48. Правила проведения дискуссий доводятся до сведения конкурентов на выборах, одновременно с приглашением их для участия в предвыборных дискуссиях и перед началом передачи.

49. Телерадиоорганизации хронометрируют время с помощью аудио- или видео средств способом, доступным для понимания участников дискуссий и аудитории.

50. Во время передач, посвященных предвыборным дискуссиям, не допускается размещение каких-либо рекламных материалов.

51. Во время публичных дискуссий конкуренты на выборах могут свободно высказываться. Вместе с тем запрещается:

- выступать с материалами, которые могут повлечь дестабилизацию конституционного и общественного порядка, посягательство на неприкосновенность личности и материальных благ;
- использование выражений, ущемляющих личную честь и достоинство;
- разглашение тайн, охраняемых законом;
- использование любых способов выражения, порочащих других кандидатов или их представителей;
- комбинирование цветов и/или звуков, напоминающих национальные символы Республики Молдова или другого государства, а также изображений, представляющих учреждения Президентуры, Парламента или центральной и местной публичной администрации;
- использование видео- или аудио документов, в которых присутствуют исторические личности Молдовы или зарубежных государств;
- предоставление доказательств в поддержку обвинений в преступлениях или действиях, противоречащих нормам морали, в отношении другого кандидата;
- подстрекательство к ненависти или дискриминации по признакам пола, сексуальной ориентации, расовой, религиозной, национальной или этнической принадлежности.

52. Авторы и ведущие передач, посвященных предвыборным дискуссиям, обязаны:

- ясно формулировать вопросы, сохраняя нейтралитет и беспристрастность
- обеспечить необходимый баланс высказанных во время передачи мнений, предоставляя каждому участнику дискуссии возможность выразить свою точку зрения;
- поддерживать проведение дискуссий в кругу интересов избирательной кампании и заданной темы;
- вмешиваться в проведение дискуссии, когда своим поведением или высказываниями приглашенные нарушают положения главы IV настоящего Регламента, а в случае, если приглашенные не соблюдают порядок, ведущий вправе отключить соответствующий микрофон.

V. Заключительные положения

53. СМИ, распространяющие предвыборные материалы обязаны:

- вести учет и один раз в 10 дней информировать ЦИК Гагаузии об объеме выделенного конкурентам на выборах бесплатно и за плату эфирного времени и представленной в прессе площади;
- по заявке Центральной избирательной комиссии представлять соответствующие использованные в работе материалы с приложенными к ним копиями договоров об оказанных услугах.

54. Использованные в прессе материалы, записи и фонограммы передач по предвыборной тематике (связанные с избирательной кампанией, в том числе транслированные в прямом эфире) хранятся не менее 3 месяцев со дня их трансляции или публикации. В случае рассмотрения споров, сроки хранения этих материалов увеличиваются по решению (ходатайству) Центральной избирательной комиссии, Координационного совета по телевидению и радио, либо судебной инстанции.

55. Частные СМИ, не желающие участвовать в какой-либо форме в избирательной кампании, публично заявляют об этом в пятидневный срок со дня публикации настоящего Регламента о чем письменно информирует Центральную избирательную комиссию и Координационный совет по телевидению и радио.

56. Несоблюдение СМИ положений настоящего Регламента в период избирательной кампании, влечёт за собой принятие мер, предусмотренных действующим законодательством Республики Молдова.