

ЦЕНТРАЛЬНАЯ ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КОМИССИЯ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

об утверждении Положения об освещении в средствах массовой информации Республики Молдова избирательной кампании по проведению всеобщих местных выборов 3 июня 2007 года

№ 460 от 06.04.2007

В соответствии со ст.18 и 64 Кодекса о выборах № 1381-ХІІІ от 21 ноября 1997 года
Центральная избирательная комиссия

ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить Положение об освещении в средствах массовой информации Республики Молдова избирательной кампании по проведению всеобщих местных выборов 3 июня 2007 года.

2. Настоящее положение вступает в силу со дня принятия.

**ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ЦЕНТРАЛЬНОЙ
ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КОМИССИИ**

Еуджениу ШТИРБУ

**СЕКРЕТАРЬ ЦЕНТРАЛЬНОЙ
ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КОМИССИИ**

Юрие ЧОКАН

Кишинэу, 6 апреля 2007 г.

№ 460.

Утверждено
Постановлением Центральной
избирательной комиссии
№ 460 от 6 апреля 2007 г.

ПОЛОЖЕНИЕ
об освещении в средствах массовой информации Республики Молдова
избирательной кампании по проведению всеобщих
местных выборов 3 июня 2007 года

I. Общие положения

1. Настоящее положение определяет порядок освещения в средствах массовой информации Республики Молдова избирательной кампании по проведению всеобщих местных выборов 3 июня 2007 года (далее – всеобщие местные выборы).

2. Центральная избирательная комиссия и Координационный совет по телевидению и радио определяют условия освещения избирательной кампании всеми телерадиоорганизациями и прессой Республики Молдова.

3. Освещение избирательной кампании осуществляется в соответствии с Конституцией Республики Молдова, Кодексом о выборах, Кодексом о телевидении и радио, соответствующими международными правовыми актами, одной из сторон которых является Республика Молдова, настоящим положением и другими действующими нормативными актами.

4. Принципы объективного и беспристрастного освещения всеобщих местных выборов являются также обязательными и для иностранных телерадиоорганизаций, обладающих законным доступом в информационное пространство Республики Молдова. В случае нарушений ответственность лежит на обладателях лицензий.

5. Центральная избирательная комиссия в процессе подготовки и проведения выборов взаимодействует со всеми средствами массовой информации в осуществлении мероприятий по гражданскому воспитанию избирателей и информированию населения о ходе избирательного процесса.

6. Конкуренты на выборах участвуют в избирательной кампании на равных условиях и имеют одинаковые возможности при использовании средств массовой информации в соответствии с Кодексом о выборах и настоящим положением.

II. Порядок размещения предвыборной рекламы публичными
и частными телерадиоорганизациями

7. Конкуренты на выборах пользуются эфирным временем в часы максимальной аудитории в публичных и частных телерадиоорганизациях и особым местом в редакционных планах газет и журналов.

8. По просьбе Центральной избирательной комиссии средства массовой информации обязаны распространять просветительские ролики на тему выборов и гражданского воспитания, проводить кампанию по информированию избирателей о процедуре и других особенностях голосования.

9. Продолжительность рекламных роликов избирательного характера должна быть не меньше 20 секунд.

10. Передачи избирательного характера транслируются только под рубрикой «Избирательная кампания – 2007» с целью учета предоставленного эфирного времени. Они выделяются звуковым и/или видеосигналом с целью их опознания и отделения от других передач.

11. В редакциях на протяжении всего избирательного периода работает специальная группа сотрудников, созданная на основе внутреннего приказа, обеспечивающая оптимальные условия выпуска избирательных материалов.

12. Каждый материал конкурентов на выборах, опубликованный в печатном органе, размещается под рубрикой «Избирательная кампания – 2007». Материал сопровождается примечанием: «Оплачено из избирательного фонда» соответствующего конкурента на выборах.

13. Плата за размещение предвыборной рекламы в средствах массовой информации осуществляется по расценкам не выше, чем за обычную коммерческую рекламу.

14. 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.

15. Эфирное время и газетная площадь предоставляются конкурентам на выборах на основании поданного заявления и после его регистрации соответствующими окружными избирательными советами.

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

17. Эфирное время, предоставленное и запрограммированное по просьбе конкурента на выборах, но не использованное из-за технических дефектов передающего оборудования телерадиоорганизаций и/или по их вине, репрограммируется в соответствии с внутренними правилами.

18. В рекламных роликах, передачах и предвыборных дискуссиях запрещается использование изображений, представляющих учреждения Президента, Парламента или центрального и местного публичного управления.

19. Лицам, занимающим ответственные посты в органах публичной администрации и баллотирующимся на выборные должности, запрещается давать интервью и делать заявления, в которых содержится информация, относящаяся к их деятельности, чтобы это не послужило поводом для предвыборной агитации.

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

21. Предвыборные материалы, опубликованные или распространенные как Центральной избирательной комиссией, так и конкурентами на выборах, запрещается сопровождать комментариями.

22. Платное эфирное время предоставляется конкурентам на выборах только после предварительной оплаты суммы, предусмотренной в договоре, заключенном между телеорганизацией и конкурентом на выборах.

23. В избирательный период любой опрос избирателей относительно их политических предпочтений может проводиться только при условии предварительного уведомления Центральной избирательной комиссии.

24. Распространение результатов социологических опросов и других видов предвыборных прогнозов прекращается за 5 календарных дней до дня выборов.

25. В день выборов и в предшествующий ему день предвыборная агитация в любой форме запрещается.

26. В день выборов вплоть до закрытия избирательных участков запрещается распространение результатов опроса избирателей относительно участия в голосовании и выраженной воли.

27. В случае нанесения ущерба имиджу какого-либо конкурента на выборах вне рамок передач под рубрикой «Избирательная кампания – 2007» он может незамедлительно воспользоваться правом на реплику на таких же условиях, направив просьбу в письменном виде или посредством факсимильного сообщения. Телерадиоорганизации предоставляют конкурентам на выборах право на реплику или поправку на основании заявления или постановления Центральной избирательной комиссии в срок, не

превышающий 48 часов со дня его принятия. Последним днем использования права на реплику считается пятница, предшествующая дню выборов.

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

29. Споры, возникающие между конкурентами на выборах и публичными или частными телерадиоорганизациями, 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.

30. Средства массовой информации, распространяющие предвыборные материалы, один раз в 10 дней информируют Центральную избирательную комиссию об объеме выделенного эфирного времени и предоставляемых площадях в прессе бесплатно и за плату.

31. Телерадиоорганизации обязаны соблюдать конфиденциальность предвыборных материалов до момента их распространения.

32. 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

33. Публичные телерадиоорганизации обязаны, а частные телерадиоорганизации вправе на протяжении избирательного периода 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.

34. Платное эфирное время, выделенное конкуренту на выборах, не должно превышать 2 минуты в день на каждом канале телевидения и 2 минуты в день на каждой радиостанции. Конкурент на выборах вправе использовать платное эфирное время по частям в соответствии с графиком эфирного времени, установленного внутренними правилами.

IV. Предвыборные дискуссии

35. Публичные телерадиоорганизации обязаны, 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 Кодексом о выборах 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.

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

37. Конкуренты на выборах приглашаются на предвыборные дискуссии в письменной форме не позднее чем за 12 часов до выхода каждой 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 соответствующем окружном избирательном совете;
- в алфавитном порядке;
- в порядке проведения жеребьевки.

38. Отказ от участия или отсутствие одного или нескольких конкурентов на выборах на предвыборных дискуссиях передается 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.

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

40. Телерадиоорганизации хронометрируют время с помощью аудио- или видеосредств доступным для понимания участников дискуссий и населения способом.

41. Во время передач, посвященных предвыборным дискуссиям, не допускается размещение рекламных материалов в целом и носящих предвыборный характер в частности.

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

- дестабилизация 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 выражений, 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 аудиодокументов, в которых есть исторические личности Молдовы или зарубежных государств;
- предоставление доказательств в поддержку обвинений в преступлениях или действиях, предусмотренных нормами морали, против другого кандидата;
- подстрекательство к ненависти или дискриминации по признакам пола, сексуальной ориентации, расовой, религиозной, национальной или этнической принадлежности.

43. Редакторы и ведущие передач, посвященных предвыборным дискуссиям, обязаны:

- быть беспристрастными;
- обеспечить необходимый баланс высказанных мнений во время передачи, предоставляя каждому участнику дискуссии возможность выразить свою точку зрения;
- ясно формулировать вопросы, сохраняя нейтралитет и беспристрастность;
- поддерживать проведение дискуссий в круге интересов избирательной кампании и на заданную тему;
- вмешиваться в проведение дискуссии, когда своим поведением или высказываниями приглашенные нарушают положения главы IV настоящего положения. В случае если приглашенные не соблюдают порядок, в зависимости от обстоятельств ведущий вправе отключить микрофон.

V. Заключительные положения

44. Телерадиоорганизации обязаны:

- вести учет предоставляемого участникам избирательной кампании эфирного времени и ежедневно передавать по факсу в Координационный совет по телевидению и радио данные об объеме передач по предвыборной тематике за предыдущий день;

- по просьбе Центральной избирательной комиссии, окружных избирательных советов и Координационного совета по телевидению и радио представить аудио- и видео-материалы с приложенными к ним копиями договоров.

45. 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. В случае рассмотрения споров сроки хранения этих материалов увеличиваются по решению (ходатайству) Центральной избирательной комиссии, Координационного совета по телевидению и радио либо судебной инстанции.

46. Частные телерадиоорганизации, не желающие участвовать в какой-либо форме в избирательной кампании, публично заявляют об этом в пятидневный срок со дня публикации настоящего положения, письменно информируя Центральную избирательную комиссию и Координационный совет по телевидению и радио.