

Избирательная комиссия Иркутской области

В.В. Игнатенко, Э.И. Девицкий

УЧАСТИЕ СМИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ ВЫБОРОВ

Учебное пособие

Иркутск
2016

УДК 342.8
ББК 67.400.5
И 26

*Печатается по решению научно-методического совета
при Избирательной комиссии Иркутской области*

Авторы:

Игнатенко Виктор Васильевич

доктор юридических наук, профессор,
заслуженный юрист Российской Федерации;

Девцкий Эдуард Иванович

кандидат юридических наук, доцент

Игнатенко В.В., Девцкий Э.И.

И 26 Участие СМИ в информационном обеспечении выборов : учебное
пособие / Избирательная комиссия Иркутской области. Иркутск, 2016. 88 с.

ISBN 978-5-91106-040-4

Учебное пособие «Участие СМИ в информационном обеспечении выборов» является составной частью комплекса учебно-методических материалов, подготовленных в целях реализации учебной программы «Школа избирательного права». Издание подготовлено при содействии Управления Роскомнадзора по Иркутской области и предназначено для редакторов и журналистов региональных и муниципальных СМИ.

УДК 342.8
ББК 67.400.5

ISBN 978-5-91106-040-4

© Игнатенко В.В., Девцкий Э.И., 2016
© Избирательная комиссия
Иркутской области, 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	4
Глава 1. Информационное обеспечение выборов	5
Глава 2. Участие СМИ в информировании избирателей	8
Глава 3. Общие правила участия СМИ в предвыборной агитации	12
Глава 4. Особенности участия в предвыборной агитации организаций телерадиовещания	21
Глава 5. Особенности участия в предвыборной агитации периодических печатных изданий	30
Глава 6. Ограничения и запреты в предвыборной агитации	37
Глава 7. Административная ответственность СМИ за нарушение избирательного законодательства	41
<i>Приложение 1</i>	50
<i>Приложение 2</i>	68
<i>Приложение 3</i>	72

ПРЕДИСЛОВИЕ

Выборы – один из важнейших демократических процессов. От качества их организации и проведения зависит доверие граждан страны к органам государственной власти и местного самоуправления. Ведущую роль в информировании избирателей о ходе кампании, выдвинутых кандидатах и их программных заявлениях играют СМИ. Во многом именно профессиональные и грамотные журналисты, готовящие новости, формируют мнение обывателя о выборах.

Одна из сложностей, с которой сталкиваются представители СМИ в ходе избирательной кампании, – как не пересечь тонкую грань между информированием и агитацией. Избежать многих острых углов журналистам и редакторам поможет это учебное пособие.

В представленном издании подробно разбираются правила участия СМИ в предвыборной агитации, они являются общими и применяются на выборах всех уровней – от федерального до муниципального. Важную часть этого пособия составил детальный разбор ошибок, допускаемых журналистами при подготовке информационных или агитационных материалов.

В пособии подробно рассмотрены все основные вопросы участия СМИ в информировании избирателей, предоставления на бесплатной и платной основе эфирного времени, печатной площади для проведения предвыборной агитации, услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях. Также освещены вопросы ограничений и запретов при проведении агитации и ответственности за нарушение избирательного законодательства.

Кроме того, приводится порядок проведения жеребьевки государственными СМИ по распределению эфирного времени и печатной площади. Представлены образцы договоров между зарегистрированным кандидатом и СМИ. Немаловажный момент, что даются разъяснения по размещению агитационных материалов не только в газетах, журналах, на телевидении и радио, но и в сетевых изданиях.

Издание предназначено прежде всего для редакторов и журналистов региональных и муниципальных СМИ Иркутской области, поэтому при его подготовке использованы не только положения федерального законодательства, но и регионального, а также нормативные правовые акты Избирательной комиссии Иркутской области.

ГЛАВА 1. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЫБОРОВ

В соответствии со статьей 44 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 об основных гарантиях) информационное обеспечение выборов включает в себя информирование избирателей, предвыборную агитацию и способствует осознанному волеизъявлению граждан, гласности выборов.

Информационное обеспечение выборов организациями, осуществляющими выпуск средств массовой информации (далее – СМИ), редакциями сетевых изданий может проводиться в нескольких формах:

- самостоятельное информирование избирателей об организации и проведении выборов;
- предоставление эфирного времени, печатной площади избирательным комиссиям для размещения обязательной к опубликованию информации о времени, месте, сроках и порядке совершения различных избирательных действий, а также разъяснений избирательного законодательства;
- обязательное предоставление эфирного времени, печатной площади на бесплатной и платной основе в целях размещения агитационных материалов кандидатов, избирательных объединений;
- предоставление в инициативном порядке на платной основе эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов кандидатов, избирательных объединений.

Основная цель информирования избирателей заключается в донесении до граждан сведений о выборах, особенностях их проведения, стадиях избирательного процесса, сроках и порядке совершения отдельных избирательных действий, об ответственности за нарушение законодательства о выборах. Целью же предвыборной агитации является обеспечение информационного воздействия на избирателей, с тем чтобы убедить их проголосовать «за» или «против» конкретных кандидатов, списков кандидатов.

Под предвыборной агитацией следует понимать информационную деятельность кандидатов, избирательных объединений и избирателей, осуществляемую в период избирательной кампании и имеющую целью побудить или побуждающую избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов, список кандидатов или против него (них).

Предвыборной агитацией признаются следующие виды информационной деятельности:

– призывы голосовать за кандидата, кандидатов, список кандидатов, списки кандидатов либо против него (них) (указанные действия, совершаемые при осуществлении представителями СМИ и редакций сетевых изданий профессиональной деятельности признаются предвыборной агитацией в случае, если эти действия совершены с целью побудить избирателей голосовать за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов или против него (них));

– выражение предпочтения какому-либо кандидату, избирательному объединению, в частности, указание на то, за какого кандидата, за какой список кандидатов, за какое избирательное объединение будет голосовать избиратель;

– описание возможных последствий в случае, если тот или иной кандидат будет избран или не будет избран, тот или иной список кандидатов будет допущен или не будет допущен к распределению депутатских мандатов;

– распространение информации с явным преобладанием сведений о каких-либо кандидатах, избирательных объединениях в сочетании с позитивными либо негативными комментариями;

– 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, список кандидатов (указанные действия признаются предвыборной агитацией в том случае, если они совершены с агитационной целью неоднократно, т.е. два и более раз. Однократное совершение вышеуказанных агитационных действий не может рассматриваться как проведение предвыборной агитации).

Деятельность, которая формально подпадает под признаки предвыборной агитации, но осуществляется до или после проведения избирательной кампании, не может рассматриваться как предвыборная агитация.

При разграничении понятий «информирование избирателей» и «предвыборная агитация» необходимо руководствоваться правовой позицией Конституционного Суда РФ, сформулированной в постановлении от 30 октября 2003 года № 15-П «По делу о проверке конституционности отдельных положений Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» в связи с запро-

сом группы депутатов Государственной Думы и жалобами граждан С.С. Бунтмана, К.А. Катаняна и К.С. Рожкова».

Поскольку как агитация, так и информирование любого характера могут побудить избирателей сделать тот или иной выбор, притом что достоверные и объективные сведения о кандидате в большей мере помогают избирателю сформулировать свои предпочтения, чем просто призывы голосовать «за» или «против», то очевидно, что критерием, позволяющим различить предвыборную агитацию и информирование, может служить лишь наличие в агитационной деятельности специальной цели – склонить избирателей в определенную сторону, обеспечить поддержку или, напротив, противодействие конкретному кандидату, избирательному объединению. В противном случае граница между информированием и предвыборной агитацией стиралась бы, так что любые действия по информированию избирателей можно было бы подвести под понятие «предвыборная агитация», что в силу действующего для представителей организаций, осуществляющих выпуск СМИ, запрета неправомерно ограничивало бы конституционные гарантии свободы слова и информации, а также нарушало бы принципы свободных и гласных выборов¹.

Обоснованность выводов Конституционного Суда РФ можно проиллюстрировать на следующем примере. Уполномоченный представитель по финансовым вопросам кандидата на должность Губернатора Иркутской области обратился в Избирательную комиссию Иркутской области с заявлением о нарушении правил предвыборной агитации при опубликовании в газете «В.» (№ 75 (13120) от 23 июля 2015 года) статьи «Нас ждет пять лет плодотворной работы». В результате рассмотрения заявления установлено, что в указанной статье действительно имеются признаки предвыборной агитации. В частности, высказывания «В Иркутской области идет избирательная кампания по выборам главы региона. Как все мы знаем, десять лет к нам приходили назначенцы сверху. Сегодня пришло время выбрать своего, народного губернатора. Штаб общественной поддержки врио губернатора Иркутской области Е. был создан по инициативе общественных организаций области, которые обратились в региональное отделение партии «Единая Россия». Такие штабы сейчас работают в каждом муниципалитете области. Важная задача членов организации – показать, какая работа проведена на местах и что еще предстоит сделать» и «Общественный штаб по общественной поддержке губернатора необходим на нашей территории. Он соз-

¹ См.: Собрание законодательства РФ. 2003. № 44. Ст. 4358.

дан для того, чтобы люди могли обращаться и озвучивать свои вопросы, проблемы, пожелания по улучшению социально-экономической ситуации на территории. Благодаря Е. в Иркутской области произошли действительно серьезные перемены: привлечение федеральных инвестиций, строительство социальных объектов, повышение уровня качества жизни населения» содержат признаки предвыборной агитации, предусмотренные подпунктами «г» и «е» пункта 2 статьи 48 Федерального закона об основных гарантиях, а именно: преобладание информации в сочетании с позитивными комментариями о соответствующем кандидате на должность Губернатора Иркутской области, а также способствование созданию положительного отношения избирателей к указанному в высказываниях кандидату. Таким образом, статья, имеющая признаки предвыборной агитации, была опубликована редакцией газеты как информационный материал. Однако поскольку однократное совершение таких агитационных действий СМИ не может рассматриваться как проведение предвыборной агитации, то редакция газеты «В.» была предупреждена о недопустимости в период избирательных кампаний, голосование по которым состоится 13 сентября 2015 года, неоднократного выпуска газеты с нарушением правил проведения предвыборной агитации, предусмотренных законодательством.

ГЛАВА 2. УЧАСТИЕ СМИ В ИНФОРМИРОВАНИИ ИЗБИРАТЕЛЕЙ

Роль СМИ в информационном обеспечении выборов трудно переоценить, поэтому законодатель подробно регламентирует данный процесс.

Согласно статье 45 Федерального закона об основных гарантиях в информировании избирателей вправе участвовать организации, осуществляющие выпуск СМИ, а также редакции сетевых изданий. *Указанная деятельность должна осуществляться в соответствии с несколькими общими правилами.*

Во-первых, организации, осуществляющие выпуск СМИ, редакции сетевых изданий свободны в своей деятельности по информированию избирателей. Это означает, что никто не вправе влиять на деятельность организаций, выпускающих СМИ, осуществляемую в соответствии с законом, вмешиваться в нее. Объемы, конкретное содержание материалов с информацией о выборах, время их выхода в свет (в эфир), их расположение в информационных блоках новостей и иные вопросы распространения определяются СМИ самостоятельно, а не в соответствии с предписаниями ор-

ганов государственной власти, органов местного самоуправления, иных субъектов².

Исключение из этого правила предусмотрено в пункте 7 статьи 45 Федерального закона об основных гарантиях, согласно которому в день голосования до момента окончания голосования на территории соответствующего избирательного округа запрещается опубликование (обнародование) данных об итогах голосования, о результатах выборов, включая размещение таких данных в информационно-телекоммуникационных сетях, доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц (включая Интернет).

Приведенный запрет призван не допустить нарушение прав кандидатов, избирательных объединений, а также избирателей на свободное волеизъявление в день голосования, основанное на реально сформированных потребностях и суждениях.

Во-вторых, содержание информационных материалов, размещаемых в СМИ или распространяемых иным способом, должно быть объективным, достоверным, не должно нарушать равенство кандидатов, избирательных объединений.

В-третьих, организации, осуществляющие выпуск СМИ, редакции сетевых изданий вправе публиковать (обнародовать) интервью с кандидатами, выпускать в свет (в эфир) иные сообщения и материалы о кандидатах, избирательных объединениях, передачи с участием кандидатов. Они вправе также организовывать совместные мероприятия с участием кандидатов и осуществлять их трансляцию (обнародование) на каналах организаций телерадиовещания, в электронных сетевых изданиях.

В-четвертых, в информационных телепрограммах и радиoproграммах, публикациях в периодических печатных изданиях, выпусках либо обновлениях сетевого издания сообщения о проведении предвыборных мероприятий должны даваться исключительно отдельным информационным блоком, без комментариев. В них не должно отдаваться предпочтение какому бы то ни было кандидату, избирательному объединению, не должна допускаться дискриминация (умаление прав), в том числе по времени освещения их предвыборной деятельности, объему печатной площади, отведенной для таких сообщений, и т. д.

Следует отметить, что указанные требования не распространяются на агитационные материалы. Последние могут быть необъективными и недостоверными. К ним по общему правилу не предъявляется требование не нарушать равенство кандидатов, избирательных объединений.

² См.: *Гришина М.В., Головин А.Г.* Средства массовой информации и выборы: вопросы и ответы. М. : РЦИОТ, 2011. С. 13–14.

Особое внимание законодатель уделяет такой разновидности деятельности СМИ по информированию избирателей, как опубликование результатов опросов общественного мнения.

Смысл опроса как социологического метода изучения общественного мнения, в том числе и избирателей, состоит в сборе первичной социологической информации об определенных фактах и их оценках со слов интервьюируемого. В социологии под опросом общественного мнения понимается метод сбора первичной информации, предусматривающий обращение исследователя к большим социальным группам людей с целью выявления выраженных в суждениях или действиях оценочных отношений к событиям и фактам социальной действительности. Знание, получаемое посредством опроса общественного мнения, опирается на обобщенные представления людей о предмете опроса, сложившиеся в процессе практики³.

Закон предусматривает две формы информирования избирателей о результатах опросов общественного мнения: опубликование и обнародование. Опубликование осуществляется в печатных СМИ. Обнародование выражается в непосредственном донесении информации до участников избирательного процесса и достигается такими способами информирования, как выступление в эфире телерадиокомпаний, распространение информации в сетевых изданиях.

При опубликовании (обнародовании) опросов общественного мнения, связанных с выборами любого уровня, должны соблюдаться принципы объективности, достоверности публикуемой информации, не должно нарушаться равенство кандидатов, избирательных объединений.

В качестве гарантий соблюдения указанных принципов законодателем установлены требования к реквизитам публикуемых (обнародуемых) результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами. Так, в эфирных аудио- и видеоматериалах, публикациях по результатам опросов общественного мнения необходимо обязательно указывать: организацию, проводившую опрос; время его проведения; число опрошенных (выборку); метод сбора информации (интервью, анкетирование, телефонный опрос, опрос по почте и т. п.); регион, где проводился опрос; точную формулировку вопроса; статистическую оценку возможной погрешности; лицо (лиц), заказавшее (заказавших) проведение опроса и оплатившее (оплативших) указанную публикацию (обнародование).

Публичное информирование о реквизитах публикуемых (обнародуемых) опросов общественного мнения, связанных с вы-

³ См.: Политическая энциклопедия : в 2 т. М. : Мысль, 1999. Т. 1. С. 82.

борами, не только повышает информационную ценность данных опросов, но и предоставляет избирателям и иным участникам избирательного процесса возможность самим оценивать соответствие предлагаемой информации реальному положению дел.

Организации, осуществляющие выпуск СМИ, редакции сетевых изданий вправе публиковать (обнародовать) результаты опросов общественного мнения, связанных с выборами, в течение почти всего периода избирательной кампании. Однако законодателем установлен запрет на опубликование (обнародование) результатов таких опросов в течение пяти дней до дня голосования, а также в день голосования. При этом указанный пятидневный запрет распространяется не только на публикацию результатов опросов общественного мнения, но и на публикацию прогнозов результатов выборов, а также иных исследований, связанных с проводимыми выборами. Таким образом, СМИ необходимо воздержаться от публикации (обнародования) аналитических материалов, рассуждений и выводов, связанных с освещением результатов опросов общественного мнения, прогнозов итогов голосования в указанный период.

Поясним на примере. К., являющийся уполномоченным представителем по финансовым вопросам кандидата на должность Губернатора Иркутской области, обратился в Избирательную комиссию Иркутской области с заявлением о нарушении требований избирательного законодательства при демонстрации телерадиокомпанией «Б.» программы, в которой приводятся данные социологического опроса. В результате рассмотрения заявления было установлено, что 9 сентября 2015 года на канале «РЕН ТВ» телерадиокомпания «Б.» вышло продолжение информационно-аналитической передачи «Думаем вместе» с интервью директора Московского центра независимых социологических исследований В., в рамках которого обнародован результат опроса общественного мнения по вопросу «Если бы выборы губернатора состоялись в ближайшее воскресенье, за какого кандидата вы бы проголосовали?». Результат опроса общественного мнения обнародован с нарушением пункта 3 статьи 46 Федерального закона об основных гарантиях, согласно которому запрещается в течение пяти дней до дня голосования, а также в день голосования публиковать (обнародовать) результаты опросов общественного мнения, связанных с выборами. В рамках производства по делу об административном правонарушении главный редактор телерадиокомпания привлечен к административной ответственности.

Важным условием участия организаций, осуществляющих выпуск СМИ, редакций сетевых изданий в информационном обеспечении выборов является их взаимодействие с избиратель-

ными комиссиями, поскольку последние являются основным источником информации о ходе подготовки и проведения выборов, сроках и порядке совершения избирательных действий, об избирательном законодательстве, о кандидатах и избирательных объединениях. Поэтому на избирательные комиссии возложены обязанности информировать избирателей по указанным вопросам, в том числе и через СМИ. С этой целью избирательные комиссии размещают на своих официальных сайтах всю необходимую информацию об организуемых избирательных кампаниях, направляют в СМИ пресс-релизы и приглашают представителей СМИ на свои заседания. На всех заседаниях комиссии и при осуществлении ею работы с избирательными документами вправе присутствовать представители СМИ без каких-либо условий или ограничений. Исключение составляет случай, предусмотренный пунктом 1² статьи 30 Федерального закона об основных гарантиях, согласно которому на заседаниях комиссии при установлении ею итогов голосования, определении результатов выборов, а также при подсчете голосов избирателей вправе присутствовать представители СМИ, работающие в редакциях на основании заключенного не менее чем за два месяца до дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов трудового или возмездного гражданско-правового договора, аккредитованные в установленном порядке. Аккредитованные представители СМИ также вправе находиться в помещении для голосования в день голосования, в дни досрочного голосования, производить фото- и видеосъемку, предварительно уведомив об этом председателя, заместителя председателя или секретаря соответствующей комиссии.

Порядок аккредитации представителей СМИ устанавливается Центральной избирательной комиссией Российской Федерации или по ее поручению избирательной комиссией субъекта Российской Федерации. Заявки на аккредитацию для осуществления вышеуказанных полномочий должны быть поданы редакциями СМИ в комиссию не позднее чем за три дня до дня голосования (досрочного голосования).

ГЛАВА 3. ОБЩИЕ ПРАВИЛА УЧАСТИЯ СМИ В ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ

Предвыборная агитация на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных и сетевых изданиях проводится в период, который начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается в ноль часов по местному времени дня, предше-

ствующего дню голосования. Таким образом, организации телерадиовещания, периодические печатные и сетевые издания по общему правилу могут предоставлять эфирное время, печатную площадь, услуги по размещению агитационных материалов только в указанный период.

Законодатель устанавливает особенности участия СМИ в предвыборной агитации в соответствии с их статусом. Государственные и муниципальные СМИ в зависимости от вида выборов *обязаны* предоставлять как бесплатное эфирное время, печатную площадь, так и за плату. Негосударственные СМИ *вправе* предоставлять эфирное время, печатную площадь за плату. Сетевые издания также *вправе* предоставлять услуги по размещению агитационных материалов только за плату.

Организация телерадиовещания, периодическое печатное издание являются государственными (муниципальными) в следующих случаях:

а) если учредителями (соучредителями) указанных СМИ или учредителями (соучредителями) их редакций на день официального опубликования решения о назначении выборов являются соответственно государственные органы и организации либо органы местного самоуправления и муниципальные организации;

б) если организации телерадиовещания, периодическому печатному изданию за год, предшествующий дню официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, выделялись бюджетные ассигнования из федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации, местного бюджета на их функционирование (в том числе в форме субсидий);

в) если в уставном (складочном) капитале организации телерадиовещания, периодического печатного издания на день официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов имеется доля (вклад) Российской Федерации и (или) субъекта (субъектов) Российской Федерации, муниципального образования (муниципальных образований).

Законодателем установлен запрет на участие в предвыборной агитации периодических печатных изданий, учрежденных государственными органами, органами местного самоуправления исключительно для опубликования их официальных материалов и сообщений, нормативных и иных актов. Указанные издания также не могут публиковать редакционные материалы о деятельности кандидатов, избирательных объединений.

К негосударственным СМИ относятся все организации телерадиовещания, периодические печатные издания, не соответствующие вышеуказанным условиям.

В зависимости от территории распространения информации организации телерадиовещания и периодические печатные издания разделяются на следующие группы:

а) общероссийские организации телерадиовещания, то есть организации, имеющие лицензию на вещание на территориях половины или более чем половины субъектов Российской Федерации, а также организации, осуществляющие выпуск СМИ (телеканалов, радиоканалов, телепрограмм, радиопрограмм), распространяемых на основании договора иными организациями телерадиовещания на территориях половины или более чем половины субъектов Российской Федерации;

б) региональные организации телерадиовещания, то есть организации, имеющие лицензию на вещание и распространяющие СМИ (телеканалы, радиоканалы, телепрограммы, радиопрограммы) на территориях менее чем половины субъектов Российской Федерации;

в) общероссийские периодические печатные издания, то есть издания, зарегистрированные для распространения на территориях половины или более чем половины субъектов Российской Федерации;

г) региональные периодические печатные издания – издания, зарегистрированные для распространения на территориях менее чем половины субъектов Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 7 статьи 47 Федерального закона об основных гарантиях перечень государственных и муниципальных организаций телерадиовещания, государственных и муниципальных периодических печатных изданий, которые в зависимости от вида проводимых выборов обязаны предоставлять эфирное время, печатную площадь бесплатно и за плату, публикуется комиссией, организующей выборы, или указанной в законе нижестоящей комиссией по представлению органа исполнительной власти, уполномоченного на осуществление функций по регистрации СМИ, не позднее чем *на пятнадцатый день* после дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов.

В указанный перечень включаются следующие сведения о каждой организации телерадиовещания, каждом периодическом печатном издании:

1) наименование организации телерадиовещания и соответствующего СМИ, форма периодического распространения (телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма) и территория распространения в соответствии с лицензией на телевизионное вещание, радиовещание либо наименование периодического печатного издания и территория распространения в соответствии со свидетельством о регистрации СМИ;

2) регистрационный номер и дата выдачи свидетельства о регистрации СМИ;

3) юридический адрес организации телерадиовещания либо редакции периодического печатного издания;

4) учредитель (учредители) организации телерадиовещания либо учредитель (учредители) периодического печатного издания, редакции периодического печатного издания;

5) вид и объем выделявшихся бюджетных ассигнований из федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации, местного бюджета на функционирование организации телерадиовещания, периодического печатного издания (если таковые выделялись за год, предшествующий дню официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов);

6) доля (вклад) Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований в уставном (складочном) капитале (если таковая имелась (таковой имелся) на день официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов);

7) периодичность выпуска периодического печатного издания;

8) указание на то, что соответствующие телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, периодическое печатное издание являются специализированными (для культурно-просветительских, детских, технических, научных и других специализированных СМИ).

Негосударственные организации телерадиовещания и периодические печатные издания, редакции сетевых изданий вправе предоставлять платное эфирное время, платную печатную площадь, платные услуги по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях при условии, что они зарегистрированы не менее чем за один год до начала избирательной кампании. Исключение сделано только для редакций негосударственных периодических печатных изданий, которые учреждены избирательными объединениями (в том числе их структурными подразделениями).

Право предоставления эфирного времени, печатной площади сохраняется и за теми негосударственными СМИ, которые были учреждены более чем за один год до начала избирательной кампании, но затем менее чем за один год до дня официального опубликования решения о назначении выборов прошли перерегистрацию⁴.

Государственные, муниципальные, негосударственные СМИ, редакции сетевых изданий предоставляют эфирное время, печатную площадь, услуги по размещению агитационных материалов при соблюдении нескольких *общих* условий.

⁴ См.: Гришина М.В., Головин А.Г. Указ. соч. С. 10.

1. Указанные организации обязаны обеспечить одинаковые условия оплаты эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов всем зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям. Данное требование не распространяется:

а) на редакции периодических печатных изданий, редакции сетевых изданий, учрежденных избирательными объединениями, выдвинувшими списки кандидатов;

б) на редакции периодических печатных изданий, сетевых изданий, учрежденные не менее чем за один год до начала избирательной кампании гражданином (гражданами) Российской Федерации, участвующим (участвующими) в выборах в качестве кандидата (кандидатов).

Таким образом, на льготных условиях оплаты печатную площадь может получить не только само избирательное объединение, учредившее печатное или сетевое СМИ и выдвинувшее список кандидатов, но и кандидаты, выдвинутые этим избирательным объединением по одномандатным избирательным округам. Также на льготных условиях печатное и сетевое СМИ может предоставить печатную площадь не только учредившему его кандидату, выдвинутому в порядке самовыдвижения, но и избирательному объединению, выдвинувшему кандидата по одномандатному избирательному округу.

В отношении государственных и муниципальных СМИ законодатель не ограничивается требованием обеспечить одинаковые условия оплаты эфирного времени, печатной площади. Закон обязывает их предоставить зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, зарегистрировавшим списки кандидатов, в целом равные условия для проведения предвыборной агитации (продолжительность предоставленного эфирного времени, время выхода в эфир, объем предоставляемой печатной площади, место на полосе, размер и вид шрифта и т. д.). По этой причине распределение бесплатного и платного эфирного времени, печатной площади, предоставляемых государственными и муниципальными СМИ, между зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями, зарегистрировавшими списки кандидатов, осуществляется путем проведения жеребьевки.

2. Государственные, муниципальные, негосударственные СМИ, редакции сетевых изданий должны опубликовать сведения о размере (в валюте Российской Федерации) и других условиях оплаты эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов *не позднее чем через 30 дней* со дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов. Такие сведения, а также информация о дате и об

источнике их опубликования, сведения о регистрационном номере и дате выдачи свидетельства о регистрации СМИ и уведомление о готовности предоставить эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации, услуги по размещению агитационных материалов в сетевом издании *в тот же срок* должны быть представлены в избирательную комиссию, организующую выборы, или указанную в законе нижестоящую избирательную комиссию *непосредственно либо по почте*.

Несоблюдение негосударственными СМИ этого условия рассматривается как отказ от предоставления эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов. Таким же образом вправе отказаться от предоставления эфирного времени, печатной площади организации телерадиовещания, осуществляющие выпуск специализированных телеканалов, радиоканалов, телепрограмм, радиопрограмм, редакции специализированных периодических печатных изданий, а также редакции государственных периодических печатных изданий, выходящих реже чем один раз в неделю.

Помимо указанных СМИ отказаться от участия в предвыборной агитации вправе редакции сетевых изданий, а при проведении выборов в федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации – муниципальные организации телерадиовещания и редакции муниципальных периодических печатных изданий.

3. Государственные, муниципальные, негосударственные СМИ, редакции сетевых изданий должны заключать договоры на предоставление бесплатного или платного эфирного времени и бесплатной или платной печатной площади для проведения предвыборной агитации, договоры на предоставление услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях.

Правоотношения, возникающие между СМИ и кандидатами, избирательными объединениями в рамках предоставления эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов имеют, в том числе, имущественный характер и регулируются гражданским законодательством. С точки зрения гражданского права указанный договор относится к договору возмездного оказания услуг, общие правила которого содержатся в главе 39 части 2 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ). К данному договору применяются общие положения о подряде, если это не противоречит нормам главы 39, а также особенностям предмета договора возмездного оказания услуг.

Специфика правового регулирования договорных отношений в данной сфере обусловлена тем, что они возникают только в период избирательной кампании между гражданами и юридическими

лицами, которые являются субъектами избирательных правоотношений.

По этой причине избирательным законодательством предусмотрены требования к договору о предоставлении эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов, касающиеся его формы, порядка заключения, субъектов, существенных условий:

- договор должен быть заключен в простой письменной форме;
- договор должен быть заключен до дня предоставления эфирного времени, печатной площади;
- сторонами договора являются кандидат, избирательное объединение с одной стороны и организация телерадиовещания, редакция периодического печатного издания, редакция сетевого издания с другой стороны;
- при предоставлении эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов за плату от имени кандидата, избирательного объединения может выступать уполномоченный представитель по финансовым вопросам;
- стоимость предоставляемых эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов должна соответствовать опубликованным расценкам;
- предоставление платного эфирного времени, платной печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов осуществляется на условиях полной предоплаты;
- в договорах о предоставлении платного эфирного времени должны быть указаны: вид (форма) предвыборной агитации, дата и время выхода в эфир, продолжительность предоставляемого эфирного времени, размер и порядок его оплаты, формы и условия участия журналиста (ведущего) в теле- или радиопередаче;
- оплата по договору должна производиться из соответствующего избирательного фонда;
- обязательное составление актов оказанных услуг.

Кроме того, договор может содержать и иные условия, например, обязанность кандидата, избирательного объединения соблюдать требования избирательного законодательства, в том числе с указанием конкретных положений, которые должны быть соблюдены, последствия отказа от предоставленного эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов (образцы договоров на предоставление эфирного времени, печатной площади см. в Приложении 1).

В целях обеспечения контроля избирательных комиссий за соблюдением организациями телерадиовещания, периодическими печатными изданиями, редакциями сетевых изданий установленных правил размещения агитационных материалов, а также за со-

блюдением кандидатами, избирательными объединениями правил финансирования своей избирательной кампании законодатель закрепляет за СМИ следующие общие обязанности.

Обязанность вести отдельный учет объемов и стоимости эфирного времени и печатной площади, предоставленных для проведения предвыборной агитации, объемов и стоимости услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях в соответствии с формами такого учета, которые на каждом выборах устанавливаются соответствующей комиссией, и представлять данные такого учета в эту комиссию не позднее чем через десять дней со дня голосования (примеры форм учета объемов и стоимости эфирного времени и печатной площади см. в Приложении 2).

Соответствующая избирательная комиссия утверждает порядок и формы учета объемов и стоимости эфирного времени и печатной площади, предоставленных для проведения предвыборной агитации. Контрольно-ревизионная служба при избирательной комиссии использует данные учета, представленные организациями, осуществляющими выпуск СМИ, при проверке итоговых финансовых отчетов кандидатов, избирательных объединений.

Обязанность предоставлять по запросам соответствующих избирательных комиссий документы, подтверждающие согласие зарегистрированного кандидата, избирательного объединения на выполнение платных работ и оказание платных услуг.

Установление данной обязанности обеспечивает соблюдение организациями телерадиовещания и редакциями периодических печатных изданий, редакциями сетевых изданий требований избирательного законодательства при предоставлении соответствующих услуг зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям.

Согласно требованиям пункта 5 статьи 59 Федерального закона об основных гарантиях запрещаются без документально подтвержденного согласия кандидата или его уполномоченного представителя по финансовым вопросам, уполномоченного представителя по финансовым вопросам избирательного объединения выполнение оплачиваемых работ, реализация товаров, оказание платных услуг, прямо или косвенно связанных с выборами и направленных на достижение определенного результата на выборах.

В практике деятельности СМИ неоднократно возникали вопросы о возможности подтверждать факт согласия вышеуказанных лиц на предоставление платного эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов предъявлением гражданско-правового договора на оказание соответ-

ствующих услуг. Подписывая такой договор, кандидат или уполномоченный представитель по финансовым вопросам однозначно выражают свое согласие на оказание платных услуг. Однако в соответствии с требованиями вышеуказанной нормы получение письменного согласия является одним из обязательных условий, при наличии которых может быть заключен в том числе договор на предоставление платного эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов.

Обязанность хранить учетные документы о предоставлении бесплатного и платного эфирного времени, бесплатной и платной печатной площади, предоставлении услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях не менее трех лет со дня голосования.

Соблюдение указанной обязанности обеспечивает контрольно-ревизионным службам избирательных комиссий возможность запрашивать первичные учетные документы при проверке итоговых финансовых отчетов. Кроме того, указанные учетные документы могут послужить доказательственной базой при рассмотрении судами гражданских дел по заявлениям об оспаривании итогов голосования, результатов выборов в связи с нарушениями правил финансирования избирательной кампании избранными кандидатами, избирательными объединениями, допущенными к распределению депутатских мандатов.

Обязанность предоставить соответствующему кандидату, избирательному объединению возможность до окончания агитационного периода бесплатно обнародовать (опубликовать) опровержение или иное разъяснение в защиту своих чести, достоинства или деловой репутации, в случае обнародования (опубликования, размещения) агитационных и информационных материалов (в том числе содержащих достоверную информацию), способных нанести ущерб чести, достоинству или деловой репутации кандидата, деловой репутации избирательного объединения.

Для обнародования такого опровержения или иного разъяснения эфирное время должно быть предоставлено кандидату, избирательному объединению в то же время суток, в которое была обнародована первоначальная информация, и его объем не должен быть меньше, чем объем эфирного времени, предоставленного для изложения первоначальной информации, но не менее двух минут. При опубликовании указанного опровержения или иного разъяснения его текст должен быть набран тем же шрифтом, помещен на том же месте полосы и по объему должен быть не меньше, чем опровергаемый текст.

ГЛАВА 4. ОСОБЕННОСТИ УЧАСТИЯ В ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ ОРГАНИЗАЦИЙ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЯ

Устанавливая ряд общих правил участия СМИ в предвыборной агитации, законодатель также определяет особенности правового режима ее проведения на телеканалах и радиоканалах. Как уже отмечалось, эфирное время предоставляется в зависимости от вида выборов региональными и муниципальными организациями телерадиовещания на безвозмездной основе и за плату.

В рамках обеспечения равных условий предоставления эфирного времени установлены параметры, по которым региональные СМИ должны обеспечить это равенство, – *продолжительность предоставленного эфирного времени, время выхода в эфир и другие условия.*

В отношении продолжительности эфирного времени установлено правило, согласно которому общий объем бесплатного эфирного времени, которое каждая из региональных государственных организаций телерадиовещания выделяет для проведения предвыборной агитации, должен составлять не менее 30 минут в день. При этом если у организации имеется несколько телеканалов и (или) радиоканалов, то указанный объем эфирного времени должен предоставляться на каждом из них.

Уменьшение 30-минутного объема эфирного времени возможно в следующих случаях:

- если общее время вещания организации телерадиовещания составляет менее двух часов в день. На долю бесплатного эфирного времени в этом случае должно приходиться не менее одной четвертой части общего времени вещания;

- если проводятся дополнительные или повторные выборы депутата (депутатов) законодательного (представительного) органа государственной власти субъекта Российской Федерации, представительного органа муниципального образования по одномандатному (многомандатному) избирательному округу. В этом случае объем бесплатного эфирного времени устанавливается федеральным законом, законами субъектов Российской Федерации, регулируемыми отдельные виды выборов. Так, в соответствии с частью 3 статьи 65 Федерального закона от 22 февраля 2014 года № 20-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации» (далее – Федеральный закон о выборах депутатов Государственной Думы) при проведении дополнительных выборов общий объем эфирного времени, которое каждая региональная государственная организация теле-

радиовещания безвозмездно предоставляет на каждом из своих каналов для проведения зарегистрированными кандидатами предвыборной агитации, должен составлять не менее 10 минут.

Бесплатное эфирное время должно предоставляться региональными и муниципальными СМИ только в рабочие дни и только в течение периода проведения предвыборной агитации на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях, который начинается за 28 дней до дня голосования. Таким образом, если день голосования назначен на 18 сентября, то региональные организации телерадиовещания должны предоставлять бесплатное эфирное время общим объемом 30 минут в день 20 рабочих дней, начиная с 20 августа, в одинаковое время и в одинаковом объеме для всех зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений.

Кроме того, агитационные материалы должны выходить в эфир не в любое произвольно определяемое время. Предоставляемое безвозмездно эфирное время должно приходиться на определяемый соответствующей организацией телерадиовещания период, когда теле- и радиопередачи собирают наибольшую аудиторию. Речь в данном случае идет о том времени в эфире, которое именуется прайм-тайм (в международной практике принято считать, что это период времени примерно с 19:00 до 23:00).

Закон предоставляет право определения указанного времени самим региональным и муниципальным СМИ, исходя из имеющихся у них данных об аудитории их программ в разное время суток. Однако данное правило не подразумевает произвольность определения региональными СМИ времени выхода в эфир бесплатных агитационных материалов. Предлагая эфирное время за пределами общепризнанного прайм-тайма, региональные СМИ обязаны обосновать соответствующей избирательной комиссии причины, по которым выделяются именно эти временные промежутки.

Помимо продолжительности эфирного времени, времени выхода в эфир, законодатель предусматривает возможность предоставления бесплатного эфирного времени и на других равных условиях. К таковым иногда относят возможность получения зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями одинаковых услуг по оформлению выпускаемых в эфир агитационных материалов. В отличие от первых двух условий одинаковое оформление агитационных материалов не является обязательным. Редакции региональных СМИ не вправе требовать от зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений единства стилистики и оформления агитационных материалов, поскольку в соответствии с Федеральным законом об основных гарантиях они

самостоятельно определяют содержание, формы и методы предвыборной агитации⁵.

Важное значение имеет распределение объема бесплатного эфирного времени, выделяемого зарегистрированным кандидатам и избирательным объединениям, зарегистрировавшим списки кандидатов, в случае проведения выборов депутатов представительных органов федерального, регионального и местного уровня по смешанной системе. Например, согласно части 5 статьи 65 Федерального закона о выборах депутатов Государственной Думы половина общего объема бесплатного эфирного времени, предоставляемого региональной государственной организацией телерадиовещания, отводится для проведения предвыборной агитации политическими партиями, другая половина – для проведения предвыборной агитации зарегистрированными кандидатами. В Законе Иркутской области от 6 апреля 2011 года № 18-ОЗ «О выборах депутатов Законодательного Собрания Иркутской области» данное соотношение предусмотрено как один к трем, т. е. объем эфирного времени, предоставляемого избирательному объединению, определяется как трехкратный размер объема эфирного времени, предоставляемого кандидату, зарегистрированному по одномандатному избирательному округу (часть 3 статьи 55). При этом телерадиокомпания предоставляют равный объем эфирного времени всем зарегистрированным кандидатам и равный объем эфирного времени всем избирательным объединениям, зарегистрировавшим списки кандидатов на соответствующих выборах.

Расчет объемов бесплатного эфирного времени в этом случае осуществляется следующим образом. Например, на выборах депутатов Законодательного Собрания по 22 одномандатным округам зарегистрировано 110 кандидатов (в среднем по 5 кандидатов в округе) и 10 избирательных объединений зарегистрировали областные списки кандидатов. На каждом из региональных телеканалов бесплатное время предоставляется в объеме 30 минут 20 рабочих дней. Соответственно, общий объем бесплатного эфирного времени, предоставляемого одним телеканалом всем зарегистрированным кандидатам и избирательным объединениям, составляет 600 минут. На каждого зарегистрированного кандидата, избирательное объединение приходится примерно по 4 с половиной минуты эфирного времени. Однако у избирательного объединения трехкратный размер эфирного времени составляет 12 минут 9 секунд.

Таким образом, из общего объема эфирного времени в 600 минут на долю 10 избирательных объединений будет отнесено 129

⁵ См.: Гришина М.В., Головин А.Г. Указ. соч. С. 36.

минут, остальные 470 с лишним минут будут распределены между 110 кандидатами по одномандатным округам.

Избирательное законодательство содержит ряд предписаний, направленных на стимулирование проведения в рамках предоставляемого бесплатного эфирного времени совместных агитационных мероприятий кандидатов, избирательных объединений в эфире телерадиоканалов. Перечень форм проведения таких мероприятий законом не ограничивается. Совместные агитационные мероприятия могут проходить в форме предвыборных дебатов, круглых столов по наиболее важным и актуальным вопросам общественной жизни. Сценарии проведения таких мероприятий разрабатываются работниками региональных и муниципальных организаций телерадиовещания совместно с зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями.

На проведение совместных агитационных мероприятий должно быть отведено *не менее половины* от общего объема бесплатного эфирного времени, предоставленного зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, зарегистрировавшим списки кандидатов.

Практика выборов в законодательные органы субъектов Российской Федерации последних лет показывает, что в связи с небольшим объемом бесплатного эфирного времени основная его часть, а иногда и весь объем по согласованию с кандидатами, избирательными объединениями предоставляется региональными организациями телерадиовещания для проведения совместных агитационных мероприятий. Такой подход выгоден не только кандидатам и избирательным объединениям, но и самим региональным телерадиоканалам, поскольку вместо разрозненных и многочисленных агитационных материалов, дробящих эфир, появляются полноценные общественно-политические программы, которые при условии их качественной подготовки привлекают внимание большого числа телезрителей. Подобная практика стала возможной потому, что законодательно определяется лишь минимальный объем бесплатного эфирного времени, предоставляемого для проведения совместных агитационных мероприятий.

Совместные агитационные мероприятия малоэффективны и сложны в организации, если в них одновременно принимает участие большое количество кандидатов. На этот случай предусмотрен запрет на выделение бесплатного эфирного времени для проведения совместных агитационных мероприятий, если указанного объема эфирного времени недостает для проведения хотя бы одного совместного агитационного мероприятия, в котором на каждое избирательное объединение, зарегистрировавшее список кандидатов, придется пять или более минут. Аналогичная

норма установлена в отношении бесплатного эфирного времени, предоставляемого кандидатам, зарегистрированным по соответствующему одномандатному (многомандатному) избирательному округу.

Избирательные объединения, зарегистрировавшие список кандидатов, зарегистрированные кандидаты обязаны участвовать в совместных агитационных мероприятиях. При этом зарегистрированные кандидаты участвуют только лично. От имени избирательного объединения только зарегистрированные кандидаты, выдвинутые этим избирательным объединением на соответствующих выборах, лично участвуют в совместных агитационных мероприятиях.

Однако поскольку кандидаты и избирательные объединения самостоятельно определяют формы и методы предвыборной агитации, то заставить их участвовать в совместных агитационных мероприятиях нельзя. Поэтому закон устанавливает правовые последствия неисполнения этой обязанности:

– доля эфирного времени, отведенная избирательному объединению, зарегистрированному кандидату для участия в совместном агитационном мероприятии, распределяется между другими участниками данного совместного агитационного мероприятия (в том числе если на данном мероприятии может присутствовать только один участник);

– кандидат, избирательное объединение, отказавшиеся от участия в совместном агитационном мероприятии, теряют право на свою долю в объеме бесплатного эфирного времени, предоставленного для проведения мероприятия, и не могут использовать ее для размещения других агитационных материалов.

Если для проведения совместных агитационных мероприятий используется не весь объем бесплатного эфирного времени, то оставшаяся его часть распределяется в равных долях соответственно между зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями, зарегистрировавшими списки кандидатов.

Региональные государственные и муниципальные организации телерадиовещания обязаны резервировать эфирное время для проведения предвыборной агитации за плату. Размер и условия оплаты должны быть едиными для всех зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, выдвинувших зарегистрированные списки кандидатов.

Согласно Федеральному закону об основных гарантиях общий объем резервируемого эфирного времени, предоставляемого за плату, должен быть равен установленному общему объему бесплатного эфирного времени или превышать его, но не более чем в два раза.

Таким образом, общий объем платного эфирного времени, резервируемого каждой организацией телерадиовещания, на каждом телеканале, радиоканале, не может быть меньше 600 минут (общий объем бесплатного эфирного времени) и не должен превышать 1 200 минут⁶.

В отличие от бесплатного эфирного времени, платное эфирное время может предоставляться региональными и муниципальными организациями телерадиовещания в выходные дни.

Каждый зарегистрированный кандидат, избирательное объединение, зарегистрировавшее список кандидатов, вправе требовать от региональных государственных и муниципальных организаций телерадиовещания предоставления эфирного времени на платной основе. Поскольку региональные и муниципальные СМИ обязаны предоставить эфирное время на равных условиях для всех кандидатов, избирательных объединений, то последние вправе получить платное эфирное время из общего объема зарезервированного эфирного времени в пределах доли, полученной делением этого объема на число соответственно зарегистрированных кандидатов и избирательных объединений. При распределении платного эфирного времени между избирательными объединениями и зарегистрированными кандидатами должно соблюдаться соотношение, установленное для бесплатного эфирного времени, – три к одному.

Платное эфирное время, в отличие от бесплатного, не предоставляется зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям автоматически. Для участия в распределении платного эфирного времени они должны направить в соответствующую региональную государственную или муниципальную организацию телерадиовещания письменные заявки.

Распределение бесплатного и платного эфирного времени между зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями, зарегистрировавшими списки кандидатов, осуществляется путем жеребьевок. Указанные жеребьевки проводятся по завершении регистрации кандидатов, списков кандидатов, но не позднее чем за 30 дней до дня голосования. Таким образом, если день голосования назначен на 18 сентября, то жеребьевки должны быть проведены не позднее 18 августа.

Жеребьевки по распределению между зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями, зарегистрировавшими областные списки кандидатов, бесплатного эфирного вре-

⁶ На выборах депутатов Государственной Думы общий объем эфирного времени, предоставляемого телерадиокомпаниями за плату, не может превышать объем бесплатного эфирного времени более чем в четыре раза.

мени на региональных и муниципальных выборах проводятся в порядке, установленном соответствующей избирательной комиссией (пример указанного порядка см. в Приложении 3).

Помимо членов избирательной комиссии и работников ее аппарата, в жеребьевке принимают участие представители соответствующих организаций телерадиовещания, зарегистрированные кандидаты, их доверенные лица, уполномоченные представители или доверенные лица избирательных объединений, списки кандидатов которых зарегистрированы, или кандидаты, включенные в указанные списки, представители Управления Роскомнадзора по Иркутской области, иных государственных органов.

До проведения жеребьевки избирательная комиссия уведомляет организации телерадиовещания о количестве кандидатов, избирательных объединений, между которыми должно быть распределено бесплатное эфирное время. Это количество определяется с учетом территории распространения эфирного сигнала организации телерадиовещания и границ избирательных округов.

До начала проведения жеребьевки каждая организация телерадиовещания, участвующая в распределении эфирного времени, должна подготовить билеты с информацией о дате и времени выхода в эфир совместных агитационных мероприятий, предвыборных агитационных материалов.

Распределение бесплатного эфирного времени, предоставляемого на каждом телеканале, радиоканале, фактически состоит из двух жеребьевок:

- по распределению эфирного времени для проведения совместных агитационных мероприятий (каждый участник жеребьевки выбирает билет с информацией о дате и времени проведения совместного агитационного мероприятия, в котором он вправе участвовать);

- по распределению эфирного времени для размещения предвыборных агитационных материалов (участники жеребьевки выбирают билеты, в которых содержится информация о дате и времени предоставления соответствующей организацией телерадиовещания каждому субъекту агитационной деятельности эфирного времени для размещения агитационных материалов).

В случае отсутствия при проведении жеребьевки представителя кандидата, избирательного объединения в интересах этого кандидата, избирательного объединения в жеребьевке участвует один из членов избирательной комиссии с правом решающего голоса.

Содержащиеся в выбранных билетах сведения должны быть доведены до всех присутствующих и внесены в протокол о распределении эфирного времени. В соответствующие графы прото-

кола также вносятся сведения о лице, участвующем в жеребьевке в интересах кандидата, избирательного объединения, и ставится его подпись. Указанный протокол подписывают уполномоченный представитель соответствующей организации телерадиовещания и представитель избирательной комиссии.

Сформированные в результате проведения жеребьевок, а также обмена датами и временем участия в совместных агитационных мероприятиях графики распределения эфирного времени публикуются избирательной комиссией в региональном государственном (муниципальном) периодическом печатном издании.

Жеребьевка по распределению платного эфирного времени проводится в том же порядке и на тех же условиях, что и жеребьевка по распределению бесплатного эфирного времени, но имеет некоторые особенности.

Прежде всего, жеребьевка проводится соответствующей организацией телерадиовещания самостоятельно, без обязательного участия членов и представителей избирательной комиссии⁷.

Билеты с датами и временем выхода в эфир агитационных материалов формируются отдельно для зарегистрированных кандидатов и избирательных объединений. Кроме того, отдельно проводится жеребьевка по распределению платного эфирного времени, предоставляемого в выходные дни.

Протоколы жеребьевки по распределению платного эфирного времени (отдельно по рабочим и по выходным дням) должны подписываться представителями соответствующей региональной государственной организации телерадиовещания и представителем избирательной комиссии в случае его присутствия при проведении жеребьевки.

Определенный в результате жеребьевки график распределения платного эфирного времени публикуется в региональном государственном, муниципальном периодическом печатном издании.

На федеральных и региональных выборах муниципальными организациями телерадиовещания эфирное время предоставляется только на платной основе. При этом, в отличие от федеральных и региональных СМИ, объем платного эфирного времени, предоставляемого зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, не ограничен. Однако в силу закрепленного в законе требования о единстве размера и условий оплаты эфирного времени для всех зарегистрированных кандидатов, избирательных

⁷ Жеребьевка по распределению платного эфирного времени может быть проведена соответствующей организацией телерадиовещания одновременно с жеребьевкой по распределению бесплатного эфирного времени.

объединений общий объем эфирного времени, предоставляемого муниципальными организациями телерадиовещания, также должен быть разделен на доли по числу зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, зарегистрировавших списки кандидатов. Распределение платного эфирного времени, предоставляемого муниципальными организациями телерадиовещания, осуществляется путем жеребьевки.

Законодатель предусматривает возможность для кандидата, избирательного объединения отказаться как от платного, так и от бесплатного эфирного времени, предоставляемого региональными государственными и муниципальными организациями телерадиовещания. Порядок реализации такого права предполагает письменное извещение соответствующей организации телерадиовещания об отказе не позднее чем за пять дней до выхода агитационного материала в эфир, а если выход материала в эфир должен состояться менее чем через пять дней со дня проведения соответствующей жеребьевки, – в день жеребьевки. Следует также учитывать, что кандидат или избирательное объединение могут отказаться от предоставления платного эфирного времени, не подав заявку на участие в жеребьевке по распределению платного эфирного времени. Во всех этих случаях соответствующая организация телерадиовещания может использовать освободившееся бесплатное и платное эфирное время по своему усмотрению.

При этом законодатель не запрещает региональным государственным и муниципальным организациям телерадиовещания предоставлять нераспределенное или освободившееся платное эфирное время кандидатам, избирательным объединениям на равных условиях путем проведения жеребьевки.

Негосударственные организации телерадиовещания, опубликовавшие расценки на предоставление эфирного времени и уведолившие в установленный срок соответствующую избирательную комиссию о своей готовности предоставить эфирное время, принимают на себя обязанность предоставлять эфирное время зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, зарегистрировавшим списки кандидатов. *Объем платного эфирного времени*, предоставляемого негосударственными организациями телерадиовещания, законодательно не ограничивается. Однако эфирное время должно предоставляться всем зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, обратившимся в соответствующую организацию телерадиовещания с заявками на его предоставление, на равных условиях (в том числе по времени выхода в эфир). Для соблюдения равных условий предоставления эфирного времени негосударственные организации телерадиовещания вправе проводить жеребьевку по распределению эфирного

времени среди подавших заявки кандидатов, избирательных объединений.

Предоставление платного эфирного времени региональной государственной, муниципальной или негосударственной организацией телерадиовещания осуществляется на условиях полной предоплаты. Зарегистрированный кандидат, избирательное объединение обязаны представить в филиал публичного акционерного общества «Сбербанк России» (иной кредитной организации) платежное поручение о перечислении денежных средств со специального избирательного счета в оплату стоимости эфирного времени не позднее чем за два дня до дня его предоставления. Редакция соответствующей телерадиокомпании имеет право выпустить в эфир агитационный материал только при наличии у нее копии вышеуказанного платежного поручения с отметкой банка о его исполнении.

Законодателем также установлены запреты на прерывание передачи предвыборных агитационных материалов, совместных агитационных мероприятий, в том числе рекламой товаров, работ и услуг, а также на их перекрывание трансляцией иных телепрограмм и радиoproграмм, передачей иных агитационных материалов.

Организации телерадиовещания также обязаны хранить видео- и аудиозаписи выпущенных в эфир теле- и радиoproграмм, содержащих предвыборную агитацию, не менее 12 месяцев со дня официального опубликования общих результатов соответствующих выборов. Надлежащее исполнение ими данной обязанности, а также обязанности бесплатно предоставлять копии указанных теле- и радиoproграмм по требованию избирательных комиссий обеспечивают доказательственную базу для привлечения зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений к административной и конституционно-правовой ответственности.

ГЛАВА 5. ОСОБЕННОСТИ УЧАСТИЯ В ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ

Региональные государственные и муниципальные периодические печатные издания, выходящие не реже одного раза в неделю, в зависимости от уровня выборов обязаны предоставлять зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, зарегистрировавшим списки кандидатов, бесплатную печатную площадь на равных условиях. Указанные равные условия выражаются в *равном объеме предоставляемой печатной площади, одинаковом (равноценном) месте на полосе, одинаковом размере и*

виде шрифта и др. Положение о равном объеме предоставляемой бесплатной печатной площади реализуется следующим образом.

Поскольку периодичность печатных изданий определяется количеством выпусков в неделю, то и объем бесплатной печатной площади, предоставляемой кандидатам, избирательным объединениям, определяется еженедельно. Например, общий еженедельный объем бесплатной печатной площади на выборах депутатов Законодательного Собрания Иркутской области должен составлять не менее 10 процентов от общего объема еженедельной печатной площади соответствующего печатного издания в пределах периода, который начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается в ноль часов по местному времени за сутки до дня голосования. Региональное периодическое печатное издание выходит 3 раза в неделю, и объем каждого выпуска составляет 6 полос формата А3. Общий еженедельный объем печатной площади составляет 18 полос. Период, установленный законом для проведения предвыборной агитации через периодические печатные издания, равен четырем неделям. Таким образом, периодическое печатное издание должно предоставлять бесплатную печатную площадь зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям в объеме 1,8 полосы формата А3 еженедельно четыре недели. Общий объем предоставляемой печатной площади в этом случае составляет 7,2 полосы формата А3.

На муниципальных выборах в Иркутской области объем бесплатной печатной площади составляет не менее 20 процентов от общего объема еженедельной печатной площади периодического печатного издания⁸. Необходимо также учитывать, что максимальный объем бесплатной печатной площади, предоставляемой для предвыборной агитации, законодательно не урегулирован.

Для обеспечения контроля за соблюдением вышеуказанного требования законодатель обязывает редакции региональных государственных и муниципальных периодических печатных изданий опубликовать информацию об общем объеме предоставляемой бесплатной печатной площади в данном издании не позднее чем через 30 дней после дня официального опубликования (публикации) решения о назначении соответствующих выборов.

На выборах депутатов Законодательного Собрания Иркутской области объем печатной площади, предоставляемой избирательному объединению, зарегистрировавшему областной список кандидатов, определяется как трехкратный размер объема печатной площади, предоставляемой зарегистрированному по одноман-

⁸ Часть 3 статьи 79 Закона Иркутской области от 11 ноября 2011 г. № 116-ОЗ «О муниципальных выборах в Иркутской области».

датному избирательному округу кандидату. При этом редакции региональных государственных периодических печатных изданий предоставляют равный объем печатной площади соответственно зарегистрированным по одномандатным избирательным округам кандидатам и избирательным объединениям, зарегистрировавшим областные списки кандидатов, с учетом указанного соотношения. Таким образом, избирательное объединение имеет право на бесплатную печатную площадь в три раза большую по объему, чем у кандидата, зарегистрированного по одномандатному избирательному округу.

Однако на муниципальных выборах, в силу требований части 4 статьи 79 Закона Иркутской области от 11 ноября 2011 года № 116-ОЗ «О муниципальных выборах в Иркутской области», если бесплатная печатная площадь должна быть предоставлена как зарегистрированным кандидатам, так и избирательным объединениям, то половина общего объема печатной площади распределяется между зарегистрированными кандидатами, выдвинутыми по соответствующим одномандатным (многомандатным) избирательным округам, а другая половина указанного общего объема печатной площади – между избирательными объединениями.

Распределение бесплатной печатной площади между зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями, зарегистрировавшими списки кандидатов, так же как и распределение бесплатного эфирного времени, осуществляется путем проведения жеребьевки. Сроки, порядок проведения жеребьевки, перечень лиц, имеющих право принимать участие в жеребьевке, перечень лиц, имеющих право присутствовать при проведении жеребьевки, оформление ее результатов аналогичны жеребьевке по распределению бесплатного эфирного времени.

Однако, в отличие от жеребьевки по распределению бесплатного эфирного времени, *жеребьевка по распределению бесплатной печатной площади проводится непосредственно редакциями региональных государственных и муниципальных периодических печатных изданий.*

Общий объем бесплатной печатной площади, предоставляемой для проведения предвыборной агитации, должен быть поделен в зависимости от даты ее предоставления минимум на две части.

Редакции печатных изданий формируют билеты для жеребьевки отдельно для зарегистрированных кандидатов, для избирательных объединений, в которых содержится информация о датах опубликования агитационных материалов и месте таких материалов в соответствующем выпуске периодического печатного издания.

Порядок проведения жеребьевки в зависимости от уровня выборов определяется соответствующей избирательной комиссией (см. Приложение 3).

Законодателем устанавливается обязанность редакций региональных государственных и муниципальных периодических печатных изданий, выходящих не реже одного раза в неделю, резервировать платные печатные площади для проведения предвыборной агитации.

Общий объем платной печатной площади, резервируемой редакцией соответствующего периодического печатного издания на региональных и муниципальных выборах, не может быть меньше общего объема бесплатной печатной площади, но не должен превышать этот объем более чем в два раза. На выборах депутатов Государственной Думы общий объем платной печатной площади, резервируемой каждой редакцией регионального государственно-периодического печатного издания, не может быть меньше общего объема печатной площади, предоставляемой безвозмездно, но не должен превышать его более чем в четыре раза.

Каждый зарегистрированный кандидат, избирательное объединение, зарегистрировавшее список кандидатов, вправе требовать от региональных государственных и муниципальных периодических печатных изданий предоставления печатной площади на платной основе. Региональные и муниципальные периодические печатные издания в свою очередь обязаны предоставить печатную площадь на равных условиях для всех кандидатов, избирательных объединений. Поэтому последние имеют право получить платную печатную площадь из общего объема зарезервированной печатной площади в пределах доли, определенной делением этого объема на число зарегистрированных кандидатов и избирательных объединений. При этом должно соблюдаться установленное законом соотношение предоставляемой печатной площади между кандидатами и избирательными объединениями.

Платная печатная площадь, так же как и платное эфирное время, не может быть предоставлена зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям без их согласия. Для участия в распределении платной печатной площади кандидатам и избирательным объединениям необходимо направить в редакцию соответствующего регионального или муниципального периодического печатного издания письменные заявки. Принимать письменные заявки на участие в жеребьевке редакция СМИ может только в течение срока, установленного для проведения самой жеребьевки. Таким образом, прием заявок может начаться лишь после окончания сроков регистрации кандидатов, списков кандидатов и заканчивается в момент начала проведения жеребьевки.

Жеребьевка по распределению платной печатной площади проводится в том же порядке и на тех же условиях, что и жеребьевка по распределению бесплатной печатной площади.

Законодатель также определяет особенности предоставления платной печатной площади на федеральных и региональных выборах редакциями муниципальных периодических печатных изданий, редакциями выходящих реже одного раза в неделю региональных государственных периодических печатных изданий. Указанные СМИ самостоятельно определяют объем платной печатной площади, предоставляемой зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям. На муниципальные периодические печатные издания, региональные государственные периодические печатные издания, выходящие реже одного раза в неделю, распространяется требование о единстве размера и условий оплаты печатной площади для всех зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений. В этой связи общий объем предоставляемой ими печатной площади должен быть разделен на доли по числу зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, зарегистрировавших списки кандидатов. Наличие данной обязанности обуславливает и способ распределения платной печатной площади, предоставляемой муниципальными периодическими печатными изданиями, государственными периодическими печатными изданиями, выходящими реже одного раза в неделю, – жеребьевка. Правила проведения жеребьевки аналогичны правилам, установленным для региональных и муниципальных периодических печатных изданий на соответствующих выборах.

Зарегистрированный кандидат, избирательное объединение вправе отказаться как от платной, так и от бесплатной печатной площади, предоставляемой региональными государственными и муниципальными периодическими печатными изданиями. Реализация указанного права предполагает извещение редакции соответствующего периодического печатного издания об отказе от предоставленной печатной площади не позднее чем за пять дней до дня опубликования агитационного материала. Кроме того, не подав заявку на участие в жеребьевке по распределению платной печатной площади, кандидат или избирательное объединение фактически отказываются от ее предоставления. Высвободившаяся печатная площадь может быть использована соответствующей редакцией периодического печатного издания по своему усмотрению. Эта печатная площадь может быть распределена между кандидатами, избирательными объединениями на равных условиях путем проведения жеребьевки.

Законом установлены особенности участия в предвыборной агитации *негосударственных периодических печатных изданий*.

Принципиальная разница в условиях предоставления платной печатной площади между государственными (муниципальными) и негосударственными периодическими печатными изданиями заключается в том, что опубликование расценок на предоставление печатной площади и уведомление в установленный срок соответствующей избирательной комиссии о своей готовности ее предоставить влечет для первых обязанность предоставить зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям печатную площадь на основании заявок, а у последних возникает лишь право предоставить такую печатную площадь. Таким образом, *редакции негосударственных периодических печатных изданий не обязаны предоставлять платную печатную площадь всем зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, поэтому объем и время предоставления платной печатной площади могут быть определены в договоре*. Как уже отмечалось ранее, договоры, заключаемые между зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями и СМИ, в том числе на предоставление платной печатной площади, являются гражданско-правовыми. В силу закрепленного в статье 1 ГК РФ принципа свободы договора редакция негосударственного периодического печатного издания вправе отказаться от его заключения. Более того, избирательное законодательство прямо предусматривает право редакций негосударственных периодических печатных изданий отказать в предоставлении печатной площади для проведения предвыборной агитации. Таким образом, негосударственные периодические печатные издания, обладающие правом на предоставление платной печатной площади, на выборах любого уровня могут предоставить печатную площадь одним зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям и отказать в ее предоставлении другим. При этом формой такого отказа может послужить отказ от заключения договора на предоставление печатной площади.

Предоставление платной печатной площади должно осуществляться периодическими печатными изданиями на условиях полной предоплаты. Зарегистрированный кандидат, избирательное объединение обязаны представить в филиал публичного акционерного общества «Сбербанк России» (иной кредитной организации) платежное поручение о перечислении денежных средств со специального избирательного счета в оплату стоимости печатной площади не позднее чем за два дня до дня опубликования предвыборного агитационного материала. Документом, подтверждающим оплату размещения агитационного материала, является надлежащим образом заверенная копия вышеуказанного платежного поручения с отметкой филиала публичного акционерного общества «Сбербанк России» (иной кредитной организации) о его исполнении. Если зарегистри-

рованный кандидат, избирательное объединение не предоставили в редакцию соответствующего периодического печатного издания данный документ до предоставления печатной площади, то последняя не имеет права опубликовывать соответствующий агитационный материал. При несоблюдении этого требования должностные лица редакции привлекаются к административной ответственности по статье 5.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

Законодателем в целях обеспечения принципа равенства кандидатов установлено несколько требований, которые должны быть соблюдены периодическими печатными изданиями при опубликовании агитационных материалов зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений.

1. Публикации предвыборных агитационных материалов не должны сопровождаться редакционными комментариями в какой бы то ни было форме, а также заголовками и иллюстрациями. Нарушение данного запрета может повлечь существенное искажение содержания и смысла агитационного материала и соответственно – нарушение прав зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений.

Указанное требование не будет считаться нарушенным только в том случае, если каждый комментарий, заголовок или иллюстрация оговорены в соответствующем договоре на предоставление печатной площади.

2. Редакции периодических печатных изданий, публикующих предвыборные агитационные материалы, не вправе отдавать предпочтение какому-либо кандидату, избирательному объединению путем изменения тиража и периодичности выхода периодических печатных изданий. Реализация данного требования зависит от условий предоставления печатной площади. Редакции региональных государственных и муниципальных периодических печатных изданий, предоставляя бесплатную печатную площадь, ни при каких условиях не могут изменять тираж и периодичность выхода издания. Периодичность не может быть изменена указанными редакциями и при размещении агитационных материалов на платной основе, поскольку при определении общего объема платной печатной площади учитывается периодичность издания. Тираж издания может быть увеличен только в том случае, если это увеличение распространяется на всех кандидатов и на все избирательные объединения, которым предоставляется платная печатная площадь.

Редакции муниципальных (на федеральных и региональных выборах) и негосударственных периодических печатных изданий вправе увеличить периодичность (например, путем издания специ-

альных выпусков), а также тираж издания только при условии предоставления этой услуги всем зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, обратившимся за предоставлением платной печатной площади. Услуги редакции по увеличению периодичности и тиража издания должны быть оплачены из соответствующего избирательного фонда.

Вышеуказанное требование не обязаны соблюдать редакции периодических печатных изданий, учрежденных кандидатами, избирательными объединениями.

3. Во всех материалах, помещаемых в периодических печатных изданиях и оплачиваемых из средств избирательного фонда кандидата, избирательного объединения, должна помещаться информация о том, из избирательного фонда какого кандидата, какого избирательного объединения была произведена оплата соответствующей публикации. Аналогичное требование установлено и в отношении содержания агитационных материалов, размещаемых в региональном государственном или муниципальном периодическом печатном издании на бесплатной основе. Указанные требования закреплены в целях обеспечения контроля со стороны избирательных комиссий за соблюдением зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями правил финансирования избирательной кампании.

ГЛАВА 6. ОГРАНИЧЕНИЯ И ЗАПРЕТЫ В ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ

Предоставляя эфирное время, печатную площадь, услуги по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях СМИ должны учитывать, что избирательное законодательство устанавливает ряд ограничений к содержанию агитационных материалов, размещаемых в том числе на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных изданиях и сетевых изданиях.

Так, запрещается привлекать к предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума лиц, не достигших на день голосования возраста 18 лет, в том числе использовать изображения и высказывания таких лиц в агитационных материалах⁹.

В соответствии с пунктом 7 статьи 48 Федерального закона об основных гарантиях также запрещается проводить предвыборную агитацию, выпускать и распространять любые агитационные материалы:

⁹ Указанный запрет распространяется и на несовершеннолетних детей кандидатов.

а) лицам, замещающим государственные или выборные муниципальные должности (за исключением случаев, если указанные лица зарегистрированы в качестве кандидатов в депутаты или на выборные должности), государственным и муниципальным служащим, лицам, являющимся членами органов управления организаций независимо от формы собственности (в организациях, высшим органом управления которых является собрание, – членами органов, осуществляющих руководство деятельностью этих организаций), за исключением политических партий, при исполнении ими своих должностных или служебных обязанностей и (или) с использованием преимуществ своего должностного или служебного положения. При этом указание в агитационном материале должности такого лица нарушением не является;

б) членам избирательных комиссий с правом решающего голоса;

в) членам и участникам религиозных объединений при совершении обрядов и церемоний;

г) иностранным гражданам, лицам без гражданства;

д) представителям организаций, осуществляющих выпуск СМИ, и представителям редакций сетевых изданий при осуществлении ими профессиональной деятельности;

е) лицам, в отношении которых решением суда в период проводимой избирательной кампании установлен факт совершения действий, имеющих признаки экстремистской деятельности, а также обоснования или оправдания ими экстремизма.

Не допускается использование в агитационных материалах высказываний указанных физических лиц об избирательном объединении, выдвинувшем список кандидатов, кандидатов по одномандатным (многомандатным) избирательным округам, о кандидате (кандидатах).

Использование в агитационных материалах высказываний других физических лиц о кандидате, об избирательном объединении допускается только с их письменного согласия. Исключение составляют случаи использования избирательным объединением на соответствующих выборах высказываний выдвинутых им кандидатов, использования обнародованных высказываний о кандидатах, об избирательных объединениях с указанием даты (периода времени) обнародования таких высказываний и наименования СМИ, в котором они были обнародованы, а также цитирования высказываний об избирательном объединении, о кандидате, обнародованных на соответствующих выборах иными избирательными объединениями, кандидатами в своих агитационных материалах.

Законодатель также запрещает заниматься агитационной деятельностью:

- федеральным органам государственной власти, органам государственной власти субъектов Федерации, иным государственным органам, органам местного самоуправления;
- воинским частям, военным учреждениям и организациям;
- благотворительным и религиозным организациям, учрежденным ими организациями;
- избирательным комиссиям;
- иностранным юридическим лицам;
- международным организациям и международным общественным движениям.

При проведении выборов использование в агитационных материалах изображений физического лица допускается *только в следующих случаях*:

а) использование избирательным объединением изображений выдвинутых им на соответствующих выборах кандидатов (в том числе в составе списка кандидатов), включая кандидатов среди неопределенного круга лиц;

б) использование кандидатом своих изображений, в том числе среди неопределенного круга лиц.

Кроме того, запрещается агитация, возбуждающая социальную, расовую, национальную или религиозную рознь, унижающая национальное достоинство, пропагандирующая исключительность, превосходство либо неполноценность граждан по признаку их отношения к религии, социальной, расовой, национальной, религиозной или языковой принадлежности.

Под запретом также агитация, при проведении которой осуществляются пропаганда и публичное демонстрирование нацистской атрибутики или символики либо атрибутики или символики, сходных с нацистской атрибутикой или символикой до степени их смешения.

Под запрет попадают и иные формы злоупотребления свободой массовой информации при проведении предвыборной агитации. В соответствии с Законом РФ «О средствах массовой информации» к таким формам злоупотребления свободой массовой информации относятся:

- использование СМИ в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну, для распространения материалов, содержащих публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публично оправдывающих терроризм, других экстремистских материалов, а также материалов, пропагандирующих порнографию, культ

насилия и жестокости, и материалов, содержащих нецензурную брань;

– использование в радио-, теле-, видео-, кинопрограммах, документальных и художественных фильмах, а также в информационных компьютерных файлах и программах обработки информационных текстов, относящихся к специальным СМИ, скрытых вставок и иных технических приемов и способов распространения информации, воздействующих на подсознание людей и (или) оказывающих вредное влияние на их здоровье, а равно распространение информации об общественном объединении или иной организации, включенных в опубликованный перечень общественных и религиозных объединений, иных организаций, в отношении которых судом принято вступившее в законную силу решение о ликвидации или запрете деятельности по основаниям, предусмотренным Федеральным законом «О противодействии экстремистской деятельности», без указания на то, что соответствующее общественное объединение или иная организация ликвидированы или их деятельность запрещена;

– распространение иной запрещенной федеральными законами информации.

Также запрещена предвыборная агитация, нарушающая законодательство об интеллектуальной собственности. Данные нормы являются составной частью ГК РФ и регламентируют общественные отношения в области охраны отдельных результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации. В настоящее время основным источником, содержащим нормы об интеллектуальной собственности, является часть 4 ГК РФ, регулирующая соответствующие отношения с 1 января 2008 года.

Несоблюдение требований, установленных частью 4 ГК РФ (в частности, использование результатов интеллектуальной деятельности, средств индивидуализации без согласия автора или иного правообладателя, а в случае, когда допускается их использование без согласия автора или иного правообладателя, – несоблюдение условий такого использования), должно квалифицироваться как нарушение законодательства об интеллектуальной собственности¹⁰.

Организации, осуществляющие теле вещание, предоставляя эфирное время зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, должны учитывать, что они не вправе использовать

¹⁰ См.: Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 31 марта 2011 г. № 5 «О практике рассмотрения судами дел о защите избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (п. 35) // СПС «КонсультантПлюс» (судебная практика).

эфирное время на каналах, предоставленное им для размещения агитационных материалов, в целях:

а) распространения призывов голосовать против кандидата, кандидатов, списка кандидатов, списков кандидатов;

б) описания возможных негативных последствий в случае, если тот или иной кандидат будет избран, тот или иной список кандидатов будет допущен к распределению депутатских мандатов;

в) распространения информации, в которой явно преобладают сведения о каком-либо кандидате (каких-либо кандидатах), избирательном объединении в сочетании с негативными комментариями;

г) распространения информации, способствующей созданию отрицательного отношения избирателей к кандидату, избирательному объединению, выдвинувшему кандидата, список кандидатов.

ГЛАВА 7. АДМИНИСТРАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СМИ ЗА НАРУШЕНИЕ ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Нарушение порядка участия СМИ в информационном обеспечении выборов влечет административную ответственность по статье 5.5 КоАП РФ. Данный состав охватывает нарушение практически всех требований избирательного законодательства, установленных в отношении участия СМИ в информационном обеспечении выборов.

В соответствии с частью 1 статьи 5.5 КоАП РФ нарушение главным редактором, редакцией СМИ, организацией, осуществляющей теле- и (или) радиовещание, либо иной организацией, осуществляющей выпуск или распространение СМИ, порядка опубликования (обнародования) материалов, связанных с подготовкой и проведением выборов, в том числе агитационных материалов, а равно нарушение в период избирательной кампании порядка опубликования (обнародования) указанных материалов в информационно-телекоммуникационных сетях, доступ к которым не ограничен определенным кругом лиц, влечет наложение административного штрафа: на граждан – в размере от пятисот до двух тысяч пятисот рублей, на должностных лиц – от одной тысячи до пяти тысяч рублей, на юридических лиц – от тридцати тысяч до ста тысяч рублей.

Как показывает анализ практики, типичными нарушениями порядка участия СМИ в информировании избирателей и предвыборной агитации, влекущими административную ответственность на основании части 1 статьи 5.5 КоАП РФ, являются:

- отказ зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям в предоставлении им бесплатного эфирного времени и бесплатной печатной площади для проведения агитации;
- нарушение правил выделения бесплатного эфирного времени и бесплатной печатной площади для проведения агитации;
- нарушение правил распределения бесплатного эфирного времени и бесплатной печатной площади для проведения агитации;
- нарушение правил резервирования и предоставления платного эфирного времени и платной печатной площади для проведения агитации;
- публикация в периодических печатных изданиях агитационных материалов без указания источника оплаты материала;
- выпуск в эфир или публикация агитационных материалов, не оплаченных из средств избирательного фонда;
- публикация агитационных материалов в официальном периодическом печатном издании;
- перекрытие передачи агитационных материалов на каналах организаций телерадиовещания трансляцией иных теле- и радиопрограмм, иных агитационных материалов;
- публикация агитационных материалов с сопровождением их редакционными комментариями в любой форме, а также заголовками и иллюстрациями, не согласованными с соответствующим кандидатом, избирательным объединением;
- оказание редакцией периодического печатного издания, публикующего агитационные материалы, предпочтения какому-либо кандидату, избирательному объединению путем изменения тиража и периодичности выхода периодического издания.

Субъектами административных правонарушений по части 1 статьи 5.5 КоАП РФ являются главные редакторы как должностные лица СМИ, юридические лица – сами СМИ, а также организации, осуществляющие теле- и (или) радиовещание, либо иные организации, осуществляющие выпуск или распространение СМИ.

Согласно части 2 статьи 5.5 КоАП РФ непредставление государственной или муниципальной организацией, осуществляющей теле- и (или) радиовещание, редакцией государственного или муниципального периодического печатного издания избирательной комиссии на безвозмездной основе, а равно в установленный законом срок соответственно эфирного времени, печатной площади для информирования избирателей, ответов на вопросы граждан, обнародования решений и актов избирательной комиссии, а также для размещения иной информации, обнародование которой предусмотрено законодательством о выборах, влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от трех

тысяч до четырех тысяч рублей; на юридических лиц – от двадцати тысяч до тридцати тысяч рублей.

Субъектами административных правонарушений по части 2 статьи 5.5 КоАП РФ являются руководители государственных и муниципальных организаций телерадиовещания и главные редакторы государственных и муниципальных периодических печатных изданий как должностные лица СМИ, а также юридические лица – сами государственные и муниципальные СМИ. Субъективная сторона этих правонарушений характеризуется как умышленной, так и неосторожной формами вины.

Протоколы об административных правонарушениях по статье 5.5 КоАП РФ составляются должностными лицами органа, осуществляющего функции по контролю и надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, а также членами избирательной комиссии с правом решающего голоса, уполномоченными комиссией. Дела о данных правонарушениях рассматриваются судами.

Рассмотрим применение статьи 5.5 КоАП РФ на практике. Так, Я., являющийся членом Избирательной комиссии Иркутской области с правом совещательного голоса, обратился в комиссию с заявлением о привлечении к административной ответственности редакции телерадиокомпании «Б.». Поводом к обращению послужил выпуск в эфир телепередач «Думаем вместе» с нарушением требований избирательного законодательства. Рабочая группа по информационным спорам Избирательной комиссии Иркутской области в результате рассмотрения заявления установила следующее.

Телепрограммы «Думаем вместе», выпущенные в эфир 21, 22 и 23 сентября 2015 года, с содержательной точки зрения представляли собой сравнительный анализ деятельности кандидатов на должность Губернатора Иркутской области Е. и Л. В частности, в телепередачах оцениваются результаты общественной деятельности указанных лиц при замещении ими соответственно должностей Губернатора Иркутской области и депутата Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, их предвыборные программы, а также деловые качества.

Исследование телепередач «Думаем вместе» показало, что они носят агитационный характер. В частности, в указанных телепередачах содержится признак предвыборной агитации, предусмотренный подпунктом «е» пункта 2 статьи 48 Федерального закона об основных гарантиях, – деятельность, способствующая созданию положительного или отрицательного отношения избирателей к кандидату на соответствующих выборах. В телепередачах «Думаем вместе» данный агитационный признак выражался в том, что деятельность редакции, связанная с их выпуском в эфир, соз-

давала положительное отношение к кандидату на должность Губернатора Иркутской области Е. как к высокопрофессиональному государственному деятелю, чьи результаты работы принесли существенную пользу Иркутской области, и одновременно с этим отрицательное отношение к кандидату на соответствующих выборах Л. как к лицу, замещающему длительный период времени должность депутата Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации и при этом не осуществляющему активную законопроектную работу на общенациональном уровне, которая могла бы внести значительный вклад в улучшение социально-экономической обстановки в Иркутской области.

В соответствии с подпунктом 4 статьи 2 Федерального закона об основных гарантиях предвыборная агитация – это деятельность, осуществляемая в период избирательной кампании и имеющая целью побудить или побуждающая избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов или против него (них). Согласно подпункту «ж» пункта 7 статьи 48 Федерального закона об основных гарантиях, представителям организаций, осуществляющих выпуск СМИ, при осуществлении ими профессиональной деятельности запрещается проводить предвыборную агитацию, выпускать и распространять любые агитационные материалы. При этом в соответствии с пунктом 2¹ статьи 48 Федерального закона об основных гарантиях указанные действия, совершаемые при осуществлении представителями организаций, осуществляющих выпуск СМИ, профессиональной деятельности, признаются предвыборной агитацией в случае, если они совершены в агитационных целях неоднократно.

Как было установлено на заседании рабочей группы, редакцией телерадиокомпании телепередача «Думаем вместе» выпускалась в эфир 21, 22 и 23 сентября 2015 года. Указанные телепередачи имеют различное содержание, однако общую агитационную направленность, что свидетельствует о наличии в деятельности редакции агитационной цели, связанной с побуждением избирателей голосовать за конкретного кандидата на досрочных выборах Губернатора Иркутской области. Также подготовка цикла телепередач «Думаем вместе» и их выпуск в эфир 21, 22 и 23 сентября 2015 года свидетельствуют о совершении редакцией агитационных действий неоднократно. Кроме того, установлено, что цикл телепередач «Думаем вместе» за счет средств избирательного фонда какого-либо кандидата на должность Губернатора Иркутской области не оплачивался.

В результате рассмотрения заявления рабочая группа решила обратиться в Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуника-

ций по Иркутской области с представлением о составлении в отношении лица редакции телерадиокомпании, ответственного за подготовку и выпуск цикла телепередач «Думаем вместе», протокола об административном правонарушении по части 1 статьи 5.5 КоАП РФ в связи нарушением им порядка опубликования агитационных материалов.

Еще один пример из практики применения статьи 5.5 КоАП РФ. К. обратился в Избирательную комиссию Иркутской области с заявлением о нарушении правил предвыборной агитации в связи с выпуском газеты «Б.» от 2 июля 2015 года № 29 (853), а также от 6 июля 2015 года № 30 (854). По мнению заявителя, в статьях газеты от 2 июля 2015 года № 29 (853) «Выборы должны быть честными!», «Как Сергей Владимирович Виктора Ивановича в мэры не пустил», а также в статьях, опубликованных на страницах 1–11, 14, 15 соответствующего номера газеты, содержатся признаки незаконной предвыборной агитации. Кроме того, по мнению заявителя, в статье газеты от 6 июля 2015 года № 30 (854) «Муниципальный фильтр дискредитирует выборы» также имеется незаконная предвыборная агитация.

В результате рассмотрения обстоятельств, изложенных в обращении, оценки поступивших материалов установлено, что в статье «Муниципальный фильтр дискредитирует выборы», опубликованной в газете «Б.» от 6 июля 2015 года № 30 (854), имеются признаки предвыборной агитации. В частности, высказывания «Уже первые дни, отведенные кандидатам в губернаторы на сбор подписей местных депутатов в поддержку своего выдвижения, показали, что так называемый муниципальный фильтр уничтожает даже видимость конкуренции и дает главе региона (он же – кандидат от «Единой России») явные преимущества над другими кандидатами. При этом важно, что речь идет не о заслуженном преимуществе, полученном в равной, открытой, честной борьбе, а о торжестве административного ресурса» и «С помощью муниципального фильтра Е. создает дополнительные препятствия реальным конкурентам и дополнительные привилегии себе» содержат признак предвыборной агитации, предусмотренный подпунктом «г» пункта 2 статьи 48 Федерального закона об основных гарантиях, заключающийся в преобладании информации о кандидате на должность Губернатора Иркутской области Е. в сочетании с негативными комментариями, характеризующими Е. как недобросовестного кандидата, использующего властные полномочия, связанные с временным исполнением им обязанностей Губернатора Иркутской области, в целях своего избрания на выборах Губернатора Иркутской области. Указанные выше высказывания также содержат признак предвыборной агитации, предусмотрен-

ный подпунктом «е» пункта 2 статьи 48 Федерального закона об основных гарантиях, заключающийся в том, что рассматриваемые высказывания способствуют созданию отрицательного отношения избирателей к Е. как к кандидату на должность Губернатора Иркутской области, ведущему в ходе избирательной кампании заведомо неравную, непрозрачную и нечестную борьбу, основанную на использовании им административного ресурса.

С учетом своего решения, принятого на заседании 8 июля 2015 года по обращению Р., рабочая группа по информационным спорам при Избирательной комиссии Иркутской области признала, что выпуск в свет двух номеров газеты «Б.» от 2 июля 2015 года № 29 (853) и от 6 июля 2015 года № 30 (854), содержащих статьи агитационного характера, свидетельствует о неоднократном совершении должностным лицом, принимающим решения о выпуске соответствующего СМИ, агитационных действий в целях побудить избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов или против него (них).

По итогам рассмотрения заявления рабочая группа направила в Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Иркутской области представление о привлечении главного редактора газеты к административной ответственности, предусмотренной частью 1 статьи 5.5 КоАП РФ, составлении в отношении него протокола об административном правонарушении и направлении указанного протокола соответствующему мировому судье.

Указанный в части 1 статьи 5.5 КоАП РФ состав административного правонарушения для СМИ является основным. Однако административная ответственность установлена не только за нарушение порядка участия СМИ в информационном обеспечении выборов. За нарушение установленных избирательным законодательством ограничений и запретов при проведении предвыборной агитации СМИ привлекаются к административной ответственности наряду с другими участниками избирательного процесса.

Проведение предвыборной агитации вне агитационного периода. Согласно статье 5.10 КоАП РФ предвыборная агитация вне агитационного периода влечет наложение административного штрафа: на должностных лиц – от двух тысяч до пяти тысяч рублей, на юридических лиц – от двадцати тысяч до ста тысяч рублей.

Как указывалось ранее, предвыборная агитация на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных изданиях и в сетевых изданиях проводится в период, который начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается в ноль часов по местному времени дня, предшествующего дню голосования.

Протоколы по делам об административных правонарушениях по статье 5.10 КоАП РФ вправе составлять члены избирательной

комиссии с правом решающего голоса, уполномоченные комиссией, должностные лица органов внутренних дел (полиции), а также должностные лица органа, осуществляющего функции по контролю и надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Дела о данных правонарушениях рассматриваются судами.

Проведение предвыборной агитации лицами, которым участие в ее проведении запрещено федеральным законом. В соответствии со статьей 5.11 КоАП РФ проведение предвыборной агитации лицами, которым участие в ее проведении запрещено федеральным законом, а равно привлечение к проведению предвыборной агитации лиц, которые не достигнут на день голосования возраста 18 лет, в формах и методами, которые запрещены федеральным законом, влечет наложение административного штрафа: на граждан – в размере от одной тысячи до одной тысячи пятисот рублей, на должностных лиц – от двух тысяч до трех тысяч рублей, на юридических лиц – от двадцати тысяч до тридцати тысяч рублей.

Объективная сторона административного правонарушения выражается в осуществлении лицами, которым запрещено участвовать в проведении предвыборной агитации, действий, имеющих целью побудить или побуждающих избирателей к участию в выборах, к голосованию за тех или иных кандидатов или против них; в осуществлении действий по привлечению к агитации лиц, не достигших на день голосования 18 лет; в проведении предвыборной агитации в формах и методами, которые запрещены федеральным законом.

Перечень лиц, которым запрещается проводить предвыборную агитацию, выпускать и распространять любые агитационные материалы, установлен в пункте 7 статьи 48 Федерального закона об основных гарантиях (см. главу 6 данного пособия).

Протоколы об административных правонарушениях, ответственность за которые предусмотрена статьей 5.11 КоАП РФ, вправе составлять члены избирательной комиссии с правом решающего голоса, уполномоченные комиссией, должностные лица органов внутренних дел (полиции), а также должностные лица органа, осуществляющего функции по контролю и надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Дела о данных правонарушениях рассматриваются судьями.

Непредставление возможности обнародовать опровержение или иное разъяснение в защиту чести, достоинства или деловой репутации. В соответствии со статьей 5.13 КоАП РФ непредставление до окончания срока предвыборной агитации возможности обнародовать (опубликовать) опровержение или иное разъяснение в защиту чести, достоинства или деловой

репутации зарегистрированного кандидата, деловой репутации избирательного объединения в случае обнародования (опубликования) в СМИ материалов, способных нанести ущерб чести, достоинству или деловой репутации зарегистрированного кандидата, деловой репутации избирательного объединения, если в соответствии с федеральным законом предоставление такой возможности является обязательным, влечет наложение административного штрафа: на должностных лиц – в размере от двух тысяч до трех тысяч рублей, на юридических лиц – от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей.

Опубликование негативных сведений о кандидате, избирательном объединении независимо от того, соответствуют они действительности или нет, порождает юридическую обязанность СМИ предоставить зарегистрированному кандидату, избирательному объединению возможность обнародовать (опубликовать) до окончания срока предвыборной агитации опровержение либо иное разъяснение в свою защиту.

Необходимо учитывать, что обязанность предоставления возможности опровержения или разъяснения в защиту чести и достоинства кандидатов не распространяется на редакции негосударственных периодических печатных изданий, учрежденных кандидатами, политическими партиями. Не распространяется эта обязанность и на случаи, когда соответствующая информация размещена в агитационных материалах кандидатов и избирательных объединений в рамках предоставления на основании закона платных или бесплатных эфирного времени или печатной площади.

Кроме того, статьей 57 Закона РФ «О средствах массовой информации» предусмотрены случаи, при которых редакция, главный редактор, журналист не несут ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности и порочащих честь и достоинство граждан и организаций.

При этом дословное воспроизведение в СМИ в период соответствующей избирательной кампании агитационного материала, распространенного в другом СМИ, не является основанием для освобождения журналиста, главного редактора, редакции, иной организации, осуществляющей выпуск СМИ, от ответственности за нарушение избирательного законодательства, если при дословном воспроизведении такого материала не соблюдены требования указанного законодательства, предъявляемые к опубликованию (обнародованию) агитационных материалов.

С объективной стороны административное правонарушение может быть совершено в форме неправомерного действия или неправомерного бездействия (например, должностное лицо СМИ не реагирует на просьбу кандидата опубликовать опровержение).

Субъектами административного правонарушения могут быть только должностные лица соответствующих СМИ (главные редакторы, их заместители, ответственные секретари и др.) и соответствующие СМИ как юридические лица.

Протоколы об административном правонарушении по статье 5.13 КоАП РФ вправе составлять должностные лица органа, осуществляющего функции по контролю и надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Дела о данном правонарушении рассматриваются судами.

Дополнительной мерой ответственности, установленной статьей 16.1 Закона РФ «О средствах массовой информации» и применяемой в отношении СМИ, которые в период избирательной кампании неоднократно были привлечены к административной ответственности, является *приостановление выпуска СМИ*.

Если в период избирательной кампании после вступления в силу решения суда о привлечении главного редактора организации, осуществляющей выпуск СМИ, к административной ответственности за нарушение законодательства о выборах этот главный редактор или эта организация допустит повторное нарушение законодательства, Центральная избирательная комиссия Российской Федерации, а в случае, если продукция СМИ предназначена для распространения на территории субъекта Российской Федерации, также избирательная комиссия соответствующего субъекта Российской Федерации вправе обратиться в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, с представлением о приостановлении выпуска СМИ, использованного в целях совершения указанных нарушений.

Указанный федеральный орган осуществляет с привлечением заинтересованных лиц проверку фактов, изложенных в представлении, и обращается в суд с заявлением о приостановлении выпуска соответствующего СМИ. Федеральный орган не вправе отказать от обращения в суд на основании представления соответствующей избирательной комиссии о приостановлении выпуска СМИ, если главным редактором или организацией, осуществляющей выпуск СМИ, в период одной избирательной кампании совершено более двух нарушений законодательства, повлекших назначение административного наказания на основании вступивших в силу решений суда.

Приостановление выпуска СМИ осуществляется судом на срок до момента окончания голосования на выборах, а в случае, если проводится повторное голосование, – до момента окончания повторного голосования.

ДОГОВОР № _____
о предоставлении бесплатного эфирного времени для проведения
предвыборной агитации

г. _____ «__» _____ 20__ г.

(Ф.И.О. зарегистрированного кандидата)
(решение окружной избирательной комиссии одномандатного избирательного округа № ___ от «__» _____ 20__ года № _____ о регистрации кандидата), именуемый в дальнейшем «Заказчик»¹, с одной стороны и

(наименование региональной государственной организации телерадиовещания)
в лице _____,
(фамилия, инициалы руководителя или иного должностного лица),
действующего на основании _____,
(Устава, Положения)

именуемая в дальнейшем «Исполнитель», с другой стороны, в дальнейшем именуемые «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем.

1. Определения

1.1. Для целей настоящего Договора используемые термины имеют следующие значения:

агитационный период – период с ___ августа по ___ сентября 20__ года, в течение которого разрешается проводить предвыборную агитацию в средствах массовой информации;

выборы – выборы депутатов Законодательного Собрания Иркутской области;

график размещения – установленный в соответствии с жеребьевкой, проводимой Избирательной комиссией Иркутской области, и на основании соответствующего протокола о результатах жеребьевки по распределению эфирного времени, предоставляемого в соответствии с частью 1 статьи 55 Закона Иркутской области, согласованный между Сторонами график выхода в эфир материалов, совместных агитационных мероприятий (приложение № 1 к настоящему Договору);

материалы – предвыборные агитационные аудио- или аудиовизуальные материалы, предназначенные для размещения в эфире в рамках предоставленного эфирного времени;

¹ От имени зарегистрированного кандидата договор вправе заключить его уполномоченный представитель по финансовым вопросам, в этом случае в договоре указываются его фамилия, имя, отчество, а также дата выдачи и номер нотариально удостоверенной доверенности.

Закон Иркутской области – Закон Иркутской области от 6 апреля 2011 года № 18-ОЗ «О выборах депутатов Законодательного Собрания Иркутской области».

1.2. Иные термины используются в значении, установленном в Федеральном законе от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», Законе Иркутской области и в иных законодательных актах.

2. Предмет Договора

2.1. В соответствии с настоящим Договором Исполнитель обязуется безвозмездно оказать услуги по предоставлению Заказчику бесплатного эфирного времени для проведения предвыборной агитации, то есть оказать услуги по размещению в эфире материалов Заказчика в рамках предоставленного бесплатного эфирного времени, а также предоставить Заказчику возможность участия в совместных агитационных мероприятиях, проводимых в рамках предоставленного бесплатного эфирного времени.

2.2. В соответствии с частью 1 статьи 55 Закона Иркутской области за предоставление эфирного времени, указанного в подпункте 2.1 настоящего Договора, плата Исполнителем с Заказчика не взимается.

2.3. Для целей учета операций и доходов, не подлежащих налогообложению, стоимость безвозмездного оказания услуг по предоставлению в соответствии с настоящим Договором эфирного времени составляет _____ рублей.

3. Обязанности Сторон

3.1. Исполнитель обязан:

3.1.1. Оказать услуги по предоставлению эфирного времени в соответствии с результатами жеребьевки и утвержденным на их основе графиком размещения.

3.1.2. Обеспечить приемку материалов, предоставленных Заказчиком, по акту сдачи-приемки и сохранность указанных материалов.

3.1.3. Обеспечить техническую подготовку процесса выхода в эфир и выход в эфир принятых материалов Заказчика (при этом, если Заказчиком представлено несколько разных материалов, последовательность выхода в эфир этих материалов в рамках предоставленного в соответствии с графиком размещения эфирного времени определяется Заказчиком).

3.1.4. В случае проведения совместных агитационных мероприятий обеспечить их техническое сопровождение и выход в эфир.

3.1.5. Вести отдельный учет объема бесплатного эфирного времени, предоставленного Заказчику, в соответствии с формами такого учета, установленными Избирательной комиссией Иркутской области.

3.1.6. Не прерывать передачу материалов, совместных агитационных мероприятий, в том числе рекламой товаров, работ и услуг, не пере-

крывать передачу материалов, совместных агитационных мероприятий трансляцией иных теле- и радиопрограмм, передачей иных агитационных материалов.

3.1.7. Предоставить Заказчику справку об использованном эфирном времени (эфирную справку), подтверждающую фактическое использование эфирного времени.

3.1.8. Хранить видео- и аудиозаписи выпущенных в эфир теле- и радиопрограмм, содержащих материалы, совместных агитационных мероприятий не менее 12 месяцев со дня их выхода в эфир.

3.1.9. В случае представления Заказчиком материалов, которые содержат призывы к насильственному захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и нарушению целостности Российской Федерации, направлены на пропаганду войны, возбуждают социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду, а также являются злоупотреблением свободой массовой информации в иной определенной законодательством Российской Федерации форме, иным образом нарушают ограничения, предусмотренные ч. 1–2, 7–8 статьи 59 Закона Иркутской области, потребовать у Заказчика устранить соответствующие нарушения. При этом не может рассматриваться как разжигание социальной розни предвыборная агитация, направленная на защиту идей социальной справедливости. Аналогичный порядок применяется и к выступлениям на совместных агитационных мероприятиях, если они выходят в эфир в записи.

3.1.10. В случае невыполнения Заказчиком требований Исполнителя, предусмотренных в подпункте 3.1.9 настоящего Договора, отказаться от выпуска в эфир соответствующих материалов, выступлений, письменно уведомив об этом Заказчика, с указанием причин отказа не менее чем за 12 часов до предполагаемого времени размещения материалов, выступлений в эфире.

3.1.11. Воздержаться от размещения материалов иным образом, кроме как в соответствии с графиком размещения, и иными методами, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», кроме как в соответствии с настоящим Договором.

3.2. Заказчик обязан:

3.2.1. Подготовить материалы и представить их Исполнителю в срок и в соответствии с техническими требованиями, установленными пунктом 5.4 настоящего Договора.

3.2.2. В случае отказа Исполнителя в приемке материалов по основаниям, указанным в настоящем Договоре, не позднее чем за 24 часа до времени размещения материалов в эфире заменить не принятые Исполнителем материалы или привести их в соответствие с требованиями, установленными в настоящем Договоре.

3.2.3. Не включать в любой форме в материалы, в выступления на совместных агитационных мероприятиях призывы к насильственному

захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и нарушению целостности Российской Федерации, пропаганду войны, информацию, которая возбуждает социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду, не злоупотребляя в материалах, в выступлениях на совместных агитационных мероприятиях свободой массовой информации в иной определенной законодательством Российской Федерации форме, не нарушать иным образом ограничений, предусмотренных ч. 1 и 2 статьи 59 Закона Иркутской области. При этом не может рассматриваться как разжигание социальной розни предвыборная агитация, направленная на защиту идей социальной справедливости.

3.2.4. Не включать в материалы изображения физических лиц (за исключением изображения самого Заказчика, в том числе среди неопределенного круга лиц), коммерческую рекламу, высказывания о Заказчике лиц, которым запрещено проводить предвыборную агитацию.

3.2.5. Соблюдать в материалах требования части 8 статьи 59 Закона Иркутской области.

3.2.6. Самостоятельно отвечать в соответствии с законодательством Российской Федерации по претензиям или искам третьих лиц к Исполнителю в связи с содержанием материала, в том числе по вопросам его соответствия действующему законодательству. Все имущественные претензии, в том числе авторов и обладателей смежных прав, а также в связи с защитой чести, достоинства и деловой репутации к Исполнителю в отношении материала должны быть урегулированы Заказчиком своими силами и за свой счет. В случае возникновения претензий или исков со стороны третьих лиц, основанных на факте размещения Исполнителем материала, в том числе по вопросам авторского или смежных прав в отношении материала или произведений, фонограмм, исполнений, иных объектов авторских или смежных прав, использованных в материале, Заказчик самостоятельно несет полную имущественную ответственность по указанным претензиям или искам.

3.2.7. В случае использования в материалах, в выступлениях на совместных агитационных мероприятиях высказываний физического лица о Заказчике или выдвинувшем его избирательном объединении (за исключением лиц, которым запрещено проводить предвыборную агитацию) предоставить Исполнителю письменное согласие данного физического лица, за исключением случаев, указанных в пунктах 1–3 части 10 статьи 52 Закона Иркутской области.

3.2.8. Соблюдать авторские и иные смежные с ними права в материалах, в выступлениях на совместных агитационных мероприятиях и по требованию Исполнителя представить ему документы (или иные доказательства), которые свидетельствуют о наличии соответствующих прав у Заказчика. Обеспечить заключение и оплату всех необходимых договоров (соглашений) с российскими и иностранными авторами, исполнителями, иными обладателями смежных прав, другими правообладателями, соот-

ветствующими агентствами по охране авторских и смежных прав на территории Российской Федерации и за рубежом; получение всех необходимых письменных разрешений, в том числе путем заключения договоров (соглашений) на использование образов или изображений физических лиц, предусматривающих права Исполнителя использовать материал путем передачи в теле- или радиозфире, по кабелю, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в качестве составной части электронного средства массовой информации без ограничения территории².

3.2.9. Лично участвовать в совместных агитационных мероприятиях.

4. Права Сторон

4.1. Исполнитель вправе:

4.1.1. Требовать у Заказчика представления материалов в сроки и в соответствии с требованиями, установленными в настоящем Договоре.

4.1.2. В случае нарушения Заказчиком сроков сдачи материалов, указанных в пункте 5 настоящего Договора, отказаться от их размещения в эфире.

4.1.3. В случае если представленные материалы не соответствуют требованиям, установленным в настоящем Договоре, требовать замены представленных материалов или приведения их в соответствие с требованиями, установленными в настоящем Договоре, не позднее чем за 24 часа до времени размещения материалов в эфире.

4.1.4. Требовать у Заказчика документы (или иные доказательства), которые свидетельствуют о наличии у Заказчика авторских, смежных или иных прав на информацию, содержащуюся в материалах, в выступлениях на совместных агитационных мероприятиях.

4.1.5. Требовать от Заказчика личного участия в совместных агитационных мероприятиях.

4.1.6. В случаях, предусмотренных в ч. 6 статьи 55 Закона Иркутской области, в одностороннем порядке определить время выхода в эфир соответствующих материалов Заказчика в рамках времени, которое должно было быть предоставлено для совместного агитационного мероприятия.

4.1.7. В случае если Заказчик не позднее чем за пять дней до выхода материала в эфир в письменной форме откажется от использования эфирного времени, использовать высвободившееся эфирное время по своему усмотрению.

4.2. Заказчик вправе:

4.2.1. В случае отказа Исполнителя принять представленные материалы по причине их несоответствия требованиям, установленным в настоящем Договоре, не позднее чем за 24 часа до времени размещения матери-

² Положение о размещении материалов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» включается в договор в случае, если за такое размещение взимается плата на основании отдельного договора.

алов в эфире заменить их или привести в соответствие с требованиями, установленными в настоящем Договоре.

4.2.2. В случае представления нескольких разных материалов определять в рамках предоставленного в соответствии с графиком размещения эфирного времени последовательность их выхода в эфир и контролировать соблюдение такой последовательности.

4.2.3. Отказаться от использования предоставленного ему для размещения материалов бесплатного эфирного времени. В таком случае Заказчик обязан не позднее чем за пять дней до выхода материала в эфир, сообщить об этом в письменной форме Исполнителю, который вправе использовать высвободившееся эфирное время по своему усмотрению.

5. Требования к материалам, порядок их передачи Исполнителю и оформление акта об оказании услуг

5.1. Заказчик передает Исполнителю материалы в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и настоящего Договора в срок не позднее чем за три дня³ до даты выхода указанных материалов в эфир согласно графику размещения.

5.2. В случае выступления в прямом эфире (участия в совместном агитационном мероприятии) Заказчик обязан прибыть для подготовки к эфиру не позднее чем за один час⁴ до времени выхода в эфир (проведения совместного агитационного мероприятия).

5.3. Сдача материалов оформляется актом сдачи-приемки по установленной Исполнителем форме, подписанным полномочными представителями Сторон.

5.4. Материалы, передаваемые Заказчиком Исполнителю, должны соответствовать следующим техническим требованиям: _____.

5.5. После выполнения условий настоящего Договора Стороны оформляют акт об оказании услуг (приложение № 2 к настоящему Договору). Акт оформляется в следующие сроки:

– в случае выступления в прямом эфире – непосредственно после выступления;

– в иных случаях – в пятидневный срок со дня выхода в эфир.

В том случае, если одна из Сторон не подписала акт и не направила другой Стороне протокол разногласий в указанный срок, акт считается подписанным этой Стороной.

6. Ответственность Сторон

6.1. Стороны несут ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств в соответствии с законодательством Российской Федерации и настоящим Договором.

³ Указанный срок может быть изменен по соглашению Сторон.

⁴ Указанное время может быть изменено по соглашению Сторон.

6.2. В случае если в силу непреодолимых обстоятельств будут допущены нарушения графика размещения, Исполнитель обязан по согласованию с Заказчиком разместить в эфире невышедшие материалы, обеспечить возможность участия представителя Заказчика в совместном агитационном мероприятии в тех же объемах и в тех же программах в другое равноценное время в агитационный период.

7. Порядок разрешения споров

7.1. Споры, возникающие между Сторонами, разрешаются путем переговоров или иными способами, основанными на согласовании интересов.

7.2. Если согласие не будет достигнуто, возникший спор по настоящему Договору разрешается в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

8. Порядок изменения и расторжения Договора

8.1. Основания и порядок изменения и расторжения настоящего Договора определяются законодательством Российской Федерации.

8.2. Если в процессе исполнения настоящего Договора Стороны сочтут необходимым выработать иные основания и порядок его изменения (расторжения), они сделают это в дополнительном соглашении, которое будет являться неотъемлемой частью настоящего Договора.

9. Заключительные положения

9.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания Сторонами и действует до полного исполнения Сторонами своих обязательств.

9.2. Местом исполнения настоящего Договора является _____.

9.3. Настоящий Договор составлен и подписан Сторонами в двух экземплярах, имеющих равную юридическую силу, по одному экземпляру для Заказчика и Исполнителя.

10. Юридические адреса и реквизиты Сторон

Заказчик:

Исполнитель:

М.П.

М.П.

Приложение 1

Приложение № 1
к Договору № ____
от «__» ____ 20__ года

График размещения

г. _____ «__» _____ 20__ г.

(Ф.И.О. зарегистрированного кандидата)

(решение окружной избирательной комиссии одномандатного избирательного округа № ____ от «__» _____ 20__ года № ____ о регистрации кандидата), именуемый в дальнейшем «Заказчик»¹, с одной стороны и

(наименование региональной государственной организации телерадиовещания)

в лице _____ ,

(фамилия, инициалы руководителя или иного должностного лица)

действующего на основании _____ ,

(Устава, Положения)

именуемая в дальнейшем «Исполнитель», с другой стороны согласовали в соответствии с результатами жеребьевки график выхода в эфир материалов, совместных агитационных мероприятий на бесплатной основе:

Название СМИ (или передачи)	Дата выхода в эфир	Время выхода в эфир	Хронометраж	Вид (форма) предвыборной агитации

Заказчик:

М.П.

Исполнитель:

М.П.

¹ Если от имени зарегистрированного кандидата договор заключает его уполномоченный представитель по финансовым вопросам, то в графике размещения указываются его фамилия, имя, отчество, а также дата выдачи и номер нотариально удостоверенной доверенности.

Приложение 1

Приложение № 2
к Договору № ____
от «__» ____ 20__ года

Акт об оказании услуг по Договору № ____ о предоставлении бесплатного эфирного времени для проведения предвыборной агитации

г. _____ «__» _____ 20__ г.

(Ф.И.О. зарегистрированного кандидата)

(решение окружной избирательной комиссии одномандатного избирательного округа № ____ от «__» _____ 20__ года № ____ о регистрации кандидата), именуемый в дальнейшем «Заказчик»¹, с одной стороны и

(наименование государственной организации телерадиовещания)

в лице _____ ,
(фамилия, инициалы руководителя или иного должностного лица)

действующего на основании _____ ,
(Устава, Положения)

именуемая в дальнейшем «Исполнитель», с другой стороны подписали настоящий Акт, чем подтверждают, что услуги по Договору № ____ от «__» _____ 20__ года о безвозмездном предоставлении эфирного времени для проведения предвыборной агитации были оказаны Исполнителем в полном объеме, Заказчику было предоставлено эфирное время на нижеуказанных условиях:

Название СМИ (или передачи)	Дата выхода в эфир	Время выхода в эфир	Хронометраж	Вид предвыборной агитации

Заказчик:

М.П.

Исполнитель:

М.П.

¹ Если от имени зарегистрированного кандидата договор заключает его уполномоченный представитель по финансовым вопросам, то в акте об оказании услуг указываются его фамилия, имя, отчество, а также дата выдачи и номер нотариально удостоверенной доверенности.

Приложение 1

ДОГОВОР № _____ о предоставлении платной печатной площади для проведения предвыборной агитации

г. _____ «__» _____ 20__ г.

(Ф.И.О. зарегистрированного кандидата)

(решение окружной избирательной комиссии одномандатного избирательного округа № __ от «__» _____ 20__ года № _____ о регистрации кандидата), именуемый в дальнейшем «Заказчик»¹, с одной стороны и

(наименование редакции государственного, муниципального, негосударственного периодического печатного издания)

в лице _____,
(фамилия, инициалы руководителя или иного должностного лица),
действующего на основании _____,
(Устава, Положения)

именуемая в дальнейшем «Исполнитель», с другой стороны, в дальнейшем именуемые «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем.

1. Определения

1.1. Для целей настоящего Договора используемые термины имеют следующие значения:

агитационный период – период с __ августа по __ сентября 20__ года, в течение которого разрешается проводить предвыборную агитацию в средствах массовой информации;

выборы – выборы депутатов Законодательного Собрания Иркутской области;

график размещения – установленный в соответствии с жеребьевкой, проводимой Исполнителем в порядке, предусмотренном в частях 7–8 статьи 56 Закона Иркутской области, и на основании протокола распределения платной печатной площади, согласованный между Сторонами график публикации агитационных материалов (приложение № 1 к настоящему Договору);

материалы – предвыборные агитационные печатные материалы, предназначенные для размещения в периодическом печатном издании в рамках предоставленной печатной площади;

Закон Иркутской области – Закон Иркутской области от 6 апреля 2011 года № 18-ОЗ «О выборах депутатов Законодательного Собрания Иркутской области».

¹ Если от имени зарегистрированного кандидата договор заключает его уполномоченный представитель по финансовым вопросам, то в акте об оказании услуг указываются его фамилия, имя, отчество, а также дата выдачи и номер нотариально удостоверенной доверенности.

1.2. Иные термины используются в значении, установленном в Федеральном законе от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», Законе Иркутской области и в иных законодательных актах.

2. Предмет Договора

В соответствии с настоящим Договором Исполнитель обязуется оказать услуги по предоставлению печатной площади в _____

(наименование периодического печатного издания)

для публикации материалов Заказчика, а Заказчик обязуется оплатить указанные услуги.

3. Обязанности Сторон

3.1. Исполнитель обязан:

3.1.1. Оказать услуги по предоставлению печатной площади для размещения материалов после проведения соответствующей жеребьевки и на основании протокола жеребьевки². Публикация материалов осуществляется в соответствии с графиком размещения.

3.1.2. Обеспечить приемку материалов, предоставленных Заказчиком, по акту сдачи-приемки и сохранность указанных материалов.

3.1.3. Обеспечить опубликование принятых материалов Заказчика.

3.1.4. Вести отдельный учет объема и стоимости платной печатной площади, предоставленной Заказчику, в соответствии с формами такого учета, установленными Избирательной комиссией Иркутской области.

3.1.5. Выдать Заказчику справку, подтверждающую фактическое использование печатной площади, и соответствующие финансовые документы (счет, счет-фактуру).

3.1.6. Не сопровождать материалы редакционными комментариями в какой бы то ни было форме, а также заголовками и иллюстрациями, не согласованными с Заказчиком.

3.1.7. Сопровождать публикацию материалов указанием, что она оплачена из средств избирательного фонда Заказчика.

3.1.8. Не предоставлять Заказчику печатную площадь до представления им копии платежного документа о перечислении в полном объеме средств в оплату стоимости печатной площади с отметкой филиала ПАО «Сбербанк России».

3.1.9. Не отдавать предпочтение какому-либо зарегистрированному кандидату путем изменения тиража и периодичности выхода соответствующего печатного издания.

² Для региональных государственных, муниципальных периодических печатных изданий.

3.1.10. В случае отказа Заказчика от использования печатной площади в порядке и сроки, указанные в подпункте 4.2.2 настоящего Договора, но после перечисления денежных средств в оплату стоимости этой печатной площади возратить на специальный избирательный счет Заказчика (счет № _____³) эти денежные средства не позднее чем через ___ дней.

3.1.11. В случае представления Заказчиком материалов, которые содержат призывы к насильственному захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и нарушению целостности Российской Федерации, направлены на пропаганду войны, возбуждают социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду, а также являются злоупотреблением свободой массовой информации в иной определенной законодательством Российской Федерации форме, иным образом нарушают ограничения, предусмотренные ч. 1–2, 7 статьи 59 Закона Иркутской области, потребовать у Заказчика устранить соответствующие нарушения. При этом не может рассматриваться как разжигание социальной розни предвыборная агитация, направленная на защиту идей социальной справедливости.

3.1.12. В случае невыполнения Заказчиком требований Исполнителя, предусмотренных в подпункте 3.1.11 настоящего Договора, отказаться от опубликования таких материалов, письменно уведомив Заказчика о причинах такого отказа не менее чем за 12 часов до установленного настоящим Договором дня публикации.

3.1.13. Воздержаться от размещения материалов иным образом, кроме как в соответствии с графиком размещения, и иными методами, кроме как в соответствии с настоящим Договором.

Вариант 1:

3.1.14. При размещении в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» электронного образа выпуска (номера) периодического печатного издания размещать также материалы Заказчика.

Вариант 2:

3.1.14. Воздержаться от размещения материалов на своем сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

3.2. Заказчик обязан:

3.2.1. Подготовить материалы и представить их Исполнителю в срок и в соответствии с требованиями, установленными в настоящем Договоре.

3.2.2. В случае отказа Исполнителя в приемке материалов по основаниям, указанным в настоящем Договоре, не позднее чем за 24 часа до дня публикации заменить не принятые Исполнителем материалы или привести их в соответствие с требованиями, установленными в настоящем Договоре.

3.2.3. Не включать в любой форме в материалы призывы к насильственному захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и нарушению целостности Российской Федерации, пропаганду войны, информацию, которая возбуждает социальную, расовую, националь-

³ Указывается номер специального избирательного счета зарегистрированного кандидата.

ную или религиозную ненависть и вражду, не злоупотреблять в материалах свободой массовой информации в иной определенной законодательством Российской Федерации форме, не нарушать иным образом ограничений, предусмотренных ч. 1–2 статьи 59 Закона Иркутской области. При этом не может рассматриваться как разжигание социальной розни предвыборная агитация, направленная на защиту идей социальной справедливости.

3.2.4. Не включать в материалы изображения физических лиц (за исключением изображения самого Заказчика), коммерческую рекламу и агитацию за других зарегистрированных кандидатов, а также высказывания о Заказчике лиц, которым запрещено проводить предвыборную агитацию.

3.2.5. Самостоятельно отвечать в соответствии с законодательством Российской Федерации по претензиям и/или искам третьих лиц к Исполнителю в связи с содержанием материала, в том числе по вопросам его соответствия действующему законодательству. Все имущественные претензии, в том числе авторов и обладателей смежных прав, а также в связи с защитой чести, достоинства и деловой репутации к Исполнителю в отношении материала должны быть урегулированы Заказчиком своими силами и за свой счет. В случае возникновения претензий или исков со стороны третьих лиц, основанных на факте размещения Исполнителем материала, в том числе по вопросам авторского или смежных прав в отношении материала или произведений, иных объектов авторских или смежных прав, использованных в материале, Заказчик самостоятельно несет полную имущественную ответственность по указанным претензиям или искам.

3.2.6. В случае использования в материалах высказываний физического лица о зарегистрированном кандидате, выдвинувшем его избирательном объединении (за исключением лиц, которым запрещено проводить предвыборную агитацию), представить Исполнителю письменное согласие данного физического лица, за исключением случаев, указанных в пунктах 1–3 части 10 статьи 52 Закона Иркутской области.

3.2.7. Соблюдать авторские и иные смежные с ними права в материалах и по требованию Исполнителя представить ему документы (или иные доказательства), которые свидетельствуют о наличии соответствующих прав у Заказчика. Обеспечить заключение и оплату всех необходимых договоров (соглашений) с российскими и иностранными авторами, иными обладателями смежных прав, другими правообладателями, соответствующими агентствами по охране авторских и смежных прав на территории Российской Федерации и за рубежом; получение всех необходимых письменных разрешений, в том числе путем заключения договоров (соглашений) на использование образов или изображений физических лиц, предусматривающих права Исполнителя использовать материал, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» без ограничения территории⁴.

⁴ Положение о размещении материалов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» включается в договор в случае, если за такое размещение взимается плата на основании отдельного договора.

3.2.8. Оплатить из избирательного фонда (счет № _____) стоимость предоставленной печатной площади.

3.2.9. Предоставить в филиал ПАО «Сбербанк России» платежный документ о перечислении в полном объеме средств в оплату стоимости печатной площади не позднее чем за два дня до дня публикации материалов. Предоставить копию указанного платежного документа с отметкой филиала ПАО «Сбербанк России» о его исполнении Исполнителю до предоставления печатной площади.

4. Права Сторон

4.1. Исполнитель вправе:

4.1.1. Требовать у Заказчика представления материалов в сроки и в соответствии с требованиями, установленными в настоящем Договоре.

4.1.2. В случае нарушения Заказчиком сроков сдачи материалов, указанных в пункте 5 настоящего Договора, отказаться от его опубликования.

4.1.3. В случае если представленные материалы не соответствуют требованиям, установленным в Законе Иркутской области и настоящем Договоре, требовать замены представленных материалов или приведения их в соответствие с установленными требованиями не позднее чем за 24 часа до дня публикации материалов.

4.1.4. Требовать у Заказчика документы или иные доказательства, которые свидетельствуют о наличии у Заказчика авторских, смежных или иных прав на информацию, содержащуюся в материалах.

4.1.5. Требовать у лица, передающего Исполнителю материалы Заказчика, предъявления документа, подтверждающего его на то полномочия.

4.1.6. В случае если не позднее чем за пять дней до дня публикации материала Заказчик в письменной форме отказывается от использования печатной площади, использовать высвободившуюся печатную площадь по своему усмотрению.

4.2. Заказчик вправе:

4.2.1. В случае отказа Исполнителя принять представленные материалы по причине их несоответствия требованиям, установленным в настоящем Договоре, не позднее чем за 24 часа до дня публикации материалов заменить их или привести в соответствие с требованиями, установленными в Законе Иркутской области и настоящем Договоре.

4.2.2. Отказаться от использования предоставленной ему для проведения предвыборной агитации печатной площади. В таком случае Заказчик обязан не позднее чем за пять дней до дня публикации материалов сообщить об этом в письменной форме Исполнителю, который вправе использовать высвободившуюся печатную площадь по своему усмотрению.

5. Требования к материалам и порядок их передачи Исполнителю

5.1. Заказчик передает Исполнителю материалы в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и настоящего Договора в срок не позднее чем за _____ рабочих дней до дня опубликования указанных материалов.

5.2. Сдача материалов оформляется актом сдачи-приемки по установленной Исполнителем форме, подписанным полномочными представителями Сторон.

5.3. Материалы передаются Заказчиком Исполнителю в следующем формате: _____.

5.4. Во всех материалах должна содержаться информация о том, что соответствующая публикация оплачена из средств избирательного фонда Заказчика.

6. Условия предоставления печатной площади и цена договора

6.1. Номер (выпуск) периодического печатного издания, в котором публикуются материалы, определяется в соответствии с настоящим Договором.

6.2. Объем предоставляемой печатной площади составляет _____ см².

6.3. Стоимость печатной площади определяется исходя из сведений о размере (в валюте Российской Федерации), других условий оплаты печатной площади, опубликованных Исполнителем в _____

(наименование источника публикации и дата публикации)

и в тот же срок представленных в Избирательную комиссию Иркутской области, и составляет _____ рублей.

6.4. В случае если Заказчик откажется от печатной площади в порядке, предусмотренном подпунктом 4.2.2 настоящего Договора, или если Заказчику по независящим от Сторон обстоятельствам будет предоставлен иной объем печатной площади, чем это предусмотрено в настоящем Договоре, стоимость печатной площади определяется исходя из объема печатной площади, фактически предоставленной Заказчику⁵, из расчета _____ рублей/см².

6.5. После выполнения условий настоящего Договора Стороны оформляют акт об оказании услуг (приложение № 2 к настоящему Договору).

6.6. В случае если Заказчик откажется от печатной площади с нарушением порядка и сроков, предусмотренных подпунктом 4.2.2 настоящего Договора, в том числе не представит материалы, он обязан возместить стоимость такой печатной площади на условиях оплаты фактически предоставленной печатной площади. Если такой отказ произошел после перечисления денежных средств в оплату этой печатной площади, эти денежные средства Заказчику не возвращаются.

⁵ Определяется в соответствии со справкой и актом об оказании услуг.

7. Ответственность Сторон

7.1. Стороны несут ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств в соответствии с законодательством Российской Федерации и настоящим Договором.

7.2. В случае если в силу непреодолимых обстоятельств будут допущены нарушения сроков публикации материалов, Исполнитель обязан по согласованию с Заказчиком опубликовать материалы на тех же условиях в ином номере (выпуске) периодического печатного издания в агитационный период.

8. Порядок разрешения споров

8.1. Споры, возникающие между Сторонами, разрешаются путем переговоров или иными способами, основанными на согласовании интересов.

8.2. Если согласие не будет достигнуто, возникший спор по настоящему Договору разрешается в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

9. Порядок изменения и расторжения Договора

9.1. Основания и порядок изменения и расторжения настоящего Договора определяются законодательством Российской Федерации.

9.2. Если в процессе исполнения настоящего Договора Стороны сочтут необходимым выработать иные основания и порядок его изменения (расторжения), они сделают это в дополнительном соглашении, которое будет являться неотъемлемой частью настоящего Договора.

10. Заключительные положения

10.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания Сторонами и действует до полного исполнения Сторонами своих обязательств.

10.2. Местом исполнения настоящего Договора является _____.

10.3. Настоящий Договор составлен и подписан Сторонами в двух экземплярах, имеющих равную юридическую силу, по одному экземпляру для Заказчика и Исполнителя.

11. Юридические адреса и реквизиты Сторон

Заказчик:

М.П.

Исполнитель:

М.П.

Приложение 1

Приложение № 1
к Договору № ____
от «__» ____ 20__ года

График размещения

г. _____ «__» _____ 20__ г.

_____ (наименование избирательного объединения)
(постановление Избирательной комиссии Иркутской области от «__» _____ 20__ года № ____ о регистрации областного списка кандидатов, выдвинутого указанным избирательным объединением) в лице уполномоченного представителя по финансовым вопросам

_____ (фамилия, имя, отчество)
действующего на основании доверенности № __ от «__» _____ 20__ года, именуемое в дальнейшем «Заказчик», с одной стороны и

_____ (наименование редакции регионального государственного периодического печатного издания)
в лице _____ (фамилия, инициалы руководителя или иного должностного лица)
действующего на основании _____ (Устава, Положения)

именуемая в дальнейшем «Исполнитель», с другой стороны согласовали в соответствии с результатами жеребьевки график публикации агитационных материалов:

Наименование периодического печатного издания	Дата выхода	Площадь

Заказчик:

М.П.

Исполнитель:

М.П.

Приложение 1

Приложение № 2
к Договору № ____
от «__» _____ 20__ года

Акт об оказании услуг по Договору № ____ о предоставлении платной печатной площади для проведения предвыборной агитации

г. _____ «__» _____ 20__ г.

_____ (наименование избирательного объединения)
(постановление Избирательной комиссии Иркутской области от «__» _____ 20__ года № ____ о регистрации областного списка кандидатов, выдвинутого указанным избирательным объединением) в лице уполномоченного представителя по финансовым вопросам

_____ (фамилия, имя, отчество)
действующего на основании доверенности № __ от «__» _____ 20__ года, именуемое в дальнейшем «Заказчик», с одной стороны и

_____ (наименование редакции регионального государственного периодического печатного издания)
в лице _____ (фамилия, инициалы руководителя или иного должностного лица)
действующего на основании _____ (Устава, Положения)

именуемая в дальнейшем «Исполнитель», подписали настоящий Акт, чем подтверждают, что услуги по Договору № ____ от «__» _____ 20__ года о предоставлении платной печатной площади для проведения предвыборной агитации были оказаны Исполнителем в полном объеме, Заказчику была предоставлена печатная площадь на нижеуказанных условиях:

Название материала	Дата опубликования, номер, тираж	Место расположения материала	Объем

Заказчик:

М.П.

Исполнитель:

М.П.

**Досрочные выборы Губернатора Иркутской области¹
СВОДНЫЕ СВЕДЕНИЯ
об объемах бесплатного эфирного времени, предоставленного**

(полное наименование организации телерадиовещания)

По состоянию на « ___ » _____ 2015 года

№ п/п	Фамилия, имя, отчество зарегистрированного кандидата	Разновидность эфирного времени	Форма предвыборной агитации ²	Дата выхода в эфир	Время выхода в эфир	Объем фактически предоставленного эфирного времени, мин., сек.	Дата заключения и номер договора
1	2	3	4	5	6	7	8
	ИТОГО (по каждому зарегистрированному кандидату)	-	-	-	-	-	-
	ВСЕГО	-	-	-	-	-	-

Руководитель организации телерадиовещания _____

(инициалы, фамилия, подпись, дата)

Главный бухгалтер организации телерадиовещания _____

(инициалы, фамилия, подпись, дата)

М.П.

¹ Формы учета объема и стоимости эфирного времени, печатной площади, предоставленных организациями телерадиовещания, редакциями периодических печатных изданий зарегистрированным кандидатам на досрочных выборах Губернатора Иркутской области, утверждены постановлением Избирательной комиссии Иркутской области от 6 августа 2015 года № 79/978.

² Формы предвыборной агитации: дебатов, дискуссия, выступление, телеочерк, видеофильм, пресс-конференция либо иные не запрещенные законом формы.

Досрочные выборы Губернатора Иркутской области

СВОДНЫЕ СВЕДЕНИЯ об объемах и стоимости платного эфирного времени, предоставленного

(полное наименование организации телерадиовещания)

По состоянию на « » 2015 года

№ п/п	Фамилия, имя, отчество зарегистрированного кандидата	Разновидность эфирного времени	Форма предвыборной агитации ¹	Дата выхода в эфир	Время выхода в эфир	Объем фактически предоставленного эфирного времени, мин., сек.	Стоимость фактически предоставленного эфирного времени, руб.	Наименование платежеспособного лица, его банковские реквизиты	Документ, подтверждающий оплату (дата и номер платежного поручения)	Основание платежа (дата заключения и номер договора, номер счета)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	ИТОГО (по каждому зарегистрированному кандидату)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ВСЕГО	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Руководитель организации телерадиовещания

Главный бухгалтер организации телерадиовещания

_____ (инициалы, фамилия, подпись, дата)

_____ (инициалы, фамилия, подпись, дата)

М.П.

¹ Формы предвыборной агитации: дебаты, дискуссия, круглый стол, интервью, выступление, телеочерк, видеofilm, пресс-конференция либо иные не запрещенные законом формы.

Досрочные выборы Губернатора Иркутской области

СВОДНЫЕ СВЕДЕНИЯ об объемах бесплатной печатной площади, предоставленной редакцией

(полное наименование редакции периодического печатного издания)

По состоянию на « ___ » _____ 2015 года

№ п/п	Фамилия, имя, отчество зарегистрированного кандидата	Дата опубликования предвыборного агитационного материала и номер периодического печатного издания	Наименование (заголовки) предвыборного агитационного материала	Объем фактически предоставленной печатной площади, в см ²	Тираж, экз.	Дата заключения и номер договора
1	2	3	4	5	6	7
	ИТОГО (по каждому зарегистрированному кандидату)	-	-	-	-	-
	ВСЕГО	-	-	-	-	-

Руководитель редакции
периодического печатного издания

Главный бухгалтер
периодического печатного издания

_____ (инициалы, фамилия, подпись, дата)

_____ (инициалы, фамилия, подпись, дата)

М.П.

Досрочные выборы Губернатора Иркутской области

**СВОДНЫЕ СВЕДЕНИЯ
об объемах и стоимости платной печатной площади, предоставленной редакцией**

(полное наименование редакции периодического печатного издания)

По состоянию на « » 2015 года

№ п/п	Фамилия, имя, отчество зарегистрированного кандидата	Дата опубликования, номер периодического печатного издания	Наименование (заголовок) предвыборного агитационного материала	Объем фактически предоставленной печатной площади, в см ²	Стоимость фактически предоставленной печатной площади, руб.	Тираж, экз.	Наименование платещика, его банковские реквизиты	Документ, подтверждающий оплату (дата, номер платежного поручения)	Основание платежа (дата заключения договора, номер счета)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	ИТОГО (по каждому зарегистрированному кандидату)	-	-				-	-	-
	ВСЕГО	-	-				-	-	-

Руководитель редакции
периодического печатного издания

_____ (инициалы, фамилия, подпись, дата)

Главный бухгалтер
периодического печатного издания

_____ (инициалы, фамилия, подпись, дата)

М.П.

ПОРЯДОК
проведения жеребьевки по распределению
между зарегистрированными кандидатами, избирательными
объединениями, зарегистрировавшими
областные списки кандидатов,
эфирного времени на каналах организаций телерадиовещания
и печатной площади в периодических печатных изданиях
при проведении выборов депутатов Законодательного Собрания
Иркутской области второго созыва¹

Настоящим Порядком регулируется проведение жеребьевки по распределению между зарегистрированными кандидатами, выдвинутыми по одномандатным избирательным округам, избирательными объединениями, зарегистрировавшими областные списки кандидатов, бесплатного и платного эфирного времени на каналах региональных государственных организаций телерадиовещания (далее – организации телерадиовещания), бесплатной и платной печатной площади редакциями региональных государственных периодических печатных изданий (далее – периодические печатные издания), муниципальных организаций телерадиовещания, муниципальных периодических печатных изданий в соответствии с Федеральным законом от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (далее – Федеральный закон об основных гарантиях избирательных прав), Законом Иркутской области от 6 апреля 2011 года № 18-ОЗ «О выборах депутатов Законодательного Собрания Иркутской области» (далее – Закон Иркутской области) при проведении выборов депутатов Законодательного Собрания Иркутской области второго созыва.

1. Общие положения

1.1. Избирательная комиссия Иркутской области (далее – Избирательная комиссия) с участием организаций телерадиовещания проводит жеребьевку по распределению бесплатного эфирного времени на каналах указанных организаций.

Региональные государственные организации телерадиовещания с участием заинтересованных лиц проводят жеребьевку по распределению платного эфирного времени на каналах указанных организаций.

1.2. В результате жеребьевок определяются даты и время выхода в эфир предвыборных агитационных материалов избирательных объеди-

¹ Утвержден постановлением Избирательной комиссии Иркутской области от 26 июля 2013 года № 21/340.

нений, зарегистрировавших областные списки кандидатов (далее – избирательные объединения), а также кандидатов, выдвинутых по одномандатным избирательным округам (далее – кандидаты).

Жеребьевки по распределению бесплатного эфирного времени проводятся Избирательной комиссией по адресу: г. Иркутск, ул. Ленина, 1а.

1.3. Редакции региональных государственных периодических печатных изданий с участием заинтересованных лиц проводят жеребьевку по распределению бесплатной и платной печатной площади, предоставляемой кандидатам, избирательным объединениям в соответствующем периодическом печатном издании. В результате жеребьевки определяются даты и места размещения агитационных материалов кандидатов, избирательных объединений.

1.4. В жеребьевках по распределению эфирного времени, печатной площади, предоставляемых избирательным объединениям, участвуют представители соответствующих избирательных объединений (уполномоченные представители избирательных объединений, в том числе по финансовым вопросам, доверенные лица, полномочия которых подтверждены соответствующим документом). В жеребьевках по распределению эфирного времени, печатной площади, предоставляемых кандидатам, участвуют указанные кандидаты или их уполномоченные представители, в том числе по финансовым вопросам, доверенные лица, полномочия которых подтверждены соответствующим документом.

В случае отсутствия при проведении жеребьевки представителя кандидата, избирательного объединения в интересах этого кандидата, избирательного объединения в жеребьевке участвует один из членов Избирательной комиссии с правом решающего голоса, представитель организации телерадиовещания, представитель периодического печатного издания.

При проведении жеребьевок также имеют право присутствовать:

- члены Избирательной комиссии с правом решающего голоса и с правом совещательного голоса, работники аппарата Избирательной комиссии, члены окружных избирательных комиссий с правом решающего голоса;
- представители Управления Роскомнадзора по Иркутской области;
- представители иных государственных органов;
- представители средств массовой информации.

2. Распределение бесплатного эфирного времени на каналах региональных государственных организаций телерадиовещания

2.1. На основании части 8 статьи 55 Закона Иркутской области жеребьевка по распределению бесплатного эфирного времени, предоставляемого для проведения совместных агитационных мероприятий и для размещения агитационных материалов кандидатами, избирательными объединениями, проводится по завершении регистрации кандидатов, об-

ластных списков кандидатов, но не позднее чем за 30 дней до дня голосования, то есть в один из дней в период с 4 по 8 августа 2013 года.

2.2. Избирательная комиссия не позднее дня, предшествующего дню проведения жеребьевки, уведомляет организации телерадиовещания о количестве кандидатов, избирательных объединений, между которыми должно быть распределено бесплатное эфирное время. Это количество определяется с учетом территории распространения эфирного сигнала организации телерадиовещания и границ одномандатных избирательных округов.

2.3. Бесплатное эфирное время распределяется между кандидатами, избирательными объединениями на равных условиях (продолжительность предоставленного эфирного времени, время выхода в эфир и другие условия). Объем эфирного времени, предоставляемого избирательному объединению, зарегистрировавшему областной список кандидатов, определяется как трехкратный размер объема эфирного времени, предоставляемого кандидату, зарегистрированному по одномандатному избирательному округу.

2.4. Избирательная комиссия не позднее чем за два дня до проведения жеребьевки информирует кандидатов, избирательные объединения через средства массовой информации или иным способом о дате, времени и месте проведения жеребьевки, а также размещает эту информацию на своем официальном сайте в сети Интернет в разделе «Информационное обеспечение выборов».

2.5. Подготовка помещения для проведения жеребьевки возлагается на Избирательную комиссию, а подготовка необходимой для жеребьевки документации – на соответствующую организацию телерадиовещания.

Каждая организация телерадиовещания, участвующая в распределении эфирного времени, изготавливает билеты с информацией о дате и времени выхода в эфир совместных агитационных мероприятий, предвыборных агитационных материалов.

2.6. До начала проведения жеребьевки организация телерадиовещания представляет на всеобщее обозрение билеты с информацией о дате и времени выхода в эфир совместных агитационных мероприятий, предвыборных агитационных материалов и располагает их в помещении, где проводится жеребьевка, таким образом, чтобы исключить возможность предварительного ознакомления кандидатов или их представителей, представителей избирательных объединений с содержанием указанной информации.

2.7. Согласно части 2 статьи 55 Закона Иркутской области общий объем бесплатного эфирного времени, которое каждая из организаций телерадиовещания предоставляет на каждом из своих каналов для проведения предвыборной агитации, должен составлять не менее 30 минут в рабочие дни в период с 10 августа 2013 года до нуля часов по местному времени за сутки до дня голосования, то есть до нуля часов 7 сентября 2013

года. Предоставляемое бесплатно эфирное время должно приходиться на определяемый соответствующей организацией телерадиовещания период, когда теле- и радиопередачи собирают наибольшую аудиторию.

Таким образом, общий объем бесплатного эфирного времени, предоставляемый организацией телерадиовещания на каждом из своих каналов, составляет в период избирательной кампании по выборам депутатов Законодательного Собрания Иркутской области второго созыва не менее 600 минут. Организация телерадиовещания вправе выделить и больший объем бесплатного эфирного времени. В соответствии с пунктом 3 статьи 51 Федерального закона об основных гарантиях избирательных прав если в результате предоставления бесплатного эфирного времени на каждого кандидата, каждое избирательное объединение придется более 60 минут бесплатного эфирного времени, общий объем бесплатного эфирного времени, которое каждая из организаций телерадиовещания предоставляет для проведения агитации, сокращается и должен составлять 60 минут, умноженных соответственно на количество кандидатов, избирательных объединений. О таком решении организация телерадиовещания уведомляет Избирательную комиссию не позднее 5 августа 2013 года.

Бесплатное эфирное время может быть поделено в зависимости от даты предоставления на два или более этапа, а также в зависимости от времени предоставления – на утреннее и вечернее (в связи с этим подготавливаются отдельные билеты по этапам предоставления эфирного времени по утреннему и по вечернему эфирному времени). Вместе с тем возможно предоставление указанного эфирного времени только вечером.

В соответствии с частью 4 статьи 55 Закона Иркутской области не менее половины общего объема бесплатного эфирного времени, предоставляемого организациями телерадиовещания, отводится зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, зарегистрировавшим областные списки кандидатов, для совместного проведения дискуссий, круглых столов, иных совместных агитационных мероприятий. Данное правило не применяется, если на каждого кандидата, зарегистрированного по одномандатному избирательному округу, приходится менее 5 минут из общего объема бесплатного эфирного времени. К использованию этой доли бесплатного эфирного времени все зарегистрированные кандидаты, избирательные объединения, зарегистрировавшие областные списки кандидатов, должны быть допущены на равных основаниях.

Оставшаяся часть бесплатного эфирного времени, предоставляемого организациями телерадиовещания, распределяется в равных долях соответственно между кандидатами, избирательными объединениями. Время, отведенное для совместных агитационных мероприятий, распределяется путем жеребьевки таким образом, чтобы каждый из участников совместного агитационного мероприятия получил равный с другими участниками объем времени. Участник жеребьевки выбирает билет с информацией

о дате и времени проведения совместного агитационного мероприятия, в котором он вправе участвовать.

Распределение между кандидатами, избирательными объединениями эфирного времени, предоставляемого для размещения предвыборных агитационных материалов, также осуществляется жеребьевкой. Участвующие в распределении эфирного времени кандидаты или их представители, представители избирательных объединений выбирают билеты, в которых содержится информация о дате и времени предоставления соответствующей организацией телерадиовещания каждому субъекту агитационной деятельности бесплатного эфирного времени для размещения предвыборных агитационных материалов.

2.8. Содержащиеся в билетах сведения оглашаются и вносятся в протокол о распределении эфирного времени (приложение № 1) представителем организации телерадиовещания. В соответствующие графы протокола вносятся фамилия, имя, отчество лица, участвующего в жеребьевке в интересах кандидата, избирательного объединения, и ставится его подпись. Протокол о распределении эфирного времени подписывают уполномоченный представитель соответствующей организации телерадиовещания и представитель Избирательной комиссии.

2.9. В день проведения жеребьевки по распределению бесплатного эфирного времени после подписания протокола о распределении эфирного времени участники совместных агитационных мероприятий могут по взаимному согласию (в том числе по предложению представителей организации телерадиовещания) обменяться датами и временем участия в них.

О проведенных между участниками совместных агитационных мероприятий согласованиях составляется протокол, подписываемый соответствующими кандидатами или их представителями, представителями избирательных объединений, обменявшихся датами и временем участия в совместных агитационных мероприятиях, представителями соответствующей организации телерадиовещания и представителем Избирательной комиссии, присутствующим при обмене (приложение № 2). В дальнейшем обмен датами и временем участия в совместных агитационных мероприятиях в рамках бесплатного эфирного времени не исключается при условии наличия согласия на такой обмен всех участников соответствующих совместных агитационных мероприятий, своевременного опубликования в региональных государственных периодических печатных изданиях сведений о датах и времени выхода в эфир совместных агитационных мероприятий с указанием новых составов участников и уведомления Избирательной комиссии.

2.10. Избирательная комиссия публикует в общественно-политической газете «Областная» и размещает на официальном сайте комиссии в сети Интернет в разделе «Информационное обеспечение выборов» график распределения эфирного времени, определенный в результате

жеребьевки, с учетом итогов обмена по взаимному согласию между избирательными объединениями датами и временем участия в совместных агитационных мероприятиях, а также график распределения эфирного времени, определенный в результате жеребьевки, с учетом итогов обмена по взаимному согласию между кандидатами датами и временем участия в совместных агитационных мероприятиях.

2.11. Эфирное время, высвободившееся в соответствии с частью 14 статьи 55 Закона Иркутской области в результате отказа от использования эфирного времени после проведения жеребьевки, организация телерадиовещания вправе использовать по своему усмотрению.

Пример расчета объема бесплатного эфирного времени, предоставляемого кандидатам, избирательным объединениям

Предположим, что территорией распространения эфирного сигнала организации телерадиовещания является вся территория Иркутской области и к дню проведения жеребьевки по 22 одномандатным округам зарегистрировано 200 кандидатов и 15 избирательных объединений зарегистрировали областные списки кандидатов.

Исходя из количества рабочих дней в период с 10 августа по 7 сентября 2013 года (20), общий объем бесплатного эфирного времени, предоставляемого организацией телерадиовещания на каждом из ее каналов для целей предвыборной агитации, составляет не менее 600 минут.

Обозначим время, выделяемое кандидату, как t . С учетом того, что избирательному объединению предоставляется трехкратный размер эфирного времени, величина t вычисляется следующим образом: $t = 600$ минут разделить на число кандидатов плюс 3, умноженное на число избирательных объединений.

На каждого зарегистрированного кандидата, избирательное объединение приходится по 2 минуты 27 секунд эфирного времени. Объем бесплатного эфирного времени, предоставляемого каждому избирательному объединению, составляет 7 минут 21 секунду. Из общего объема эфирного времени в 600 минут на долю 15 избирательных объединений будет отнесено примерно 110 минут, остальные 490 минут будут распределены между 200 кандидатами по одномандатным округам.

Таким образом, ни один из кандидатов, ни одно из избирательных объединений не получает более 60 минут эфирного времени, и сокращение общего объема эфирного времени, предусмотренное пунктом 3 статьи 51 Федерального закона об основных гарантиях избирательных прав, не требуется.

Кроме того, в указанном случае проведение совместных агитационных мероприятий с участием кандидатов является не обязательным, поскольку на каждого из них приходится менее 5 минут эфирного времени, однако организация телерадиовещания вправе определить, что такое время будет выделено в пределах общего объема бесплатного эфирного

времени, предназначенного для проведения предвыборной агитации кандидатами. Проведение совместных агитационных мероприятий с участием представителей избирательных объединений является обязательным, и организация телерадиовещания обязана выделить эфирное время для этой цели в пределах общего объема бесплатного эфирного времени, предназначенного для проведения предвыборной агитации избирательными объединениями, но не менее 55 минут (110 минут : 2). Эфирное время, не предназначенное для проведения совместных агитационных мероприятий, используется для размещения агитационных материалов кандидатов, избирательных объединений.

В зависимости от периодов предоставления формируются соответствующие блоки предоставляемого каждому субъекту агитационной деятельности бесплатного эфирного времени.

При распределении эфирного времени организацией телерадиовещания в сетке вещания резервируется время, которое может быть бесплатно предоставлено кандидатам, избирательным объединениям с учетом возможного вынесения судом решения об отмене решения избирательных комиссий об отказе в регистрации кандидата, областного списка кандидатов, если такие постановления были приняты.

3. Распределение платного эфирного времени на каналах региональных государственных организаций телерадиовещания

3.1. Жеребьевка по распределению платного эфирного времени проводится в том же порядке и на тех же условиях, что и жеребьевка по распределению бесплатного эфирного времени, но со следующими особенностями.

Согласно части 10 статьи 55 Закона Иркутской области организации телерадиовещания обязаны резервировать платное эфирное время для проведения предвыборной агитации кандидатами, избирательными объединениями. Общий объем платного эфирного времени, резервируемого каждой организацией телерадиовещания, не может быть меньше общего объема бесплатного эфирного времени, но не должен превышать его более чем в два раза.

Согласно части 11 статьи 55 Закона Иркутской области каждый зарегистрированный кандидат, каждое избирательное объединение вправе за плату получить эфирное время из общего объема зарезервированного эфирного времени в пределах доли, полученной делением этого объема на общее число соответственно кандидатов, избирательных объединений. Объем платного эфирного времени, предоставляемого каждому избирательному объединению организацией телерадиовещания, определяется как трехкратный размер объема эфирного времени, предоставляемого организацией телерадиовещания кандидату.

Вместе с тем в жеребьевке участвуют только те кандидаты, избирательные объединения, которые подали заявки на такое участие до про-

ведения жеребьевки. Кандидатам, избирательным объединениям рекомендуется до 18:00 дня, предшествующего дню проведения жеребьевки, подать в соответствующую организацию телерадиовещания письменные заявки на участие в жеребьевке по распределению такого эфирного времени.

3.2. Как следует из части 12 статьи 55 Закона Иркутской области, платное эфирное время для проведения предвыборной агитации предоставляется, в том числе в выходные дни, в период с 10 августа по 7 сентября 2013 года. При этом с целью соблюдения принципа равенства кандидатов, избирательных объединений специально проводится жеребьевка по распределению платного эфирного времени, приходящегося на выходные дни.

3.3. Жеребьевка по распределению платного эфирного времени проводится соответствующей организацией телерадиовещания или ее представителями самостоятельно, без обязательного участия членов и представителей Избирательной комиссии и окружных избирательных комиссий.

3.4. Протоколы жеребьевки по распределению платного эфирного времени (отдельно по рабочим и по выходным дням) подписывают два или более представителя организации телерадиовещания, а в случае присутствия при проведении жеребьевки представителей соответствующих избирательных комиссий – также представители комиссий.

3.5. Определенный в результате жеребьевки график распределения платного эфирного времени публикуется в региональном государственном периодическом печатном издании.

3.6. Если после распределения платного эфирного времени в соответствии с частью 14 статьи 55 Закона Иркутской области в результате отказа кандидата или избирательного объединения от использования предоставленного эфирного времени, о чем кандидат, избирательное объединение письменно сообщили соответствующей организации телерадиовещания не позднее чем за пять дней до выхода агитационного материала в эфир, а если выход материала в эфир должен состояться менее чем через пять дней со дня проведения соответствующей жеребьевки, – в день жеребьевки, останется нераспределенное эфирное время, оно используется организацией телерадиовещания по своему усмотрению.

4. Распределение платного эфирного времени на каналах муниципальных организаций телерадиовещания

4.1. Муниципальные организации телерадиовещания, опубликовавшие сведения о размере и других условиях оплаты эфирного времени не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования решения о назначении выборов депутатов Законодательного Собрания Иркутской области второго созыва и в тот же срок представившие указанные сведения вместе с уведомлением о готовности предоставить кандидатам, избирательным объединениям эфирное время в Избирательную комис-

сию, вправе предоставлять кандидатам, избирательным объединениям платное эфирное время для проведения предвыборной агитации. Размер и условия оплаты эфирного времени должны быть едиными для всех кандидатов, избирательных объединений.

4.2. Общий объем эфирного времени, предоставляемого кандидатам, избирательным объединениям, определяется соответствующей организацией телерадиовещания. Даты и время выхода в эфир предвыборных агитационных материалов каждого кандидата, избирательного объединения определяются жеребьевкой, проводимой организацией телерадиовещания с участием заинтересованных лиц на основании письменных заявок на участие в жеребьевке, поданных кандидатами, уполномоченными представителями избирательных объединений. Кандидатам, избирательным объединениям рекомендуется до 18:00 дня, предшествующего дню проведения жеребьевки, подать в организацию телерадиовещания письменные заявки на участие в жеребьевке.

4.3. Жеребьевка по распределению платного эфирного времени проводится организацией телерадиовещания или ее представителями самостоятельно, без обязательного участия членов и представителей избирательных комиссий в один из дней в период с 4 по 8 августа 2013 года.

4.4. Протоколы жеребьевки по распределению платного эфирного времени (отдельно по рабочим и по выходным дням) подписывают два или более представителя организации телерадиовещания, а в случае присутствия при проведении жеребьевки представителей соответствующих избирательных комиссий – также представителями комиссий.

5. Распределение бесплатной печатной площади, предоставляемой редакциями региональных государственных периодических печатных изданий

5.1. На основании части 5 статьи 56 Закона Иркутской области жеребьевка по распределению бесплатной печатной площади для размещения предвыборных агитационных материалов кандидатами, избирательными объединениями проводится редакцией периодического печатного издания с участием заинтересованных лиц после завершения регистрации кандидатов, областных списков кандидатов, но не позднее чем за 30 дней до дня голосования, то есть в один из дней в период с 4 по 8 августа 2013 года.

5.2. Бесплатная печатная площадь распределяется между всеми кандидатами, избирательными объединениями на равных условиях (равный объем предоставляемой печатной площади, одинаковое место на полосе, одинаковый размер шрифта и другие условия). При этом объем печатной площади, предоставляемой редакцией регионального государственного периодического печатного издания избирательному объединению, определяется как трехкратный размер объема печатной площади, предоставляемой кандидату.

5.3. Согласно части 2 статьи 56 Закона Иркутской области общий еженедельный минимальный объем бесплатной печатной площади, которую каждая из редакций региональных государственных периодических печатных изданий предоставляет зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, должен составлять не менее 10 процентов от общего объема еженедельной печатной площади соответствующего издания в период с 10 августа до ноля часов 7 сентября 2013 года.

5.4. Информация об общем объеме бесплатной печатной площади, которую такое периодическое печатное издание предоставляет для целей предвыборной агитации в указанный период, публикуется в данном издании не позднее чем через 30 дней после дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов депутатов Законодательного Собрания Иркутской области (не позднее 3 июля 2013 года).

5.5. Печатная площадь, предоставляемая для проведения предвыборной агитации на бесплатной основе, должна быть поделена в зависимости от даты предоставления на два или более этапа.

До начала проведения жеребьевки редакция периодического печатного издания представляет на всеобщее обозрение билеты для жеребьевки с информацией о дате выхода печатного агитационного материала и месте такого материала в выпуске периодического печатного издания. Печатная площадь распределяется путем жеребьевки таким образом, чтобы каждый кандидат, каждое избирательное объединение получили равный объем печатной площади. Участник жеребьевки выбирает билеты по своему усмотрению в количестве, определенном редакцией печатного издания.

Содержащиеся в билетах сведения оглашаются и вносятся в протокол о распределении печатной площади (приложение № 3) представителем редакции периодического печатного издания. В соответствующие графы протокола вносятся фамилия, имя, отчество лица, участвующего в жеребьевке в интересах кандидата, избирательного объединения, и ставится его подпись. Протокол о распределении печатной площади подписывают уполномоченный представитель редакции печатного издания, а в случае его отсутствия – также представитель избирательной комиссии.

5.6. Печатную площадь, высвободившуюся в соответствии с частью 10 статьи 56 Закона Иркутской области в результате отказа от использования печатной площади после проведения жеребьевки, редакция печатного издания вправе использовать по своему усмотрению.

6. Распределение платной печатной площади, предоставляемой редакциями региональных государственных периодических печатных изданий

6.1. Жеребьевка по распределению платной печатной площади проводится в том же порядке и на тех же условиях, что и жеребьевка по распределению бесплатной печатной площади, но со следующими особенностями.

Согласно части 6 статьи 56 Закона Иркутской области редакции региональных государственных периодических печатных изданий обязаны резервировать платные печатные площади для проведения предвыборной агитации кандидатами, избирательными объединениями. Общий объем платной печатной площади не может быть меньше 10 процентов от общего объема еженедельной печатной площади соответствующего издания, но не должен превышать этот объем более чем в два раза.

Размер и условия оплаты печатной площади должны быть едиными для всех кандидатов, избирательных объединений.

Согласно части 7 статьи 56 Закона Иркутской области каждый кандидат, избирательное объединение вправе получить платную печатную площадь из общего объема зарезервированной печатной площади в пределах доли, полученной путем деления этого объема на общее число соответственно зарегистрированных кандидатов и указанных избирательных объединений.

При этом объем печатной площади, предоставляемой редакцией регионального государственного периодического печатного издания избирательному объединению, определяется как трехкратный размер объема печатной площади, предоставляемой кандидату.

6.2. В жеребьевке участвуют только те кандидаты, избирательные объединения, которые подали заявки на такое участие до проведения жеребьевки. Кандидатам, избирательным объединениям рекомендуется до начала проведения жеребьевки подать в редакцию периодического печатного издания письменные заявки на участие в жеребьевке по распределению такой печатной площади.

6.3. Печатная площадь, высвободившаяся в соответствии с частью 10 статьи 56 Закона Иркутской области в результате отказа кандидата, избирательного объединения от использования печатной площади после проведения жеребьевки, редакция печатного издания вправе использовать по своему усмотрению.

7. Распределение платной печатной площади редакциями муниципальных периодических печатных изданий

7.1. Редакции муниципальных периодических печатных изданий, опубликовавшие сведения о размере и других условиях оплаты печатной площади не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования решения о назначении выборов депутатов Законодательного Собрания Иркутской области второго созыва и в тот же срок представившие указанные сведения вместе с уведомлением о готовности предоставить кандидатам, избирательным объединениям печатную площадь в Избирательную комиссию, вправе предоставлять кандидатам, избирательным объединениям платную печатную площадь для проведения предвыборной агитации. Размер и условия оплаты печатной площади должны быть едиными для всех кандидатов, избирательных объединений.

7.2. Общий объем печатной площади, предоставляемой кандидатам, избирательным объединениям редакциями указанных периодических печатных изданий, определяется соответствующей редакцией. Дата опубликования предвыборных агитационных материалов кандидата, избирательного объединения определяется жеребьевкой, проводимой редакциями указанных периодических печатных изданий с участием заинтересованных лиц на основании письменных заявок на участие в жеребьевке, поданных кандидатами, уполномоченными представителями избирательных объединений. Кандидатам, избирательным объединениям рекомендуется до начала жеребьевки подать в редакцию периодического печатного издания письменные заявки на участие в жеребьевке.

7.3. Жеребьевка должна проводиться не позднее чем за 30 дней до дня голосования, то есть в один из дней в период с 4 по 8 августа 2013 года. Протоколы жеребьевки по распределению платной печатной площади подписывают два или более представителя редакции печатного издания, а в случае присутствия при проведении жеребьевки представителей соответствующих избирательных комиссий – также представителями комиссий.

Приложение № 1

к Порядку проведения жеребьевки по распределению между зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями, зарегистрировавшими областные списки кандидатов, эфирного времени на каналах организаций телерадиовещания и печатной площади в периодических печатных изданиях при проведении выборов депутатов Законодательного Собрания Иркутской области второго созыва

Протокол

жеребьевки по определению дат и времени выхода в эфир на бесплатной основе совместных агитационных мероприятий зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, зарегистрировавших областные списки кандидатов, на каналах организаций телерадиовещания при проведении выборов депутатов Законодательного Собрания Иркутской области второго созыва

наименование организации телерадиовещания (в случае, если эфирное время предоставляется ею на нескольких каналах, – также обозначение соответствующего канала)

№ п/п	Ф.И.О. кандидата и номер избирательного округа или наименование избирательного объединения	Даты и время выхода в эфир совместных агитационных мероприятий	Фамилия, инициалы кандидата или его представителя, представителя избирательного объединения, участвовавшего в жеребьевке (члена комиссии с правом решающего голоса)	Подпись кандидата или его представителя, представителя избирательного объединения, участвовавшего в жеребьевке (члена комиссии с правом решающего голоса), и дата подписания

Представители организации телерадиовещания*

_____ *подпись* _____ *инициалы, фамилия* _____ *дата*
 _____ *подпись* _____ *инициалы, фамилия* _____ *дата*
 _____ *подпись* _____ *инициалы, фамилия* _____ *дата*

Член Избирательной комиссии Иркутской области

* Протокол подписывается не менее чем двумя представителями организации телерадиовещания.

**Протокол
жеребьевки по определению дат и времени выхода в эфир на бесплатной основе агитационных
материалов зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, зарегистрировавших
областные списки кандидатов, на каналах организаций телерадиовещания при проведении выборов
депутатов Законодательного Собрания Иркутской области второго созыва**

*наименование организации телерадиовещания (в случае, если эфирное время предоставляется
ей на нескольких каналах, – также обозначение соответствующего канала)*

№ п/п	Ф.И.О. кандидата и номер избирательного округа или наименование избирательного объединения	Даты и время выхода в эфир предвыборных аги- тационных материалов	Фамилия, инициалы кандидата или его представителя, представителя избирательного объединения, участвовавшего в жеребьевке (члена комиссии с правом решающего голоса)	Подпись кандидата или его представителя, представителя избирательного объединения, участвовавшего в жеребьевке (члена комиссии с правом решающего голоса), и дата подписания

Представители организации телерадиовещания*

_____ инициалы, фамилия _____ подпись _____ дата _____

Член Избирательной комиссии Иркутской области

_____ инициалы, фамилия _____ дата _____

* Протокол подписывается не менее чем двумя представителями организации телерадиовещания.

Приложение № 2

к Порядку проведения жеребьевки по распределению между зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями, зарегистрировавшими областные списки кандидатов, эфирного времени на каналах организаций телерадиовещания и печатной площади в периодических печатных изданиях при проведении выборов депутатов Законодательного Собрания Иркутской области второго созыва

Протокол

согласования дат и времени участия в совместных агитационных мероприятиях зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений, зарегистрировавших областные списки кандидатов, на каналах региональных государственных организаций телерадиовещания при проведении выборов депутатов Законодательного Собрания Иркутской области второго созыва

наименование организации телерадиовещания (в случае, если эфирное время предоставляется ею на нескольких каналах, – также обозначение соответствующего канала)

№ п/п	Ф.И.О. кандидата и номер избирательного округа или наименование избирательного объединения	Даты и время выхода в эфир совместных агитационных мероприятий по результатам жеребьевки	Даты и время выхода в эфир совместных агитационных мероприятий по согласованию	Сведения о лице, предложившем обмен датами и временем участия в совместных агитационных мероприятиях	Подпись лица, предложившего обмен датами и временем участия в совместных агитационных мероприятиях и дата подписания	Сведения о лице, давшем согласие на обмен датами и временем участия в совместных агитационных мероприятиях	Подпись лица, давшего согласие на обмен датами и временем участия в совместных агитационных мероприятиях и дата подписания

Представители организации телерадиовещания*

_____ подпись _____ инициалы, фамилия _____ дата _____ подпись _____ инициалы, фамилия _____ дата _____

Член Избирательной комиссии Иркутской области

_____ подпись _____ инициалы, фамилия _____ дата _____

* Протокол подписывается не менее чем двумя представителями организации телерадиовещания.

Приложение 3

Приложение 3
к Порядку проведения жеребьевки по распределению между
зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями,
зарегистрировавшими областные списки кандидатов, эфирного времени
на каналах организаций телерадиовещания и печатной площади
в периодических печатных изданиях при проведении выборов
депутатов Законодательного Собрания Иркутской области второго созыва

**Протокол
жеребьевки по определению дат опубликования на _____
основе предвыборных агитационных материалов зарегистрированных
кандидатов, избирательных объединений, зарегистрировавших
областные списки кандидатов, в периодических печатных изданиях
при проведении выборов депутатов Законодательного Собрания
Иркутской области второго созыва**

_____ *наименование периодического печатного издания*

№ п/п	Ф.И.О. канди- дата и номер избирательного округа или наименование избирательного объединения	Дата опу- бликования агитационно- го печатного материала	Фамилия, инициа- лы кандидата или его представителя, представителя изби- рательного объедине- ния, участвовавшего в жеребьевке (члена комиссии с правом решающего голоса)	Подпись кандидата или его представителя, представителя изби- рательного объедине- ния, участвовавшего в жеребьевке (члена комиссии с правом решающего голоса), и дата подписания

Представители редакции печатного издания*

_____	_____	_____
<i>подпись</i>	<i>инициалы, фамилия</i>	<i>дата</i>
_____	_____	_____
<i>подпись</i>	<i>инициалы, фамилия</i>	<i>дата</i>

* Протокол подписывается не менее чем двумя представителями редакции периодического печатного издания.

Учебное издание

Игнатенко Виктор Васильевич
Девицкий Эдуард Иванович

**УЧАСТИЕ СМИ В ИНФОРМАЦИОННОМ
ОБЕСПЕЧЕНИИ ВЫБОРОВ**

Учебное пособие

Подписано в печать 26.07.2016.
Формат 60х90/16. Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 5,5. Уч.-изд. л. 4,7.
Тираж 200 экз. Заказ №

Избирательная комиссия Иркутской области
664027, г. Иркутск, ул. Ленина, 1а
Тел. (3952) 34-20-63
<http://www.irkutsk.izbirkom.ru>
e-mail: ikio@irkutsk.ru

Отпечатано в ООО Оперативная типография «На Чехова»
г. Иркутск, ул. Чехова, д. 10
Тел./факс: (3952) 20-93-55, 20-90-56