

Об утверждении Правил осуществления предвыборной агитации через средства массовой информации и информационного обеспечения выборов Президента Республики Казахстан, объявленных на 4 декабря 2005 года

Утративший силу

Постановление Центральной избирательной комиссии Республики Казахстан от 16 сентября 2005 года N 17/38. Зарегистрировано в Министерстве юстиции Республики Казахстан 24 сентября 2005 года N 3848. Утратило силу - постановлением Центральной избирательной комиссии Республики Казахстан от 27 июня 2007 года N 91/183

Извлечение из постановления Центральной избирательной комиссии Республики Казахстан от 27 июня 2007 года N 91/183

В соответствии со статьей 12 Конституционного закона Республики Казахстан от 28 сентября 1995 года "О выборах в Республике Казахстан" Центральная избирательная комиссия Республики Казахстан ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Признать утратившими силу некоторые постановления Центральной избирательной комиссии Республики Казахстан согласно приложению.

...

*Перечень утративших силу постановлений
Центральной избирательной комиссии Республики Казахстан*

6. Постановление Центральной избирательной комиссии Республики Казахстан от 16 сентября 2005 года N 17/38 "Об утверждении Правил осуществления предвыборной агитации через средства массовой информации и информационного обеспечения выборов Президента Республики Казахстан, объявленных на 4 декабря 2005 года" (зарегистрировано в реестре Государственной регистрации нормативных правовых актов 24 сентября 2005 года за N 3848).

В соответствии со статьями 12 , 27 и 28 Конституционного закона Республики Казахстан "О выборах в Республике Казахстан" Центральная избирательная комиссия Республики Казахстан **ПОСТАНОВЛЯЕТ:**

1. Утвердить прилагаемые Правила осуществления предвыборной агитации через средства массовой информации и информационного обеспечения выборов Президента Республики Казахстан, объявленных на 4 декабря 2005 года.

2. Направить настоящее постановление областным, городов Астана и Алматы избирательным комиссиям для руководства.

3. Настоящее постановление вводится в действие со дня его первого официального опубликования.

Председатель

"СОГЛАСОВАНО"

И. о. Министра культуры,
информации и спорта
Республики Казахстан

от 23 сентября 2005 года

Утверждены постановлением
Центральной избирательной
комиссии Республики Казахстан
от 16 сентября 2005 года N 17/38

**Правила осуществления предвыборной агитации через
средства массовой информации и информационного
обеспечения выборов Президента Республики Казахстан,
объявленных на 4 декабря 2005 года**

1. Общие положения

1. Настоящие Правила разработаны в соответствии с Конституционным законом Республики Казахстан " О выборах в Республике Казахстан" (далее - Конституционным законом), Законом Республики Казахстан " О средствах массовой информации" и регламентируют порядок осуществления предвыборной агитации кандидатов в Президенты Республики Казахстан через средства массовой информации, распространяемые на территории Казахстана и состоящие на учете в уполномоченном органе по делам средств массовой информации Республики Казахстан.

2. В Правилах используются следующие понятия:

информационное обеспечение выборов - комплекс мер, направленных на оперативное и широкое информирование избирателей о ходе подготовки и проведения избирательной кампании, за исключением предвыборной агитации;

предвыборная агитация - деятельность, имеющая целью побудить избирателей принять участие в голосовании за или против того или иного кандидата в Президенты Республики Казахстан (далее - кандидата);

выступление - личное обращение кандидата к избирателям с изложением предвыборной программы;

политические дебаты - публичный обмен мнениями двух и более кандидатов по различным общественно значимым вопросам, в том числе, касающимся предвыборных программ кандидатов, озвученных в ходе публичного обмена мнениями.

2. Порядок осуществления предвыборной агитации через средства массовой информации

3. Государство гарантирует гражданам, общественным объединениям право беспрепятственной предвыборной агитации за или против того или иного кандидата.

4. Политические партии и другие общественные объединения в соответствии с законодательством Республики Казахстан имеют право распространять информацию о своей деятельности и пропагандировать свои цели и задачи.

Предвыборной агитацией в средствах массовой информации признается деятельность по выпуску (выходу в эфир) материалов средств массовой информации, содержащих:

- 1) призывы голосовать за или против кандидатов;
- 2) предпочтение в отношении кого-либо из кандидатов, в частности, указание на то, за какого из кандидатов будет голосовать избиратель;
- 3) описание возможных последствий избрания или неизбрания кандидатов;
- 4) явно преобладающие сведения о каких-либо кандидатах в сочетании с позитивными либо негативными комментариями.

5. Предвыборная агитация через средства массовой информации начинается с момента окончания срока регистрации кандидатов, установленного в соответствии с Конституционным законом, и заканчивается в ноль часов по местному времени дня, предшествующего дню выборов. При проведении повторного голосования предвыборная агитация начинается со дня назначения дня повторного голосования и заканчивается в ноль часов по местному времени дня, предшествующего дню выборов.

Кандидатам гарантируются равные условия доступа к средствам массовой информации для проведения предвыборной агитации.

6. В день выборов и предшествующий ему день публикация (выход в эфир) агитационных материалов в средствах массовой информации запрещается.

Агитационные материалы, размещенные на web-сайтах, могут сохраняться без изменений в день выборов и предшествующий ему день.

7. В период предвыборной агитации тираж периодического печатного издания, связанного с предвыборной агитацией кандидатов, должен быть одинаковым для всех кандидатов.

Запрещается бесплатная реализация периодических печатных изданий, за

исключением периодических печатных изданий политических партий и других общественных объединений, распространяемых бесплатно, за счет средств, оплаченных из средств избирательного фонда.

8. Редакция средства массовой информации отказывает в публикации (выпуске в эфир) предвыборных программ кандидатов, если они содержат идеи насильственного изменения конституционного строя, нарушения целостности Республики, подрыва безопасности государства, разжигания социальной, расовой, национальной, религиозной, сословной и родовой розни, культ жестокости и насилия, а также создание непредусмотренных законодательством военизированных формирований.

9. Должностные лица редакций средств массовой информации не несут ответственности за высказывания кандидатов в ходе их предвыборной кампании, за исключением случаев публикации материалов, указанных в статье 29 Конституционного закона.

10. Редакция средства массовой информации отказывают в публикации (выходе в эфир) агитационных материалов кандидатов, в случае наличия в материале информации, порочащей честь, достоинство и деловую репутацию кандидата. Кандидат, от которого выдвигается данный материал, по требованию редакции предоставляет документы, подтверждающие содержащуюся в материале информацию вышеуказанного характера.

Отказ в выпуске (выходе в эфир) агитационных материалов обжалуется в установленном законодательством порядке.

Запрещается проведение предвыборной агитации с использованием изображения какого-либо лица без его письменного разрешения, а в случае его смерти - без письменного разрешения наследников.

3. Порядок предоставления эфирного времени и печатных площадей для выступлений кандидатов с предвыборными программами, финансируемых государством

11. Государство гарантирует кандидатам равное выделение средств на выступление со своими программами (в записи) в объеме пятнадцати минут - на телевидении и десяти минут - на радио, в эфире теле- и радиокompаний, обеспечивающих охват своими программами территорию Республики Казахстан.

Государство гарантирует кандидатам равное выделение средств на публикацию в периодических печатных изданиях двух статей в объеме не более 0,1 печатного листа. Под печатным листом следует понимать бумажный лист форматом 60x90 см, площадью 5400 см². Объем 0,1 печатного листа равен

площади 540 см², что составляет 1/4 газетной полосы формата А-2.

Средства массовой информации, в которых производится размещение агитационных материалов кандидатов в соответствии с частями первой и второй настоящего пункта, определяются Центральной избирательной комиссией Республики Казахстан по согласованию с уполномоченным органом по делам средств массовой информации Республики Казахстан.

12. Основанием для предоставления кандидатам эфирного времени и площади в периодических печатных изданиях для выступления со своими программами является удостоверение кандидата и его личное письменное заявление на имя руководителя средства массовой информации, осуществляющего выпуск (выход в эфир) либо заявление юридического или физического лица, уполномоченного кандидатом, с приложением необходимых подтверждающих документов.

4. Порядок предоставления эфирного времени, печатной площади зарегистрированным кандидатам на договорной основе

13. Редакции средств массовой информации на договорной основе предоставляют эфирное время, печатную площадь зарегистрированным кандидатам. Условия договора о предоставлении кандидатам эфирного времени, печатной площади в средствах массовой информации не должны создавать преимуществ тому или иному кандидату. Сведения о размере оплаты, условиях и порядке предоставления эфира и печатной площади должны быть объявлены и опубликованы соответствующей организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания не позднее, чем на десятый день после официального опубликования решения о назначении выборов, а также представлены в Центральную избирательную комиссию Республики Казахстан.

Если редакция средства массовой информации в установленный Конституционным законом срок не опубликовала сведения о размере оплаты, условиях и порядке предоставления эфира и печатной площади, то она не может заключать договора о предоставлении эфирного времени, печатной площади для размещения, распространения агитационных материалов кандидатов.

14. Согласие на выделение эфирного времени, печатной площади, данное редакцией средства массовой информации одному из кандидатов, является согласием на выделение эфирного времени, печатной площади другим кандидатам.

15. Очередность выступления кандидатов в средствах массовой информации устанавливается в порядке поступления письменных обращений либо по жребию

в случае, если обращения поступили одновременно. Кандидаты в письменных обращениях указывают дату, время, когда они предполагают выступить. На основании данных предложений редакции средств массовой информации устанавливают график предоставления эфирного времени и печатных площадей для выступлений кандидатов.

16. График предоставления эфирного времени и печатных площадей для выступлений кандидатов разрабатывается редакцией средства массовой информации с учетом технических возможностей средства массовой информации. В этот же график включаются и публикации рекламных макетов, рекламных роликов и иных агитационных материалов кандидатов. Копия графика, в котором указываются дата и время выпуска (выхода в эфир) выступлений кандидатов направляется в Центральную избирательную комиссию Республики Казахстан.

17. Запрещается прерывать и комментировать выступления кандидатов на телевидении и по радио сразу после выступления в этот же день, а также в периодических печатных изданиях в том же номере.

18. Все публикации периодических печатных изданий, теле- и радиопередачи, содержащие предвыборную агитацию кандидатов должны содержать информацию об источниках финансирования.

Способ информирования определяется самой редакцией средства массовой информации.

19. Стоимость выпуска (выхода в эфир) агитационных материалов кандидатов оплачивается из средств избирательного фонда кандидата.

Не допускается выпуск (выход в эфир) агитационных материалов стоимость которых была оплачена за счет иных, помимо избирательного фонда кандидата, средств.

5. Информационное обеспечение выборов через средства массовой информации

20. Информационное обеспечение выборов осуществляется органами государственной власти, избирательными комиссиями, средствами массовой информации в соответствии с законодательством Республики Казахстан.

21. Редакции периодических печатных изданий центральных и местных исполнительных органов публикуют сообщения избирательных комиссий, данные о кандидатах, участвующих в выборах в порядке и объеме, определяемом постановлением Центральной избирательной комиссии Республики Казахстан от 5 августа 2004 года N 121/152 "О порядке и объеме опубликования избирательными комиссиями сообщений с данными о кандидатах в периодических печатных изданиях центральных и местных исполнительных

о р г а н о в " .

Данные сообщения должны быть опубликованы в одном номере периодического печатного издания, а при значительном объеме - в качестве приложения к изданию.

22. Редакции периодических печатных изданий центральных и местных исполнительных органов незамедлительно предоставляют возможность соответствующим избирательным комиссиям опубликовывать информацию о ходе избирательной кампании и сообщения, установленные Конституционным з а к о н о м .

Информация должна направляться в редакции периодических печатных изданий до 15 часов дня, предшествующего выпуску следующего номера печатной продукции для ее последующей публикации.

Данные сообщения могут быть опубликованы в негосударственных средствах массовой информации при согласии их редакций. В этом случае публикация осуществляется в объеме, представленном соответствующей комиссией.

23. Редакции средств массовой информации осуществляют объективное освещение выборной кампании кандидатов; воздерживаются от публикации агитационных материалов и иной информации, заведомо порочащих честь, достоинство и деловую репутацию кандидата; предоставляют возможность указанным лицам бесплатного опубликования опровержения в защиту чести, достоинства и деловой репутации в ближайшем номере периодического печатного издания на той же странице, в том же объеме и тем же шрифтом или передаче на телевидении либо радио в такое же время в течение двадцати четырех часов после поступления обращения.

К обращению должна прилагаться копия решения суда о признании распространенных материалов порочащими честь, достоинство и деловую ре п у т а ц и ю к а н д и д а т а .

Редакции средств массовой информации при освещении избирательной кампании кандидата руководствуются принципами равенства и паритетности в освещении деятельности кандидатов не создавая преимуществ кому-либо из них.

24. В информационных теле- и радиопередачах, публикациях, в периодических печатных изданиях сообщения о проведении предвыборных мероприятий должны даваться, без предпочтения либо предвзятости к какому бы т о н и б ы л о к а н д и д а т у .

Под предпочтением или предвзятостью следует понимать сообщения как позитивного, так и негативного характера о конкретном кандидате, преобладающее по объему в отдельном номере периодического печатного

издания, преобладающее по объему и выделенное спецэффектами в отдельной телерадиопередаче, включение в текст диктора новостей оценки кандидатов, призывов и обращений к ним.

25. Журналисты, должностные лица редакций средств массовой информации, зарегистрированные кандидатами либо их доверенными лицами, не участвуют в освещении выборов через средства массовой информации.

В случае, если кандидатом либо доверенным лицом является главный редактор (редактор) средства массовой информации, на период выборов его полномочия передаются другому ответственному лицу.

26. При опубликовании результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами, редакции средств массовой информации указывают организацию, проводившую опрос, лиц, заказавших опрос и оплативших его, время проведения опроса, метод сбора информации, точную формулировку вопроса, число опрошенных и коэффициент погрешности результатов опроса.

Опубликование в средствах массовой информации результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов, иных исследований, связанных с выборами, не допускается в течение пяти дней до дня голосования и
в д е н ь г о л о с о в а н и я .

В случае опубликования результатов опросов общественного мнения на web-сайтах в общедоступных информационно-телекоммуникационных сетях казахстанского сегмента Интернета, данное требование распространяется на редакционные материалы, а также авторские публикации, размещенные редакцией web-сайта.

6. Организация контроля за соблюдением настоящих Правил

27. Контроль за соблюдением кандидатами, редакциями средств массовой информации и их сотрудниками настоящих Правил осуществляется Центральной и территориальными избирательными комиссиями.

28. Редакция средства массовой информации ведет учет публикаций, выхода в эфир предвыборных агитационных материалов. В случае поступления запроса от избирательной комиссии редакция средства массовой информации предоставляет ей письменную информацию в трехдневный срок со дня запроса, а при необходимости и копии запрашиваемых материалов.

29. Записи теле- и радиопередач, экземпляры периодических печатных изданий, содержащие предвыборные агитационные материалы, хранятся в редакции соответствующего средства массовой информации в соответствии с Законом Республики Казахстан "О средствах массовой информации".

30. Споры, связанные с публикациями, передачами в средствах массовой информации, рассматриваются в соответствии с действующим законодательством Республики Казахстан.

© 2012. РГП на ПХВ «Институт законодательства и правовой информации Республики Казахстан»
Министерства юстиции Республики Казахстан