

**ПОЛОЖЕНИЕ**  
**об освещении избирательной кампании в средствах массовой информации**  
**Республики Молдова в рамках новых местных выборов от 16 октября 2022 года**

**I. Общие положения**

1. Настоящее положение определяет порядок освещения избирательной кампании в рамках новых местных выборов на должность примара, назначенных на 16 октября 2022 года (*далее* – новые местные выборы), и направлено на обеспечение непредвзятого, взвешенного и беспристрастного освещения избирательной кампании по этим выборам поставщиками медиауслуг, продвижение принципа свободы выражения и политического плюрализма, установление обязательных норм для применения на практике этих принципов.

2. Поставщики медиауслуг, находящиеся под юрисдикцией Республики Молдова, освещают избирательную кампанию по новым местным выборам в соответствии с нормами Конституции Республики Молдова, Кодекса о выборах, Кодекса Республики Молдова об аудиовизуальных медиауслугах, Декларации ООН о правах лиц, принадлежащих к национальным или этническим, религиозным и языковым меньшинствам, Рамочной конвенции Совета Европы о защите национальных меньшинств, Закона о свободе выражения, Закона об обеспечении равных возможностей для женщин и мужчин, Регламента об аудиовизуальном содержании, настоящего Положения и международных правовых актов, одной из сторон которых является Республика Молдова.

3. Поставщики медиауслуг, транслирующие и/или ретранслирующие аудиовизуальные медиауслуги, их часть и/или аудиовизуальные программы поставщиков аудиовизуальных медиауслуг, находящихся вне юрисдикции Республики Молдова, отвечают за соблюдение норм Кодекса о выборах, и настоящего Положения.

4. До начала избирательной кампании поставщики медиауслуг вправе освещать и информировать общество:

- о деятельности партий и других общественно-политических организаций в соответствии с принципами непредвзятого, взвешенного и беспристрастного освещения новых местных выборов;

- обо всех аспектах избирательного процесса без какого-либо вмешательства со стороны органов публичного управления, партий и других общественно-политических организаций или иных субъектов;

- о выдвижении кандидатов, регистрации инициативных групп в случае независимых кандидатов и о регистрации конкурентов на выборах.

5. В период избирательной кампании распространители аудиовизуальных медиауслуг не имеют право:

- приостанавливать или прерывать ретрансляцию аудиовизуальных медиауслуг, освещающих новые местные выборы, за исключением случаев принятия решения Совета по телевидению и радио о приостановлении или отзыве лицензии на вещание аудиовизуальной медиауслуги или в случае принятия Советом решения о приостановлении разрешения на ретрансляцию, выданного распространителю медиауслуг;

- транслировать предвыборные дебаты, рекламу или другие собственные программы предвыборного характера;

- предоставлять конкурентам на выборах платное или бесплатное эфирное время;

- помещать бегущую строку (в том числе посредством СМС) во время программы по предвыборным дебатам и во время ток-шоу программы с участием конкурентов на выборах и/или представителей конкурентов на выборах и/или во время других аудиовизуальных программ.

6. В течение избирательной кампании администрации поставщиков медиауслуг осуществляют надзор за соблюдением норм избирательного законодательства и законодательства об аудиовизуальных медиауслугах, ведут учет эфирного времени, предоставленного конкурентам на выборах, и представляют Совету по телевидению и радио еженедельно (по понедельникам) отчет по образцу, утвержденному данным Советом, об объеме предвыборного вещания (ролики, дебаты и предвыборные материалы, транслированные в рамках рубрик, специально созданных для освещения избирательной кампании, информационные передачи).

7. Конкуренты на выборах на равноправной основе и без дискриминации пользуются правом на предоставление им эфирного времени для участия в предвыборных дебатах и для предвыборной рекламы вне зависимости от формы собственности поставщиков медиауслуг.

8. В течение семи дней с момента утверждения настоящего Положения поставщик медиауслуг, который будет освещать избирательную кампанию, подает в Совет по телевидению и радио декларацию о своей издательской политике на период избирательной кампании, где указывается следующая информация:

- имя/имена собственника/собственников поставщика медиауслуг;
- принципы освещения избирательной кампании, взятые на себя поставщиком медиауслуг;
- принципы программирования и предоставления эфирного времени;
- расписание платного эфирного времени и условия его программирования, тарифы платного эфирного времени, которые не могут превышать тарифы, установленные в обычном порядке для коммерческой рекламы;
- порядок и принципы организации предвыборных дебатов;
- способ ведения учета эфирного времени, предоставленного конкурентам на выборах в соответствии со ст. 69 Кодекса о выборах;
- сетка вещания передач предвыборного характера и условия их программирования;
- фамилия, имя, номер служебного телефона и номер мобильного телефона, факс и электронный адрес лица, ответственного за освещение избирательной кампании;
- декларация об обязательстве представлять Совету по телевидению и радио еженедельно (по понедельникам) информацию об объеме предвыборного вещания (ролики, дебаты и предвыборные материалы, транслированные в рамках рубрик, специально созданных для освещения избирательной кампании, информационные передачи).

9. Поставщик медиауслуг, который не будет освещать избирательную кампанию, в срок, указанный в п. 8, представляет в Совет по телевидению и радио декларацию о неосвещении избирательной кампании.

10. Поставщик медиауслуг, который подал декларацию, предусмотренную в п. 8, или не представил в установленный срок декларацию, предусмотренную в п. 9, о чем констатируется в решении Совета по телевидению и радио, не имеет права транслировать платную предвыборную рекламу.

11. Совет по телевидению и радио на открытом заседании рассматривает декларации об издательской политике по освещению новых местных выборов и размещает их на своей веб-странице в течение 24 часов после утверждения. Совет по телевидению и радио отклоняет декларации, которые не соответствуют требованиям, и требует привести их в соответствие с законодательством в срок до 3 календарных дней. В случае представления деклараций об издательской политике на период избирательной

кампании по новым местным выборам с нарушением установленного срока, Совет по телевидению и радио налагает санкции в соответствии с аудиовизуальным законодательством.

12. Декларацию об издательской политике по освещению избирательной кампании утверждает:

- Совет по надзору и развитию национального публичного поставщика медиауслуг;

- администрация регионального публичного поставщика медиауслуг;

- администрация частного поставщика медиауслуг.

13. После утверждения декларации об издательской политике по освещению избирательной кампании поставщик медиауслуг имеет право изменять и/или дополнять ее только в случае, если этим не затрагивается непредвзятость, взвешенность и беспристрастность освещения выборов. Поставщик медиауслуг представляет Совету по телевидению и радио в течение 24 часов после утверждения изменения и/или дополнения к декларации об издательской политике, которые подлежат применению только после их утверждения Советом по телевидению и радио.

14. Поставщики медиауслуг обязаны обеспечить конфиденциальность материалов предвыборного характера, представленных конкурентами на выборах, до их распространения.

15. Публичные поставщики медиауслуг обязаны, а частные вправе, по просьбе избирательных органов, бесплатно транслировать мотивационные ролики и по просвещению избирателей, проводить кампании по информированию избирателей о процедуре голосования и о других особенностях голосования. Подготовленные Центральной избирательной комиссией материалы транслируются бесплатно поставщиками медиауслуг по просьбе избирательного органа, а подготовленные общественными объединениями – только после предварительного письменного согласования с Центральной избирательной комиссией.

## **II. Предвыборная реклама и эфирное время**

16. Платная предвыборная реклама, а также аудиовизуальные программы, посвященные предвыборным дебатам, сопровождаются уникальными звуковыми и визуальными средствами для их опознания и отделения от других передач и рекламных блоков и вставкой «Electoral 16 octombrie 2022» в начале и в конце аудиовизуальной программы или блока предвыборной рекламы. Также в целях ведения учета эфирного времени, предоставленного конкурентам на выборах, предвыборная реклама и передачи, посвященные предвыборным дебатам, транслируются только под специальной рубрикой. Телезрители и радиослушатели оповещаются об этом титрами, видео- и голосовыми сообщениями.

17. Предвыборная реклама не должна включаться в программы новостей, спортивные передачи, передачи для детей и передачи с религиозной тематикой.

18. Ответственность за содержание распространяемых или публикуемых предвыборных рекламных материалов несет конкурент на выборах.

19. Поставщики медиауслуг должны освещать избирательную кампанию в главных передачах на актуальные темы в доступной форме для лиц с недостатками слуха и зрения, используя текстовые сообщения, перевод, звуковое сопровождение, crawl или другие подобного рода техники.

20. Во время избирательной кампании кандидаты на выборах не имеют права быть ведущими новостей, авторами или модераторами передач, посвященных предвыборным дебатам, ток-шоу программ и других видов программ. Ответственность за несоблюдение этих положений несут поставщики медиауслуг.

21. Поставщики медиауслуг освещают события избирательной кампании в программах новостей и авторских программах с соблюдением норм Кодекса о выборах, Кодекса об аудиовизуальных медиауслугах, Регламента об аудиовизуальном содержании, утвержденного решением Совета по телевидению и радио № 61/219 от 30 декабря 2019 года, и настоящего Положения.

22. Деятельность Правительства, Парламента, Президента и других органов центрального и местного публичного управления освещается в других передачах отдельно от передач, посвященных предвыборным дебатам, с соблюдением норм Кодекса о выборах, Кодекса об аудиовизуальных медиауслугах и настоящего Положения. Ни один кандидат на выборах не должен иметь приоритет в силу занимаемой должности.

23. Освещение событий предвыборного характера в информационных и аналитических программах не должно сопровождаться комментариями, искажающими сообщения конкурентов на выборах и Центральной избирательной комиссии.

24. Во время избирательной кампании в предвыборных рекламных роликах не могут использоваться образы иностранных граждан, изображения государственных учреждений или органов публичной власти, как отечественных, так и зарубежных, либо международных организаций. Запрещаются сочетания цветов и/или звуков, напоминающие национальную символику другого государства, использование материалов с изображением исторических личностей Республики Молдова или зарубежных исторических личностей, символики иностранных государств, международных организаций либо образов официальных лиц других государств. Запрещается транслировать ролики и репортажи о выборах, в отношении которых имеются основания полагать, что они пропагандируют, разжигают, популяризируют или оправдывают расовую ненависть, ксенофобию, антисемитизм или другие формы ненависти, основанные на нетерпимости или дискриминации по признаку пола, расы, национальности, религии, ограничения возможностей или сексуальной ориентации.

25. Использование архивных материалов должно ясно сопровождаться отметкой «Архив», по обстоятельствам, видео- или аудиоотметкой, которые должны быть легко различимыми. Соответствующие материалы не могут использоваться в случае, если искажается их изначальный смысл. В контексте настоящего Положения, под архивным материалом понимается любой материал на видео-, аудионосителе или на бумаге, изготовленный до начала избирательного периода новых местных выборов. Предвыборные ролики не должны содержать трюков с изображениями и/или звуками, нецензурную лексику или оскорбления, клевету/порочащую честь информацию, подстрекательства к массовому насилию, к действиям, направленным на насильственное свержение или изменение государственного строя или насильственное нарушение территориальной целостности Республики Молдова, подстрекательство к экстремистским и/или террористическим действиям либо к иным действиям, направленным на нарушение правового порядка. Запрещается монтаж, если он меняет изначальный смысл сообщения и, в конечном итоге, может опорочить честь и достоинство конкурента на выборах.

26. Каждый транслируемый рекламный ролик должен содержать разборчивое наименование заказавшего его конкурента на выборах. Каждая рекламная вставка, распространяемая в средствах массовой информации, должна содержать наименование конкурента на выборах, примечание «Electorală 16 octombrie 2022» и сопровождаться уточнением «Оплачено из избирательного фонда согласно платежному поручению № \_\_\_\_ от \_\_\_\_ 2022 г.».

27. Предвыборные передачи, объявленные заранее радиостанциями и телеканалами, не подлежат перепрограммированию, кроме случаев технических неполадок.

28. Каждому из конкурентов на выборах предоставляется не более двух минут эфирного времени ежедневно для платной предвыборной рекламы. Условия приобретения эфирного времени и соответствующие расценки сообщаются в соответствии с пунктами 8 и 32 настоящего Положения. Эфирное время для платной предвыборной рекламы предоставляется всем конкурентам на выборах без дискриминации в одни и те же часы вещания. Продолжительность трансляции одного платного рекламного ролика предвыборного характера должна быть не менее 30 секунд.

29. Заявление о предоставлении на весь период избирательной кампании эфирного времени подается поставщикам медиауслуг и лишь после регистрации конкурента на выборах окружными избирательными советами. Выделяемое эфирное время транслируется поставщиками медиауслуг после регистрации конкурента на выборах окружным избирательным советом. Поставщик медиауслуг может отказать в распространении предвыборной рекламы, если она передана для распространения вне предусмотренного законом срока.

30. Платное эфирное время выделяется конкурентам на выборах в течение не более 24 часов с момента регистрации заявления. Предвыборные рекламные материалы они представляют поставщикам медиауслуг не позднее, чем за 24 часа до их распространения.

31. Платная предвыборная реклама транслируется поставщиками медиауслуг телевидения и радиовещания на основании договоров, заключенных между сторонами. Поставщики медиауслуг создают равные условия для всех конкурентов на выборах при приобретении эфирного времени, в том числе устанавливают одинаковые тарифы.

32. Плата, взимаемая средствами массовой информации и/или рекламными агентствами за размещение платной предвыборной рекламы, не может превышать размер платы, взимаемой за коммерческую рекламу в предизбирательный период. Оплата производится авансом исключительно из избирательного фонда конкурента на выборах, из декларируемых финансовых средств в соответствии с п. а) ч. (2) ст. 41 Кодекса о выборах. Любые другие способы оплаты, кроме авансовых перечислений средств из избирательного фонда, не допускаются.

33. Платное эфирное время, предоставленное конкуренту на выборах по его просьбе, но не использованное по его вине, не возмещается.

34. Платное эфирное время, предоставленное конкуренту на выборах по его просьбе, но не использованное из-за технических неполадок устройства трансляции или по другим указанным аудиовизуальной организацией форс-мажорным причинам, перепрограммируется на ближайшее время. Поставщик медиауслуг в официальном порядке письменно извещает конкурента на выборах о причинах случившегося, о дате и времени перепрограммирования.

35. Предвыборная реклама и предвыборные ролики, размещаемые в Интернете, в том числе на веб-страницах поставщиков медиауслуг, и предвыборная реклама, распространяемая через мобильную телефонную связь, приравнивается к предвыборной рекламе в печатной прессе.

### **III. Предвыборные дебаты**

36. При организации предвыборных дебатов, ток-шоу программ и других передач поставщики медиауслуг обеспечивают соблюдение принципов паритета, беспристрастности, ответственности и плюрализма мнений при выступлении конкурентов на выборах.

37. В период избирательной кампании по новым местным выборам поставщики медиауслуг, которые будут освещать избирательную кампанию, вправе организовывать предвыборные дебаты.

38. В предвыборных дебатах принимают участие только кандидаты на выборах или доверенные лица конкурентов на выборах, утвержденные избирательными органами. Тематика предвыборных дебатов устанавливается поставщиком медиауслуг и сообщается при приглашении для участия в дебатах.

39. Процедура установления порядка, в котором приглашаются участники дебатов, а также их группирование, определяется в декларации об издательской политике поставщиков медиауслуг с соблюдением равенства шансов для каждого участника, а также принципов прозрачности и беспристрастности.

40. Отказ от участия либо отсутствие одного или нескольких кандидатов или их представителей в дебатах передается гласности и не является основанием для отмены передачи или ее приостановления. В случае отсутствия одного или нескольких конкурентов на выборах зарезервированное для них время не возмещается. В случае если кандидат на выборах или его представитель приходит на передачу с опозданием, он может участвовать в дебатах, но без компенсации неиспользованного из-за опоздания времени.

41. Правила проведения дебатов сообщаются конкурентам на выборах в приглашении для участия в них и в начале передачи, посвященной предвыборным дебатам.

42. В ходе дебатов модераторы обеспечивают участникам возможность высказать свою точку зрения по темам дискуссии.

43. Во время дебатов участникам обеспечиваются равные условия для свободного высказывания своей точки зрения. Вместе с тем в отведенное для дебатов эфирное время запрещается:

- ставить под угрозу конституционный порядок, территориальную целостность, призывать к актам массового насилия, посягать на безопасность лиц и материальных ценностей;

- разглашать секреты, охраняемые законом;

- подстрекать к ненависти или дискриминации;

- подстрекать к войне, межэтнической ненависти или территориальному сепаратизму, к действиям, направленным на нарушение правового порядка;

- ущемлять достоинство или репутацию другого лица, публично оскорблять;

- использовать сексистский язык;

- использовать устные, письменные или невербальные выражения, не соответствующие общим нормам поведения, в том числе этическим, приемлемым в цивилизованном обществе.

44. Модераторы передач, посвященных предвыборным дебатам, имеют следующие обязательства:

- быть беспристрастными;

- обеспечивать необходимый баланс выступлений в прениях, предоставляя возможность каждому участнику дебатов выразить свою точку зрения;

- четко формулировать вопросы, не задавать тенденциозные или предвзятые вопросы;

- обеспечивать поддержание проведения дискуссий в рамках темы, вынесенной на обсуждение;

- вмешиваться в проведение дискуссии в случае, если участники дебатов нарушают положения действующего законодательства и настоящего Положения, или в случае, если они не прислушиваются к просьбам модератора, вплоть до отключения микрофона;

- не являться кандидатами или доверенными лицами на выборах либо родственниками первой и второй степени родства с кандидатами.

45. Авторы и/или модераторы программ, посвященных предвыборным дебатам, вправе прекратить дебаты, если один или несколько участников дебатов нарушают

требования п. 43 настоящего Положения, и возобновить дебаты после восстановления порядка в студии.

46. Авторы и/или модераторы программы, посвященной предвыборным дебатам, вправе приостановить ее по решению администрации поставщика медиауслуг после двух пауз соответствующей программы. Поставщики медиауслуг в течение 24 часов с момента принятия решения о приостановлении эфира информируют конкурентов на выборах, принимавших участие в приостановленной программе, об их праве участвовать в предвыборных дебатах на равноправной и недискриминационной основе.

47. В передачах, посвященных предвыборным дебатам, организаторы не должны помещать рекламные материалы о деятельности конкурентов на выборах или с участием кандидатов на выборах либо доверенных лиц, телевизионные или радиорепортажи со встреч конкурентов на выборах с избирателями, о рабочих визитах кандидатов на выборах из числа руководителей, занимающих ответственные должности, результаты опросов общественного мнения.

48. В передачах, посвященных предвыборным дебатам, и в ток-шоу программах с участием кандидатов на выборах и/или представителей конкурентов на выборах запрещается помещать бегущие титры (смс-сообщения и т.п.).

49. Организаторы проведения предвыборных дебатов в онлайн-среде (в сети Интернет) руководствуются теми же правилами организации дебатов, что и лицензированные поставщики медиауслуг в соответствии с законодательством Республики Молдова.

#### **IV. Распространение опросов мнения по избирательной тематике**

50. Поставщики медиауслуг вправе распространять результаты опросов мнения по избирательной тематике не позднее, чем за 5 дней до дня выборов, только если они содержат следующую информацию, которая передается гласности в момент распространения результатов опроса:

- наименование организации, проводившей опрос;
- дата или интервал времени, когда проводился опрос, и использованный метод опроса;
- размер выборки и максимальный предел погрешности;
- лицо, заказавшее проведение опроса, и источник его финансирования;
- доказательство об уведомлении Центральной избирательной комиссии о проведении опроса общественного мнения по избирательной тематике в соответствии с ч. (10) ст. 70 Кодекса о выборах. В случае проведения экзит-поллов должно быть представлено постановление Центральной избирательной комиссии о проведении подобного опроса.

51. В день выборов и предшествующий ему день предвыборная агитация запрещается. В эти дни средства массовой информации не имеют права распространять / передавать гласности информацию с целью склонить / повлиять на мнение избирателей отдать свои голоса за тех или иных конкурентов на выборах. Данный запрет не распространяется на информацию, размещаемую в Интернете не позднее пятницы, предшествующей дню выборов.

52. В день выборов и в предшествующий ему день средства массовой информации вправе распространять / публиковать материалы информационного характера о выборах, пресс-релизы избирательных органов и информацию о ходе выборов.

53. В день выборов до закрытия избирательных участков и в предшествующий ему день средства массовой информации не имеют права транслировать / публиковать программы, репортажи, интервью с избирателями и другие материалы:

- о количестве голосов, набранных конкурентами на выборах в течение дня, и/или об их шансах на выборах;
- о политических предпочтениях.

54. Конкуренты на выборах, полагаящие себя ущемленными в правах, имеют право на реплику в соответствии с ч. (6) ст. 69 Кодекса о выборах. В случае печатной прессы или интернет-публикаций право на реплику предоставляется в кратчайший срок, но не позднее дня, предшествующего дню выборов.

## **V. Заключительные положения**

55. В случае освещения избирательной кампании по новым местным выборам национальными поставщиками медиауслуг, Совет по телевидению и радио должен будет представлять Центральной избирательной комиссии доклады о мониторинге в соответствии с ч. (12) ст. 70 Кодекса о выборах.

56. Записи всех видео- и аудиоматериалов на тему выборов хранятся поставщиками медиауслуг не менее 3 месяцев с момента их трансляции. В случае возникновения споров срок хранения записей может быть продлен решением судебной инстанции.

57. По требованию Совета по телевидению и радио, Центральной избирательной комиссии или окружного избирательного совета поставщики медиауслуг обязаны представить в течение 24 часов видео- и аудиоматериалы вместе с копиями договоров и доказательствами осуществления соответствующих платежей авансом.

58. Жалобы относительно освещения избирательной кампании поставщиками медиауслуг, находящимися под юрисдикцией Республики Молдова, рассматриваются Советом по телевидению и радио в соответствии с положениями избирательного и аудиовизуального законодательства, а жалобы на печатную прессу либо на интернет-публикации рассматриваются судебными инстанциями.

59. Несоблюдение настоящего Положения влечет за собой применение санкций, предусмотренных действующим законодательством. В случае поставщиков медиауслуг и распространителей медиауслуг, Совет по телевидению и радио налагает санкции, предусмотренные Кодексом об аудиовизуальных медиауслугах, в том числе за непредставление деклараций об издательской политике на период избирательной кампании.