

ПОЛОЖЕНИЕ
об освещении средствами массовой
информации Республики Молдова избирательной кампании
по президентским выборам от 30 октября 2016 года

I. Общие положения

1. Настоящее Положение определяет порядок освещения избирательной кампании по президентским выборам от 30 октября 2016 года (далее – президентские выборы) теле- и радиовещательными учреждениями Республики Молдова (вещательные организации) и имеет целью обеспечение объективного, сбалансированного, беспристрастного освещения избирательной кампании по президентским выборам вещательными организациями, защиты свободы выражения и политического плюрализма, установление обязательных норм для применения на практике этих принципов вещательными организациями, с одной стороны, и конкурентами на выборах, с другой стороны.

2. Вещательные организации, находящиеся под юрисдикцией Республики Молдова, освещают избирательную кампанию по президентским выборам в соответствии с нормами Конституции Республики Молдова, Кодекса о выборах, Кодекса телевидения и радио, Закона о печати, Закона о свободе выражения, Закона об обеспечении равных возможностей для женщин и мужчин, Положения об освещении средствами массовой информации избирательной кампании и международных правовых актов, одной из сторон которых является Республика Молдова при соблюдении прав категорий избирателей с особыми потребностями.

3. Принципы справедливого, сбалансированного и беспристрастного освещения президентских выборов являются обязательными и для вещательных организаций из других стран, в том числе для тех, у кого есть законный доступ к информационному пространству Республики Молдова, о чем также предусмотрено и в Конвенции о стандартах демократических выборов, избирательных прав и свобод в государствах-участниках Содружества Независимых Государств (СНГ). В случае нарушения этих принципов, ответственность несут обладатели лицензий на вещание и разрешений на ретрансляцию.

4. Вещательные организации, ретранслирующие программные комплексы, их значительную часть или программы (передачи) теле- и радиоканалов из-за рубежа, отвечают за соблюдение положений Кодекса о выборах, Положения об освещении средствами массовой информации избирательной кампании. В случае несоблюдения этих положений вещательные организации вправе приостановить ретрансляцию любого программного комплекса, уведомляя Координационный совет по телевидению и радио (далее – КСТР) в течение 24 часов о периоде/периодах фактического приостановления вещания и/или возможной ретрансляции. Помимо этого, КСТР может запретить ретрансляцию любых программных комплексов из-за рубежа, которые противоречат положениям Кодекса о выборах, Положения об освещении средствами массовой информации избирательной кампании, в том числе Концепции освещения избирательной кампании по президентским выборам, утвержденной КСТР.

5. До начала избирательной кампании вещательные организации вправе освещать и информировать общество:

- о деятельности партий и других общественно-политических организаций в соответствии с принципом справедливого, сбалансированного, беспристрастного освещения президентских выборов;

- освещать деятельность инициативных групп в поддержку кандидатов на должность Президента Республики Молдова;

- обо всех аспектах избирательного процесса без какого-либо вмешательства со стороны органов публичной власти, партий и других общественно-политических организаций или других субъектов.

6. В начале избирательного периода вещательные организации обязаны обнародовать и проинформировать Центральную избирательную комиссию и Координационный совет по телевидению и радио об условиях предоставления рекламной площади, включая цену за минуту времени и иных сопутствующих услуг. Центральная избирательная комиссия (ЦИК) разместит эту информацию на своем официальном сайте (www.cec.md).

7. В избирательный период распространители программ не вправе:

- приостанавливать или прерывать ретрансляцию программных комплексов вещательных организаций, освещающих президентские выборы;
- транслировать собственные предвыборные дебаты, предвыборную рекламу или другие предвыборные программы;
- предоставлять конкурентам на выборах бесплатно или за плату эфирное время;
- помещать бегущие титры (в том числе с помощью СМС) в программах, посвященных предвыборным дебатам, и в ток-шоу программах с участием конкурентов на выборах, представителей конкурентов на выборах.

8. В течение избирательной кампании администрация вещательных организаций и распространителей программ наблюдает за ходом соблюдения норм избирательного и аудиовизуального законодательства. Эти администрации в обязательном порядке каждую неделю (в понедельник) представляют в КСТР и в ЦИК доклады об освещении избирательной кампании, которые должны содержать информацию о соблюдении вещательными организациями во всех программах правовых норм по освещению выборов, а за два дня до дня выборов – итоговый доклад.

9. Конкурентам на выборах предоставляется эфирное время на равных и недискриминационных условиях.

10. До 13 сентября 2016 года включительно, каждая вещательная организация, принявшая решение освещать избирательную кампанию, подает в КСТР декларацию об издательской политике на период избирательной кампании. Декларация об издательской политике на период избирательной кампании должна содержать:

- имя собственника/собственников вещательной организации;
- принципы освещения избирательной кампании, взятые на себя вещательной организацией;
- принцип планирования и предоставления эфирного времени;
- расписание бесплатного и платного эфирного времени или условия планирования бесплатного и платного эфирного времени, тарифы платного эфирного времени, которые не могут превышать тарифы, установленные в обычном порядке для коммерческой рекламы;
- принципы организации предвыборных дебатов;
- порядок приглашения участников на дебаты, а также их группирование с соблюдением равенства шансов для каждого участника, в том числе, с точки зрения гендерного равенства и соблюдения равенства лиц с особыми потребностями, по мере необходимости;
- порядок учета эфирного времени, предоставленного конкурентам на выборах, согласно ст. 64 Кодекса о выборах;
- программу передач предвыборного характера или условия их планирования;
- фамилия, имя, номера служебного и мобильного телефонов, факс и электронный адрес лица, ответственного за освещение избирательной кампании.

11. Вещательные организации, которые не будут освещать избирательную кампанию, уведомляют об этом КСТР в тот же срок. В результате, лишаются права размещать платную предвыборную рекламу.

12. Вещательные организации, которые не представили в КСТР декларации в установленный срок на утверждение, о чем констатируется в постановлении КСТР, не имеют права освещать избирательную кампанию по президентским выборам от 30 октября 2016 года.

13. КСТР на публичном заседании рассматривает декларации об издательской политике по освещению президентских выборов и размещает их на своем официальном сайте в течение 24 часов после утверждения. КСТР вправе отклонить декларации, не соответствующие действующим требованиям, и потребовать от вещательных организаций приведения их в соответствие с законодательством в течение не более трех календарных дней. В случае представления деклараций об издательской политике на период избирательной кампании по президентским выборам с нарушением установленного срока, КСТР применяет санкции, предусмотренные в ст. 38 Кодекса телевидения и радио.

14. Декларации об издательской политике по освещению избирательной кампании принимают:

- администрация общественной вещательной организации (ОНТР Компания «Телерадио-Молдова», ОРТР Компания «Телерадио Гагаузия»);
- администрация частной вещательной организации.

15. После принятия декларации об издательской политике по освещению избирательной кампании вещательная организация вправе ее заменить и/или дополнить, только если это не затрагивает объективное, сбалансированное и беспристрастное освещение выборов. Вещательная организация в течение 24 часов со дня утверждения направляет в КСТР изменения и/или дополнения к декларации об издательской политике и выполняет их только после утверждения КСТР.

16. Вещательные организации обязаны соблюдать конфиденциальность представленных конкурентами на выборах предвыборных материалов до их трансляции.

17. Общественные вещательные организации обязаны, а частные вещательные организации вправе бесплатно транслировать по просьбе избирательных органов мотивационные ролики, ролики на тему гражданского воспитания и выборов, проводить кампанию информирования избирателей о процедуре и о других особенностях голосования.

II. Предвыборная реклама и эфирное время

18. В период избирательной кампании национальные вещательные организации, список которых публикуется Координационным советом по телевидению и радио в первые три дня избирательного периода, предоставляют бесплатно конкурентам на выборах по 5 минут телеэфира и по 10 минут радиоэфира для изложения предвыборных программ и информирования избирателей. Это эфирное время не входит в эфирное время, отведенное для предвыборной рекламы и предвыборных дебатов.

19. В период избирательной кампании по президентским выборам общественные вещательные организации предоставляют бесплатно конкурентам на выборах по одной минуте эфирного времени ежедневно для размещения предвыборной рекламы.

20. Платная и бесплатная предвыборная реклама, а также передачи, посвященные предвыборным дебатам, сопровождаются уникальным звуковым и/или видеосигналом с целью их опознания и отделения от других передач и/или рекламных блоков. Также в целях 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 и/или видео и/или звуковыми сообщениями.

21. Запрещается включать предвыборную рекламу в информационные, спортивные, детские и на религиозные темы передачи.

22. Вещательные организации должны освещать избирательную кампанию таким образом, чтобы обеспечить лицам с нарушением слуха и зрения доступ к информации путем использования текстовых сообщений, переводов, звукового описания или других подобных технологий.

23. В избирательный период вещательные организации не вправе транслировать программы с участием кандидатов на выборах в качестве дикторов информационных передач, авторов или ведущих на предвыборных дебатах, ток-шоу передач и других типов передач.

24. Вещательные организации в информационных передачах и авторских программах должны отражать события избирательной кампании в соответствии с Кодексом о выборах и настоящим Положением.

25. Деятельность Правительства, Парламента, Президентуры и других органов центрального и местного публичного управления освещается в других передачах отдельно от передач, посвященных предвыборным дебатам, и от предвыборной рекламы с соблюдением норм Кодекса о выборах, Кодекса телевидения и радио и правил настоящего Положения. Ни один конкурент на выборах не имеет преимуществ в силу занимаемой должности.

26. Предвыборные мероприятия освещаются в информационных и аналитических передачах без комментариев во избежание искажения сообщения конкурентов на выборах и Центральной избирательной комиссии.

27. В период 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 Республики Молдова или другого государства, использование материалов с изображением исторических личностей Республики Молдова и зарубежных исторических личностей, а также символики иностранных государств или международных организаций, образов официальных лиц других государств.

28. Используемые архивные материалы сопровождаются четким примечанием «Архив», по необходимости, видео- или аудиопримечанием, которые должны быть легко различимыми. Подобные материалы не могут использоваться в случае, если они меняют изначальный смысл используемого материала. В целях настоящего Положения под архивным материалом понимается любой видео-, аудио- или на бумажном носителе материал, произведенный до начала избирательного периода. Предвыборные ролики не должны содержать трюки с изображениями и/или звуками, нецензурную лексику или ругательства, порочащие честь и человеческое достоинство, клевету, призывы к национальной, расовой или религиозной розни, подстрекательство к общественному насилию, к действиям, направленным на насильственное свержение или изменение государственного строя или насильственное нарушение территориальной целостности Республики Молдова, подстрекательство к экстремизму и/или терроризму или к другим действиям, направленным на нарушение правового порядка. Запрещается монтаж, который меняет изначальный смысл сообщения и, в результате, может опорочить честь и достоинство конкурента на выборах.

29. Каждый транслируемый рекламный материал должен содержать разборчивое наименование конкурента на выборах, заказавшего ролик, и примечание «Избирательная кампания – 2016». Каждая рекламная вставка, распространяемая в средствах массовой информации, должна содержать наименование конкурента на выборах, примечание «Избирательная кампания – 2016» с указанием «Оплачено из избирательного фонда, согласно счету № ___ от _____ 2016 года».

30. Если каналы телевидения и радиостанции заранее объявили время выхода в эфир предвыборных передач, то они не перепрограммируют его, за исключением случаев технических неполадок.

31. В период избирательной кампании каждая вещательная организация предоставляет каждому из конкурентов на выборах не менее двух минут эфирного времени ежедневно для платной предвыборной рекламы. Условия приобретения эфирного времени и соответствующие расценки сообщаются в соответствии с пунктами 6 и 21 настоящего Положения. Эфирное время для платной предвыборной рекламы предоставляется всем конкурентам на выборах без дискриминации в одни и те же часы вещания. Продолжительность платных рекламных роликов предвыборного характера должна быть не менее 30 секунд.

32. Заявление о предоставлении эфирного времени на весь период избирательной кампании представляется вещательным организациям и только после регистрации конкурента на выборах в Центральной избирательной комиссии. Предоставленное эфирное время используется вещательными организациями не ранее чем за 30 дней до дня выборов Президента Республики Молдова.

33. Платное эфирное время выделяется конкурентам на выборах в течение 48 часов с момента регистрации заявления на основании заключения соответствующих соглашений.

34. Платная предвыборная реклама на каналах телевидения и радиостанциях осуществляется на основании договоров, заключенных между сторонами. Вещательные организации создают равные условия для всех конкурентов на выборах при приобретении эфирного времени, в частности, устанавливают одинаковый размер оплаты.

35. Плата, взимаемая средствами массовой информации и/или рекламными агентствами за размещение платной предвыборной рекламы, осуществляется по расценкам не выше, чем за коммерческую рекламу в предвыборный период. Оплата производится авансом исключительно из избирательного фонда конкурента на выборах, из декларируемых финансовых средств, согласно п. а) ч. (2) ст. 38 Кодекса о выборах. Любые другие способы оплаты, кроме авансовых перечислений финансовых средств из избирательного фонда, не допускаются.

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

37. Платное эфирное время, предоставленное по просьбе конкурента на выборах, но не использованное из-за технических неполадок устройства передачи или по другим указанным телерадиоорганизацией форс-мажорным причинам, перепрограммируется. Вещательная организация в официальном порядке письменно извещает конкурента на выборах о причинах случившегося, о дате и времени перепрограммирования.

38. Конкуренты на выборах представляют вещательным организациям предвыборные рекламные материалы не позднее чем за 48 часов до выхода в эфир.

39. Подготовленные Центральной избирательной комиссией материалы на тему выборов и гражданского воспитания распространяются бесплатно вещательными организациями по просьбе избирательных органов, а подготовленные общественными объединениями распространяются бесплатно только после предварительного письменного согласования с Центральной избирательной комиссией.

40. Предвыборная реклама и предвыборные ролики, размещаемые в Интернете, в том числе на веб-страницах вещательных организаций и предвыборная реклама, распространяемая через мобильную телефонную связь, приравниваются к предвыборной рекламе в печати.

III. Предвыборные дебаты

41. В передачах, посвященных предвыборным дебатам, ток-шоу программах и других передачах вещательные организации обеспечивают соблюдение принципов

равновесия, беспристрастности, ответственности и плюрализма мнений при выступлении конкурентов на выборах.

42. Национальные и общественные вещательные организации обязаны, а местные и региональные вещательные организации вправе организовывать предвыборные дебаты. Предвыборные дебаты организуются исключительно в период избирательной кампании и не ранее дня регистрации в ЦИК минимум двух конкурентов на выборах.

43. В предвыборных дебатах принимают участие кандидаты на выборах или их представители. Тема предвыборных дебатов устанавливается вещательной организацией и сообщается в момент приглашения для участия в дебатах.

44. Процедура определения порядка приглашения для участия в дебатах, а также группирование участников устанавливаются в декларации об издательской политике вещательных организаций с соблюдением равенства шансов для каждого участника, а также принципа прозрачности и беспристрастности.

45. Отказ от участия или отсутствие одного или нескольких кандидатов или их представителей на предвыборных дебатах передается гласности и не является основанием для отмены или приостановления выхода передачи. В случае отсутствия одного или нескольких конкурентов на выборах отведенное им время не возмещается. Если кандидат на выборах или его представитель приходит на передачу с опозданием, он может участвовать в дебатах, но без компенсации неиспользованного времени в связи с задержкой.

46. Правила проведения дебатов доводятся до сведения конкурентов на выборах в приглашении для участия в них и в начале передачи, посвященной предвыборным дебатам.

47. Ведущие передачи в рамках дебатов обеспечивают участникам возможность высказать свою точку зрения по темам дискуссии.

48. Во время дебатов участники могут свободно и на равных условиях высказывать свою точку зрения. Вместе с тем в предоставленное для дебатов эфирное время запрещается:

- дестабилизация конституционного порядка, угроза территориальной целостности, подстрекательство к актам общественного насилия, посягательство на неприкосновенность личности и материальных благ;
- разглашение тайн, охраняемых законом;
- подстрекательство к ненависти или дискриминации;
- подстрекательство к войне, межэтнической ненависти или территориальному сепаратизму, к действиям, направленным на нарушение правового порядка;
- ущемление достоинства или репутации другого лица, публичное оскорбление;
- использование устных, письменных или несловесных выражений, не соответствующих общепринятым в демократическом обществе нормам поведения и этическим нормам.

49. Ведущие передач, посвященных предвыборным дебатам, обязаны:

- быть беспристрастными;
- обеспечить необходимый баланс выступлений в прениях, предоставляя возможность каждому участнику дебатов выразить свою точку зрения;
- ясно формулировать вопросы, сохраняя нейтралитет и беспристрастность;
- обеспечивать проведение дискуссий в рамках темы, вынесенной на обсуждение;
- вмешиваться в проведение дискуссии, когда приглашенные нарушают положения действующего законодательства и настоящего Положения, или когда приглашенные не соблюдают просьбы ведущего о порядке, вплоть до отключения соответствующего микрофона;
- не являться кандидатами, доверенными лицами на выборах или родственниками первой или второй степени родства кандидатов.

50. Авторы и/или ведущие передач, посвященных предвыборным дебатам, вправе прекратить дебаты, если один или несколько участников дебатов нарушают требования п. 48 настоящего Положения.

51. Авторы и/или ведущие передач вправе приостановить передачу, посвященную предвыборным дебатам, по решению администрации вещательной организации после двух пауз соответствующей передачи. Вещательные организации в течение 24 часов с момента принятия решения о приостановлении эфира информируют конкурентов на выборах, принимавших участие в приостановленной передаче, об обеспечении права участвовать в предвыборных дебатах на равной основе и недискриминационном отношении.

52. Организаторам передач, посвященных предвыборным дебатам, запрещается помещать в них рекламные материалы о деятельности конкурентов на выборах или с участием кандидатов на выборах либо с участием доверенных лиц, теле- и радиорепортажи о встречах конкурентов на выборах с избирателями, о рабочих визитах кандидатов на выборах из числа руководителей, занимающих ответственные должности, опросы общественного мнения.

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

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

IV. Распространение опросов мнений, связанных с выборами

55. Вещательные организации вправе опубликовывать результаты опросов на тему выборов не позднее 5 дней до дня выборов, только если они содержат следующую информацию:

- наименование организации, проводившей опрос;
- время или период времени его проведения и метод сбора информации;
- число опрошенных и максимальная возможная погрешность;
- лицо, заказавшее проведение опроса, и источник его финансирования;
- подтверждение об уведомлении ЦИК о проведении опроса общественного мнения на тему выборов в соответствии с ч. (10) ст. 64¹ Кодекса о выборах. В случае проведения экзит-поллов Центральная избирательная комиссия принимает постановление о проведении таких опросов.

56. В день выборов и в предшествующий ему день предвыборная агитация запрещается. В эти дни вещательным организациям запрещается распространять информацию, которая может склонить/повлиять на мнение избирателей отдать свои голоса за тех или иных конкурентов на выборах или воздержаться от участия в голосовании.

57. В день выборов и в предшествующий ему день вещательные организации вправе распространять материалы по гражданскому воспитанию/на тему выборов (в том числе мотивационные кампании), пресс-релизы избирательных органов и информацию о проведении выборов.

58. В день выборов до закрытия избирательных участков и в предшествующий ему день запрещается вещание/публикация через средства массовой информации программ, репортажей, интервью с избирателями и других материалов:

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

59. Конкуренты на выборах, полагаящие себя ущемленными в правах, имеют право на реплику в соответствии с ч. (6) ст. 64 Кодекса о выборах. В печатной прессе или в интернет-публикациях обеспечивается право на реплику в кратчайший срок, но не позднее последнего дня избирательной кампании.

V. Заключительные положения

60. КСТР представляет в Центральную избирательную комиссию отчеты по мониторингу в соответствии с ч. (12) ст. 64¹ Кодекса о выборах с момента принятия настоящего Положения.

61. Видео- и аудиозаписи на тему выборов хранятся до опубликования в Официальном Мониторе Республики Молдова постановления о признании действительными результатов выборов. В случае возникновения споров срок хранения записей может быть продлен решением судебной инстанции.

62. Вещательные организации обязаны вести учет предоставляемого конкурентам на выборах эфирного времени и еженедельно (в понедельник) передавать в КСТР и ЦИК по факсу и/или в электронном формате данные об объеме передач по предвыборной тематике (ролики, предвыборные дебаты и материалы по выборам, распространяемые в рамках рубрик, специально созданных в целях освещения избирательной кампании), а также данные о трансляции на предыдущей неделе просветительских роликов на тему выборов и по информированию избирателей, согласно образцу, утвержденному КСТР.

63. По просьбе КСТР, ЦИК или окружного избирательного совета (в случае местных вещательных организаций) вещательные организации обязаны представить в течение 24 часов видео- и аудиоматериалы вместе с копиями договоров и доказательствами осуществления соответствующих платежей.

64. Жалобы относительно освещения избирательной кампании вещательными организациями, находящимися под юрисдикцией Республики Молдова, рассматриваются КСТР в соответствии с положениями избирательного и аудиовизуального законодательства, а жалобы на печатные средства массовой информации или на интернет-публикации рассматриваются судебной инстанцией.

65. Несоблюдение настоящего Положения влечет за собой применение санкций, предусмотренных действующим законодательством. Относительно вещательных организаций и распространителей программ КСТР применяет санкции в соответствии с Кодексом телевидения и радио, в частности за несоблюдение деклараций об издательской политике на период избирательной кампании.