

**ПОЛОЖЕНИЕ**  
**об освещении средствами массовой информации Республики Молдова**  
**избирательной кампании по парламентским выборам и**  
**республиканскому референдуму от 24 февраля 2019 года**

**I. Общие положения**

1. Настоящее положение определяет порядок освещения избирательной кампании по парламентским выборам и республиканскому референдуму от 24 февраля 2019 года (*далее* – парламентские выборы и референдум) теле- и радиовещательными учреждениями Республики Молдова (вещательными организациями) и направлено на обеспечение объективного, сбалансированного и беспристрастного освещения избирательной кампании по парламентским выборам и референдуму вещательными организациями, продвижение принципа 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 парламентским выборам и референдуму в соответствии с нормами Конституции Республики Молдова, Кодекса о выборах, Кодекса телевидения и радио, Декларации ООН о правах лиц, принадлежащих к национальным или этническим, религиозным и языковым меньшинствам, Рамочной конвенции Совета Европы о защите национальных меньшинств, 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.

3. Принципы объективного, сбалансированного и беспристрастного освещения парламентских выборов и референдума являются обязательными и для вещательных организаций других стран, имеющих законный доступ к информационному пространству Республики Молдова, что также предусмотрено в Конвенции о стандартах демократических выборов, избирательных прав и свобод в государствах-участниках Содружества Независимых Государств (СНГ) и в Европейской конвенции о трансграничном телевидении. В случае нарушения этих принципов ответственность несут обладатели лицензий на вещание и разрешений на ретрансляцию, осуществляющих свою деятельность на территории Республики Молдова.

4. Вещательные организации, ретранслирующие программные комплексы, их значительную часть или программы (передачи) теле- и радиоканалов из-за рубежа, отвечают за соблюдение норм Кодекса о выборах, Положения об освещении средствами массовой информации избирательной кампании. В случае несоблюдения этих норм 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 возможного приостановления ретрансляции. Помимо этого, КСТР может запретить ретрансляцию любых программных комплексов из-за рубежа, которые противоречат нормам Кодекса о выборах, Положения об освещении средствами массовой информации избирательной кампании, в том числе Концепции освещения избирательной кампании по парламентским выборам и республиканскому референдуму от 24 февраля 2019 года, утвержденной КСТР.

5. До начала избирательной кампании по парламентским выборам и референдуму вещательные организации вправе освещать и информировать общество:

- о деятельности партий и других общественно-политических организаций в соответствии с принципами объективного, сбалансированного и беспристрастного освещения парламентских выборов;

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

- о выдвижении кандидатов и регистрации конкурентов на выборах.

6. В течение пяти дней после начала избирательного периода вещательные организации обязаны обнародовать и проинформировать Центральную избирательную комиссию (*далее* – ЦИК) и КСТР об условиях предоставления рекламной площади, в том числе о цене за минуту времени и об иных сопутствующих услугах. ЦИК размещает эту информацию на своей веб-странице ([www.ces.md](http://www.ces.md)).

7. В избирательный период распространители программных комплексов не вправе:

- приостанавливать или прерывать ретрансляцию программных комплексов вещательных организаций, освещающих парламентские выборы и/или референдум;

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

- предоставлять конкурентам на выборах/участникам референдума платное или бесплатное эфирное время;

- помещать бегущую строку (включая посредством СМС) во время программы по предвыборным дебатам и во время ток-шоу программы с участием конкурентов на выборах/участников референдума, представителей конкурентов на выборах/участников референдума.

8. В течение избирательной кампании администрация вещательных организаций и распространителей программных комплексов наблюдает за ходом соблюдения норм избирательного и аудиовизуального законодательства, ведет учет эфирного времени, предоставленного конкурентам на выборах/участникам референдума, и предоставляет КСТР и ЦИК еженедельно (по понедельникам) отчет в соответствии с образцом, утвержденным КСТР, об объеме предвыборного вещания (ролики, дебаты и предвыборные материалы, транслированные в рамках рубрик, специально созданных для освещения избирательной кампании, информационные передачи), включая информацию о разработанных ЦИК роликах по гражданскому просвещению / информированию избирателей о выборах, транслированных на предыдущей неделе.

9. Конкуренты на выборах/участники референдума на равноправной основе и без дискриминации пользуются правом на предоставление эфирного или рекламного времени для предвыборной рекламы вне зависимости от формы собственности телерадиоорганизаций.

10. В течение семи дней с момента утверждения настоящего Положения каждая вещательная организация, принявшая решение освещать избирательную кампанию, подает в КСТР декларацию о своей издательской политике на период избирательной кампании с указанием следующей информации:

- фамилия и имя собственника/собственников вещательной организации;

- принципы освещения избирательной кампании, взятые на себя вещательной организацией;

- условия планирования платного/бесплатного эфирного времени;

- 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;

- порядок и принципы организации предвыборных дебатов;
- способ ведения учета эфирного времени, предоставленного конкурентам на выборах/участникам референдума, в соответствии со ст. 69 Кодекса о выборах;
- сетка вещания передач предвыборного характера и условия их планирования;
- фамилия, имя, номер служебного телефона и номер мобильного телефона, факс и электронный адрес лица, ответственного за освещение избирательной кампании;
- декларация об обязательстве еженедельно (по понедельникам) представлять КСТР и ЦИК по факсу и/или в электронной форме информацию об объеме предвыборного вещания (ролики, дебаты и предвыборные материалы, транслированные в рамках рубрик, специально созданных для освещения избирательной кампании, информационные передачи), включая информацию о разработанных ЦИК роликах по гражданскому просвещению / информированию избирателей о выборах, транслированных на предыдущей неделе.

11. Вещательные организации, которые не будут освещать избирательную кампанию, уведомляют об этом КСТР в тот же срок. Они будут обязаны организовывать предвыборные дебаты в соответствии с ч. (3) ст. 70 Кодекса о выборах.

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 парламентским выборам и республиканскому референдуму от 24 февраля 2019 года.

13. КСТР на открытом заседании рассматривает декларации об издательской политике по освещению парламентских выборов и референдума и размещает на своей официальной веб-странице в течение 24 часов после утверждения. КСТР вправе отклонить декларации в случае если они не соответствуют требованиям и потребовать приведения их в соответствие с законодательством в срок до 3 календарных дней. В случае представления деклараций об издательской политике во время избирательной кампании по парламентским выборам и референдуму с нарушением установленного срока, КСТР налагает санкции в соответствии с аудиовизуальным законодательством.

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

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

15. После утверждения декларации об издательской политике по освещению избирательной кампании вещательная организация имеет право изменять и/или дополнять ее только в случае, если этим не затрагивается объективность, взвешенность и беспристрастность освещения выборов. Вещательная организация представляет в КСТР в течение 24 часов после утверждения декларации изменения и/или дополнения к ней, которые вступают в силу только после их утверждения КСТР.

16. Вещательные организации обязаны обеспечить конфиденциальность предвыборных материалов, представленных конкурентами на выборах/участниками референдума, до их трансляции.

17. Национальные вещательные организации 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 ЦИК материалы распространяются бесплатно вещательными организациями по просьбе избирательного органа, а подготовленные общественными объединениями распространяются только после предварительного письменного согласования с ЦИК.

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

18. В период избирательной кампании национальные вещательные организации, список которых публикуется КСТР, предоставляют бесплатно конкурентам на выборах в общенациональном округе по 5 минут телеэфира и по 10 минут радиоэфира для изложения предвыборных программ и информирования избирателей. Соответствующее эфирное время предоставляется в другом вещательном пространстве, чем то, что зарезервировано для предвыборной рекламы и предвыборных дебатов.

19. Во время избирательной кампании по парламентским выборам (в общенациональном округе) и референдуму национальные вещательные организации предоставляют бесплатно зарегистрированным Центральной избирательной комиссией конкурентам на выборах и участникам референдума по одной минуте эфирного времени ежедневно для размещения предвыборной рекламы.

20. Платная и бесплатная предвыборная реклама, а также передачи, посвященные предвыборным дебатам, сопровождаются уникальными звуковыми и визуальными средствами для их опознания и отделения от других передач и рекламных блоков и со вставкой «Выборы 2019» в начале и в конце 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 звуковыми сообщениями.

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

22. Ответственность за содержание материалов предвыборной рекламы, транслированной или опубликованной, несет конкурент на выборах/участник референдума.

23. Вещательные организации должны освещать избирательную кампанию в основных программах передач, посвященных обсуждению актуальных вопросов, таким образом, чтобы обеспечить доступ лиц с недостатками слуха и зрения к ним, используя текстовые сообщения, сурдоперевод, «crawl», звуковое описание или другие подобные техники.

24. Во время избирательной кампании кандидатам на выборах запрещено быть ведущими новостей, авторами или ведущими передач, посвященных предвыборным дебатам, ток-шоу программ и других видов программ. Ответственность за несоблюдение этих положений несут вещательные организации.

25. Вещательные организации должны освещать события избирательной кампании в программах новостей и авторских программах с соблюдением норм Кодекса о выборах и настоящего Положения.

26. Деятельность Правительства, Парламента, Президента 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 настоящего Положения. Ни один кандидат на выборах не должен иметь приоритет в силу занимаемой должности.

27. Освещение предвыборных событий в информационных и аналитических программах не должно сопровождаться комментариями, искажающими сообщения конкурентов на выборах/участников референдума и Центральной избирательной комиссии.

28. 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 или международных организаций, образов официальных лиц других государств.

29. Использование архивных материалов должно ясно сопровождаться отметкой «Архив», по необходимости, видео- или аудиопримечанием, 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, созданный до начала избирательного периода по парламентским выборам от 24 февраля 2019 года. Предвыборные ролики не должны содержать трюков с изображениями и/или звуками, нецензурную лексику или ругательства, порочащие честь и человеческое достоинство, клевету, призывы к ненависти между людьми, к национальной, расовой или религиозной розни, 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 или к другим 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/участника референдума.

30. Каждый транслируемый рекламный ролик должен содержать разборчивое наименование заказавшего его конкурента на выборах/участника референдума. Каждая рекламная вставка, распространяемая в средствах массовой информации, должна содержать наименование конкурента на выборах/участника референдума, название темы и сопровождаться спецификацией «Оплачено из избирательного фонда в соответствии со счет-фактурой №\_\_ от \_\_\_\_ 2019 года».

31. Предвыборные передачи, объявленные заранее радиостанциями и телеканалами, не должны перепрограммироваться, кроме случаев технических неполадок.

32. В период избирательной кампании каждая вещательная организация, примающая участие в ее освещении, предоставляет каждому конкуренту на выборах (по общенациональному округу) / участнику референдума по две минуты эфирного времени в день 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/участникам референдума без дискриминации в одни и те же часы вещания. Продолжительность платных рекламных роликов предвыборного характера должна быть не менее 30 секунд.

33. Заявление о предоставлении эфирного времени на весь период избирательной кампании подается вещательным организациям и только после регистрации участника референдума и/или конкурента на выборах в ЦИК или в окружных избирательных советах. Выделяемое эфирное время используется вещательными организациями не ранее чем за 30 дней до дня парламентских выборов – для конкурентов на выборах и с момента регистрации в ЦИК – для участников референдума.

34. Платное эфирное время выделяется конкурентам на выборах/участникам референдума в течение 24 часов с момента регистрации заявления. Предвыборные рекламные материалы они представляют вещательным организациям не позднее, чем за 24 часа до выхода в эфир.

35. Платная предвыборная реклама на каналах радиостанций и на телеканалах осуществляется на основании договоров, заключенных между сторонами. Вещательные организации создают равные условия для всех конкурентов на выборах/участников референдума при приобретении эфирного времени, в том числе, устанавливают одинаковые тарифы.

36. 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/участника референдума, из декларируемых финансовых средств, согласно п. а) ч. (2) ст. 41 Кодекса о выборах. Любые другие способы оплаты, кроме авансовых перечислений средств из избирательного фонда, не допускаются.

37. Платное эфирное время, предоставленное конкуренту на выборах/участнику референдума по его просьбе, но не использованное по его вине, не компенсируется.

38. Платное эфирное время, предоставленное конкуренту на выборах/участнику референдума по его просьбе, но не использованное из-за технических неполадок устройства трансляции или по другим указанным вещательной организацией форс-мажорным причинам, перепрограммируется. Вещательная организация в официальном порядке письменно извещает конкурента на выборах/участника референдума о причинах случившегося, о дате и времени перепрограммирования.

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

### **III. Предвыборные дебаты**

40. При организации предвыборных дебатов, ток-шоу программ и других передач вещательные организации обеспечивают соблюдение принципов паритета, беспристрастности, ответственности и плюрализма мнений при выступлении конкурентов на выборах/участников референдума.

41. Национальные и общественные вещательные организации обязаны, а местные и региональные вправе организовывать предвыборные дебаты в период избирательной кампании по парламентским выборам и референдуму в общенациональном округе. Местные/региональные вещательные организации обязаны, а национальные вправе организовывать предвыборные дебаты в период избирательной кампании по парламентским выборам в одномандатных округах. Предвыборные дебаты организуются исключительно в период избирательной кампании.

42. В предвыборных дебатах принимают участие кандидаты на выборах или их представители. Тематика предвыборных дебатов устанавливается вещательной организацией и сообщается при приглашении для участия в дебатах.

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

44. Отказ от участия или 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/участников референдума 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.

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

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

47. Во время дебатов участники могут свободно и на равных условиях высказывать свою точку 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, ненависти между людьми, 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.

48. Ведущие 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, сохраняя нейтралитет и беспристрастность;
- обеспечивать проведение 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 соблюдают просьбы ведущего о порядке, вплоть до отключения микрофона;
- не являться кандидатами, доверенными лицами на выборах либо родственниками первой и второй степени родства с кандидатами.

49. Авторы и/или ведущие передач, посвященных предвыборным дебатам, вправе прекратить дебаты, если один или несколько участников дебатов нарушают требования п.47 настоящего Положения, и возобновить дебаты после восстановления порядка в студии.

50. Авторы и/или ведущие передачи, посвященной предвыборным дебатам, вправе приостановить ее 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/участников референдума, принимавших участие в приостановленной передаче, об обеспечении права участвовать в предвыборных дебатах на равноправной и недискриминационной основе.

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

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

53. 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. Трансляция опросов мнения с предвыборной тематикой**

54. Вещательные организации вправе опубликовывать результаты опросов на тему выборов не позднее, чем за 5 дней до дня выборов, только если они содержат следующую информацию, которая обнаружится в момент распространения результатов опроса:

- название организации, которая провела опрос;
- дата или промежуток времени, в течение которого был проведен опрос, и использованный метод;
- число опрошенных и максимальная возможная погрешность;
- заказчик проведения опроса и источник его финансирования;
- доказательство об уведомлении ЦИК о проведении опроса общественного мнения на тему выборов в соответствии с ч. (10) ст. 70 Кодекса о выборах. В случае проведения экзит-поллов должно быть представлено постановление ЦИК о проведении данного опроса.

55. Конкуренты на выборах, полагающие 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 голосования.

#### **V. Заключительные положения**

56. КСТР представляет в ЦИК доклады о мониторинге в соответствии с ч. (12) ст. 70 Кодекса о выборах с момента принятия настоящего Положения.

57. Видео- и аудиозаписи на тему выборов хранятся вещательной организацией до опубликования в Официальном Мониторе Республики Молдова постановления о результатах парламентских выборов/референдума. В случае возникновения споров срок хранения записей может быть продлен решением судебной инстанции.

58. Вещательные организации обязаны вести учет предоставляемого конкурентам на выборах/участникам референдума эфирного времени и еженедельно (в понедельник) передавать в КСТР и ЦИК по факсу и/или в электронной форме информацию об объеме предвыборного вещания (ролики, дебаты и предвыборные материалы, транслированные в рамках рубрик, специально созданных для освещения избирательной кампании), включая информацию о трансляции на предыдущей неделе роликов по гражданскому просвещению и информированию избирателей о выборах, по образцу, утвержденному КСТР.

59. По требованию 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 авансом.

60. 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.

61. Несоблюдение настоящего Положения влечет за собой применение санкций, предусмотренных действующим законодательством. В случае вещательных организаций и распространителей программ КСТР налагает санкции, предусмотренные Кодексом телевидения и радио, включая непредставление деклараций об издательской политике на период избирательной кампании.