

Центральная комиссия по выборам и проведению референдумов
Кыргызской Республики

Предвыборная агитация



Содержание:

1. Что такое предвыборная агитация
 2. Сроки проведения предвыборной агитации
 3. Формы предвыборной агитации
 4. Особенности проведения агитации для избирателей с инвалидностью
 5. Проведение предвыборной агитации на телевидении и радио
 6. Дебаты
 7. Проведение предвыборной агитации через печатные СМИ и интернет-издания
- запрет на проведение предвыборной агитации

Применяемые сокращения:

ЦИК – Центральная комиссия по выборам и проведению референдумов Кыргызской Республики

Органы МСУ = органы местного самоуправления

СМИ – средства массовой информации

Что такое предвыборная агитация

Предвыборная агитация – это деятельность граждан Кыргызской Республики, кандидатов, уполномоченных представителей и доверенных лиц кандидатов, политических партий по подготовке и распространению информации в период избирательной кампании, имеющая целью побудить или побуждающая избирателей к голосованию за тех или иных кандидатов (список кандидатов) либо против них.

Предвыборной агитацией признаются:

призывы голосовать за тех или иных кандидатов, списки кандидатов либо против них

выражение предпочтения в отношении отдельных кандидатов, политических партий

описание возможных последствий избрания или неизбрания кандидатов, списка кандидатов

распространение информации о деятельности кандидатов, не связанной с их профессиональной деятельностью или исполнением ими своих служебных (должностных) обязанностей

Сроки проведения предвыборной агитации

начинается со дня окончания срока регистрации списков кандидатов - **29 октября 2021 года**

заканчивается за 24 часа до начала голосования - **27 ноября в 8.00 утра**

В день голосования сохраняются на прежних местах агитационные печатные материалы (листовки, плакаты, билборды и другие материалы), ранее размещенные вне зданий и помещений избирательных комиссий.

Формы проведения агитации

Агитация при проведении выборов может осуществляться:

через средства массовой информации и Интернет-издания

посредством проведения агитационных публичных мероприятий (митинги, собрания, телевизионные дебаты), за исключением проведения концертов и театрализованных представлений на стадионах и улицах населенных пунктов, а также спортивных мероприятий

путем выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и других агитационных материалов и в иных не запрещенных законами формах

К иным не запрещенным формам относятся:

организация и проведение дебатов

организация и проведение дискуссий

пресс-конференции

интервью

выступления (обращения)

показ телеочерков

показ видеофильмов о кандидате

публичные выступления

организация и проведение листовочной кампании

наружная реклама

уличная реклама

Интернет

В качестве отдельной формы предвыборной агитации можно выделить проведение агитации через Интернет. При применении этого метода должны соблюдаться общие правила агитации, установленные законом.

Особенности агитации избирателей с инвалидностью



Политические партии обязаны публиковать и распространять агитационные материалы с использованием сурдоперевода или субтитрирования, напечатанные увеличенным шрифтом, удобным для прочтения, а также с использованием шрифта Брайля или иных специальных средств для избирателей с инвалидностью, в количестве не менее 1% от общего количества тиража агитационных материалов.

Условия проведения предвыборной агитации через СМИ

Кандидатам, политическим партиям гарантируются равные условия доступа к СМИ и Интернет-изданиям.

СМИ или Интернет-издания, учредителями (соучредителями, владельцами) которых являются госорганы и органы МСУ или их подведомственные учреждения и предприятия, которые финансируются полностью или частично за счет средств республиканского или местного бюджета, а также СМИ, которые имеют льготы по уплате налогов и обязательных платежей по сравнению с другими СМИ, **обязаны** обеспечить кандидатам, политическим партиям равные возможности проведения предвыборной агитации.

СМИ и Интернет-издания **вправе на договорной основе** предоставить эфирное время, печатную площадь кандидатам, политическим партиям в соответствии с инструкциями о порядке предоставления кандидатам, политическим партиям на каналах телерадиоорганизаций эфирного времени, печатной площади в периодических печатных и Интернет-изданиях, утвержденными ЦИК. Размер оплаты за предоставление эфирного времени, публикацию в периодических печатных изданиях или публикацию в Интернет-изданиях должен быть единым для всех кандидатов, политических партий.

Все печатные и иные агитационные материалы должны содержать:



Распространение агитационных материалов, не содержащих указанную информацию,
запрещается.

Запрещается изготовление предвыборных агитационных материалов без предварительной
оплаты из соответствующего избирательного фонда

Редакции СМИ и Интернет-изданий ведут учет публикаций, выпуска
предвыборных агитационных материалов. В случае поступления запроса от
ЦИК редакция СМИ / Интернет-издания обязана предоставить письменную
информацию в течение 2-х рабочих дней, а при необходимости - копии
запрашиваемых материалов.

Телерадиоорганизации и редакции периодических печатных и Интернет-
изданий независимо от форм собственности, предоставившие
зарегистрированным кандидатам, политическим партиям, выдвинувшим
зарегистрированных кандидатов, эфирное время, печатную площадь,
обязаны вести отдельный учет их объема и стоимости в соответствии с
формами и порядком ведения такого учета, которые установлены
Центральной избирательной комиссией.

Данные этого учета каждые 10 дней в период предвыборной агитации и в 10-
дневный срок после дня голосования должны быть представлены в ЦИК.

Споры, связанные с публикациями, передачами в СМИ, рассматриваются ЦИК
или судами в соответствии с законодательством Кыргызской Республики.

Проведение предвыборной агитации на телевидении и радио

Кандидаты, политические партии имеют право на предоставление им бесплатного эфирного времени на каналах телерадиоорганизаций, осуществляющих телерадиовещание на территории, на которой проводятся выборы. Указанное эфирное время должно находиться на период, когда теле- и радиопрограммы собирают наибольшую аудиторию, то есть с 20.00 до 00.00 часов.

Общий объем бесплатного эфирного времени, выделяемого государственной телерадиоорганизацией для проведения предвыборной агитации, должен быть не менее одного часа в рабочие дни. Указанное бесплатное эфирное время распределяется между зарегистрированными и явившимися на передачу кандидатами, политическими партиями на равных основаниях.

Не менее половины от общего объема выделяемого бесплатного эфирного времени отводится кандидатам, политическим партиям, выдвинувшим списки кандидатов, исключительно для совместного проведения дебатов и иных аналогичных агитационных мероприятий. К использованию этой доли бесплатного эфирного времени все кандидаты, политические партии должны быть допущены на равных основаниях.

В совместных агитационных мероприятиях на каналах организаций телерадиовещания зарегистрированные кандидаты могут участвовать только лично, политические партии - через кандидатов из зарегистрированного списка кандидатов.

Представители и группы поддержки зарегистрированного кандидата или политической партии к участию в таких мероприятиях не допускаются

При отказе от участия или неявке на совместное агитационное мероприятие эфирное время в другое время не предоставляется.

Запрещается прерывать выступления кандидатов, представителей политических партий, а также сопровождать их какими-либо комментариями.



Телерадиоорганизации применительно к уровню выборов обязаны резервировать платное эфирное время для проведения агитации кандидатами, политическими партиями.

Указанное эфирное время должно предоставляться на условиях договора соответствующим кандидату, политической партии за плату по их

требованию. Общий объем резервируемого платного эфирного времени не может быть меньше общего объема бесплатного эфирного времени, а также размер оплаты должен быть единым для всех кандидатов, политических партий.

При этом каждый кандидат, политическая партия вправе получить время из общего объема зарезервированного эфирного времени в пределах доли, полученной делением этого объема на общее число кандидатов, политических партий.

Стоимость предоставляемого кандидатам, политическим партиям платного эфирного времени не может превышать стоимости, которая взималась за 6 месяцев до дня назначения выборов.

Телерадиоорганизации независимо от форм собственности, предоставившие кандидатам, политическим партиям эфирное время, обязаны предоставить другим кандидатам, политическим партиям эфирное время на тех же условиях (одинаковые расценки, время выхода в эфир, объем времени и другие условия).

Порядок, объем и время радио- и телепередач, предназначенных для предвыборной агитации, устанавливаются избирательными комиссиями по согласованию с руководством телерадиоорганизаций и распределяются с соблюдением принципа равенства между кандидатами, политическими партиями.

При предоставлении эфирного времени за плату, размер оплаты предоставляемых услуг должен соответствовать расценкам и иным условиям предоставления эфирного времени, указанным в сведениях, опубликованных в СМИ и представленных в ЦИК. При предоставлении платного эфирного времени оплата должна производиться исключительно из соответствующего избирательного фонда кандидата, политической партии.

Оплата рекламы коммерческой и иной не связанной с выборами деятельности с использованием фамилий или изображений кандидатов, а также рекламы с использованием наименований, эмблем и иной символики политических партий, выдвинувших кандидатов, в период избирательной кампании осуществляется только за счет средств соответствующего избирательного фонда. В день голосования и в день, предшествующий дню голосования, такая реклама, в том числе оплаченная из средств избирательного фонда, не допускается.

Агитационные материалы в эфирном времени не должны сопровождаться редакционными комментариями в какой бы то ни было форме,

иллюстрациями, не согласованными с соответствующим кандидатом, политической партией.

Не допускается прерывать передачу предвыборных агитационных материалов, в том числе рекламой товаров, работ и услуг, а также перекрывать передачу предвыборных агитационных материалов трансляцией иных теле- и радиопрограмм, передачей иных агитационных материалов.

Видео- и аудиозаписи, выпущенных в эфир теле- и радиопрограмм, содержащих предвыборную агитацию, хранятся в соответствующей организации телерадиовещания не менее 12 месяцев со дня опубликования результатов выборов. Организации телерадиовещания обязаны бесплатно предоставлять копии указанных теле- и радиопрограмм по требованию соответствующей избирательной комиссии.

Дебаты

Дебаты могут проводиться для всех политических партий одновременно или отдельно по группам политических партий, в случае если помещение телерадиокомпании не позволяет поместить всех представителей политических партий одновременно. Состав групп участников дебатов определяется путем жеребьевки.



В дебатах кандидаты из зарегистрированного списка политических партий должны участвовать только лично.

Представители и группы поддержки зарегистрированной политической партии к участию в таких мероприятиях не допускаются.

Ведущий радио- телепередач обеспечивает соблюдение порядка проведения дебатов или иных аналогичных агитационных мероприятий, предварительно согласованных с участниками (круглый стол и т.д.), предлагает им ответить на вопросы других участников либо на вопросы телезрителей, радиослушателей.

Ведущий не вправе:

нарушать определенный организаторами дебатов, порядок их проведения

ограничивать время выступления участника дебатов, если иное не предусмотрено порядком их проведения, согласованным с его участниками, либо если это не обусловлено окончанием эфирного времени, предназначенного для данной передачи

отдавать предпочтение кому-либо из участников предвыборных дебатов

Вопросы для кандидатов, которые будут заданы на теледебатах, ЦИК отправляет в запечатанных конвертах с печатью, которые дополнительно будут помещены в сейф-пакеты и вскрыты прямо в ходе дебатов в прямом эфире. Кандидаты выбирают конверты с вопросами рандомно.

Всем политическим партиям в ходе проведения дебатов предоставляется одинаковое время для выступлений.

Проведение предвыборной агитации через печатные СМИ и Интернет-издания

Периодические печатные СМИ, а также Интернет-издания, учредителями (соучредителями, владельцами) которых являются госорганы и органы МСУ или их подведомственные учреждения и предприятия, которые финансируются полностью или частично за счет средств республиканского или местного бюджета, а также СМИ, которые имеют льготы по уплате налогов и обязательных платежей по сравнению с другими СМИ, должны выделить на равных условиях **бесплатные** печатные или, соответственно, электронные площади для материалов, предоставляемых политическими партиями в размере не менее одной страницы формата А4.

Исключение составляют издания, учрежденные органами государственной власти и местного самоуправления исключительно для публикации официальных сообщений и материалов, нормативных и иных актов.

Для специализированных печатных или Интернет-изданий (детских, технических, научных и других) допускается отказ от публикации каких бы то ни было агитационных материалов при условии полного неучастия в предвыборной кампании в какой бы то ни было форме.

Печатные или интернет-издания независимо от форм собственности, предоставившие кандидатам, политическим партиям печатные или электронные площади, **обязаны** предоставить другим кандидатам, политическим партиям печатные или электронные площади на тех же условиях (одинаковые расценки, объем и другие условия). При этом стоимость печатной или электронной площади не может превышать стоимости, которая взималась за 6 месяцев до дня назначения выборов.

СМИ, участвуя в предвыборных кампаниях, **НЕ ВПРАВЕ** допускать публикации:

основанные на заведомо ложных сведениях

наносящие ущерб чести, достоинству или деловой репутации кандидатов, политических партий

СМИ и интернет-издания, допустившие такие публикации, по требованию кандидата, политической партии ОБЯЗАНЫ предоставить возможность бесплатно опубликовать опровержение или дать разъяснение на статью или выступление, не соответствующие действительности или искажающие ее.

Опровержения или разъяснения публикуются на той же полосе, электронной площади и тем же шрифтом, что и информация, на которую дается опровержение или разъяснение:

в периодических изданиях

• в следующем выпуске

в интернет-изданиях

• в день поступления опровержения или разъяснения

по телевидению или радио

• в выпуске дня, следующего за днем поступления опровержения или разъяснения

Для обнародования опровержения или иного разъяснения эфирное время должно быть предоставлено кандидату, политической партии в то же время суток, когда была обнародована первоначальная информация, и его объем должен быть не меньше, чем объем эфирного времени, предоставленного для изложения первоначальной информации, но не менее двух минут.

Публикация агитационных материалов в периодических печатных изданиях не должна сопровождаться редакционными комментариями, в какой бы то ни было форме, а также заголовками и иллюстрациями, не согласованными с соответствующим кандидатом, политической партией.

Редакции периодических печатных изданий, публикующие агитационные материалы, не вправе отдавать предпочтение какому-либо кандидату, политической партии путем изменения тиража и/или периодичности выхода периодических печатных изданий.

При предоставлении печатной площади за плату размер оплаты предоставляемых услуг должен соответствовать расценкам и иным условиям предоставления печатной площади, указанным в сведениях, представленных в соответствующую избирательную комиссию.

При предоставлении платной печатной площади оплата должна производиться исключительно из соответствующего избирательного фонда кандидата, политической партии.

(Положение о порядке проведения предвыборной агитации при проведении выборов депутатов местных кенешей (В редакции постановления Центризбиркома КР от 12 марта 2020 года №72)

Кто НЕ ИМЕЕТ права проводить агитацию, выпускать и распространять любые агитационные материалы:

государственные
гражданские и
муниципальные
служащие

лица, замещающие
государственные
политические должности, за
исключением депутатов
Жогорку Кенеша

лица, замещающие специальные
государственные и политические
муниципальные должности, за
исключением депутатов местных
кенешей

члены
избирательных
комиссий

наблюдатели,
международные
наблюдатели

религиозные
деятели

учредители и члены
организаций,
занимающихся
благотворительной
деятельностью

лица, не достигшие
18 лет

иностранные
граждане и
организации

лица без
гражданства

Запрещается в проведении предвыборной агитации:

-
- Проведение предвыборной агитации в зарубежных средствах массовой информации, распространяемых на территории Кыргызской Республики. В период проведения выборов ретрансляция зарубежных теле- и радиопрограмм производится в записи.
 - Ретрансляция теле- и радиопрограмм, распространяющих информацию, порочащую честь, достоинство и деловую репутацию кандидатов и политических партий. В таких случаях ответственность за распространение подобных сведений несут местные средства массовой информации.
 - Журналистам, другим творческим работникам, а также должностным лицам редакций СМИ и Интернет изданий запрещается вести информационные теле- и радиопрограммы, участвовать в освещении выборов через данные СМИ, если указанные лица являются учредителями данного СМИ зарегистрированными кандидатами, кандидатами,ключенными в список кандидатов либо представителями кандидата, политических партий. Данное правило не касается агитационных выступлений указанных лиц при использовании бесплатного эфирного времени на каналах государственных и местных телерадиоорганизаций.