

Статья 28. Предвыборная агитация через средства массовой информации

1. В течение 10 дней до дня выборов и в день выборов запрещается опубликование результатов опросов общественного мнения, связанных с предстоящими выборами.
2. Средства массовой информации, одним из учредителей которых выступают государственные органы, организации, учреждения, органы местного самоуправления, а равно средства массовой информации, полностью или частично финансируемые за счет государственных средств или средств органов местного самоуправления, обязаны обеспечивать равные возможности для предвыборных выступлений всех кандидатов в депутаты Государственной Думы.
3. Кандидат в депутаты имеет право на одно выступление по государственному телевидению и одно выступление по государственному радио. Порядок выступлений кандидатов в депутаты по телевидению и радио устанавливается Центральной избирательной комиссией и должен обеспечивать получение эфирного времени на равных основаниях (по продолжительности выступления, времени выхода в эфир и другим условиям).
4. Общефедеральные государственные телевизионные и радиокompании обязаны в течение трех недель до дня выборов ежедневно по рабочим дням предоставлять не менее одного часа эфирного времени между 7 и 9 часами и 19 и 23 часами (с учетом поясного вещания на различные регионы Российской Федерации) избирательным объединениям, зарегистрировавшим общефедеральные списки кандидатов, с тем чтобы каждое избирательное объединение получило равное по продолжительности эфирное время при равных условиях.