

Статья 27. Предвыборная агитация через средства массовой информации

Средства массовой информации, учредителями (соучредителями) которых являются государственные органы или органы местного самоуправления, государственные предприятия, учреждения и организации, муниципальные предприятия, учреждения и организации, а равно средства массовой информации, полностью или частично финансируемые за счет бюджета муниципального образования, обязаны обеспечивать равные возможности предвыборных выступлений всем кандидатам в депутаты.

В течение двух дней до дня выборов и в день выборов запрещается обнародование результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов и иных исследований, связанных с предстоящими выборами.