

Статья 47. Предвыборная агитация через средства массовой информации

Кандидаты в депутаты, избирательные объединения, избирательные блоки имеют право на предоставление им эфирного времени на каналах государственных телерадиокомпаний, осуществляющих телевизионное вещание и радиовещание на территории соответствующего избирательного округа, на равных основаниях (бесплатно, равное количество предоставленного эфирного времени, одно время выхода в эфир и другие условия).

Инструкция о порядке предоставления эфирного времени кандидатам, избирательным объединениям, избирательным блокам на каналах государственных телерадиокомпаний издается Центральной избирательной комиссией Российской Федерации с участием государственных органов, обеспечивающих соблюдение конституционных прав и свобод в области массовой информации, при обязательном рассмотрении предложений кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков.

В целях проведения предвыборной агитации избирательные объединения, избирательные блоки, зарегистрировавшие федеральные списки кандидатов, вправе использовать государственные телерадиокомпании.

Кандидаты в депутаты вправе использовать для проведения предвыборной агитации региональные государственные телерадиокомпании.

Должностные лица редакций периодических печатных изданий, одним из учредителей (соучредителей) которых являются государственные или муниципальные органы, государственные предприятия, учреждения и организации либо которые финансируются полностью или частично за счет средств соответствующего бюджета (федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации), обязаны обеспечивать равные возможности публикации агитационных предвыборных материалов для всех кандидатов, избирательных объединений, избирательных блоков.

Порядок публикации агитационных предвыборных материалов в периодических печатных изданиях, указанных в части пятой настоящей статьи, устанавливается Центральной избирательной комиссией Российской Федерации с участием государственных органов, обеспечивающих соблюдение конституционных прав и свобод в области массовой информации.

Предвыборная агитация через средства массовой информации осуществляется в виде публичных предвыборных дебатов, "круглых столов", пресс-конференций, интервью, выступлений, политической рекламы и в иных не запрещенных законом формах. При этом избирательное объединение, избирательный блок, кандидат в депутаты вправе самостоятельно определять форму и характер предвыборной агитации.

Запрещается прерывать теле- и радиопрограммы, содержащие предвыборную агитацию, рекламой товаров, работ и услуг.

В информационных теле- и радиопрограммах сообщения о проведении предвыборной агитации кандидатами, избирательными объединениями, избирательными блоками должны даваться исключительно отдельным блоком, как правило в начале указанных программ, без комментариев. Данные информационные блоки не оплачиваются кандидатами, избирательными объединениями, избирательными блоками.

Журналистам, должностным лицам редакций средств массовой информации, должностным лицам и творческим работникам государственных телерадиокомпаний запрещается участвовать в освещении выборов через средства массовой информации, в том числе в теле- и радиопрограммах, если указанные лица являются кандидатами либо доверенными лицами кандидатов.

Теле- и радиопрограммы, содержащие предвыборную агитацию, выпускаются в эфир с параллельной видео- и аудиозаписью, которая хранится в течение шести месяцев со дня выхода указанных

программ в эфир.