

Статья 25. 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 или совладельцев которых являются органы государственной власти и местного самоуправления, а равно средства массовой информации, полностью или частично финансируемые за счет средств республиканского бюджета Российской Федерации, бюджета края, области, города федерального значения, автономной области, автономного округа или местного бюджета, обязаны обеспечивать равные возможности для предвыборных выступлений всех кандидатов.
3. Кандидат имеет право выступать в средствах массовой информации, в том числе на государственном телевидении и радио. Порядок указанных выступлений кандидатов устанавливается избирательной комиссией края, области, города федерального значения, автономной области, автономного округа и должен обеспечивать получение эфирного времени на равных основаниях (по продолжительности выступления, времени выхода в эфир и другим условиям).