



КОПИЯ

ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КОМИССИЯ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

07 июля 2023 года

№ 49/644-7

Нижний Новгород

О Разъяснениях об участии средств массовой информации в предвыборной агитации при проведении выборов Губернатора Нижегородской области, назначенных на 10 сентября 2023 года

На основании статьи 24 Закона Нижегородской области от 28 июня 2012 года № 70-З «О выборах Губернатора Нижегородской области» избирательная комиссия Нижегородской области ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить Разъяснения об участии средств массовой информации в предвыборной агитации при проведении выборов Губернатора Нижегородской области, назначенных на 10 сентября 2023 года (приложение).

2. Признать утратившим силу постановление избирательной комиссии Нижегородской области от 20 июня 2018 года № 56/723-6 «О Разъяснениях об участии средств массовой информации в предвыборной агитации при проведении выборов Губернатора Нижегородской области».

3. Направить настоящее постановление в территориальные избирательные комиссии.

4. Опубликовать настоящее постановление в соответствии с пунктом 1 статьи 2 Закона Нижегородской области от 22 марта 2000 года № 101-З «Об избирательной комиссии Нижегородской области».

5. Разместить настоящее постановление на официальном сайте избирательной комиссии Нижегородской области в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Председатель
избирательной комиссии
Нижегородской области

М.Ю. Красилевская

Секретарь
избирательной комиссии
Нижегородской области

Секретарь избирательной комиссии
Нижегородской области

С.В. Черемина

07 июля 2023 г.

**Разъяснения об участии средств массовой информации
в предвыборной агитации при проведении выборов Губернатора
Нижегородской области, назначенных на 10 сентября 2023 года**

**1. Общие условия участия средств массовой информации
в предвыборной агитации**

1.1. Настоящие разъяснения об участии средств массовой информации в предвыборной агитации при проведении выборов Губернатора Нижегородской области (далее – Разъяснения) разработаны в соответствии с положениями статей 46 – 51 Закона Нижегородской области от 28 июня 2012 года № 70-З «О выборах Губернатора Нижегородской области» (далее – Закон области).

1.2. Избирательная кампания по выборам Губернатора Нижегородской области начинается со дня официального опубликования (публикации) решения Законодательного Собрания Нижегородской области о назначении выборов.

1.3. Предвыборная агитация на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных изданиях и в сетевых изданиях проводится в период, который начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается в ноль часов по местному времени первого дня голосования, а именно: с 12 августа 2023 года до 00 часов первого дня голосования, т.е. до 00 часов 08 сентября 2023 года.

1.4. Зарегистрированные кандидаты могут получить эфирное время на каналах организаций телерадиовещания, печатную площадь в периодических печатных изданиях безвозмездно (бесплатное эфирное время, бесплатная печатная площадь), либо за плату.

Бесплатное эфирное время предоставляется по рабочим дням.

Платное эфирное время может предоставляться в любой день вещания.

Бесплатная и платная печатная площадь предоставляется в любые дни выпуска изданий.

1.5. Предоставлять эфирное время, печатную площадь, услуги по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях зарегистрированным кандидатам имеют право государственные, муниципальные и негосударственные организации телерадиовещания, периодические печатные издания, сетевые издания при выполнении условий пп. 1.7.-1.8. настоящих Разъяснений.

Агитационный материал кандидата, являющегося иностранным агентом, кандидата, аффилированного с иностранным агентом, должен содержать информацию о том, что данный кандидат является иностранным агентом либо

кандидатом, аффилированным с иностранным агентом. Агитационный материал избирательного объединения, выдвинувшего кандидата, который является иностранным агентом либо кандидатом, аффилированным с иностранным агентом, должен содержать информацию о том, что избирательным объединением выдвинут такой кандидат. Данная информация должна быть ясно видимой (ясно различаемой на слух) и занимать не менее 15 процентов от площади (объема) агитационного материала.

Также, в случае, если в агитационном материале используется высказывание физического лица, являющегося иностранным агентом, данное высказывание должно предваряться информацией о том, что оно является высказыванием такого физического лица. Данная информация должна быть ясно видимой (ясно различаемой на слух) и занимать не менее 15 процентов от площади (объема) агитационного материала. В случае использования такого высказывания в агитационном материале кандидат, избирательное объединение при предоставлении агитационного материала в установленном порядке в организацию телерадиовещания, редакцию периодического печатного издания, комиссию предоставляют информацию о том, какое высказывание какого физического лица, являющегося иностранным агентом, использовано в агитационном материале.

1.6. Под государственными организациями телерадиовещания и периодическими печатными изданиями понимаются организации телерадиовещания и периодические печатные издания, учредителями (соучредителями) которых или учредителями (соучредителями) редакций которых на день официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов Губернатора являются государственные органы и организации, и (или) которым за год, предшествующий дню официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов Губернатора, оказывалась государственная поддержка в форме субсидий (грантов в форме субсидий) и (или) субвенций на текущее функционирование за счет средств федерального бюджета, областного бюджета, и (или) в уставном (складочном) капитале которых на день официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов Губернатора имеется доля (вклад) Российской Федерации, субъекта Российской Федерации.

Под муниципальными организациями телерадиовещания и периодическими печатными изданиями понимаются организации телерадиовещания и периодические печатные издания, учредителями (соучредителями) которых или учредителями (соучредителями) редакций которых на день официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов Губернатора являются муниципальные органы и организации, и (или) которым за год, предшествующий дню официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов, оказывалась муниципальная поддержка в форме субсидий и (или) субвенций на текущее функционирование за счет средств местного бюджета, и (или) в уставном (складочном) капитале которых на день официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов Губернатора имеется доля (вклад)

муниципального образования.

При этом, под областными государственными организациями телерадиовещания понимаются организации телерадиовещания, имеющие лицензию на вещание на всей территории Нижегородской области или на части ее территории, а также организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации (телеканалов, радиоканалов, телепрограмм, радиопрограмм), распространяемых на основании договора иными организациями телерадиовещания на всей территории Нижегородской области или на части ее территории.

Под областными государственными периодическими печатными изданиями понимаются периодические печатные издания, зарегистрированные для распространения на всей территории Нижегородской области или на части ее территории, а также организации, осуществляющие на основании договора выпуск отдельных полос периодических печатных изданий, зарегистрированных для распространения на всей территории Нижегородской области или на части ее территории.

Под периодическим печатным изданием, учрежденным кандидатом, понимается периодическое печатное издание, учрежденное не менее чем за один год до начала избирательной кампании гражданином Российской Федерации, участвующим в выборах Губернатора в качестве кандидата.

Под негосударственными организациями телерадиовещания, редакциями негосударственных периодических печатных изданий и редакциями сетевых изданий понимаются средства массовой информации, зарегистрированные не менее, чем за один год до начала избирательной кампании, а также редакции негосударственных периодических печатных изданий и редакции сетевых изданий, учрежденных избирательными объединениями (в том числе их структурными подразделениями) независимо от срока регистрации изданий, которые вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам платное эфирное время, платную печатную площадь, платные услуги по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях при условии выполнения указанными организациями и редакциями требований, предусмотренных п. 1.7 и п. 1.12. настоящих Разъяснений.

1.7. Для приобретения права размещать материалы предвыборной агитации средства массовой информации (организации телерадиовещания, редакции периодических печатных изданий, редакции сетевых изданий) должны не позднее, чем через 30 дней со дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов опубликовать сведения о размере (в валюте Российской Федерации) и другие условия оплаты эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов.

Указанные сведения, информация о дате и об источнике их опубликования, сведения о регистрационном номере и дате выдачи свидетельства о регистрации средства массовой информации и уведомление о готовности предоставить эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации, услуги по размещению агитационных материалов в

сетевом издании в тот же срок должны быть представлены в избирательную комиссию Нижегородской области.

Рекомендуется использовать сервис «Уведомление СМИ» при направлении вышеуказанных уведомлений о готовности предоставить эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации, услуг по размещению агитационных материалов в сетевом издании на указанных выборах.

Ссылка на данный сервис размещается на официальном сайте избирательной комиссии Нижегородской области после опубликования решения о назначении выборов и позволяет заполнять электронную форму уведомления, распечатывать ее с возможностью сохранения введенной информации, а также после первичной регистрации в последующем формировать и направлять аналогичные уведомления в адреса иных избирательных комиссий, организующих выборы федерального и иных уровней.

Обращаем внимание, что уведомить избирательную комиссию должна организация телерадиовещания, которая является держателем лицензии на вещание, а для периодических печатных изданий – организация, выпускающая данное периодическое печатное издание.

1.8. Негосударственные организации телерадиовещания, редакции негосударственных периодических печатных изданий, редакции сетевых изданий не вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам эфирное время, печатную площадь и услуги по размещению агитационных материалов в сетевом издании, при не выполнении указанными организациями и редакциями требований, предусмотренными п.1.7 и п.1.12. настоящих Разъяснений.

1.9. Редакции негосударственных периодических печатных изданий и редакции сетевых изданий, учрежденных избирательными объединениями (в том числе их структурными подразделениями) независимо от срока регистрации изданий, вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам печатную площадь и услуги по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях при условии выполнения указанными организациями и редакциями требований, указанных в п. 1.7 и п. 1.12 настоящих Разъяснений.

1.10. Допускается отказ от предоставления эфирного времени, печатной площади для проведения предвыборной агитации, услуг по размещению агитационных материалов в сетевом издании, выраженный путем непредставления в избирательную комиссию Нижегородской области уведомления, указанного в п. 1.7 настоящих Разъяснений, в установленные в указанном пункте сроки:

- 1) негосударственных организаций телерадиовещания и редакций негосударственных периодических печатных изданий;
- 2) редакций государственных периодических печатных изданий, выходящих реже, чем один раз в неделю;
- 3) организаций телерадиовещания, осуществляющих выпуск специализированных телеканалов, радиоканалов, телепрограмм,

радиопрограмм, и редакций специализированных периодических печатных изданий;

4) редакций сетевых изданий;

5) муниципальных организаций телерадиовещания и редакций муниципальных периодических печатных изданий.

1.11. Перечень средств массовой информации (далее – СМИ), имеющих право принимать участие в предвыборной агитации при проведении выборов Губернатора Нижегородской области, размещается на официальном сайте избирательной комиссии Нижегородской области.

1.12. Условия оплаты эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов, предоставляемых негосударственными организациями телерадиовещания, редакциями негосударственных периодических печатных изданий и редакциями сетевых изданий, должны быть едиными для всех зарегистрированных кандидатов.

Это требование не распространяется на редакции негосударственных периодических печатных изданий, редакциями сетевых изданий, учрежденных кандидатами. Однако они не вправе предоставлять печатную площадь, услуги по размещению агитационных материалов в сетевом издании кому-либо, в том числе своим учредителям, по необоснованно заниженным расценкам.

1.13. Организации телерадиовещания, редакции периодических печатных изданий, редакции сетевых изданий (независимо от формы собственности) обязаны вести отдельный учет объемов и стоимости эфирного времени и печатной площади, предоставленных для проведения предвыборной агитации, объемов и стоимости услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях в соответствии с формами такого учета, которые установлены избирательной комиссией Нижегородской области, и представлять данные такого учета в избирательную комиссию не позднее, чем через десять дней со дня голосования, т.е. не позднее 20 сентября 2023 года (приложения 1, 2, 3).

Организации, осуществляющие выпуск СМИ, редакции сетевых изданий обязаны хранить учетные документы о безвозмездном и платном предоставлении эфирного времени и печатной площади, предоставлении услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях не менее трех лет после дня голосования.

Видео- и аудиозаписи выпущенных в эфир теле- и радиопрограмм, содержащих предвыборную агитацию, хранятся в соответствующей организации телерадиовещания не менее 12 месяцев со дня официального опубликования общих результатов выборов.

1.14. Во всех агитационных публикациях, размещаемых на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных изданиях и информационно – телекоммуникационных сетях общего пользования (включая сеть «Интернет») должна помещаться информация о том, за счет средств избирательного фонда какого кандидата была произведена оплата соответствующей публикации. Если такая публикация была размещена бесплатно (безвозмездно), информация об этом должна содержаться в ней с указанием на то, какой кандидат разместил эту публикацию.

1.15. Копия агитационного материала, предназначенного для размещения на каналах организаций, осуществляющих телерадиовещание, в периодических печатных изданиях, после направления (передачи) агитационного материала в указанную организацию, редакцию периодического печатного издания и до начала его распространения представляется зарегистрированным кандидатом в избирательную комиссию Нижегородской области.

В случае использования изображений кандидата в агитационном материале, одновременно с его копией предоставляется информация о том, изображение какого кандидата использовано в соответствующем агитационном материале.

1.16. Предоставление бесплатных и платных эфирного времени на каналах организаций телерадиовещания и печатной площади в периодических печатных изданиях для проведения предвыборной агитации, предоставления услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях производится в соответствии с договором, заключенным в письменной форме между организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания, редакцией сетевого издания и кандидатом до предоставления указанных эфирного времени, печатной площади, услуг.

Предоставление платного эфирного времени, платной печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях допускается при условии их оплаты из избирательного фонда кандидата не позднее, чем за два дня до дня предоставления эфирного времени, печатной площади, услуг, до дня опубликования предвыборного агитационного материала.

1.17. Зарегистрированный кандидат вправе отказаться от использования распределенного эфирного времени, распределенной печатной площади.

В таком случае он обязан:

- не позднее, чем за 5 дней до выхода в эфир, а если выход в эфир должен состояться менее чем через 5 дней после распределения, - в день распределения сообщить об этом в письменной форме соответствующей организации телерадиовещания, которая вправе использовать высвободившееся эфирное время по своему усмотрению;

- не позднее, чем за 5 дней до дня опубликования предвыборного агитационного материала, а если опубликование должно состояться менее чем через 5 дней после распределения, - в день распределения сообщить об этом в письменной форме соответствующей редакции периодического печатного издания, которая вправе использовать высвободившуюся печатную площадь по своему усмотрению.

1.18. Незаключение договора об использовании эфирного времени, печатной площади позднее срока, предусмотренного для отказа от их использования, считается отказом от использования представленных эфирного времени, печатной площади.

1.19. Зарегистрированные кандидаты не вправе использовать предоставленные им эфирное время, печатную площадь, услуги по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях для проведения предвыборной

агитации за других зарегистрированных кандидатов.

1.20. Редакции периодических печатных изданий, публикующих агитационные материалы, не вправе отдавать предпочтение какому-либо зарегистрированному кандидату путем изменения тиража и периодичности выхода периодических печатных изданий. Это требование не распространяется на редакции периодических печатных изданий, учрежденных зарегистрированными кандидатами, избирательными объединениями, выдвинувшими зарегистрированных кандидатов.

1.21. Редакции негосударственных периодических печатных изданий вправе отказать в предоставлении печатной площади для проведения предвыборной агитации.

1.22. Запрещается прерывать передачу предвыборных агитационных материалов, а также совместных агитационных мероприятий на каналах организаций телерадиовещания, в том числе рекламой товаров, работ и услуг, а также перекрывать трансляцией иных теле- и радиопрограмм, передачей иных предвыборных агитационных материалов.

1.23. 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 зарегистрированным кандидатом.

2. Основные условия предоставления бесплатного эфирного времени и бесплатной печатной площади

2.1. Бесплатное эфирное время и бесплатные печатные площади предоставляют зарегистрированным кандидатам областные государственные организации телерадиовещания и выходящие не реже одного раза в неделю областные государственные периодические печатные издания.

2.2. Перечень государственных организаций телерадиовещания и государственных периодических печатных изданий, которые обязаны предоставлять эфирное время и печатную площадь для проведения предвыборной агитации представляется в избирательную комиссию Нижегородской области Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Приволжскому федеральному округу не позднее, чем на десятый день после дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов.

2.3. Указанный перечень публикуется избирательной комиссией Нижегородской области в соответствии с пунктом 1 статьи 2 Закона Нижегородской области от 22 марта 2000 года № 101-З «Об избирательной комиссии Нижегородской области» и размещается на своем официальном сайте в сети Интернет не позднее чем на пятнадцатый день после дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов.

2.4. При проведении выборов Губернатора Нижегородской области бесплатное эфирное время, бесплатная печатная площадь предоставляется

зарегистрированным кандидатам в последовательности, установленной по результатам жеребьевки.

2.5. Общий объем бесплатного эфирного времени, предоставляемый областной государственной организацией телерадиовещания, должен составлять не менее 30 минут по рабочим дням, а если общее время вещания организации телерадиовещания составляет менее двух часов в день – не менее одной четверти общего времени вещания. В случае, если в результате предоставления эфирного времени на каждого зарегистрированного кандидата придется более 60 минут эфирного времени, общий объем эфирного времени, предоставляемого безвозмездно каждой организацией телерадиовещания для проведения предвыборной агитации, сокращается и должен составлять 60 минут, умноженных соответственно на количество зарегистрированных кандидатов.

Общий объем бесплатного эфирного времени определяется как сумма бесплатного эфирного времени, предоставляемого по рабочим дням в течение агитационного периода, который начинается за 28 дней до дня голосования, то есть 12 августа 2023 года, и прекращается в ноль часов по местному времени первого дня голосования, то есть в 00 часов 08 сентября 2023 года.

2.6. Предоставляемое бесплатное эфирное время должно приходиться на определяемый соответствующей организацией телерадиовещания период, когда теле- и радиопередачи собирают наибольшую аудиторию.

2.7. Общий объем бесплатной печатной площади составляет не менее 5 процентов от общего объема еженедельной печатной площади соответствующего издания в течение агитационного периода.

Информация об общем объеме бесплатной печатной площади, которую редакция областного государственного периодического печатного издания предоставляет для проведения предвыборной агитации, должна быть опубликована в данном издании не позднее чем через 30 дней после официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов.

2.8. В случае одновременного проведения на одной и той же территории нескольких избирательных кампаний и совпадения на указанных кампаниях периодов проведения агитации на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях общий объем бесплатного эфирного времени и бесплатной печатной площади не увеличивается без согласия на то организации телерадиовещания, редакции периодического печатного издания.

В таком случае зарегистрированный кандидат, выдвинутый одновременно на разных выборах, вправе получить бесплатное эфирное время и бесплатную печатную площадь в государственных организациях телерадиовещания и периодических печатных изданиях в объеме, не превышающем объем, который должен быть предоставлен ему на выборах более высокого уровня.

3. Порядок распределения бесплатного эфирного времени, бесплатной печатной площади

3.1. Жеребьевки по распределению бесплатного эфирного времени, бесплатной печатной площади должны быть проведены по завершении регистрации кандидатов, но не позднее чем за 30 дней до дня голосования, а при проведении повторного голосования - не позднее чем через один день со дня назначения повторного голосования.

3.2. Избирательная комиссия Нижегородской области проводит жеребьевку по распределению бесплатного эфирного времени на каналах областных государственных организаций телерадиовещания, имеющих лицензию на вещание на всей территории Нижегородской области, а также организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации (теле-радиопрограмм), распространяемых на основании договора иными организациями телерадиовещания на всей территории Нижегородской области; а также бесплатной печатной площади в областных государственных периодических печатных изданиях, зарегистрированных для распространения на всей территории Нижегородской области, а также организаций, осуществляющих на основании договора выпуск отдельных полос периодических печатных изданий, зарегистрированных для распространения на всей территории Нижегородской области.

3.3. Территориальные избирательные комиссии Нижегородской области проводят жеребьевку по распределению бесплатного эфирного времени на каналах областных государственных организаций телерадиовещания, имеющих лицензию на вещание на части территории Нижегородской области, а также организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации (теле-радиопрограмм), распространяемых на основании договора иными организациями телерадиовещания на части территории Нижегородской области; а также бесплатной печатной площади в областных государственных периодических печатных изданиях, зарегистрированных для распространения на части территории Нижегородской области, а также организаций, осуществляющих на основании договора выпуск отдельных полос периодических печатных изданий, зарегистрированных для распространения на части территории Нижегородской области.

3.4. Жеребьевка проводится с участием представителей соответствующих организаций телерадиовещания и соответствующих редакций периодических печатных изданий.

3.5. Подготовка помещения к жеребьевке возлагается на избирательную комиссию Нижегородской области и соответствующие территориальные избирательные комиссии, а подготовка необходимой для проведения жеребьевки документации — на соответствующую организацию телерадиовещания, редакцию периодического печатного издания.

Организации телерадиовещания и редакции периодических печатных изданий участвуют в распределении бесплатного эфирного времени, бесплатной печатной площади в очередности, определенной жребием.

3.6. При распределении бесплатного эфирного времени, бесплатной печатной площади вправе присутствовать зарегистрированные кандидаты, доверенные лица кандидатов и их уполномоченные представители по финансовым вопросам.

Заинтересованные участники избирательного процесса должны быть своевременно извещены соответствующими избирательными комиссиями о времени и месте проведения жеребьевки.

3.7. Результаты жеребьевки оформляются протоколами.

3.8. Территориальные избирательные комиссии, проводящие жеребьевку, незамедлительно после ее проведения направляют соответствующие протоколы в избирательную комиссию Нижегородской области в электронном виде (в форматах word и pdf) с последующей передачей оригиналов.

3.9. Результаты жеребьевки, оформленные протоколами, размещаются на официальном сайте избирательной комиссии Нижегородской области в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

4. Распределения бесплатного эфирного времени для индивидуального использования

4.1. Половина общего объема бесплатного эфирного времени распределяется на равных условиях между зарегистрированными кандидатами, за исключением кандидатов, отказавшихся от бесплатного эфирного времени.

Для определения доли бесплатного эфирного времени каждого зарегистрированного кандидата из общего объема бесплатного эфирного времени, предназначенного для всех кандидатов, вычитается время, отведенное для совместных агитационных мероприятий. Оставшееся время делится на общее число зарегистрированных кандидатов.

4.2. Равными условиями предоставления эфирного времени являются продолжительность, время выхода в эфир и другие условия. Время выхода в эфир разных участников считается равным, если оно предоставлено в периоды равноценного охвата зрительской аудитории. В рамках одного агитационного блока не имеет значения конкретное время выхода в эфир.

4.3. Соответствующие организации телерадиовещания комплектуют указанные в пункте 4.1 доли эфирного времени по количеству зарегистрированных кандидатов. Эти доли бесплатного эфирного времени будут являться лотами на жеребьевке. В каждом лоте должна содержаться информация об объеме, дате и времени предоставления соответствующей доли бесплатного эфирного времени. Все лоты закладываются в конверты.

4.4. До начала проведения жеребьевки представитель государственной организации телерадиовещания, участвующей в распределении бесплатного эфирного времени, выкладывает на всеобщее обозрение конверты с лотами, на которых помещено наименование организации телерадиовещания, а также информация о том, что распределяется бесплатное эфирное время для индивидуального использования.

4.5. При жеребьевке зарегистрированные кандидаты или их представители, а при их отсутствии – уполномоченный член избирательной комиссии в интересах этих кандидатов, выбирают конверты с лотами в очередности, соответствующей алфавитному порядку первых букв фамилий зарегистрированных кандидатов.

4.6. Содержащиеся в конвертах сведения оглашаются и вносятся представителем соответствующей организации телерадиовещания в протокол о распределении индивидуального и совместного бесплатного эфирного времени, составленный по установленной форме (приложение 4).

5. Распределение бесплатного эфирного времени для совместных агитационных мероприятий

5.1. Из общего объема бесплатного эфирного времени для проведения дискуссий, «круглых столов», иных совместных агитационных мероприятий отводится половина времени.

Общий объем совместного бесплатного эфирного времени делится на количество зарегистрированных кандидатов – это доля, которая отводится каждому зарегистрированному кандидату для участия в совместных агитационных мероприятиях.

Зарегистрированный кандидат обязан участвовать в совместных агитационных мероприятиях, за исключением случаев, предусмотренных федеральным законом.

Если при этом на каждого участника совместных агитационных мероприятий приходится менее 5 минут эфирного времени, совместные агитационные мероприятия не проводятся. В этом случае весь объем бесплатного эфирного времени предоставляется участникам избирательного процесса для индивидуального использования.

5.2. Соответствующие организации телерадиовещания комплектуют указанные в пункте 5.1 доли эфирного времени по количеству зарегистрированных кандидатов. Эти доли бесплатного эфирного времени для совместных агитационных мероприятий будут являться лотами на жеребьевке. В каждом лоте должна содержаться информация об объеме, дате и времени предоставления соответствующей доли бесплатного эфирного времени для совместных агитационных мероприятий. Все лоты помещаются в конверты.

5.3. До начала проведения жеребьевки представитель государственной организации телерадиовещания, участвующей в распределении совместного бесплатного эфирного времени, выкладывает на всеобщее обозрение конверты с лотами, на которых помещено наименование организации телерадиовещания, а также информация о том, что распределяется бесплатное эфирное время для совместных агитационных мероприятий.

5.4. Содержащиеся в конвертах сведения оглашаются и вносятся представителем соответствующей организации телерадиовещания в протокол о распределении индивидуального и совместного бесплатного эфирного времени, составленный по установленной форме (приложение 4).

5.5. В совместных агитационных мероприятиях могут участвовать зарегистрированные кандидаты только лично. Использование участниками совместных агитационных мероприятий аудио-, видеозаписей не допускается.

5.6. Совместные агитационные мероприятия, как правило, проводятся в форме ответов кандидатов поочередно на один и тот же вопрос ведущего.

Порядок выступлений в совместных агитационных мероприятиях определяется представителем СМИ, который ведет мероприятие, с учетом мнения участников. При этом допускается использование алфавитного порядка выступлений.

5.7. Кандидат вправе отказаться от участия в совместных агитационных мероприятиях. В таком случае он обязан не позднее, чем за 5 дней до выхода передачи в эфир, а если выход в эфир должен состояться менее чем через 5 дней после проведения соответствующей жеребьевки, - в день жеребьевки сообщить об этом в письменной форме соответствующей организации телерадиовещания.

5.8. В случае, предусмотренном пунктом 5.7 эфирное время, отведенное для проведения совместного агитационного мероприятия, не уменьшается, в том числе в случае, когда в совместном агитационном мероприятии может принять участие только один участник этого мероприятия.

Неучастие зарегистрированного кандидата в совместном агитационном мероприятии не влечет за собой увеличение объема бесплатного эфирного времени, выделяемого для индивидуального использования.

Использование оставшимися участниками дебатов эфирного времени, даже если это один участник, происходит на тех же условиях: личное участие кандидатов, недопустимость использования предоставленной участником записи.

6. Распределение бесплатной печатной площади

6.1. Для определения доли бесплатной печатной площади, предоставляемой каждому зарегистрированному кандидату, вся отведенная бесплатная печатная площадь делится на общее число зарегистрированных кандидатов.

6.2. Бесплатная печатная площадь должна предоставляться на равных условиях.

Равными условиями предоставления печатной площади являются объем, одинаковый размер шрифта, одинаковое место на полосе.

Одинаковым местом на полосе считается любое место на полосе в рамках одного агитационного блока, при условии, что в разных выпусках издания эти блоки размещаются на той же или равнозначной полосе. В рамках одного агитационного блока не имеет значения, как материал расположен на полосе – левее, правее, выше или ниже.

6.3. Соответствующие редакции периодических печатных изданий комплектуют указанные в пункте 6.1 доли бесплатной печатной площади. Эти доли бесплатной печатной площади будут являться лотами на предстоящей

жеребьевке. Указанные лоты со сведениями об объеме печатной площади, а также о дате публикации, полосе и месте на полосе нумеруются и закладываются в конверты.

6.4. До начала проведения жеребьевки представитель областного государственного печатного издания, участвующего в распределении бесплатной площади, выкладывает на всеобщее обозрение конверты с лотами, на которых помещено наименование издания.

6.5. При жеребьевке зарегистрированные кандидаты или их представители, а при их отсутствии – уполномоченный член избирательной комиссии в интересах этих кандидатов, выбирают конверты с лотами в очередности, соответствующей алфавитному порядку первых букв фамилий соответствующих кандидатов.

6.6. Содержащиеся в конвертах сведения оглашаются и вносятся представителем областного государственного периодического печатного издания в протокол о распределении бесплатной печатной площади, составленный по установленной форме (приложение 5).

7. Распределение эфирного времени, печатной площади на платной основе областными государственными СМИ

7.1. Областные государственные организации телерадиовещания и редакции областных государственных периодических печатных изданий, выходящих не реже одного раза в неделю, обязаны резервировать эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации зарегистрированными кандидатами за плату.

7.2. Размер и условия оплаты должны быть едиными для всех зарегистрированных кандидатов.

7.3. Общий объем платного эфирного времени, печатной площади, резервируемых каждой организацией телерадиовещания, каждой редакцией периодического печатного издания не может быть меньше общего объема эфирного времени, печатной площади, предоставляемых безвозмездно, но не должен превышать его более чем в два раза.

7.4. Зарегистрированный кандидат вправе за соответствующую плату получить эфирное время, печатную площадь из общего объема зарезервированного эфирного времени, печатной площади в пределах доли, полученной делением этого объема на общее число зарегистрированных кандидатов, подавших заявку, указанную в пункте 7.5.

7.5. Даты и время выхода в эфир, даты опубликования предвыборных агитационных материалов зарегистрированных кандидатов в эфире областных государственных организаций телерадиовещания и в областных периодических печатных изданиях, выходящих не реже одного раза в неделю; на платной основе в рамках зарезервированного эфирного времени, печатной площади определяются на основании письменных заявок.

Заявки должны быть поданы зарегистрированными кандидатами не позднее, чем за 30 дней до дня голосования. При наличии более одной заявки

на одно и то же эфирное время, на одну и ту же печатную площадь организация телерадиовещания, редакция периодического печатного издания проводят с участием заинтересованных лиц жеребьевку по распределению указанных эфирного времени и печатной площади.

7.6. В целях соблюдения равных условий доступа данным организациям телерадиовещания и периодическим печатным изданиям рекомендуется регистрировать поступающие заявки в специальном сброшюрованном журнале, обеспечив ознакомление с ним, в случае необходимости, заинтересованных участников избирательного процесса и представителей избирательных комиссий.

8. Распределение эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях на платной основе общероссийскими государственными, муниципальными и негосударственными СМИ

8.1. Общероссийские государственные и муниципальные организации телерадиовещания, выполнившие условия пункта 1.7 настоящих Разъяснений, областные государственные организации телерадиовещания сверх зарезервированного эфирного времени предоставляют зарегистрированным кандидатам для проведения предвыборной агитации платное эфирное время на равных условиях.

Редакции общероссийских государственных, муниципальных периодических печатных изданий, а также редакции областных государственных периодических печатных изданий, выходящих реже одного раза в неделю, выполнившие условия пункта 1.7 настоящих Разъяснений, редакции иных областных периодических печатных изданий сверх зарезервированной печатной площади предоставляют зарегистрированным кандидатам платную печатную площадь на равных условиях.

8.2. При наличии более одной заявки на одно и то же эфирное время, печатную площадь организация телерадиовещания, редакция периодического печатного издания проводят с участием заинтересованных лиц жеребьевку по распределению указанного эфирного времени, печатной площади.

В целях соблюдения равных условий доступа данным организациям телерадиовещания и периодическим печатным изданиям рекомендуется регистрировать поступающие заявки в специальном сброшюрованном журнале, обеспечив ознакомление с ним, в случае необходимости, заинтересованных участников избирательного процесса и представителей избирательных комиссий.

8.3. Негосударственные организации телерадиовещания, редакции негосударственных периодических печатных изданий, редакции сетевых изданий, осуществляющие выпуск средств массовой информации, зарегистрированных не менее чем за один год до дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов Губернатора, а также редакции негосударственных периодических печатных изданий и

редакции сетевых изданий, учрежденных избирательными объединениями (в том числе их структурными подразделениями) независимо от срока регистрации изданий, вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам платное эфирное время, платную печатную площадь, платные услуги по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях при условии выполнения указанными организациями и редакциями требований, предусмотренных п. 1.7 настоящих Разъяснений.

8.4. Условия оплаты эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях, предоставляемых организациями телерадиовещания, редакциями периодических печатных изданий и редакции сетевых изданий должны быть едины для всех зарегистрированных кандидатов.

Это требование не распространяется на редакции периодических печатных изданий и редакции сетевых изданий, учрежденных кандидатами, не менее чем за один год до дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов Губернатора.

9. Заключение договоров

9.1. Предоставлению бесплатного и платного эфирного времени и печатной площади, предоставлению услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях предшествует заключение договора между организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания, редакцией сетевого издания, с одной стороны, и зарегистрированным кандидатом, с другой стороны.

9.2. От имени кандидата (помимо самого кандидата) договор может заключить его уполномоченный представитель по финансовым вопросам.

9.3. В договоре о предоставлении эфирного времени указываются: вид (форма) предвыборной агитации, дата и время выхода в эфир, продолжительность предоставляемого эфирного времени, размер и порядок его оплаты, формы и условия участия представителя СМИ (журналиста, ведущего) в теле-, радиопередаче. В договоре также может быть указан срок представления в организацию телерадиовещания агитационного материала, на каком носителе информации должен быть представлен материал, а если жанр агитации предполагает запись (трансляцию) в студии – время прибытия кандидата в студию. В договоре также следует отразить все условия в части объема и среды размещения агитационных материалов (страница СМИ в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в сети «Интернет», социальных сетях и прочих).

В договоре о предоставлении печатной площади указываются дата и объем публикации, номер полосы и примерное место на полосе, формат агитационного материала, дата и время представления материала в редакцию.

В договорах также указываются фактическая стоимость бесплатно предоставленных эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях. Эта стоимость определяется

применительно к расценкам, установленным в данном СМИ для платного размещения агитационных материалов.

9.4. Незаключение договора за пять дней до выхода в эфир, до публикации является отказом зарегистрированного кандидата от ранее распределенных эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях, за исключением случаев, когда распределение состоялось позднее, чем за пять дней до выхода в эфир, до публикации (отказ осуществляется в день распределения).

9.5. После выполнения условий договора оформляется акт об оказании соответствующих услуг.

К договору о предоставлении эфирного времени оформляется соответствующая справка об использованном эфирном времени, в которой отмечается выполнение обязательств по договору с указанием программы вещания, названия передачи и времени ее выхода в эфир.