

ИЗБИРАТЕЛЬНАЯ КОМИССИЯ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Р Е Ш Е Н И Е

25 августа 2022 года

№ 104/743-8

г. Калининград

Об Инструкции о порядке предоставления эфирного времени на каналах телерадиокомпаний, печатной площади в периодических печатных изданиях, услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях зарегистрированным кандидатам при проведении дополнительных выборов депутатов Законодательного Собрания Калининградской области седьмого созыва

Руководствуясь статьей 27 Уставного Закона Калининградской области от 29 сентября 2010 года № 497 «О выборах депутатов Законодательного Собрания Калининградской области», Избирательная комиссия Калининградской области **р е ш и л а**:

1. Утвердить Инструкцию о порядке предоставления эфирного времени на каналах телерадиокомпаний, печатной площади в периодических печатных изданиях, услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях зарегистрированным кандидатам при проведении дополнительных выборов депутатов Законодательного Собрания Калининградской области седьмого созыва (прилагается).

2. Разместить настоящее решение на официальном сайте Избирательной комиссии Калининградской области и опубликовать в сетевом издании «Информационный бюллетень Избирательной комиссии Калининградской области».

3. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на заместителя председателя Избирательной комиссии Калининградской области Я.В. Орлову.

**Председатель
Избирательной комиссии
Калининградской области**

И.П. Винярская

**Секретарь
Избирательной комиссии
Калининградской области**

О.Р. Баязитов

Приложение
Утверждена
решением Избирательной комиссии
Калининградской области
от 25 августа 2022 года №104/743-8

ИНСТРУКЦИЯ
о порядке предоставления эфирного времени на каналах
телерадиокомпаний, печатной площади в периодических печатных
изданиях, услуг по размещению агитационных материалов в сетевых
изданиях зарегистрированным кандидатам при проведении
дополнительных выборов депутатов Законодательного Собрания
Калининградской области седьмого созыва

1. Общие положения

1.1. Настоящая Инструкция основана на положениях Федерального закона от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (далее – Федеральный закон), Федерального закона от 11 июля 2001 года № 95-ФЗ «О политических партиях», Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 «О средствах массовой информации», Уставного закона Калининградской области от 29 сентября 2010 года № 497 «О выборах депутатов Законодательного Собрания Калининградской области» (далее – Уставный закон).

1.2. Региональные государственные и муниципальные организации телерадиовещания и редакции региональных государственных и муниципальных периодических печатных изданий обязаны обеспечить равные условия проведения предвыборной агитации зарегистрированным кандидатам.

Эфирное время на каналах указанных организаций телерадиовещания и печатная площадь в указанных периодических печатных изданиях предоставляются зарегистрированным кандидатам за плату, а в случаях и порядке, предусмотренных Федеральным законом, Уставным законом, также безвозмездно (бесплатное эфирное время, бесплатная печатная площадь).

1.3. Негосударственные организации телерадиовещания, редакции негосударственных периодических печатных изданий и редакции сетевых изданий, осуществляющие выпуск средств массовой информации, зарегистрированных 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, 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 пунктами 4 и 5 статьи 59 Уставного закона. Иные негосударственные организации телерадиовещания, редакции негосударственных периодических печатных изданий, редакции сетевых изданий не вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам эфирное время, печатную площадь.

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 едины для всех зарегистрированных кандидатов.

1.4. Предвыборной агитацией, осуществляемой в период избирательной кампании, признаются:

- 1) призывы голосовать за кандидата, кандидатов либо против него (них);
- 2) выражение предпочтения какому-либо кандидату, в частности указание на то, за какого кандидата будет голосовать избиратель (за исключением случая опубликования (обнародования) результатов опроса общественного мнения в соответствии с Уставным законом);
- 3) описание возможных последствий в случае, если тот или иной кандидат будет избран или не будет избран;
- 4) распространение информации, в которой явно преобладают сведения о каком-либо кандидате (каких-либо кандидатах) в сочетании с позитивными либо негативными комментариями;
- 5) распространение информации о деятельности кандидата, не связанной с его профессиональной деятельностью или исполнением им своих служебных (должностных) обязанностей;
- 6) деятельность, способствующая созданию положительного или отрицательного отношения избирателей к кандидату.

Действия, совершаемые при осуществлении представителями организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, представителями редакций сетевых изданий профессиональной деятельности и призывы голосовать за кандидата, кандидатов либо против него (них), признаются предвыборной агитацией в случае, если эти действия совершены с целью побудить избирателей голосовать за кандидата, кандидатов или против него (них), а действия, указанные в подпунктах 2 - 6 пункта 1.4 настоящей Инструкции, - в случае, если эти действия совершены с такой целью неоднократно.

1.5. Граждане Российской Федерации, избирательные объединения, иные общественные объединения вправе в допускаемых законом формах и законными методами проводить предвыборную агитацию.

1.6. Предвыборная агитация может проводиться: на каналах организаций телерадиовещания, в периодических печатных изданиях и сетевых изданиях; посредством проведения агитационных публичных мероприятий; посредством изготовления и распространения, в том числе в информационно-телекоммуникационных сетях, включая сеть «Интернет», печатных,

аудиовизуальных и других агитационных материалов; иными не запрещенными законом методами.

Предвыборная агитация на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях проводится в форме публичных дебатов, дискуссий, «круглых столов», пресс-конференций, интервью, выступлений, показа телеочерков, видеофильмов о кандидате и в иных не запрещенных законом формах.

Кандидат вправе самостоятельно определять содержание, формы и методы своей предвыборной агитации, самостоятельно проводить ее, а также привлекать к ее проведению иных лиц в установленном законодательством Российской Федерации порядке.

1.7. Запрещается проводить предвыборную агитацию, выпускать, распространять любые агитационные материалы:

1) федеральным органам государственной власти, органам государственной власти Калининградской области, иным государственным органам, органам местного самоуправления;

2) лицам, замещающим государственные или выборные муниципальные должности, государственным и муниципальным служащим, лицам, являющимся членами органов управления организаций независимо от формы собственности (в организациях, высшим органом управления которых является собрание, - членами органов, осуществляющих руководство деятельностью этих организаций), за исключением политических партий, при исполнении ими своих должностных или служебных обязанностей и (или) с использованием преимуществ своего должностного или служебного положения. Указание в агитационном материале должности такого лица не является нарушением настоящего запрета;

3) воинским частям, военным учреждениям и организациям;

4) благотворительным и религиозным организациям, учрежденным ими организациям, а также членам и участникам религиозных объединений при совершении обрядов и церемоний;

5) избирательным комиссиям, членам избирательных комиссий с правом решающего голоса;

6) иностранным гражданам, лицам без гражданства, иностранным юридическим лицам;

7) международным организациям и международным общественным движениям;

8) представителям организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации и представителям сетевых изданий при осуществлении ими профессиональной деятельности;

9) лицам, в отношении которых решением суда в период проводимой избирательной кампании установлен факт нарушения ограничений, предусмотренных пунктом 1 статьи 56 Федерального закона.

1.8. Лицам, замещающим государственные или выборные муниципальные должности, запрещается проводить предвыборную агитацию на каналах организаций телерадиовещания и в периодических печатных изданиях, за

исключением случаев, когда указанные лица зарегистрированы в качестве кандидатов.

Использование в агитационных материалах высказываний физического лица, не имеющего в соответствии с Федеральным законом права проводить предвыборную агитацию о кандидате (кандидатах), не допускается.

1.9. Запрещается привлекать к предвыборной агитации лиц, не достигших на день голосования возраста 18 лет, в том числе использовать изображения и высказывания таких лиц в агитационных материалах.

1.10. Использование в агитационных материалах кандидата высказываний физического лица, не указанного в п. 1.8. о кандидате возможно только с письменного согласия данного физического лица. Документ, подтверждающий согласие, представляется в избирательную комиссию вместе с экземплярами агитационных материалов, представляемых в соответствии с пунктом 5 статьи 63 Уставного закона. В случае размещения агитационного материала на канале организации телерадиовещания либо в периодическом печатном издании указанный документ представляется в избирательную комиссию по ее требованию. Представление указанного документа не требуется в случаях:

а) использования обнародованных высказываний о кандидатах с указанием даты (периода времени) обнародования таких высказываний и наименования средства массовой информации, в котором они были обнародованы;

б) цитирования высказываний о кандидате, обнародованных на соответствующих выборах иными кандидатами, избирательными объединениями в своих агитационных материалах, изготовленных и распространенных в соответствии с Уставным законом.

При проведении выборов использование в агитационных материалах изображений физического лица допускается только в случае использования кандидатом своих изображений, в том числе среди неопределенного круга лиц.

В указанном случае получение согласия на использование соответствующих изображений не требуется.

1.11. Зарегистрированный кандидат не вправе использовать эфирное время на каналах организаций, осуществляющих телевещание, предоставленное им для размещения агитационных материалов, в целях:

1) распространения призывов голосовать против кандидата, кандидатов;

2) описания возможных негативных последствий в случае, если тот или иной кандидат будет избран;

3) распространения информации, в которой явно преобладают сведения о каком-либо кандидате (каких-либо кандидатах) в сочетании с негативными комментариями;

4) распространения информации, способствующей созданию отрицательного отношения избирателей к кандидату.

1.12. Избирательное объединение, выдвинувшее кандидата, который зарегистрирован избирательной комиссией, не позднее чем за 10 дней до дня голосования публикует свою предвыборную программу не менее чем в одном государственном периодическом печатном издании, а также размещает ее в информационно-телекоммуникационной сети общего пользования «Интернет».

Для такой публикации используется бесплатная печатная площадь, предоставляемая кандидатам в соответствии с Уставным законом, либо такая публикация оплачивается из средств избирательного фонда кандидата, выдвинутого этим избирательным объединением.

1.13. Агитационный период для кандидата начинается со дня представления кандидатом в соответствующую избирательную комиссию заявления о согласии баллотироваться. Агитационный период прекращается в ноль часов по местному времени дня, предшествующего дню голосования, а в случае принятия решения о голосовании в течение нескольких дней подряд - в ноль часов по местному времени первого дня голосования.

1.14. 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 дня, предшествующего дню голосования, а в случае принятия решения о голосовании в течение нескольких дней подряд - в ноль часов по местному времени первого дня голосования.

1.15. Агитационные печатные материалы (листовки, плакаты и другие материалы), ранее изготовленные в соответствии с Федеральным законом и размещенные в установленном законом порядке на специальных местах, указанных в пункте 7 статьи 54 Федерального закона, на рекламных конструкциях или иных стабильно размещенных объектах в соответствии с пунктами 8 и 10 статьи 54 Федерального закона, могут сохраняться в день (дни) голосования на прежних местах.

1.16. Проведение предвыборной агитации в день голосования запрещается. Проведение предвыборной агитации в день, предшествующий дню голосования, запрещается, за исключением случая принятия решения о голосовании в течение нескольких дней подряд.

1.17. Бесплатное эфирное время на каналах региональных государственных организаций телерадиовещания, осуществляющих теле- и (или) радиовещание на территории Калининградской области, предоставляется зарегистрированным кандидатам на равных условиях (продолжительность предоставленного эфирного времени, время выхода в эфир и другие условия).

1.18. Зарегистрированный кандидат не вправе использовать предоставленные ему эфирное время, печатную площадь для проведения предвыборной агитации за других зарегистрированных кандидатов.

1.19. 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.

1.20. Негосударственные организации телерадиовещания, редакции негосударственных периодических печатных изданий и редакции сетевых изданий, осуществляющие выпуск средств массовой информации, зарегистрированных 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, 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 пунктами 4 и 5 статьи 59 Уставного закона. Иные негосударственные организации телерадиовещания, редакции негосударственных периодических печатных изданий, редакции сетевых изданий не вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам эфирное время, печатную площадь.

1.21. 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 едины для всех зарегистрированных кандидатов. Это требование не распространяется на редакции негосударственных периодических печатных изданий, редакции сетевых изданий, учрежденных кандидатами, избирательными объединениями.

1.22. При проведении выборов сведения о размере (в валюте Российской Федерации) и других условиях оплаты эфирного времени, печатной площади, услуг по размещению агитационных материалов должны быть опубликованы соответствующей организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания, редакцией сетевого издания не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов. 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 Калининградской области.

1.23. 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 Калининградской области уведомления, указанного в пункте 5 статьи 59 Уставного закона, в установленные в указанном пункте сроки:

а) негосударственных организаций телерадиовещания и редакций негосударственных периодических печатных изданий;

б) редакций государственных периодических печатных изданий, выходящих реже чем один раз в неделю;

в) организаций телерадиовещания, осуществляющих выпуск специализированных телеканалов, радиоканалов, телепрограмм,

радиопрограмм, и редакций специализированных периодических печатных изданий;

г) редакций сетевых изданий;

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

1.24. Организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, 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 Калининградской области, и представлять данные такого учета в эту комиссию не позднее чем через десять дней со дня голосования.

Организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, редакции сетевых изданий обязаны хранить указанные в настоящем пункте 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.

1.25. Расходы государственных и муниципальных организаций телерадиовещания и редакций государственных и муниципальных периодических печатных изданий, связанные с предоставлением бесплатного эфирного времени и бесплатной печатной площади для проведения предвыборной агитации, относятся на результаты деятельности этих организаций и редакций.

1.26. Предоставление эфирного времени на каналах организаций телерадиовещания и печатной площади в периодических печатных изданиях для проведения предвыборной агитации, предоставление услуг по размещению агитационных материалов в сетевых изданиях производятся 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.

1.27. Расходы на проведение предвыборной агитации осуществляются исключительно за счет средств соответствующих избирательных фондов. Агитация, имеющая целью побудить или побуждающая голосовать за кандидата, оплачиваемая из средств избирательных фондов других кандидатов, запрещается.

1.28. Расчеты между кандидатом и юридическими лицами за выполнение работ (оказание услуг) осуществляются только в безналичном порядке.

1.29. При проведении предвыборной агитации не допускается злоупотребление свободой массовой информации в иных, чем предусмотренных законодательством формах.

Предвыборные программы кандидатов, иные агитационные материалы (в том числе размещаемые в информационно-телекоммуникационных сетях

общего пользования, включая «Интернет»), выступления кандидатов, их доверенных лиц, представителей, граждан на публичных мероприятиях, в средствах массовой информации (в том числе размещаемые в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования, включая «Интернет») не должны содержать призывы к совершению деяний, определяемых в статье 1 Федерального закона «О противодействии экстремистской деятельности» как экстремистская деятельность, либо иным способом побуждать к таким деяниям, а также обосновывать или оправдывать экстремизм. Запрещается агитация, возбуждающая социальную, расовую, национальную или религиозную рознь, унижающая национальное достоинство, пропагандирующая исключительность, превосходство либо неполноценность граждан по признаку их отношения к религии, социальной, расовой, национальной, религиозной или языковой принадлежности, а также агитация, при проведении которой осуществляются пропаганда и публичное демонстрирование нацистской атрибутики или символики либо атрибутики или символики, сходных с нацистской атрибутикой или символикой до степени их смешения. Не может рассматриваться как разжигание социальной розни агитация, направленная на защиту идей социальной справедливости. Запрещается агитация, нарушающая законодательство Российской Федерации об интеллектуальной собственности.

1.30. Кандидатам, их уполномоченным представителям, а также иным лицам и организациям при проведении предвыборной агитации запрещается осуществлять подкуп избирателей: вручать им денежные средства, подарки и иные материальные ценности иначе как за выполнение организационной работы (сбор подписей избирателей, агитационную работу), производить вознаграждение избирателей, выполнявших указанную организационную работу, в зависимости от итогов голосования или обещать произвести такое вознаграждение, проводить льготную распродажу товаров, бесплатно распространять любые товары, за исключением печатных материалов (в том числе иллюстрированных) и значков, специально изготовленных для избирательной кампании, а также оказывать услуги безвозмездно или на льготных условиях. Кандидаты, их уполномоченные представители и доверенные лица, иные лица и организации не вправе при проведении предвыборной агитации воздействовать на избирателей, обещая передать им денежные средства, ценные бумаги и другие материальные блага (в том числе по итогам голосования), а также оказать услуги иначе чем на основании принимаемых в соответствии с федеральными законами решений органов государственной власти, органов местного самоуправления.

В период избирательной кампании не допускается проведение лотерей и других основанных на риске игр, в которых выигрыш призов или участие в розыгрыше призов зависит от итогов голосования, результатов выборов либо которые иным образом связаны с выборами.

1.31. Кандидаты, их уполномоченные представители и доверенные лица, а также зарегистрированные после начала избирательной кампании организации, учредителями, собственниками, владельцами и (или) членами органов управления которых (в организациях, высшим органом управления

которых является собрание, - членами органов, осуществляющих руководство деятельностью этих организаций) являются указанные лица и (или) организации, в период избирательной кампании не вправе заниматься благотворительной деятельностью. Иные физические и юридические лица в период избирательной кампании не вправе заниматься благотворительной деятельностью по просьбе, поручению или от имени кандидатов, их доверенных лиц и уполномоченных представителей, а также проводить одновременно с благотворительной деятельностью предвыборную агитацию. Кандидатам, их уполномоченным представителям и доверенным лицам запрещается обращаться к иным физическим и юридическим лицам с предложениями об оказании материальной, финансовой помощи или услуг избирателям.

1.32. Оплата рекламы коммерческой и иной не связанной с выборами деятельности с использованием фамилии или изображения кандидата, а также рекламы с использованием наименования, эмблемы, иной символики избирательного объединения, выдвинувшего кандидата, в период избирательной кампании осуществляется только за счет средств соответствующего избирательного фонда. В день голосования и в день, предшествующий дню голосования, такая реклама, в том числе оплаченная за счет средств соответствующего избирательного фонда, не допускается. На этих же условиях могут размещаться объявления (иная информация) о связанной с выборами деятельности кандидата при условии указания в объявлении (иной информации) сведений, из средств избирательного фонда какого кандидата оплачено их размещение.

1.33. Организации, осуществляющие выпуск средств массовой информации, в случае обнародования (опубликования) ими агитационных и информационных материалов (в том числе содержащих достоверную информацию), способных нанести ущерб чести, достоинству или деловой репутации кандидата обязаны предоставить соответствующему кандидату возможность до окончания агитационного периода бесплатно обнародовать (опубликовать) опровержение или иное разъяснение в защиту своих чести, достоинства или деловой репутации. Для обнародования указанного опровержения или иного разъяснения эфирное время должно быть предоставлено кандидату в то же время суток, в которое была обнародована первоначальная информация, и его объем не должен быть меньше, чем объем эфирного времени, предоставленного для изложения первоначальной информации, но не менее двух минут. При опубликовании указанного опровержения или иного разъяснения его текст должен быть набран тем же шрифтом, помещен на том же месте полосы и по объему должен быть не меньше, чем опровергаемый текст. Не предоставление кандидату возможности обнародовать (опубликовать) указанное опровержение или иное разъяснение до окончания агитационного периода является основанием для привлечения таких организаций, осуществляющих выпуск средств массовой информации, и их должностных лиц к ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации. Установленные требования не распространяются на

случаи размещения агитационных материалов, представленных кандидатами, в рамках использования ими в соответствии с Уставным законом бесплатного и платного эфирного времени, бесплатной и платной печатной площади.

1.34. В случае распространения подложных печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов, распространения печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов с нарушением требований Федерального закона, Уставного закона, а также в случае нарушения организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания, редакцией сетевого издания установленного Федеральным законом, Уставным законом порядка проведения предвыборной агитации соответствующая комиссия обязана обратиться в правоохранительные органы, суд, федеральный орган по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи с представлением о пресечении противоправной агитационной деятельности, об изъятии незаконных агитационных материалов и о привлечении организации телерадиовещания, редакции периодического печатного издания, редакции сетевого издания, их должностных лиц, а также иных лиц к ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации.

1.35. Правоохранительные и иные органы обязаны принимать меры по пресечению противоправной агитационной деятельности, предотвращению изготовления подложных и незаконных предвыборных печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов и их изъятию, устанавливать изготовителей указанных материалов и источники их оплаты, а также незамедлительно информировать соответствующую избирательную комиссию о выявленных фактах и принятых мерах.

1.36. Агитационные материалы не могут содержать коммерческую рекламу.

II. Условия проведения предвыборной агитации на телевидении и радио

2.1. Бесплатное эфирное время на каналах региональных государственных организаций телерадиовещания, осуществляющих теле- и (или) радиовещание на территории Калининградской области, предоставляется зарегистрированным кандидатам на равных условиях (продолжительность предоставленного эфирного времени, время выхода в эфир и другие условия).

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

Общий объем бесплатного эфирного времени, которое каждая из региональных государственных организаций телерадиовещания выделяет на каждом из своих каналов для проведения предвыборной агитации, должен составлять не менее 30 минут в рабочие дни, а в случае, если общее время вещания организации телерадиовещания составляет менее двух часов в день, - не менее одной четвертой части общего времени вещания.

Бесплатное эфирное время предоставляется в период, который начинается

за 28 дней до дня голосования и прекращается в ноль часов по местному времени за одни сутки до дня голосования, а в случае голосования в течение трех дней подряд - в ноль часов по местному времени первого дня голосования.

При проведении дополнительных или повторных выборов депутатов Законодательного Собрания Калининградской области указанный в настоящем пункте объем бесплатного эфирного времени уменьшается в два раза.

Если в результате предоставления бесплатного эфирного времени на каждого зарегистрированного кандидата придется более 60 минут бесплатного эфирного времени, общий объем бесплатного эфирного времени, которое каждая из организаций телерадиовещания предоставляет для проведения агитации, сокращается и должен составлять 60 минут, умноженных соответственно на количество зарегистрированных кандидатов.

2.2. Не менее половины общего объема бесплатного эфирного времени должно быть предоставлено зарегистрированным кандидатам для проведения совместных дискуссий, «круглых столов» и иных совместных агитационных мероприятий.

Данное правило не применяется при предоставлении эфирного времени кандидатам, зарегистрированным по соответствующему одномандатному избирательному округу, если указанного объема эфирного времени недостает для проведения хотя бы одного совместного агитационного мероприятия, в котором на каждого кандидата придется пять или более минут. Зарегистрированные кандидаты обязаны участвовать в совместных агитационных мероприятиях.

2.3. В совместных агитационных мероприятиях могут участвовать зарегистрированные кандидаты только лично.

В случае участия в совместном агитационном мероприятии зарегистрированного кандидата, являющегося физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента, либо зарегистрированного кандидата, аффилированного с выполняющим функции иностранного агента лицом, его выступление должно предваряться (сопровождаться) информацией о том, что данный кандидат является физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента, либо кандидатом, аффилированным с выполняющим функции иностранного агента лицом.

При невыполнении зарегистрированным кандидатом данных требований доля эфирного времени, отведенная зарегистрированному кандидату для участия в совместном агитационном мероприятии, распределяется между другими участниками данного совместного агитационного мероприятия (в том числе если в данном мероприятии может принять участие только один участник).

В данном случае время, отведенное для проведения совместного агитационного мероприятия, в том числе в случае, если в указанном мероприятии может принять участие только один участник, не уменьшается, за исключением случаев, предусмотренных законом. Отказ от участия в совместном агитационном мероприятии не влечет за собой увеличения бесплатного эфирного времени, предоставляемого кандидату, отказавшемуся

участвовать в указанном мероприятии, за исключением случаев, предусмотренных законом.

2.4. Запрещается прерывать передачу предвыборных агитационных материалов кандидата, в том числе рекламой товаров, работ и услуг. Запрещается перекрывать передачу предвыборных агитационных материалов кандидата на каналах организаций телерадиовещания трансляцией иных теле- и радиопрограмм, агитационных материалов.

2.5. По завершении регистрации кандидатов, но не позднее чем за 32 дня до дня голосования проводится жеребьевка в целях распределения бесплатного эфирного времени между всеми зарегистрированными кандидатами.

2.6. Избирательная комиссия Калининградской области с участием представителей соответствующих организаций телерадиовещания проводит жеребьевку, в результате которой определяются даты и время выхода в эфир предвыборных агитационных материалов кандидатов.

2.7. При проведении жеребьевки вправе присутствовать лица, указанные в пункте 1 статьи 31 Уставного закона Калининградской области.

2.8. Результаты жеребьевки оформляются протоколом. Определенный в результате жеребьевки график распределения эфирного времени публикуется соответственно в региональных государственных периодических печатных изданиях. Эфирное время предоставляется на основании договора, заключенного после проведения жеребьевки.

2.9. Региональные государственные организации телерадиовещания обязаны резервировать эфирное время для проведения предвыборной агитации зарегистрированными кандидатами на платной основе. Размер и условия оплаты должны быть едиными для всех кандидатов. Общий объем платного эфирного времени, резервируемого каждой организацией телерадиовещания, не может быть меньше общего объема бесплатного эфирного времени, но не должен превышать его более чем в два раза.

2.10. Каждый зарегистрированный кандидат вправе за соответствующую плату получить эфирное время из общего объема зарезервированного эфирного времени в пределах доли, полученной делением этого объема на общее число соответственно зарегистрированных кандидатов. Если после такого распределения платного эфирного времени останется нераспределенное эфирное время, оно может быть предоставлено за плату зарегистрированным кандидатам, подавшим заявку на предоставление такого эфирного времени, на равных условиях.

2.11. Эфирное время должно предоставляться региональной государственной организацией телерадиовещания в период, который начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается в ноль часов по местному времени за одни сутки до дня голосования, а в случае голосования в течение трех дней подряд - в ноль часов по местному времени первого дня голосования. Даты и время выхода в эфир предвыборных агитационных материалов определяются жеребьевкой, проводимой организацией телерадиовещания с участием заинтересованных лиц на основании письменных заявок на участие в жеребьевке, поданных зарегистрированными

кандидатами. Жеребьевка должна проводиться по завершении регистрации кандидатов, но не позднее чем за 32 дня до дня голосования. Эфирное время предоставляется на основании договора, заключенного после проведения жеребьевки.

2.12. Общий объем эфирного времени, предоставляемого кандидатам муниципальной организацией телерадиовещания, выполнившей условия об опубликовании расценок, определяется этой организацией телерадиовещания. Даты и время выхода в эфир предвыборных агитационных материалов каждого кандидата определяются в соответствии с жеребьевкой, проводимой организацией телерадиовещания с участием заинтересованных лиц на основании письменных заявок на участие в жеребьевке, поданных кандидатами. Жеребьевка должна проводиться по завершении регистрации кандидатов, но не позднее чем за 32 дня до дня голосования. Эфирное время предоставляется на основании договора, заключенного после проведения жеребьевки.

2.13. Если кандидат после проведения жеребьевки откажется от использования эфирного времени, они обязаны не позднее чем за пять дней до выхода в эфир, а если выход в эфир предвыборного агитационного материала должен состояться менее чем за пять дней со дня проведения соответствующей жеребьевки, - в день жеребьевки сообщить об этом в письменной форме соответствующей организации телерадиовещания, которая вправе использовать высвободившееся эфирное время по своему усмотрению.

2.14. Предоставление эфирного времени зарегистрированным кандидатам на каналах негосударственных организаций телерадиовещания осуществляется на равных условиях. Негосударственные организации телерадиовещания, не соблюдающие этих требований, а также не выполнившие условий пункта 5 статьи 59 Уставного закона, не вправе предоставлять кандидатам эфирное время для целей предвыборной агитации.

2.15. В договорах о предоставлении платного эфирного времени должны быть указаны следующие условия: вид (форма) предвыборной агитации, дата и время выхода в эфир, продолжительность предоставляемого эфирного времени, размер и порядок его оплаты, формы и условия участия журналиста (ведущего) в теле-, радиопередаче. После выполнения условий договора оформляются акт выполнения работ и соответствующая справка об использованном эфирном времени, в которых отмечается выполнение обязательств по договору с указанием программы вещания, названия передачи и времени ее выхода в эфир.

2.16. Платежный документ филиалу публичного акционерного общества «Сбербанк России» о перечислении в полном объеме средств в оплату стоимости эфирного времени должен быть представлен кандидатом не позднее чем за два дня до дня предоставления эфирного времени. Копия платежного документа с отметкой филиала публичного акционерного общества «Сбербанк России» должна быть представлена кандидатом в организацию телерадиовещания до предоставления эфирного времени. В случае нарушения указанных условий предоставление эфирного времени на каналах организаций телерадиовещания не допускается.

2.17. Если в ходе использования платного эфирного времени кандидат нарушит условия, установленные Уставным законом, организация телерадиовещания вправе обратиться в суд с требованием о расторжении договора на предоставление эфирного времени.

2.18. Видео- и аудиозаписи выпущенных в эфир теле- и радиопрограмм, содержащих предвыборную агитацию, хранятся в соответствующей организации телерадиовещания не менее 12 месяцев со дня выхода указанных программ в эфир. Организации телерадиовещания обязаны бесплатно предоставлять копии указанных теле- и радиопрограмм по требованию избирательных комиссий.

III. Условия проведения предвыборной агитации в периодических печатных изданиях

3.1. Зарегистрированные кандидаты имеют право на предоставление им бесплатной печатной площади в региональных государственных периодических печатных изданиях, выходящих не реже одного раза в неделю, на следующих условиях: равный объем предоставляемой печатной площади, одинаковое место на полосе, одинаковый размер шрифта и иные равные условия.

3.2. Общий еженедельный минимальный объем бесплатной печатной площади, которую каждая из редакций региональных государственных периодических печатных изданий предоставляет зарегистрированным кандидатам должен составлять не менее 10 процентов от общего объема еженедельной печатной площади соответствующего издания в период, который начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается в ноль часов по местному времени дня, предшествующего дню голосования, а в случае принятия решения о голосовании в течение нескольких дней подряд - в ноль часов по местному времени первого дня голосования.

Информация об общем объеме бесплатной печатной площади, которую такое периодическое печатное издание предоставляет для целей предвыборной агитации в течение периода, который начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается в ноль часов по местному времени за одни сутки до дня голосования, публикуется в данном издании не позднее чем через 30 дней после официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов.

3.3. Общий объем бесплатной печатной площади, декларированный редакцией регионального государственного периодического печатного издания, распределяется между зарегистрированными кандидатами путем деления общего объема выделяемой печатной площади на общее число кандидатов, имеющих право на бесплатную печатную площадь в данном периодическом печатном издании.

3.4. После завершения регистрации кандидатов, но не позднее чем за 32 дня до дня голосования редакция регионального государственного периодического печатного издания с участием заинтересованных лиц проводит жеребьевку в целях распределения бесплатной печатной площади между всеми зарегистрированными кандидатами и установления дат бесплатных публикаций

их предвыборных агитационных материалов. При проведении жеребьевки вправе присутствовать члены соответствующей избирательной комиссии, а также лица, указанные в пункте 1 статьи 31 Уставного закона Калининградской области. Результаты жеребьевки оформляются протоколом. Печатная площадь предоставляется на основе договора, заключенного после проведения жеребьевки.

3.5. Редакции региональных государственных периодических печатных изданий, выходящих не реже одного раза в неделю, обязаны резервировать платные печатные площади для проведения предвыборной агитации зарегистрированными кандидатами. Размер и условия оплаты печатных площадей должны быть едиными для всех зарегистрированных кандидатов. Общий объем платной печатной площади, резервируемой редакцией периодического печатного издания, не может быть меньше общего объема бесплатной печатной площади, но не должен превышать этот объем более чем в два раза.

3.6. Каждый зарегистрированный кандидат вправе получить платную печатную площадь из общего объема зарезервированной печатной площади в пределах доли, полученной путем деления этого объема на общее число зарегистрированных кандидатов.

3.7. Печатная площадь должна предоставляться редакцией регионального государственного периодического печатного издания в период, который начинается за 28 дней до дня голосования и прекращается в ноль часов по местному времени дня, предшествующего дню голосования, а в случае принятия решения о голосовании в течение нескольких дней подряд - в ноль часов по местному времени первого дня голосования. Дата опубликования предвыборных агитационных материалов кандидата определяется жеребьевкой, проводимой редакцией периодического печатного издания с участием заинтересованных лиц на основании письменных заявок на участие в жеребьевке, поданных кандидатами. Жеребьевка должна проводиться в срок после завершения регистрации кандидатов, но не позднее чем за 32 дня до дня голосования. При проведении жеребьевки вправе присутствовать члены соответствующей избирательной комиссии, а также лица, указанные в пункте 1 статьи 31 Уставного закона. Результаты жеребьевки оформляются протоколом. Печатная площадь предоставляется на основе договора, заключенного после проведения жеребьевки.

3.8. Публикация предвыборных агитационных материалов не должна сопровождаться редакционными комментариями в какой бы то ни было форме, а также заголовками и иллюстрациями, не согласованными с соответствующими зарегистрированным кандидатом.

3.9. Общий объем печатной площади, предоставляемой кандидатам редакциями региональных государственных периодических печатных изданий, определяют сами редакции. Дата опубликования предвыборных агитационных материалов кандидата определяется в соответствии с жеребьевкой, проводимой редакциями периодических печатных изданий с участием заинтересованных лиц на основании письменных заявок на участие в жеребьевке, поданных

кандидатами. Жеребьевка должна проводиться в срок после завершения регистрации кандидатов, но не позднее чем за 32 дня до дня голосования. Печатная площадь предоставляется на основании договора, заключенного после проведения жеребьевки.

3.10. Если зарегистрированный кандидат после проведения жеребьевки откажется от использования печатной площади, он обязан не позднее чем за пять дней до дня опубликования предвыборного агитационного материала сообщить об этом соответствующей редакции периодического печатного издания, которая вправе использовать высвободившуюся печатную площадь по своему усмотрению.

3.11. Редакции негосударственных периодических печатных изданий вправе публиковать предвыборные агитационные материалы в соответствии с договором, заключенным между редакцией периодического печатного издания и зарегистрированным кандидатом. Редакции негосударственных периодических печатных изданий, не выполнившие условий пункта 5 статьи 59 Уставного закона, не вправе предоставлять печатную площадь для проведения предвыборной агитации.

3.12. Во всех материалах, помещаемых в периодических печатных изданиях и оплачиваемых из средств избирательного фонда кандидата, должна помещаться информация о том, из избирательного фонда какого кандидата была произведена оплата соответствующей публикации. Если опубликование предвыборных агитационных материалов было осуществлено безвозмездно, информация об этом должна содержаться в публикации с указанием, какому кандидату была предоставлена возможность размещения соответствующей публикации. Если агитационные материалы были опубликованы безвозмездно, информация об этом должна содержаться в публикации с указанием на то, кто разместил эту публикацию. В размещаемых в периодических печатных изданиях агитационных материалах кандидата, являющегося физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента, кандидата, аффилированного с выполняющим функции иностранного агента лицом, должна помещаться информация о том, что кандидат является физическим лицом, выполняющим функции иностранного агента, либо кандидатом, аффилированным с выполняющим функции иностранного агента лицом. Ответственность за выполнение данного требования несет редакция периодического печатного издания.

3.13. В случае, если в агитационном материале используется высказывание физического лица, включенного в список физических лиц, выполняющих функции иностранного агента, или физического лица, информация о котором включена в реестр иностранных средств массовой информации, выполняющих функции иностранного агента, 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 при предоставлении

агитационного материала в установленном порядке в организацию телерадиовещания, редакцию периодического печатного издания, комиссию предоставляют информацию о том, какое высказывание какого физического лица, включенного в список физических лиц, выполняющих функции иностранного агента, или физического лица, информация о котором включена в реестр иностранных средств массовой информации, выполняющих функции иностранного агента, использовано в агитационном материале.

3.14. Платежный документ филиалу публичного акционерного общества «Сбербанк России» о перечислении в полном объеме средств в оплату стоимости печатной площади должен быть представлен зарегистрированным кандидатом не позднее чем за два дня до дня опубликования предвыборного агитационного материала. Копия платежного документа с отметкой филиала публичного акционерного общества «Сбербанк России» должна быть представлена зарегистрированным кандидатом в редакцию периодического печатного издания до предоставления печатной площади. В случае нарушения этого условия предоставление печатной площади не допускается.

3.15. Редакции негосударственных периодических печатных изданий, выполнившие условия пункта 5 статьи 59 Уставного закона, вправе отказать в предоставлении печатной площади для проведения предвыборной агитации.

3.16. Редакции периодических печатных изданий, публикующих предвыборные агитационные материалы, не вправе отдавать предпочтение какому-либо кандидату путем изменения тиража и периодичности выхода периодических печатных изданий. Это требование не распространяется на редакции периодических печатных изданий, учрежденные кандидатами, избирательными объединениями.