

Приложение

к Постановлению Избирательной
комиссии Владимирской области
от 20.06.2013 № 137

РАЗЪЯСНЕНИЯ

о порядке публикации агитационных предвыборных материалов в периодических печатных изданиях в период проведения выборов Губернатора (главы администрации) Владимирской области и депутатов Законодательного Собрания Владимирской области шестого созыва

1. Печатная площадь зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, выдвинувшим зарегистрированные списки кандидатов, должна предоставляться редакцией периодического печатного издания, выполнившего требования пункта 6 статьи 46 Закона Владимирской области «Избирательный кодекс Владимирской области» (далее - Кодекс), за 28 дней до дня голосования (пункт 2 статьи 45 Кодекса). Согласно требованию пункта 6 статьи 46 Кодекса, соответствующая редакция периодического печатного издания должна не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов опубликовать сведения о размере и других условиях оплаты печатной площади, предоставляемой для целей предвыборной агитации. Эти сведения в вышеуказанный срок должны быть представлены в Избирательную комиссию области либо в территориальную избирательную комиссию, если территория распространения периодического печатного издания ограничена соответствующей административно-территориальной единицей, вместе с уведомлением о готовности предоставить печатную площадь зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям.

2. В соответствии с пунктом 4 статьи 46 Кодекса печатную площадь вправе предоставлять редакции негосударственных периодических печатных изданий, осуществляющие выпуск СМИ, которые зарегистрированы не менее чем за один год до начала избирательной кампании. Исключение составляют редакции негосударственных периодических печатных изданий, учрежденные менее чем за один год до начала избирательной кампании

избирательными объединениями (в том числе их структурными подразделениями). Иные редакции негосударственных периодических печатных изданий не вправе предоставлять зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям печатную площадь.

3. В соответствии с пунктом 7 статьи 46 Кодекса редакции государственных периодических печатных изданий, выходящих реже, чем один раз в неделю, редакции негосударственных периодических печатных изданий, редакции специализированных периодических печатных изданий (культурно-просветительских, детских, технических, научных и других), редакции муниципальных периодических печатных изданий вправе отказаться от предоставления печатной площади для проведения предвыборной агитации. Таким отказом считается непредставление в соответствующую избирательную комиссию указанного в пункте 1 настоящих Разъяснений уведомления в требуемые Кодексом сроки.

4. В соответствии с пунктом 1 статьи 46 Кодекса редакции государственных и муниципальных периодических печатных изданий (изданий, подпадающих под действие пунктов 2 и 3 статьи 43 Кодекса) обязаны обеспечить равные условия проведения предвыборной агитации соответственно зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, зарегистрировавшим списки кандидатов, в том числе для представления избирателям предвыборных программ, т.е. все зарегистрированные кандидаты, избирательные объединения получают равное количество печатной площади, оплата которой для них одина. Редакции указанных периодических печатных изданий не вправе отказать какому-либо зарегистрированному кандидату, избирательному объединению в предоставлении печатной площади для проведения предвыборной агитации. Печатная площадь в указанных периодических печатных изданиях предоставляется зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям, зарегистрировавшим списки кандидатов за плату.

В то же время в соответствии с пунктом 5 статьи 48 Кодекса редакции негосударственных печатных изданий (изданий, не подпадающих под

действие пунктов 2 и 3 статьи 43 Кодекса), выполнившие условия пункта 6 статьи 46 Кодекса вправе отказать в предоставлении печатной площади для проведения предвыборной агитации.

5. Общий минимальный размер печатной площади, предоставляемой для целей предвыборной агитации редакциями государственных и муниципальных периодических печатных изданий, распространяемых на территории, на которой проводятся выборы, и выходящих не реже одного раза в неделю не может быть меньше 10 процентов общего объема еженедельной печатной площади периодического печатного издания (пункт 1 статьи 48 Кодекса).

6. Каждый зарегистрированный кандидат, избирательное объединение, выдвинувшее зарегистрированный список кандидатов вправе за соответствующую плату получить из общего объема печатной площади печатную площадь в пределах доли, полученной в результате деления этого объема на число зарегистрированных кандидатов, указанных избирательных объединений.

7. Дата опубликования предвыборных агитационных материалов зарегистрированного кандидата, избирательного объединения определяется жеребьевкой, проводимой редакцией государственного или муниципального периодического печатного издания с участием заинтересованных лиц на основании письменных заявок на участие в жеребьевке, поданных зарегистрированными кандидатами.

Жеребьевка должна проводиться не позднее чем за 32 дня до дня голосования. При проведении жеребьевки вправе присутствовать члены соответствующей избирательной комиссии. Результаты жеребьевки оформляются протоколом, который подписывают не менее чем два представителя периодического печатного издания, а в случае присутствия при проведении жеребьевки представителя избирательной комиссии - и представителем соответствующей избирательной комиссии.

Определенный в результате жеребьевки график распределения печатных площадей подлежит обязательному опубликованию.

Печатная площадь предоставляется на основе договора, заключенного после проведения жеребьевки.

8. Редакции негосударственных периодических печатных изданий не ранее чем за 28 дней до дня голосования (п.2 ст.45 Кодекса) вправе на договорной основе предоставить печатную площадь зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям. Редакции негосударственных периодических печатных изданий, не выполнившие требования пункта 6 статьи 46 Кодекса, не вправе предоставлять печатную площадь для целей предвыборной агитации (пункт 4 статьи 48 Кодекса).

9. В соответствии с пунктом 6 статьи 48 Кодекса оплата зарегистрированным кандидатом, избирательным объединением заказываемой печатной площади осуществляется в полном объеме до предоставления печатной площади исключительно через соответствующие избирательные фонды и в соответствии с договорами, заключенными ими с редакцией периодического печатного издания также до предоставления печатной площади.

Зарегистрированный кандидат, избирательное объединение обязаны предоставить редакции платежный документ филиалу Сбербанка Российской Федерации о перечислении средств в полном объеме из соответствующего избирательного фонда в оплату стоимости печатной площади не позднее, чем за два операционных дня до дня публикации. Копия платежного документа с отметкой филиала Сберегательного банка Российской Федерации должна быть представлена зарегистрированным кандидатом, избирательным объединением в редакцию периодического печатного издания за два дня до предоставления печатной площади. В случае нарушения этого условия предоставление печатной площади не допускается. Такое действие (бездействие) зарегистрированного кандидата, избирательного объединения является односторонним отказом от исполнения обязательств по заключенному договору. На основании статьи 450 Гражданского Кодекса Российской Федерации договор будет считаться расторгнутым.

10. Договор на предоставление печатной площади для целей предвыборной агитации должен быть заключен в простой письменной форме. Редакция периодического печатного издания, которая в установленный избирательным законодательством срок опубликовала и уведомила Избирательную комиссию Владимирской области либо соответствующую территориальную избирательную комиссию о готовности предоставлять соответствующие услуги зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям заключает с ними договор на основании требований, установленных избирательным законодательством и Гражданским Кодексом Российской Федерации.

В преамбуле договора указывается наименование сторон, заключающих договор. В качестве одной стороны выступает редакция периодического печатного издания. В качестве второй стороны выступает зарегистрированный кандидат, избирательное объединение либо лицо, уполномоченное на подписание соответствующего договора от имени зарегистрированного кандидата, избирательного объединения по нотариально удостоверенной доверенности с обязательным приложением ее копии к договору.

Предметом договора может быть только предоставление печатной площади для целей предвыборной агитации редакцией периодического печатного издания.

В качестве обязательных условий договора должны быть указаны: номер и дата предполагаемой публикации предвыборных агитационных материалов; стоимость и порядок оплаты печатной площади. Раздел договора, предусматривающий определение цены, должен содержать указание на то, что стоимость предоставляемой печатной площади соответствует опубликованным расценкам (далее указываются номер и дата публикации).

Установление иных условий договора, включая меры гражданско-правовой ответственности, допускаются по взаимному соглашению сторон.

После выполнения условий договора оформляется акт выполненных работ, в котором указываются номер и дата публикации предвыборного агитационного материала, объем фактически предоставленной печатной площади.

11. Во всех агитационных материалах, размещаемых в периодических печатных изданиях, должна помещаться информация о том, за счет средств избирательного фонда какого кандидата, избирательного объединения была произведена оплата соответствующей публикации. Ответственность за выполнение данного требования несет редакция периодического печатного издания (пункт 8 статьи 48 Кодекса).

12. Публикация агитационных материалов не должна сопровождаться редакционными комментариями в какой бы то ни было форме, а также заголовками и иллюстрациями, не согласованными с соответствующим кандидатом, избирательным объединением (пункт 7 статьи 48 Кодекса).

13. В соответствии с пунктом 9 статьи 48 Кодекса редакции периодических печатных изданий, публикующих агитационные материалы, за исключением учрежденных кандидатами, избирательными объединениями, не вправе отдавать предпочтение какому-либо кандидату, избирательному объединению путем изменения тиража и периодичности выхода периодических печатных изданий.

14. В соответствии с пунктами 8 и 9 статьи 46 Кодекса редакции периодических печатных изданий обязаны вести отдельный учет объемов и стоимости печатной площади, предоставленной для проведения предвыборной агитации по формам и в порядке, которые установлены Избирательной комиссией Владимирской области и представлять данные такого учета в эту комиссию не позднее чем через десять дней со дня голосования.

Указанные учетные документы о платном предоставлении печатной площади должны храниться редакциями периодических печатных изданий не менее трех лет со дня голосования.