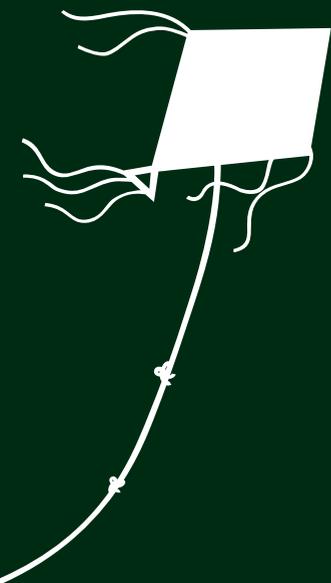




ВЫБОРЫ И ЖУРНАЛИСТЫ: КАК ОСВЕЩАТЬ?

**Руководство для журналистов
при освещении выборов**





ВЫБОРЫ И ЖУРНАЛИСТЫ: КАК ОСВЕЩАТЬ?

**Руководство для журналистов
при освещении выборов**

Алишева Н.И., Исаева А.Б., Усенова Б.Д.

УДК ?

ББК ?

Авторы: Алишева Н.И., Исаева А.Б., Усенова Б.Д.

ВЫБОРЫ И ЖУРНАЛИСТЫ: КАК ОСВЕЩАТЬ? (Руководство для журналистов при освещении выборов)

Общественный Фонд «Институт Медиа Полиси» – Б.: 2017, С-72.
На русском и кыргызском языках

В настоящее руководство включены рекомендации для журналистов, которые будут полезными при освещении выборов. Рекомендации были разработаны юристами ОФ «Институт Медиа Полиси» по итогам проведенных гостевых лекций по юридической безопасности для редакций СМИ в период избирательного процесса.

С целью повышения уровня профессиональных знаний СМИ и интернет-изданий в области освещения выборного процесса ОФ «Институт Медиа Полиси» провел обучающие лекции для 10 редакций телерадиокомпаний и интернет-изданий в г. Бишкек и регионах республики.

Авторы благодарят медиа-компании «International Media Support» (Копенгаген, Дания), «Réseau Liberté» (Монреаль, Квебек) и «Media&Democracy Group» (Ванкувер, Канада) и Центр Поддержки СМИ (г. Воронеж, Россия) за предоставленную возможность использовать их публикации при подготовке данной брошюры.

В настоящей публикации рассмотрены права и обязанности журналистов при освещении избирательных процессов, полномочия избирательных комиссий КР, профессиональные стандарты и ответственность журналистов в избирательный период.

Настоящее руководство разработано в рамках проекта по поддержке беспристрастного освещения выборов в СМИ КР при финансовой поддержке European Endowment for Democracy.

Материалы публикаций не обязательно отражают официальную точку зрения European Endowment for Democracy.

© Все права защищены. При использовании материалов согласие ОФ «Институт Медиа Полиси» и ссылка на настоящее издание обязательны.

УДК ?

ISBN ?

ББК ?

© Алишева Н.И., 2017

© Исаева А.Б., 2017

© Усенова Б.Д., 2017

© ОФ «Институт Медиа Полиси», 2017

СОДЕРЖАНИЕ

1. РОЛЬ СМИ ВО ВРЕМЯ ВЫБОРОВ	7
2. ПРАВА, ОБЯЗАННОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ СМИ И ПОЛНОМОЧИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КОМИССИЙ КР	17
3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПРИ ОСВЕЩЕНИИ ВЫБОРОВ	23
4. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СМИ И ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ	35
5. ПРИЛОЖЕНИЯ	39
5.1. ИЗВЛЕЧЕНИЯ ИЗ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА	39
5.2. РАЗЪЯСНЕНИЕ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА НА ЖАЛОБУ, ПОСТУПИВШУЮ В ЦИК КР, НА НЕПРАВОМЕРНЫЕ ДЕЙСТВИЯ СМИ	64
5.3. РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ОБРАЗЕЦ ДОГОВОРА	66



1. РОЛЬ СМИ ВО ВРЕМЯ ВЫБОРОВ

Свобода массовой информации и свободные выборы как высшее выражение власти народа, являющееся формой реализации права граждан на участие в управлении делами государства, представляют собой две равновеликие ценности демократического строя, неразрывно связанные между собой¹.

Выборы — это особый процесс в стране, где средства массовой информации (СМИ) вне зависимости от того принадлежат ли они государству либо частным компаниям, играют значимую роль в обеспечении свободных и честных выборов. Для действительной свободы осознанного выбора избирателя в условиях идеологического и политического многообразия и многопартийности необходима его полная информированность о кандидатах и избирательном процессе².

Основные принципы демократических выборов:

1. Выборы должны быть справедливыми и честными.
2. Средства информации должны выполнять свои три функции:
 - информировать,
 - внимательно следить за ходом выборов и
 - быть голосом избирателей³.

В ходе избирательных кампаний СМИ освещают деятельность всех кандидатов, уполномоченных органов по проведению выборов, информируют избирателей о ходе выборного процесса, сообщают о возможных нарушениях участниками избирательного законодательства, тем самым способствуя гражданам осуществить конституционное право на свободное волеизъявление.

СМИ в ходе выборов выполняет сразу несколько функций:

- служат коммуникационным каналом,
- предоставляют свободную площадку для предвыборной агитации и
- являются инструментом гражданского контроля.

1 Международные стандарты и зарубежная практика регулирования журналистики: учебное пособие. Издание ЮНЕСКО. – М. 2011. С. 135.

2 Там же. С. 360.

3 Руководство по инструктированию для поддержки средств массовой информации в ходе выборов. IMS, Reseau Liberte, M& DG. - 2006. С. 18.

В свою очередь, освещение выборов возлагает на журналистов дополнительные обязанности и повышенную ответственность.

Национальное избирательное законодательство в ходе этого процесса предусматривает разделение деятельности СМИ на два этапа:

- информирование избирателей,
- предвыборная агитация.

В связи с этим для СМИ очень важно уметь правильно разделять эти этапы.

Предвыборная агитация – это деятельность «кандидатов, уполномоченных представителей и политических партий по подготовке и распространению материалов в период избирательной кампании, цель которых побудить избирателей к голосованию за тех или иных кандидатов, либо против них»⁴.

Как правило, агитационные материалы представляют положительную характеристику кандидата, побуждая избирателя отдать свой голос именно за этого кандидата.

Согласно законодательству, агитационные материалы можно определить по следующим признакам:

- призывы голосовать за тех или иных кандидатов, за список кандидатов либо против них;
- поддержка определенного кандидата или кандидата от какой-либо политической партии;
- описание возможных причин для того, чтобы голосовать либо не голосовать за кандидата или список кандидатов;
- распространение информации о деятельности кандидатов, не связанной с их профессиональной деятельностью или исполнением ими своих служебных (должностных) обязанностей.

Для того, чтобы СМИ смогли принять участие в предвыборной агитации они должны пройти процедуру аккредитации в Центральной комиссии по выборам и проведению референдумов КР и ее территориальных подразделений (далее ЦИК КР).

⁴ Ст.1 Конституционного Закона КР «О выборах Президента Кыргызской Республики и депутатах Жогорку Кенеша Кыргызской Республики» от 2.07.2011 г. № 68.

Не позднее 20 календарных дней со дня официального опубликования решения о назначении выборов СМИ и интернет-издания⁵ для получения аккредитации должны предоставить в ЦИК КР сведения о размере и других условиях оплаты за предоставление эфирного времени, печатной площади или права публикации в интернет-издании. Стоимость предоставляемого кандидатам и политической партии платного эфирного времени не может превышать стоимости, которая взималась за 6 месяцев до дня назначения выборов.

Редакциям СМИ и интернет изданиям следует обращать внимание, что в агитационных материалах должны быть указаны следующие реквизиты:

- наименование и адрес организации (ФИО и адреса места жительства лиц), изготовившей агитационные материалы,
- ФИО лица (наименование организации), заказавшего изготовление данных агитационных материалов,
- информация о тираже и дате их выпуска,
- ФИО уполномоченного представителя от политической партии оплатившего заказ.

Распространение агитационных материалов, не содержащих указанную информацию, запрещается. Редакции СМИ и интернет-изданий должны вести учет публикаций выпуска предвыборных агитационных материалов, поскольку по запросу избирательной комиссии они обязаны предоставить вышеуказанные сведения в двухдневный срок. При необходимости могут запрашиваться и копии материалов.

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 кандидатом или политической партией.

СМИ, независимо от форм собственности, предоставившие кандидатам, политическим партиям эфирное время или печатную пло-

⁵ Согласно ст.1 Конституционного Закона «О выборах Президента КР и депутатов Жогорку Кенеша КР» интернет-издания – это «интернет-сайт (портал, форум), кроме интернет-блогов и персональных страниц физических лиц в социальных сетях, содержащий материалы новостного, информационно-аналитического, развлекательного и иного характера, администрируемый (модерируемый) в КР или владельцами которых являются граждане и (или) юридические лица КР, позволяющий свободный доступ к нему в сети интернет посетителей, если число посещений интернет-издания превышает 500 уникальных посетителей в сутки или 1000 уникальных посетителей в месяц».

щадь, обязаны предоставить другим кандидатам, политическим партиям в таких же объемах и на тех же условиях (одинаковые расценки, время выхода в эфир, объем печатной площади и другие условия).

Трансляция предвыборных агитационных материалов не должна прерываться трансляцией рекламы или иными теле- и радиопрограммами.

Видео- и аудиозаписи, выпущенных в эфир теле- и радиопрограмм, содержащих предвыборную агитацию, должны храниться не менее 12 месяцев со дня опубликования результатов выборов. Организации телерадиовещания обязаны бесплатно предоставлять копии, указанных теле- и радиопрограмм по требованию соответствующей избирательной комиссии.

Законодательство устанавливает, что **информирование** должно быть объективным, достоверным, не должно нарушать равенства кандидатов, политических партий, в них не должно отдаваться предпочтение, какому бы то ни было кандидату, политической партии⁶.

Информирование – это, прежде всего, обеспечение электората четкой информацией без предвзятого отношения к какому-либо кандидату, которая поможет гражданам сделать осознанный и правильный выбор во время предвыборной гонки. Они должны четко отличать беспристрастные новости от агитации.

Опубликование (освещение) результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами, является разновидностью информирования избирателей.

При использовании результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами, СМИ обязаны указать:

- организацию или физическое лицо, проводившее опрос;
- время его проведения, число опрошенных (выборку);
- метод сбора информации;
- регион проведения опроса;
- точную формулировку вопроса;

⁶ Ст.22 Конституционного Закона КР «О выборах Президента Кыргызской Республики и депутатах Жогорку Кенеша Кыргызской Республики» от 2.07.2011 г. № 68.

- статистическую оценку возможной погрешности;
- лицо, заказавшее проведение опроса и оплатившее его опубликование.

В последние пять календарных дней до дня голосования, а также в день голосования распространение в СМИ результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов, иных исследований, связанных с выборами, не допускается.

За несоблюдение вышеуказанных требований действующим законодательством предусмотрена ответственность.

В своей работе СМИ должны строго придерживаться норм законодательства. Журналисты не должны допускать распространение информации недостоверной, порочащей честь и достоинство или деловую репутацию кандидатов и иных участников избирательного процесса. При использовании материалов, которые были предметом новостных сообщений, во всех случаях следует перепроверять указанные там факты. Это способствует выборам быть демократичными, поскольку хорошо информированные избиратели свободно ориентируются при выборе своей позиции и принятии самостоятельного решения.

Освещение избирательной кампании СМИ должно охватывать три важных компонента, которые обеспечивают максимально полное освещение этого процесса:

Компонент №1. Кандидаты

Биография, трудовая деятельность и предвыборные программы кандидатов должны широко освещаться со стороны СМИ. Очень важно давать подробное разъяснение предвыборной платформы кандидатов с комментариями специалистов и экспертов, которые могут привлечь внимание общественности на сильные и слабые стороны программы того или иного кандидата. Если же действие одного кандидата является информационным поводом для подготовки материала, то нужно постараться подготовить краткую новостную заметку об этом событии.

Задача журналистов заключается в том, чтобы провести расследование прежних обещаний, если кандидаты в прошлом уже бал-

лотировались. Уточнить, были ли предприняты какие-либо меры для их реализации. Раскрыть, являются ли озвученные обещания кандидатов реальными, измеримыми и достижимыми, или же являются необоснованными и невыполнимыми. В этот период важен тщательный анализ и конструктивная критика действий кандидата. Эту информацию необходимо донести до общественности, чтобы они смогли принять решение: следует ли голосовать за этого кандидата.

Обращайте внимание на политические партии: на их популярность, оппозиционность, кто из них лидирует. Как правило, на выборах доминирует две основные партии или два кандидата, которые и получают максимум внимания со стороны СМИ. Но, чтобы соблюсти равновесие, постарайтесь рассказать и о небольших партиях, которые могут быть интересны некоторым малочисленным группам населения или иметь значение в отдельных регионах. Возможно, в будущем одна из них может войти в парламентскую коалицию или служить противовесом в парламенте.

При освещении событий вокруг всех кандидатов вне зависимости от их популярности, необходимо обеспечивать для всех равные возможности и сбалансированность материалов, за исключением агитационных материалов. Поскольку в соответствии с избирательным законодательством Кыргызстана, распространение агитационной продукции регулируется специальными нормами.

Компонент №2. Избирательные кампании

Функция СМИ заключается в том, чтобы объяснить избирателям, как устроена избирательная система, порядок создания избирательных участков, кто и как формирует списки избирателей, какова процедура голосования, порядок подведения итогов голосования, а также уточнить перечень лиц, кому запрещено голосовать. Следует уточнить, по каким правилам проходит регистрация кандидатов и отслеживать, кто из кандидатов выполнил все необходимые требования в соответствии с законодательством, и его зарегистрировали в ЦИКе.

СМИ должны обеспечить избирателей достаточной информацией, чтобы они имели возможность сравнивать кандидатов и их предвыборные платформы.

Выборы - это событие, которое вовлекает в свой процесс многие печатные и «электронные» СМИ. В связи с чем журналисты должны ответственно относиться к освещению выборов. Если вы освещаете выборы, то нужно самим понимать, как функционирует эта система. Иначе вы не сможете полноценно рассказывать избирателям о проблемах или нарушениях.

Важно знать основные факты из политической истории страны, поскольку в выборах участвуют политические партии, конкурирующие между собой за получение поддержки населения и приход к власти.

Журналисты должны владеть информацией:

- о главных политических партиях, участвующих в предвыборной гонке,
- об их лидерах и их идеологии,
- а также оценивать их относительную силу и насколько они популярны.

Профессиональное освещение не должно сопровождаться личным мнением и симпатиями журналистов. Нельзя использовать свои права журналиста в целях сокрытия или фальсифицирования общественно-значимой информации, а также для распространения заведомо ложных сведений о кандидате.

Компонент №3. Процесс голосования

Помимо сведений о кандидатах и их предвыборных программах СМИ должны внимательно следить за деятельностью Центральной комиссии по выборам и проведению референдумов КР и ее территориальных подразделений (далее ЦИК), т.к. данный орган непосредственно обязан обеспечивать справедливые и честные выборы.

Очень важно для избирателей получить информацию, которая даст возможность понимать избирательную систему, например:

- каким образом происходит финансирование предвыборных кампаний, и какие были произведены затраты;
- какова явка избирателей для участия в голосовании;
- какой является процедура голосования;
- каковы сроки голосования;

- какой порядок установлен для подсчета голосов;
- имеются ли жалобы, поступившие в ЦИК, и вынесены ли по ним решения;
- каковы итоги результатов голосования и др.

День голосования является крупным новостным событием. И СМИ должны предпринять все необходимые действия по информированию, чтобы голосование было тайным, и все бюллетени были подсчитаны правильно, чтобы каждый избиратель смог свободно принять участие в голосовании, а с результатами голосования не производилось никаких манипуляций.

Если на выборах имеют место случаи вмешательства в голосование, то они должны стать предметом новостных сообщений. Однако один случай манипуляции с голосами не означает, что это массовый тренд. Следует избегать желания утрировать и преувеличивать.

СМИ должны соблюдать особую осторожность, сообщая лишь фактическую информацию в отношении подсчета бюллетеней.

Обещания, которые были сделаны победившим кандидатом, должны доводиться до сведения общественности, с тем чтобы избиратели смогли контролировать их реализацию.

В случаях назначения дополнительного тура по выборам, СМИ должны продолжать освещение процесса. Также журналисты должны понимать, что освещение выборов не заканчивается с их завершением. В дальнейшем они будут продолжать отслеживать результаты обещаний победивших кандидатов и регулярно их освещать.



ТРИ ВАЖНЫХ КОМПОНЕНТА ОСВЕЩЕНИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

КОМПОНЕНТ 1

КАНДИДАТЫ



Донести до избирателей:

- сильные и слабые стороны предвыборных программ кандидатов;
- биографию, трудовую деятельность и предвыборные платформы кандидатов;
- информацию о лидирующих и небольших партиях, которые могут быть интересны некоторым группам населения или иметь значение в отдельных регионах;
- сбалансированную и объективную информацию обо всех кандидатах.

КОМПОНЕНТ 2

ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ КАМПАНИИ



Объяснить избирателям:

- как устроена избирательная система;
- порядок создания избирательных участков;
- кто и как формирует списки избирателей;
- перечень лиц, кому запрещено голосовать;
- какова процедура голосования и порядок подведения ее итогов.

КОМПОНЕНТ 3

ПРОЦЕСС ГОЛОСОВАНИЯ



Информировать избирателей о:

- порядке финансирования предвыборной кампании и произведённых затратах;
- явке избирателей для участия в голосовании;
- прохождении процесса голосования и возможных вмешательствах в этот процесс;
- результатах голосования;
- жалобах, поступивших в ЦИК, на нарушения избирательного законодательства и принятых по ним решений;
- победившем кандидате и реализации его обещаний.



2. ПРАВА, ОБЯЗАННОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ СМИ⁷ И ПОЛНОМОЧИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КОМИССИЙ КР

Журналисты в соответствии с действующим законодательством имеют право свободно собирать, анализировать и распространять информацию, получать доступ к общественно-значимой информации, производить записи с помощью технических средств, а также обладают другими правами. Но вместе с тем, они имеют и определенные обязанности, такие как: уважение прав и свобод, чести и достоинства личности, проверка достоверности подготавливаемых материалов и сообщений, предоставление объективной информации, соблюдение принципа презумпции невиновности.

Кроме того, во время избирательного процесса на основные права и гарантии журналистов, предусмотренные законами Кыргызской Республики «О средствах массовой информации», «О телевидении и радиовещании» и «О защите профессиональной деятельности журналиста», устанавливаются специальные ограничения, которые направлены на обеспечение справедливых выборов и содействие свободному волеизъявлению граждан. Данные ограничения заложены в Конституционном законе КР «О выборах Президента Кыргызской Республики и депутатов Жогорку Кенеша Кыргызской Республики» (далее Конституционный закон о выборах), который является основным нормативным правовым актом при регулировании отношений, связанных с подготовкой и проведением выборов.

На основе данного закона ЦИК КР принимает локальные документы в зависимости от предстоящих выборов (в Президенты КР, Жогорку Кенеш КР или местные Кенешы). Необходимо учитывать, что предусмотренные нормы в данных документах действуют только в строго определенный период времени, в котором протекает избирательная кампания, и только в рамках сроков, установленных для проведения выборов.

Избирательный процесс устанавливает для представителей СМИ следующие права и обязанности.

⁷ В избирательном законодательстве используется понятие «средство массовой информации» или «представитель СМИ», а не журналист.

ПРЕДСТАВИТЕЛИ СМИ ВПРАВЕ:

- 1. знакомиться** с протоколом избирательной комиссии (п. 2 ст. 11 Конституционного Закона о выборах);
- 2. требовать документы для ознакомления и предоставления** - копию протокола об итогах голосования, заверенную печатью избирательной комиссии, а также другие копии избирательных документов (н-р, акт выданных избирателям бюллетеней для голосования) (п. 3 ст. 11, п. 22 ст. 35 Конституционного Закона о выборах);
- 3. присутствовать**
 - на заседаниях избирательных комиссий (п. 2 ст. 11 Конституционного Закона о выборах);
 - в момент уничтожения ЦИКом отбракованных и лишних избирательных бюллетеней (п. 7 ст. 30 Конституционного Закона о выборах);
 - при передаче ЦИКом КР избирательных бюллетеней территориальным и участковым избирательным комиссиям (п. 7 ст. 30 Конституционного Закона о выборах);
 - при подсчете голосов избирателей (п. 2 ст. 35 Конституционного Закона о выборах);
 - в помещении для голосования в день голосования, и в дни досрочного голосования (п. 3 ст. 33 Конституционного Закона о выборах).
- 4. осуществлять фото-, видеосъемку:**
 - в период подготовки к выборам (п. 2 ст. 11 Конституционного Закона о выборах);
 - в день голосования - с места, определенного председателем участковой избирательной комиссии, не нарушая тайны голосования избирателей (п. 2 ст. 11 Конституционного Закона о выборах);
 - в процессе подсчета голосов (п. 2 ст. 35 Конституционного Закона о выборах).
- 5. носить** не содержащие признаков предвыборной агитации нагрудные знаки с обозначением своего статуса, фамилии, имени и отчества, наименования организации, которую они представляют (п. 5 ст. 11 Конституционного Закона о выборах).

ПРЕДСТАВИТЕЛИ СМИ ОБЯЗАНЫ:

1. соблюдать

- принципы объективности и достоверности при освещении выборов (п. 3 ст. 22 Конституционного Закона о выборах);
- беспристрастность при подготовке информационных материалов о кандидатах (п. 3 ст. 22 Конституционного Закона о выборах);
- порядок ретрансляции зарубежных теле- и радиопрограмм (производить только в записи) (п. 16 ст. 22 Конституционного Закона о выборах).

- ### 2. опубликовать
- опровержение или дать разъяснение публикации по требованию кандидата в случае распространения заведомо ложных сведений и наносящих ущерб чести, достоинству или деловой репутации кандидата (п. 5 ст. 28 Конституционного Закона о выборах)⁸.

3. предоставить:

- бесплатное эфирное время в достаточном объеме для информирования ЦИКом избирателей о необходимости проверить себя в списках избирателей (касается ТРВ, финансируемое из республиканского бюджета и транслируемое в социальном пакете цифрового вещания (п. 2-1 ст. 22 Конституционного Закона о выборах).
- кандидатам равные возможности проведения предвыборной агитации (относится к СМИ или интернет-изданиям, учрежденным госорганами или органами МСУ; а также финансируемым частично или полностью за счет средств республиканского или местного бюджета; либо имеющим льготы по уплате налогов и обязательных платежей) (п. 18 ст. 22 Конституционного Закона о выборах).
- кандидатам бесплатное эфирное время (относится к СМИ или интернет-изданиям, учрежденным государственными органами или органами местного самоуправления, а также финансируемым частично или полностью за счет средств республиканского или местного бюджета; либо имеющим льготы по

⁸ Непредставление кандидату возможности опубликовать до окончания срока предвыборной агитации опровержение или иные разъяснения в защиту своей репутации в СМИ, которые опубликовали информацию, может явиться основанием для судебной ответственности данных СМИ (п. 6, ст. 28 Конституционного Закона «О выборах Президента КР и депутатов Жогорку Кенеша КР» от 2.07. 2011 г. № 68).

уплате налогов и обязательных платежей) (п. 1 ст. 24 Конституционного Закона о выборах).

4. не допускать:

- публикации материалов, основанные на заведомо ложных сведениях и наносящих ущерб чести, достоинству или деловой репутации кандидатов (ст. 28 Конституционного Закона о выборах);
- нарушения тайны голосования при осуществлении фото- видеосъемки на избирательном участке (ст. 11 Конституционного Закона о выборах);
- пропаганду национальной, этнической, расовой, религиозной, межрегиональной вражды, гендерного и иного социального превосходства, призывающего к дискриминации, вражде; или призывы к захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и нарушению целостности государства; пропаганду войны (п. 2 ст. 28 Конституционного Закона о выборах);
- публикации результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов, иных исследований, связанных с выборами за 5 дней до дня голосования, а также в день голосования (п. 6 ст. 22 Конституционного Закона о выборах);
- в качестве ведущих информационных теле- и радиопрограмм либо участвовать в освещении выборов через данные СМИ и интернет-издания, лиц, являющимися учредителями или владельцами этих СМИ и интернет-изданий, и одновременно кандидатами либо их представителями (п. 7 ст. 22 Конституционного Закона о выборах).

5. производить:

- ретрансляцию зарубежных теле- и радиопрограмм без предварительной записи;
- ретрансляцию теле- и радиопрограмм, распространяющих информацию, порочащую честь, достоинство и деловую репутацию кандидатов (п. 16 ст. 22 Конституционного Закона о выборах).

Организация подготовки и проведения выборов возложена на *избирательные комиссии КР*, которые обеспечивают реализацию и защиту избирательных прав граждан. При осуществлении своей деятельности избирательные комиссии должны руководствоваться следующими *принципами*:

- всеобщее избирательное право,
- равное избирательное право,
- прямое избирательное право,
- тайное голосование,
- обязательность и периодичность выборов,
- гласность в избирательном процессе.

Так к компетенции ЦИК относится обеспечение взаимодействия при информационном обеспечении выборов между представителями СМИ и избирательными комиссиями. Избирательные комиссии обязаны обеспечивать открытость и гласность при осуществлении своей деятельности, в связи с чем, представители СМИ имеют право свободно присутствовать на заседаниях и освещать их деятельность.

ЦЕНТРАЛЬНАЯ КОМИССИЯ ПО ВЫБОРАМ И ПРОВЕДЕНИЮ РЕФЕРЕНДУМОВ КР НАДЕЛЕНА ПРАВОМ:

- аккредитовывать СМИ для участия в предвыборной агитации (*п. 1 ст. 11 Конституционного Закона о выборах*);
- отзывать аккредитацию СМИ в случае нарушения им избирательного законодательства (*п. 4 ст. 11 Конституционного Закона о выборах*).

ЦЕНТРАЛЬНАЯ КОМИССИЯ ПО ВЫБОРАМ И ПРОВЕДЕНИЮ РЕФЕРЕНДУМОВ КР ОБЯЗАНА:

- рассмотреть все поступившие заявления (жалобы) о нарушениях в ходе подготовки и проведения выборов, принять решение по каждому заявлению (жалобе) (*п. 1 ст. 37 Конституционного Закона о выборах*).

УЧАСТКОВЫЕ ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ КОМИССИИ КР ИМЕЮТ СЛЕДУЮЩИЕ ПОЛНОМОЧИЯ:

- своевременно предоставлять СМИ информацию о ходе избирательного процесса (*п. 3, ст. 43 Конституционного Закона о выборах*);
- предоставлять СМИ заверенные копии избирательных документов (протокол об итогах голосования, о результатах выборов, акт об избирательных бюллетенях, выданных избирателям) (*п. 3 ст. 11, пп.5 и 22 ст. 35, п. 3 ст. 43 Конституционного Закона о выборах*);
- определять место на территориальном участке, с которого СМИ могут беспрепятственно осуществлять фото, видеосъемку в день голосования (*п. 2 ст. 11 Конституционного Закона о выборах*);
- принимать и рассматривать жалобы на действия СМИ в период предвыборной агитации (*п. 4 ст. 43 Конституционного Закона о выборах*).

3. РЕКОМЕНДАЦИИ ПРИ ОСВЕЩЕНИИ ВЫБОРОВ

Как уже было сказано выше, СМИ играют важную роль в избирательном процессе, в связи с чем от них требуется соблюдение высоких профессиональных стандартов.

В этот период следует приложить усилие к поддержанию своего имиджа. СМИ должны оставаться достоверным источником информации для своей аудитории и информировать ее о важных моментах избирательного процесса, о политиках и их обещаниях, о допущенных нарушениях в процессе выборов и о других вопросах интересных для общества. Донести до избирателя о том, как устроена система выборов, предоставить им возможность высказать свои взгляды.

«Каждая партия имеет право на то, чтобы ее деятельность освещалась честно и справедливо, с тем, чтобы общественность делала свой выбор на информационной основе»⁹. Для этого необходимо сосредоточить внимание представителей СМИ на удовлетворение интересов общества путем эффективной, четкой и сбалансированной работы.

Поэтому Институт Медиа Полиси предлагает всем телерадиокомпаниям, печатным и интернет-изданиям ознакомиться с нижеуказанными рекомендациями. Надеемся, что соблюдение определенных стандартов помогут представителям СМИ и журналистам с успехом «пройти» этот сложный и напряженный период.

РАЗРАБОТАЙТЕ ПЛАН ОСВЕЩЕНИЯ ВЫБОРОВ

Подготовка плана является важнейшим элементом эффективного освещения избирательного процесса. Еще до начала избирательной кампании редакциям следует разработать общий план освещения выборов, где необходимо определить какие мероприятия и вопросы будут освещаться в материалах.

⁹ Руководство «Основы журналистики для репортеров, освещающих выборы». Международной организации по поддержке СМИ International Media Support, компании «СМИ и демократия» (Media&Democracy Group) и др. 2006 г. Режим доступа: https://en.unesco.org/sites/default/files/coaching_manual_for_media_support_during_elections_en.pdf (Дата обращения 20.12.2017 г.).

Заранее следует собрать дополнительные материалы, включая информацию:

- обо всех кандидатах и партиях,
- различные статистические данные за прошлые годы,
- опросы общественного мнения о кандидатах и
- другие необходимые сведения, которые характеризуют претендентов на выборы.

Уже на стадии начала избирательной кампании журналист может получить информацию о том, насколько демократично будут проводиться выборы.

При разработке плана освещения выборов необходимо соблюдать беспристрастность и сбалансированность, чтобы ко всем кандидатам и партиям, которые выдвинули своих кандидатов, был одинаковый подход. Такие действия важны для того, чтобы редакции не реагировали на действия только «шумных» кандидатов, а обеспечивали равное и независимое освещение всем претендентам.

Во время избирательных кампаний не нужно просто описывать, что и кем было сказано, иначе вы станете рупором для кандидатов. Важно создавать контекст для выступлений и действий кандидатов: осветить, где и когда прошло событие, расспросить людей о том, что они думают по поводу этого события в целом или конкретного выступления, обратиться к экспертам за комментариями и др. Наличие плана позволит редакции обратить внимание общественности на ключевые моменты в предвыборной кампании, проводить собственные расследования, сообщать о реальных заслугах кандидатов и др. Необходимо понимать, что работа журналистов не заканчивается с окончанием дня голосования. Далее журналисты должны пристально следить за подведением официальных итогов выборов и за деятельностью победившего кандидата, какие меры он будет принимать для реализации своей предвыборной программы.

В преддверии избирательной кампании редакции должны:

- разобраться в конкретных правовых нормах, регламентирующих проведение выборов;
- выработать редакционную политику на период избирательной кампании;

- определить круг сотрудников редакции и внештатных авторов, которые будут освещать избирательную кампанию;
- наладить связь с организациями, которые планируют осуществлять наблюдение за выборами.

НА ЗАМЕТКУ:

- План должен быть в три этапа: до - вовремя - после выборов.
- Собрать дополнительные материалы о кандидатах и партиях, которые выдвинули своих кандидатов.
- Заранее позаботиться о получении в штабах кандидатов предвыборные программы и графики мероприятий.
- Записи на любом носителе с наиболее важными материалами необходимо хранить максимально долго, при возможности в сети Интернет в безопасных хранилищах.
- Необходимо составить список компетентных источников (экспертов, специалистов, политологов и др.), которых возможно придется привлекать в ходе избирательной кампании.
- Обращаясь к источникам, удостоверьтесь в том, что они действительно смогут предоставить квалифицированное суждение по рассматриваемому вопросу.
- Публикуя посты лидеров и мнения из социальных сетей, помните о том, что они имеют право быть субъективными, в отличие от журналистов, задача которых предоставлять достоверную и сбалансированную информацию.¹⁰
- Знать, к кому обращаться за квалифицированной помощью, если возникнут проблемы в процессе журналистской деятельности.

¹⁰ Social Media Influencer - агент влияния или лидер мнения в социальных сетях. Человек, имеющий большое количество подписчиков и поддерживающий с ними непосредственный контакт. При этом инфлюенсер может являться экспертом в какой-либо определенной области. Они производят и распространяют релевантный контент, апеллируя к интересам интернет-сообществ, тем самым оказывают довольно значительное влияние на поведение других пользователей.

Участники избирательной гонки стремятся использовать СМИ для распространения своих «позитивных» посылов, ведь таким образом они пытаются привлечь больше голосов избирателей в свою пользу. Нередко политические штабы пытаются «корректировать» новости для того, чтобы показывать кандидата в выгодном свете, используя так называемые «спины» (spin). Следует отметить, что при обсуждении актуальных социальных и политических проблем в современном англоязычном медиапространстве упоминание термина «спин» (spin) встречается довольно часто.

Среди словарных его определений можно найти следующее: «Спин» - это представление информации в определенном ключе, особенно предпочтительном для того, кто ее представляет; способ представления информации, в особенности такой, когда что-то пытаются выставить в более позитивном или негативном свете; практика попыток манипулировать тем, как событие интерпретируется другими людьми, или соответствующее действие, выполненное с этой целью¹¹.

«Таким образом, основная идея «спина» - подача определенной информации в выгодном для пользующейся данным приемом стороны ключе, что позволяет манипулировать сознанием аудитории и заставлять ее видеть некую ситуацию так, как того хочет манипулятор»¹². Специалисты в области связей с общественностью предлагают также учитывать возможность значимого умолчания, намеренного неразглашения определенной информации в реализации такого рода манипуляции: Спин — это такое действие, когда человек сознательно игнорирует какие-то аспекты рассказываемой им истории или лжет в попытке скрыть что-то негативное. Задача журналиста быть внимательным и пресекать любые попытки таких манипуляций.

Кандидаты часто в своих выступлениях обещают *«повысить экономический рост страны», «поднять уровень жизни населения», «сделать Кыргызстан лидером среди стран СНГ/Центральной*

11 Е. В. Трощенко «Реакция на spin в американском общественно-политическом Дискурсе» Вестник СПбГУ. Сер. 9. 2014. Вып. 2. С. 141. Режим доступа: <http://vestnik.spbu.ru/html14/s09/s09v2/13.pdf>. (Дата обращения 20.12.2017 г.).

12 Там же.

Азии» и другое. Журналист обязан спрашивать о деталях таких «обещаний» и выявлять является ли его предвыборное обещание чем-то более реальным, чем «просто красивые слова». Этого можно добиться путем проведения журналистского расследования либо с помощью тщательно продуманного сценария при проведении интервью.

Когда кандидат «Х» обещает сделать кандидата «У» премьер-министром в случае своего избрания, журналистам следует разъяснить читателям, что данное заявление не имеет под собой оснований, поскольку согласно Конституции КР, состав, структуру и программу Правительства КР утверждает Жогорку Кенеш КР страны и правительство в своей деятельности подотчетно и ответственно только перед ним. Или другой пример, когда кандидат «У» делает заявление, что снимает «свою кандидатуру с выборов в пользу кандидата «Х». Новостной повод здесь только сам факт отставки, а обещание кандидата отдать свои голоса в пользу другого кандидата являются ничем иным, как заигрыванием с избирателями, если только оба кандидата не являются членами одной партии и это представление результатов предварительного голосования с целью выдвижения единого кандидата от политической партии.

НА ЗАМЕТКУ:

- Строго придерживайтесь фактов, избегайте обобщений и домыслов.
- Четко отделяйте факты от оценочных суждений.
- Помните, что задача журналиста – информировать аудиторию, а не манипулировать мнениями или популяризировать того или иного кандидата.
- При подготовке материалов обращайтесь на темы, а не только на отдельных политиков.
- Двусмысленные высказывания кандидатов можно прояснить путем уточняющих вопросов.
- Перепроверяйте сведения, полученные от источников, поскольку в период предвыборной агитации наиболее вероятна манипуляция с общественным мнением.
- Обращайтесь к компетентным специалистам и экспертам за комментариями.

Соблюдение сбалансированности в информационных материалах - очень важная деталь при освещении хода избирательной кампании, поскольку в этот период политические оппоненты часто выдвигают обвинения друг против друга. Журналист не должен готовить информационные материалы, основываясь только на обвинениях кандидата «Х» против кандидата «У». Прежде чем сообщать такие обвинения необходимо убедиться, что есть реакция и/или ответ другой стороны. Для этого журналисту следует узнать позицию кандидата «У» по поводу обвинений в свой адрес.

При освещении выборов для соблюдения равновесия журналисты должны попытаться включить мнения всех основных политических партий в свой материал. Если кандидат делает предвыборное обещание, важно показать, как на это реагируют другие кандидаты и избиратели. Освещение реакции тоже имеет место быть, и в данном случае история становится сбалансированной.

Журналисты

- должны задавать вопросы,
- сравнивать ответы,
- представлять различные точки зрения и
- вносить дополнительные факты в виде фоновой информации и обстоятельств с тем, чтобы общественность имела всестороннее понимание вопроса.

Конечно, всегда можно более подробно осветить ту или иную сторону в зависимости от значимости новостного повода. Но при аналогичных событиях другие партии должны получать со стороны журналистов такое же внимание.

НА ЗАМЕТКУ:

- Объективно и беспристрастно представлять противоположные точки зрения.
- Предоставлять возможность читателям делать собственные выводы на основании фактов.
- Предоставление одной точки зрения при освещении конфликтных ситуаций может быть оправдано только после настойчивых попыток узнать и позицию второй стороны.

- Если в материале представлено мнение только одной из сторон, журналист обязан объяснить читателям, почему нет возможности представить мнения других сторон.
- В случае отсутствия возможности представить в материале все точки зрения, то читателю следует уточнить, когда будет изложена позиция противоположной стороны.

БУДЬТЕ ОСТОРОЖНЫ ПРИ ОСВЕЩЕНИИ АГРЕССИВНЫХ РЕЧЕЙ

Политики часто используют агрессию при выступлении, стараясь оскорбить других кандидатов или партии, или же целые этнические группы, поддерживающие другие партии. Выступления, возбуждающие ненависть, многообразны по подбору слов. Они могут включать в себя различные метафоры, преувеличения, тем самым дискредитируя кандидата либо определенную группу людей.

Важно освещать агрессивные выступления так, чтобы это не привело к конфликтам. Заявления, содержащие призывы к ненависти, никогда не следует оставлять без ответа. В этом случае необходимо свой материал дополнить комментариями сторон, на которую была направлена агрессия. Можно включить комментарии людей на улице либо обратиться к уважаемому общественному деятелю. По заявлениям, содержащим призывы к ненависти, следует выяснять реакцию уполномоченных органов, а также юристов, экспертов и правозащитников и осветить в своих материалах.

НА ЗАМЕТКУ:

- Будьте максимально аккуратны и сбалансированы при освещении агрессивных выступлений кандидатов, поскольку непрофессиональное освещение таких выступлений может привести к ненужному напряжению или даже к насилию.
- Используйте цитаты кандидата только в том контексте, в котором они были применены.
- Прилагайте максимум усилий для того чтобы выяснить реакцию на экспрессивные высказывания кандидатов со стороны экспертов, правозащитников и уполномоченных органов, которые могут дать оценку таким высказываниям.

СОБЛЮДАЙТЕ ТОЧНОСТЬ ПРИ ПОДГОТОВКЕ МАТЕРИАЛОВ

Точность является важным качеством для репутации любого журналиста. Точность должна проявляться не только при написании персональных данных кандидатов (ФИО, дата рождения, биография, должность и др.), названий местности, но и при описании событий, цитировании выступлений кандидатов. Недопустимо преуменьшать либо преувеличивать события, связанные с кандидатами и их партиями. Совершенно недопустимо исключать из заявлений кандидатов важные моменты или менять контекст их выступлений, чтобы не вводить в заблуждение своих читателей.

НА ЗАМЕТКУ:

- Сообщения должны быть достоверными и обоснованными.
- Слухи и предположения не являются новостью, их единственная роль – подвигнуть журналиста на дальнейшее расследование.
- Необходимо удостовериться, что источники располагают доказательствами, а не слухами.
- Заблаговременно побеспокоиться о получении документов, подтверждающих информацию.
- Проверка информации должна стать обязательным правилом.
- Все фразы, вызывающие сомнения – заменить либо удалить совсем.
- В случае необходимости следует признать ошибку, извиниться и исправить ее как можно быстрее.

БУДЬТЕ ЯСНЫМИ ПРИ ОСВЕЩЕНИИ ВЫСТУПЛЕНИЙ КАНДИДАТОВ

Важным навыком журналиста является умение упрощать длинные, сложные и двусмысленные утверждения кандидатов на доступный язык, который будет понятен для простого потребителя информации. Язык журналиста должен быть понятен для читателей и зрителей. При освещении выступления кандидата и политической партии следует освещать хронологию событий в контексте выступления кандидата. Журналист не должен выступать «стенографистом» у политика.

- Не повторять то, что сами ясно не можете объяснить.
- Необходимо использовать несколько источников, чтобы «войти» в тему со знанием дела, излагая суть ясным и точным языком.
- Избегайте любых форм интерпретации, тенденциозной лексики и разжигания вражды.
- Перед тем, как распространить материал, содержащий обвинения в совершении преступления, необходимо проконсультироваться у юриста для снижения рисков подачи исков о защите части и достоинства от кандидата.

СТАВЬТЕ ПРАВИЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

В журналистике выделяют шесть основных вопросов, на которые необходимо ответить при освещении событий:

«кто», «что», «когда», «где», «почему» и «как».

Для результативного проведения интервью с кандидатом, журналисту следует задавать вопросы, которые начинаются со слов: **«что», «как» и «почему».**

Например,

«Что сделала его партия для борьбы с безработицей?» (если кандидат или партия ранее уже избирались).

«Как он собирается бороться с безработицей?» или

«Почему, когда он возглавлял правительство, уровень безработицы не был снижен?».

Вопросы открытого типа заставляют кандидата задуматься над ответом.

Задавая такие вопросы, журналист дает возможность избирателям оценить насколько реальны предвыборные обещания кандидатов.

Хороший журналист не будет задавать вопросы, вызывающие бурную реакцию или имеющие эмоциональную окраску, он неукоснительно будет придерживаться нейтральной позиции, стре-

мясь к тому, чтобы его собеседник «раскрылся». При постановке вопроса, не ссылайтесь на чье-то мнение. При общении с кандидатами внимательно слушайте, принимайте активное участие в разговоре, избегайте оценочных формулировок и будьте предельно уважительны.

НА ЗАМЕТКУ:

- Перед интервью необходимо провести исследовательскую работу, выяснить прошлые заявления кандидата по тем или иным вопросам, возможные прошлые предвыборные обещания.
- «Каков вопрос - таков ответ» - заранее необходимо знать основные моменты интервью и продумать все возможные вопросы.
- Не задавайте двух вопросов подряд, поскольку у кандидата будет выбор ответить на более легкий вопрос.
- Избегайте наводящих вопросов, которые начинаются «Не думаете ли вы...?», «Не должны ли вы...?». Такие вопросы подразумевают, что журналист прав, а кандидат нет.
- Открытые вопросы помогут получить развернутый ответ.
- Вопросы должны быть короткими и ясными, требующие четких и честных ответов.

НЕ ВЫСКАЗЫВАЙТЕ СВОЕ ЛИЧНОЕ МНЕНИЕ

В предвыборный период, потребность общества в информационных материалах возрастает в несколько раз. Избиратели начинают отслеживать события, знакомиться с предвыборными программами кандидатов. Поэтому цель СМИ в этот период – обеспечить информированность общества обо всех событиях, не сопровождая их своим собственным отношением к ситуации. Информация о кандидате, предназначенная для общества, не должна зависеть от предпочтения журналиста к тому или другому кандидату. Личное (авторское) мнение журналиста может быть уместным только на специальной платформе, где аудитория может понять, что площадкой является его личным мнением.

НА ЗАМЕТКУ:

- Недопустимо использовать свое служебное положение в личных целях.
- Всегда нужно держать профессиональную дистанцию в отношении освещаемого события.
- Личная точка зрения журналиста не должна прослеживаться в информационном материале, следует быть осторожными с собственными негативными оценками.
- Избегайте выражений типа «как известно», «очевидно, что», «непременно», так как они могут указывать на предубеждения журналиста.



РЕКОМЕНДАЦИИ ПРИ ОСВЕЩЕНИИ ВЫБОРОВ



**РАЗРАБОТАЙТЕ ПЛАН
ОСВЕЩЕНИЯ ВЫБОРОВ**



**НЕ ДОПУСКАЙТЕ
МАНИПУЛЯЦИИ**



**СОХРАНЯЙТЕ БАЛАНС
В МАТЕРИАЛАХ**



**БУДЬТЕ ОСТОРОЖНЫ
ПРИ ОСВЕЩЕНИИ
АГРЕССИВНЫХ РЕЧЕЙ**



**СОБЛЮДАЙТЕ ТОЧНОСТЬ
ПРИ ПОДГОТОВКЕ
МАТЕРИАЛОВ**



**БУДЬТЕ ЯСНЫМИ ПРИ
ОСВЕЩЕНИИ ВЫСТУПЛЕНИЙ
КАНДИДАТОВ**



**СТАВЬТЕ ПРАВИЛЬНЫЕ
ВОПРОСЫ**



**НЕ ВЫСКАЗЫВАЙТЕ
СВОЕ ЛИЧНОЕ МНЕНИЕ**

4. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СМИ И ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ

ГРАЖДАНСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ¹³

- **Защита чести, достоинства и деловой репутации граждани-на или деловой репутации юридического лица (ст. 18 ГК КР).**
- **Компенсация морального вреда (ст. 16 ГК КР).**

АДМИНИСТРАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ¹⁴

- **Нарушение условий проведения предвыборной агитации (СМИ) (ст. 52 КоАО).**
совершенное средствами массовой информации, влечет на-ложение административного штрафа в размере пятисот расчетных показателей¹⁵.
- **Распространение заведомо ложных сведений о кандидате (ст. 53 КоАО).**
влечет наложение административного штрафа на граждан - от десяти до двадцати, на должностных лиц - от восьмиде-сяти до ста расчетных показателей.
- **Ретрансляция теле- и радиопрограмм, распространяющих информацию, порочащую честь, достоинство и деловую ре-путацию кандидатов (ст. 53-1 КоАО).**
влечет наложение административного штрафа в размере одной тысячи расчетных показателей.

То же действие, предусмотренное частью первой настоящей ста-тьи, совершенное повторно после применения мер администра-тивного взыскания, -

влечет приостановление деятельности СМИ на период до официального опубликования результатов выборов.

- **Проведение агитации в период ее запрещения (ст. 54 КоАО).**
влечет наложение административного штрафа от десяти до двадцати расчетных показателей.

¹³ Гражданский кодекс КР от 8.05.1996 г. № 15.

¹⁴ Кодекс об административной ответственности от 4.08.1998 г. № 114.

¹⁵ Согласно Постановлению Жогорку Кенеша КР «Об утверждении размера расчетного показате-ля» от 15.06.2006 г. № 1115-III расчетный показатель равен 100 сомам.

- **Непредоставление или не опубликование сведений об итогах голосования или результатах выборов (ст. 58 КоАО).**
влечет наложение административного штрафа от пяти до десяти расчетных показателей.
- **Непредоставление ответа или нарушение срока рассмотрения заявления (жалобы) избирательными комиссиями (ст. 58-3 КоАО).**
влечет наложение административного штрафа в размере от пятнадцати до двадцати расчетных показателей.

То же действие, предусмотренное частью первой настоящей статьи, совершенное председателем, членами Центральной комиссии по выборам и проведению референдумов Кыргызской Республики, -

влечет наложение административного штрафа в размере от тридцати до пятидесяти расчетных показателей.

- **Неправомерный отказ должностным лицом в рассмотрении обращений граждан или юридических лиц (ст. 62 КоАО).**
влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от десяти до двадцати расчетных показателей.
- **Необоснованный отказ в ознакомлении с документами (ст. 63 КоАО).**
влечет наложение административного штрафа на должностных лиц от пяти до десяти расчетных показателей.
- **Невыполнение должностными лицами требований нормативных правовых актов Кыргызской Республики (ст. 400 КоАО).**
влечет наложение административного штрафа в размере ста расчетных показателей.

То же действие, предусмотренное частью первой настоящей статьи, совершенное повторно в течение года после применения мер административного взыскания, -

влечет отстранение должностного лица от занимаемой должности.

УГОЛОВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ¹⁶

- **Воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналистов (ст. 151 УК КР).**

Воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналистов путем принуждения их к распространению либо к отказу от распространения информации,

наказывается штрафом в размере от пятидесяти до ста расчетных показателей.

То же деяние, совершенное лицом с использованием своего служебного положения, -

наказывается штрафом в размере от ста до пятисот расчетных показателей с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет либо ограничением свободы на срок до трех лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового.

¹⁶ Уголовный кодекс КР от 1.10.1997 г. № 68.



КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНЫН
КОНСТИТУЦИЯСЫ

КОНСТИТУЦИЯ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

5. ПРИЛОЖЕНИЯ

5.1. ИЗВЛЕЧЕНИЯ ИЗ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

В помощь журналистам представляем выдержки из законодательства, которые могут быть полезны при освещении избирательного процесса.

1.1. КОНСТИТУЦИЯ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ ПРИНЯТА РЕФЕРЕНДУМОМ (ВСЕНАРОДНЫМ ГОЛОСОВАНИЕМ) 27.06.2010г., В РЕДАКЦИИ ЗАКОНА КР ОТ 28.12.2016г. № 218.

Статья 20.

1. В Кыргызской Республике не должны приниматься законы, отменяющие или умаляющие права и свободы человека и гражданина.

2. Права и свободы человека и гражданина могут быть ограничены Конституцией и законами в целях защиты национальной безопасности, общественного порядка, охраны здоровья и нравственности населения, защиты прав и свобод других лиц. Такие ограничения могут быть введены также с учетом особенностей военной или иной государственной службы. Вводимые ограничения должны быть соразмерными указанным целям.

Запрещается принятие подзаконных нормативных правовых актов, ограничивающих права и свободы человека и гражданина.

3. Законом не могут устанавливаться ограничения прав и свобод в иных целях и в большей степени, чем это предусмотрено Конституцией.

4. Не подлежат никаким ограничениям установленные настоящей Конституцией гарантии запрета:

<...>

б) на уголовное преследование за распространение информации, порочащей честь и достоинство личности;

<...>

5. Не подлежит никакому ограничению установленное настоящей Конституцией право:

<...>

4) на свободу мысли и мнения;

<...>

Статья 29.

1. Каждый имеет право на неприкосновенность частной жизни, на защиту чести и достоинства.

<...>

4. Каждому гарантируется защита, в том числе судебная, от неправомерного сбора, хранения, распространения конфиденциальной информации и информации о частной жизни человека, а также гарантируется право на возмещение материального и морального вреда, причиненного неправомерными действиями.

Статья 31.

1. Каждый имеет право на свободу мысли и мнения.

2. Каждый имеет право на свободу выражения своего мнения, свободу слова и печати.

3. Никто не может быть принужден к выражению своего мнения или отказу от него.

4. Запрещается пропаганда национальной, этнической, расовой, религиозной ненависти, гендерного и иного социального превосходства, призывающая к дискриминации, вражде или насилию.

Статья 33.

1. Каждый имеет право свободно искать, получать, хранить, ис-

пользовать информацию и распространять ее устно, письменно или иным способом.

2. Каждый имеет право на ознакомление в органах государственной власти, органах местного самоуправления, учреждениях и организациях со сведениями о себе.

3. Каждый имеет право на получение информации о деятельности органов государственной власти, органов местного самоуправления и их должностных лиц, юридических лиц с участием органов государственной власти и органов местного самоуправления, а также организаций, финансируемых из республиканского и местных бюджетов.

4. Каждому гарантируется доступ к информации, находящейся в ведении государственных органов, органов местного самоуправления и их должностных лиц. Порядок предоставления информации определяется законом.

5. Никто не может быть подвергнут уголовному наказанию за распространение информации, порочащей или унижающей честь и достоинство личности.

1.2. КОНСТИТУЦИОННЫЙ ЗАКОН КР «О ВЫБОРАХ ПРЕЗИДЕНТА КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ И ДЕПУТАТОВ ЖОГОРКУ КЕНЕША КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ» ОТ 2.07.2011г. № 68.

Статья 1. Основные термины, используемые в настоящем конституционном Законе

<...>

агитационные материалы - печатные, аудиовизуальные и иные материалы, содержащие признаки предвыборной агитации и предназначенные для массового распространения, обнаружения в ходе избирательной кампании;

<...>

информационное обеспечение выборов - информирование избирателей и предвыборная агитация, способствующие осознанному волеизъявлению граждан, гласности выборов;

<...>

предвыборная агитация - деятельность граждан Кыргызской Республики, кандидатов, уполномоченных представителей и доверенных лиц кандидатов, политических партий по подготовке и распространению информации в период избирательной кампании, имеющая целью побудить или побуждающая избирателей к голосованию за тех или иных кандидатов (список кандидатов) либо против них;

<...>

интернет - глобальная (всемирная) компьютерная сеть (система объединенных компьютерных сетей) для хранения и передачи информации;

интернет-издания - интернет-сайт (портал, форум), кроме интернет-блогов и персональных страниц физических лиц в социальных сетях, содержащий материалы новостного, информационно-аналитического, развлекательного и иного характера, администрируемый (модерируемый) в Кыргызской Республике или владельцами которых являются граждане и (или) юридические лица Кыргызской Республики, позволяющий свободный доступ к нему в сети интернет посетителей, если число посещений интернет-издания превышает 500 уникальных посетителей в сутки или 1000 уникальных посетителей в месяц;

уникальный посетитель или посетитель с уникальным IP-адресом - неповторяющийся пользователь, обладающий уникальными характеристиками и зашедший на интернет-издание в течение определенного промежутка времени.

Статья 8. Гласность в избирательном процессе

1. Организация и проведение выборов осуществляются гласно и открыто.

2. На заседаниях соответствующей избирательной комиссии вправе присутствовать члены вышестоящих избирательных комиссий, кандидаты, представители кандидатов, политических партий, а также наблюдатели, международные наблюдатели, представители средств массовой информации.

<...>

Статья 11. Представители средств массовой информации

1. Представители средств массовой информации аккредитуются Центральной избирательной комиссией после поступления заявки в письменной форме.

2. Представители средств массовой информации, принимающие участие в информационном освещении подготовки и проведения выборов, вправе:

- 1) присутствовать на заседаниях избирательных комиссий;
- 2) знакомиться с протоколом избирательной комиссии;
- 3) получать от избирательной комиссии копии протоколов и приложенных к ним документов;
- 4) осуществлять фото-, видеосъемку в период подготовки к выборам, а в день проведения голосования - с места, определенного председателем участковой избирательной комиссии, не нарушая тайны голосования избирателей;
- 5) носить не содержащие признаков предвыборной агитации нагрудные знаки с обозначением своего статуса, фамилии, имени и отчества, наименования организации, которую они представляют.

3. По требованию представителя средств массовой информации избирательная комиссия обязана заверить копию протокола об итогах голосования или о результатах выборов.

4. Центральная избирательная комиссия вправе отозвать аккредитацию средства массовой информации в случае нарушения им избирательного законодательства.

5. Деятельность представителя средства массовой информации в период подготовки и проведения выборов регулируется избирательным законодательством.

<...>

Статья 22. Информирование избирателей и проведение предвыборной агитации

1. Информационное обеспечение выборов включает в себя информирование избирателей, предвыборную агитацию и способствует осознанному волеизъявлению граждан и гласности выборов.

2. Информирование избирателей осуществляют государственные органы, органы местного самоуправления, избирательные комиссии, средства массовой информации, юридические и физические лица в соответствии с настоящим конституционным Законом и действующим законодательством. Государственные органы, органы местного самоуправления, избирательные комиссии несут ответственность за своевременность и достоверность информирования граждан.

2-1. Центральная избирательная комиссия за 60 календарных дней до дня голосования обязана проинформировать избирателей о необходимости ознакомиться со списками избирателей через средства массовой информации и иными доступными способами. Государственные телерадиоорганизации, иные телерадиоорганизации, финансируемые из республиканского бюджета, и телерадиоорганизации, вошедшие в социальный пакет цифрового вещания, обязаны предоставить бесплатное эфирное время Центральной избирательной комиссии в достаточном объеме для информирования избирателей о необходимости проверить себя в списках избирателей.

3. Содержание информационных материалов, размещаемых в средствах массовой информации или распространяемых иным способом, должно быть объективным, достоверным, не должно нарушать равенства кандидатов, политических партий, в них не должно отдаваться предпочтение какому бы то ни было кандидату, политической партии.

4. Опубликование (освещение) результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами, является разновидностью информирования избирателей.

5. При опубликовании (освещении) результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами, средства массовой информации, граждане и организации, осуществляющие указанное опубликование (освещение), обязаны указывать организацию или физическое лицо, проводившее опрос, время его проведения, число опрошенных (выборку), метод сбора информации, регион проведения опроса, точную формулировку вопроса, статистическую оценку возможной погрешности, лицо, заказавшее проведение опроса и оплатившее его опубликование.

6. В последние 5 календарных дней до дня голосования, а также в день голосования опубликование (освещение) в средствах массовой информации результатов опросов общественного мнения, прогнозов результатов выборов, иных исследований, связанных с выборами, не допускается.

7. Несоблюдение требований частей 5 и 6 настоящей статьи при опубликовании (освещении) результатов опросов общественного мнения влечет за собой признание материалов, содержащих такие сведения, агитационными и ответственность, предусмотренную действующим законодательством.

8. Гражданам Кыргызской Республики, кандидатам, политическим партиям при проведении выборов государством обеспечивается свободное проведение агитации в соответствии с настоящим конституционным Законом, законами Кыргызской Республики.

9. Граждане Кыргызской Республики, кандидаты, политические партии вправе проводить агитацию за участие в выборах, за или против любого кандидата, списка кандидатов, свободно и всесторонне обсуждать предвыборные программы кандидатов или политических партий.

Агитация может проводиться на собраниях, митингах, через средства массовой информации, а также интернет-издания. Формы и методы проведения агитации должны соответствовать законодательству Кыргызской Республики. Избирательные комиссии долж-

ны обеспечить проведение агитации и встреч с избирателями.

Для проведения агитации государственные органы и органы местного самоуправления за счет средств республиканского бюджета должны предоставить помещение, соответствующее всем требованиям проведения встреч, предоставить места или площади для вывешивания агитационных материалов.

10. Предвыборной агитацией признаются:

1) призывы голосовать за тех или иных кандидатов, список кандидатов либо против них;

2) выражение предпочтения в отношении отдельных кандидатов, политических партий;

3) описание возможных последствий избрания или неизбрания кандидатов, списка кандидатов;

4) распространение информации о деятельности кандидатов, не связанной с их профессиональной деятельностью или исполнением ими своих служебных (должностных) обязанностей.

11. В период избирательной кампании граждане Кыргызской Республики, политические партии вправе вести предвыборную агитацию, требующую финансирования, только по согласованию с кандидатами, политическими партиями, выдвинувшими списки кандидатов, и через их избирательные фонды.

12. Кандидатам, политическим партиям гарантируются равные условия доступа к средствам массовой информации.

13. Агитация при проведении выборов может осуществляться:

1) через средства массовой информации;

2) путем проведения массовых мероприятий (собраний и встреч с гражданами, публичных дебатов и дискуссий, митингов, демонстраций, шествий);

3) путем выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных

и других агитационных материалов;

4) в иных не запрещенных настоящим конституционным Законом формах.

14. Кандидат, политические партии вправе самостоятельно определять форму и характер своей агитации через средства массовой информации.

15. Работники государственных органов и органов местного самоуправления, члены избирательных комиссий, наблюдатели, международные наблюдатели, судьи, представители религиозных организаций, члены организаций, занимающихся благотворительной деятельностью, лица, не достигшие 18 лет, иностранные граждане и организации, лица без гражданства не имеют права проводить агитацию, выпускать и распространять любые агитационные материалы.

16. Запрещается проведение предвыборной агитации в зарубежных средствах массовой информации, распространяемых на территории Кыргызской Республики. В период проведения выборов ретрансляция зарубежных теле- и радиопрограмм производится в записи. Запрещается ретрансляция теле- и радиопрограмм, распространяющих информацию, порочащую честь, достоинство и деловую репутацию кандидатов. В таких случаях ответственность за распространение подобных сведений несут местные средства массовой информации.

17. Журналистам, другим творческим работникам, а также должностным лицам редакций средств массовой информации запрещается вести информационные теле- и радиопрограммы, участвовать в освещении выборов через данные средства массовой информации и интернет-издания, если указанные лица являются учредителями данных средств массовой информации или владельцами интернет-издания и одновременно кандидатами либо их представителями в соответствии с настоящим конституционным Законом. Данное правило не касается агитационных выступлений указанных лиц при использовании кандидатами бесплатного эфирного времени на каналах государственных и местных телерадиоорганизаций в порядке, предусмотренном статьей 24 настоящего конституционного Закона.

18. Средства массовой информации или интернет-издания, учредителями (соучредителями, владельцами) которых являются государственные органы и органы местного самоуправления или их подведомственные учреждения и предприятия, которые финансируются полностью или частично за счет средств республиканского или местного бюджета, а также средства массовой информации, которые имеют льготы по уплате налогов и обязательных платежей по сравнению с другими средствами массовой информации, обязаны обеспечить кандидатам, политическим партиям равные возможности проведения предвыборной агитации.

19. Средства массовой информации и интернет-издания, не подпадающие под действие части 18 настоящей статьи, вправе на договорной основе предоставить эфирное время, печатную площадь кандидатам, политическим партиям в соответствии с инструкциями о порядке предоставления кандидатам, политическим партиям на каналах телерадиоорганизаций эфирного времени, печатной площади в периодических печатных изданиях, утвержденными Центральной избирательной комиссией.

Размер оплаты за предоставление эфирного времени, публикацию в периодических печатных изданиях или публикацию в интернет-изданиях должен быть единым для всех кандидатов, политических партий.

20. При проведении выборов сведения о размере и других условиях оплаты за предоставление эфирного времени, печатной площади или права публикации в интернет-издании должны быть представлены в Центральную избирательную комиссию соответствующей организацией телерадиовещания, редакцией периодического печатного издания, владельцем интернет-издания не позднее 20 календарных дней со дня официального опубликования решения о назначении выборов в целях аккредитации. Представленные сведения публикуются Центральной избирательной комиссией на своем официальном сайте для всеобщего сведения не позднее 25 дней со дня официального опубликования решения о назначении выборов.

Статья 23. Сроки проведения предвыборной агитации

1. Предвыборная агитация начинается со дня окончания срока ре-

гистрации всех кандидатов, списков кандидатов и прекращается за 24 часа до начала голосования.

2. При проведении повторного голосования предвыборная агитация возобновляется с момента принятия решения о назначении повторного голосования и прекращается за 24 часа до начала повторного голосования.

3. Агитационные печатные материалы (листовки, плакаты, билборды и другие материалы), ранее размещенные вне зданий и помещений избирательных комиссий, сохраняются в день голосования на прежних местах.

Статья 24. Проведение предвыборной агитации по телевидению и радио

1. Кандидаты, политические партии, выдвинувшие списки кандидатов, имеют право на предоставление им бесплатного эфирного времени на каналах телерадиоорганизаций, подпадающих под действие части 18 статьи 22 настоящего конституционного Закона и осуществляющих телерадиовещание на территории, на которой проводятся выборы. Указанное эфирное время должно приходиться на период, когда теле- и радиопрограммы собирают наибольшую аудиторию - с 20 до 24 часов.

2. Общий объем бесплатного эфирного времени, выделяемого государственной телерадиоорганизацией для проведения агитации на выборах Президента, депутатов Жогорку Кенеша, должен быть не менее одного часа в рабочие дни. Указанное бесплатное эфирное время распределяется между зарегистрированными и явившимися на передачу кандидатами, политическими партиями, выдвинувшими списки кандидатов, на равных основаниях.

3. Не менее одной трети от общего объема выделяемого бесплатного эфирного времени отводится кандидатам, политическим партиям, выдвинувшим списки кандидатов, исключительно для совместного проведения дискуссий «круглых столов» и иных аналогичных агитационных мероприятий. К использованию этой доли бесплатного эфирного времени все кандидаты, политические партии должны быть допущены на равных основаниях.

В совместных агитационных мероприятиях на каналах организаций телерадиовещания зарегистрированные кандидаты могут участвовать только лично, политические партии - через своих уполномоченных представителей, доверенных лиц. Отказ от участия в совместном агитационном мероприятии не влечет за собой увеличения объема бесплатного эфирного времени, предоставляемого отказавшимся от участия в совместном агитационном мероприятии зарегистрированным кандидатам, политическим партиям, выдвинувшим списки кандидатов.

Если кандидаты, представители политической партии не смогли принять участие в совместном агитационном мероприятии по объективным причинам, то они наряду с другими кандидатами, политическими партиями, не принявшими участие в совместном агитационном мероприятии, вправе попросить использовать свое эфирное время.

4. Телерадиоорганизации, подпадающие под действие части 18 статьи 22 настоящего конституционного Закона, применительно к уровню выборов обязаны резервировать платное эфирное время для проведения агитации кандидатами, политическими партиями. Указанное эфирное время должно предоставляться на условиях договора соответствующим кандидату, политической партии за плату по их требованию. Общий объем резервируемого платного эфирного времени не может быть меньше общего объема бесплатного эфирного времени, а также размер оплаты должен быть единым для всех кандидатов, политических партий. При этом каждый кандидат, политическая партия вправе получить время из общего объема зарезервированного эфирного времени в пределах доли, полученной делением этого объема на общее число кандидатов, политических партий.

Стоимость предоставляемого кандидатам, политической партии платного эфирного времени не может превышать стоимости, которая взималась за 6 месяцев до дня назначения выборов.

5. Запрещается прерывать выступления кандидатов, представителей политических партий, а также сопровождать их какими-либо комментариями.

6. Регулирование порядка предоставления эфирного времени

кандидатам, политическим партиям на каналах телерадиоорганизаций, подпадающих под действие части 19 статьи 22 настоящего конституционного Закона, устанавливается законодательством Кыргызской Республики.

7. Телерадиоорганизации независимо от форм собственности, предоставившие кандидатам, политическим партиям эфирное время, обязаны предоставить другим кандидатам, политическим партиям эфирное время на тех же условиях (одинаковые расценки, время выхода в эфир, объем времени и другие условия).

8. Порядок, объем и время радио- и телепередач, предназначенных для предвыборной агитации, устанавливаются избирательными комиссиями по согласованию с руководством телерадиоорганизаций и распределяются с соблюдением принципа равенства между кандидатами, политическими партиями.

Статья 25. Проведение предвыборной агитации через печатные средства массовой информации и интернет-издания

1. Периодические печатные средства массовой информации, а также интернет-издания, подпадающие под действие части 18 статьи 22 настоящего конституционного Закона и распространяемые на территории, на которой проводятся выборы, за исключением изданий, учрежденных органами государственной власти и местного самоуправления исключительно для публикации официальных сообщений и материалов, нормативных и иных актов, должны выделить на равных условиях бесплатные печатные или, соответственно, электронные площади для материалов, предоставляемых кандидатами, политическими партиями, в размере не менее одной страницы формата А4. Для специализированных печатных или интернет-изданий (детских, технических, научных и других) допускается отказ от публикации каких бы то ни было агитационных материалов при условии полного неучастия в предвыборной кампании в какой бы то ни было форме.

2. Печатные или интернет-издания независимо от форм собственности, предоставившие кандидатам, политическим партиям печатные или электронные площади, обязаны предоставить другим кандидатам, политическим партиям печатные или электронные площади на тех же условиях (одинаковые расценки, объем и дру-

гие условия). При этом стоимость печатной или электронной площади не может превышать стоимости, которая взималась за 6 месяцев до дня назначения выборов.

<...>

Статья 28. Недопустимость злоупотреблений правом на проведение предвыборной агитации

1. Избирательные комиссии контролируют соблюдение установленного порядка проведения предвыборной агитации.

2. При проведении предвыборной агитации не допускается злоупотребление свободой средств массовой информации: запрещаются пропаганда национальной, этнической, расовой, религиозной, межрегиональной вражды, гендерного и иного социального превосходства, призывающего к дискриминации, вражде; или призывы к захвату власти, насильственному изменению конституционного строя и нарушению целостности государства; пропаганда войны; использование фото- и видеоматериалов с использованием изображения государственных и политических деятелей других государств и иные формы злоупотребления свободой средств массовой информации, запрещенные законами Кыргызской Республики.

<...>

5. Кандидаты, их представители, представители политических партий, средства массовой информации, другие лица, участвуя в предвыборных кампаниях, не вправе допускать публикации, основанные на заведомо ложных сведениях и наносящие ущерб чести, достоинству или деловой репутации кандидатов, политических партий. Средства массовой информации, допустившие такие публикации, по требованию кандидата, политической партии обязаны опубликовать опровержение или дать разъяснение на статью или выступление, не соответствующие действительности или искажающие ее. Опровержения или разъяснения публикуются в специальной рубрике либо на той же полосе и тем же шрифтом, что и информация, на которую дается ответ, в периодических изданиях - в следующем выпуске, а опровержения или разъяснения на выступления по телевидению или радио - в выпуске дня, следу-

ющего за днем поступления опровержения или разъяснения.

6. Непредставление кандидату, политической партии возможности опубликовать до окончания срока предвыборной агитации опровержение или иные разъяснения в защиту их репутации в средствах массовой информации, которые опубликовали информацию, способную нанести ущерб репутации кандидата, политической партии, может явиться основанием для судебной ответственности данных средств массовой информации.

7. В случае нарушения кандидатом, политической партией, а также их представителями, средствами массовой информации требований частей 2, 3 и 5 настоящей статьи избирательные комиссии, избиратели, кандидат, политическая партия, а также их представители, средства массовой информации вправе обратиться в правоохранительные органы, суд с представлением о пресечении противоправной агитационной деятельности и привлечении виновных лиц к ответственности в порядке, установленном настоящим конституционным Законом и действующим законодательством.

Правоохранительные органы обязаны принимать меры по пресечению противоправной агитационной деятельности и незамедлительно информировать соответствующую избирательную комиссию о выявленных фактах и принятых мерах.

<...>

Статья 47. Ответственность за нарушение избирательных прав

Уголовную, административную либо иную ответственность в соответствии с законами Кыргызской Республики несут лица:

<...>

3) распространяющие заведомо ложные сведения о кандидатах, политических партиях или совершающие иные действия, порочащие честь и достоинство кандидатов, их близких родственников и представителей кандидатов, политических партий и их представителей либо нарушающие права членов избирательных комиссий,

наблюдателей, международных наблюдателей, представителей кандидатов, политических партий, средств массовой информации, в том числе право на своевременное получение информации и копий избирательных документов; либо необоснованно отказывающие в регистрации наблюдателей, международных наблюдателей, кандидатов, списков кандидатов, политических партий, представителей кандидатов и политических партий, представителей средств массовой информации; либо препятствующие осуществлению избирательных прав на избирательных участках; либо нарушающие правила проведения предвыборной агитации, в том числе проводящие агитацию в день, предшествующий дню голосования, и в день голосования; либо препятствующие или противозаконно вмешивающиеся в работу избирательных комиссий, связанную с выполнением ими своих обязанностей; вынесшие избирательные бюллетени из помещения для голосования; либо не представляющие или не публикующие отчеты о расходовании средств на подготовку и проведение выборов, финансовые отчеты избирательных фондов кандидатов, политических партий и финансовые отчеты о расходовании бюджетных средств, выделенных на проведение выборов, а также работодатели, отказывающиеся в предоставлении предусмотренного настоящим конституционным Законом отпуска для участия в выборах.

<...>

1.3. ЗАКОН КР «О ДОСТУПЕ К ИНФОРМАЦИИ, НАХОДЯЩЕЙСЯ В ВЕДЕНИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ И ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ КР» ОТ 28.12.2006 г. № 213.

<...>

Статья 3. Гарантии и принципы свободы доступа к информации

Каждому гарантируется право доступа к информации, находящейся в ведении государственных органов и органов местного самоуправления.

Основными принципами свободы доступа к информации явля-

ются общедоступность, объективность, своевременность, открытость и достоверность информации.

Государство защищает право каждого на поиск, получение, исследование, производство, передачу и распространение информации.

<...>

Статья 5. Ограничения доступа к информации

1. Ограничение доступа к информации устанавливается в целях:

- 1) защиты национальной безопасности, общественного порядка;
- 2) охраны здоровья или нравственности населения;
- 3) защиты прав и свобод других лиц.

2. Ограничение доступа устанавливается по отношению к информации:

- 1) о государственных секретах, определенных законом о защите государственных секретов;
- 2) персонального характера, определенного законом об информации персонального характера;
- 3) об оперативно-розыскной деятельности, о производстве по уголовному делу в случаях, установленных законом;
- 4) содержащей охраняемую законом тайну (коммерческую, банковскую, нотариальную, врачебную, адвокатскую и другую).

<...>

4. Конфиденциальной информацией, содержащей сведения государственных органов и органов местного самоуправления, в целях настоящего Закона признаются сведения:

- 1) относящиеся исключительно к организационно-техническим правилам обеспечения безопасности работы государственного органа и органа местного самоуправления;

2) отражающие конкретное содержание закрытых слушаний и заседаний, а также личную позицию должностного лица при проведении закрытого совещания или голосования.

5. Должностные лица государственных органов и органов местного самоуправления несут установленную законодательством Кыргызской Республики ответственность за разглашение конфиденциальной информации, если она стала им известна в связи с реализацией установленных законодательством полномочий.

<...>

Статья 7. Формы направления запросов об информации

1. Запросы об информации могут быть направлены государственным органам и органам местного самоуправления в форме:

- устного непосредственного обращения или по телефону;

- письменного запроса, доставляемого путем непосредственной передачи, по почте, курьером или передаваемого по электронным каналам связи.

2. Ответ на запрос удовлетворяется в форме, в которой был направлен запрос.

3. В случае, когда документ, находящийся в государственном органе и органе местного самоуправления, существует более чем на одном языке, документ должен быть предоставлен на том языке, предпочтение которому отдало запрашивающее информацию лицо.

<...>

Статья 9. Форма и содержание письменного запроса

<...>

Направляющее запрос лицо не обязано мотивировать причину своего запроса. Лицо, запрашивающее информацию, вправе включить в запрос номер контактного телефона, а также иную ин-

формацию, которая, по его мнению, может способствовать выполнению запроса.

<...>

При формулировании предмета запроса не требуется точного указания всех реквизитов необходимых документов или материалов. Если предмет запроса требует уточнения, ответственное за подготовку ответа лицо вправе по собственной инициативе уточнить предмет запроса у заявителя по контактному телефону. В случае отсутствия контактного телефона ответственное за подготовку ответа лицо самостоятельно уточняет предмет запроса.

<...>

Статья 10. Сроки предоставления ответов на письменные запросы

Подготовка ответа на письменный запрос осуществляется в течение двухнедельного срока.

Исчисление срока для ответа на запрос начинается со дня получения государственным органом и органом местного самоуправления запроса и завершается в день передачи ими ответа на запрос в отделение почтовой связи, лично автору либо его курьеру или представителю, или фиксации отправки по электронным каналам связи.

<...>

Если в течение двухнедельного срока ответ на запрос не может быть подготовлен, об этом доводится до сведения лица, направившего запрос, с указанием причины отсрочки. Период отсрочки не может превышать двухнедельного срока.

Непредставление ответа на запрос в установленные настоящей статьей сроки или отсутствие уведомления о продлении срока на ответ рассматривается как отказ в выдаче ответа на запрос.

Статья 11. Порядок рассмотрения и удовлетворения письменного запроса

<...>

3. Ответ на письменный запрос о предоставлении информации должен носить исчерпывающий характер, исключая необходимость повторного обращения заинтересованного лица по тому же предмету запроса. Исполнитель запроса не обязан при этом консультировать заинтересованное в предоставлении информации лицо о порядке применения требуемых документов и материалов.

4. Ответ на запрос должен содержать:

1) указание ответственного лица о выполнении запроса, включающее краткую формулировку предмета запроса, перечень предоставляемых документов, фамилию и должность исполнителя запроса, дату подписания ответа;

2) тексты предоставляемых документов либо справки о них или части текстов документов, если такие справки или части содержат исчерпывающую для удовлетворения запроса информацию и их предоставление взамен текстов документов однозначно допустимо в соответствии с характером запроса;

3) прейскурант стоимости расходных материалов и информационных услуг, а также перечень наименований и контактных данных основных государственных органов и органов местного самоуправления, находящихся в районе населенного пункта, в котором проживает направившее запрос лицо, и осуществляющих защиту прав граждан, их информационно-справочное и библиотечное обслуживание и предоставление информации на основании настоящего Закона.

Статья 12. Дополнительные гарантии получения информации

1. В случае если государственный орган и орган местного самоуправления не располагают и не обязаны располагать в соответствии с настоящим Законом запрашиваемыми документами и материалами, то об этом сообщается запрашивающему лицу.

2. В случае, когда запрашиваемыми документами обязан располагать иной государственный орган или орган местного самоуправления, то запрос пересылается в соответствующий орган, который обязан ответить на данный запрос. Если в запросе указан номер контактного телефона или данные об ином средстве связи, исполнитель запроса сообщает о пересылке запроса запрашивающему лицу и делает отметку об этом в письменном запросе.

3. Если запрашиваемые документы были обнародованы, то исполнитель запроса вправе в ответе дать отсылку к соответствующему источнику обнародования информации. При этом в ответе на запрос помимо обязательных документов указываются также реквизиты соответствующего источника обнародования информации.

<...>

Статья 15. Основания отказа в предоставлении информации по запросу

1. В предоставлении информации по запросу может быть отказано при наличии следующих оснований:

1) запрашиваемые сведения содержатся в частях документов, которые на основании законов и статьи 5 настоящего Закона отнесены к категории информации с ограниченным доступом;

2) запрос составлен с нарушением требований, предусмотренных в статье 9 настоящего Закона;

3) запрос данного лица по тому же предмету находится на рассмотрении центрального органа или его подведомственного подразделения, а также в случаях, когда государственный орган и орган местного самоуправления или их подведомственные подразделения не владеют и не обязаны в соответствии с требованиями настоящего Закона владеть соответствующими документами.

2. Государственный орган и орган местного самоуправления вправе отказать в предоставлении информации на запрос, которая существенно совпадает с информацией по запросу, выданной тому же лицу в период, равный 3 месяцам до поступления повторного запроса.

3. Отказ в предоставлении информации должен содержать следующие сведения:

1) мотивировку с указанием конкретных ссылок на нормы законодательства Кыргызской Республики, на основании которых отказано в предоставлении информации;

2) способы и порядок обжалования отказа в предоставлении информации.

<...>

1.4. ЗАКОН КР «О ЗАЩИТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЖУРНАЛИСТА» ОТ 5.12.1997г. № 88.

Статья 4. Недопустимость цензуры

В Кыргызской Республике цензура в сфере массовой информации не допускается.

Никто не имеет права требовать от журналиста предварительно согласовывать сообщения и материалы, а также требовать изменить текст или полностью снять с печати (эфира) материал или сообщение.

Не может быть ограничен доступ журналиста к информации, представляющей общественный интерес, затрагивающей права, свободы и законные интересы граждан.

<...>

Статья 5. Права журналиста

При осуществлении профессиональной деятельности журналист имеет право:

- собирать, анализировать и распространять информацию;

- запрашивать и получать общественно-значимую информацию в государственных органах, органах самоуправления граждан, об-

щественных объединениях, предприятиях, учреждениях и организациях;

- получать доступ к документам, материалам и информации, за исключением тех, которые содержат государственную либо иную охраняемую тайну, а также информацию с ограниченным доступом;

- проводить журналистское расследование;

- распространять через средства массовой информации подготовленные сообщения и материалы за своей подписью либо под псевдонимом, выразить в них свое мнение;

- производить в установленном порядке записи, в том числе с использованием технических средств;

<...>

- обращаться к специалистам для проверки сведений, подготовленных к публикации;

<...>

Статья 6. Недопустимость злоупотребления правами журналиста

Не допускается использование установленных настоящим Законом прав журналиста в целях сокрытия или фальсификации общественно-значимых сведений, распространения слухов под видом достоверных сообщений.

<...>

Статья 7. Обязанности журналиста

При осуществлении профессиональной деятельности журналист обязан:

<...>

- проверять достоверность подготавливаемых материалов и сообщений, а также предоставлять объективную информацию;

<...>

- придерживаться принципа презумпции невиновности;
- уважать права и свободы, честь и достоинство личности.

Журналист не может использовать профессиональную информацию в личных целях, публиковать факты о частной жизни физического лица, а также использовать аудио- и видеозаписывающие устройства без согласия источника информации или автора.

Журналист несет также иные обязанности, предусмотренные законодательством.

Статья 8. Гарантии профессиональной деятельности журналиста

Профессиональные права, честь и достоинство журналиста охраняются законом.

Журналист при исполнении профессиональных обязанностей пользуется гарантией неприкосновенности личности.

Преследование журналиста за публикацию критических материалов не допускается.

Государство гарантирует журналисту свободное получение и распространение информации, обеспечивает его защиту при осуществлении им профессиональной деятельности.

Запрещается вмешательство в профессиональную деятельность журналиста, требование от него каких-либо сведений, полученных при исполнении профессиональных обязанностей.

Статья 9. Журналистское расследование

Журналист имеет право проводить журналистское расследование.

Журналист вправе распространять в средствах массовой информации результаты своего профессионального расследования, до-

бровольно предоставлять их государственным органам, органам самоуправления граждан, общественным объединениям, предприятиям, учреждениям, организациям и должностным лицам. У журналиста не могут быть изъяты или подвергнуты досмотру материалы и документы, полученные в ходе журналистского расследования, не иначе как в судебном порядке.

<...>

Статья 13. Ответственность за нарушение законодательства о защите профессиональной деятельности журналиста

Должностные лица государственных органов, органов самоуправления граждан, общественных объединений, предприятий, учреждений и организаций несут ответственность за:

- осуществление цензуры;
- воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналиста;
- необоснованный отказ в аккредитации или неоправданное прекращение аккредитации;
- оказание давления на журналиста, вмешательство в его профессиональную деятельность;
- незаконное изъятие материалов и необходимых технических средств журналиста;
- предоставление недостоверной и необъективной информации журналисту.

Нарушение прав журналиста, установленных настоящим Законом, оскорбление его чести и достоинства, угроза, насилие или посягательство на жизнь, здоровье и имущество журналиста в связи с осуществлением им профессиональной деятельности влекут ответственность в соответствии с законодательством Кыргызской Республики.

5.2. РАЗЪЯСНЕНИЕ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА НА ЖАЛОБУ, ПОСТУПИВШУЮ В ЦИК КР, НА НЕПРАВОМЕРНЫЕ ДЕЙСТВИЯ СМИ

Исх. № ____ от _____

Председателю Рабочей группы по рассмотрению заявлений и жалоб ЦИК КР

Копия: Уполномоченному представителю кандидата на должность Президента КР «А»

Разрешите настоящим выразить вам свое уважение и сообщить, что, рассмотрев ваше письмо за исходящим номером 00-12/1025 от 02.08.2017 года редакция СМИ «N» отмечает следующее:

Статья 33 Конституции КР гарантирует право каждому **«свободно искать, получать, хранить, использовать информацию и распространять ее устно, письменно или иным способом»**. Согласно статьи 5 Закона КР «О защите профессиональной деятельности журналиста» журналисту предоставлено право собирать, анализировать и распространять информацию, включая право получить **«общественно-значимую информацию в государственных органах, органах самоуправления граждан, общественных объединениях, предприятиях, учреждениях и организациях»**.

Статья 15 Закона КР «О средствах массовой информации» СМИ предоставляя право **«на поиск, получение, производство и распространение массовой информации»** закрепляет обязанность предоставлять объективную информацию в распространяемых материалах. Согласно пункту 3 статьи 22 Конституционного закона КР «О выборах Президента КР и депутатов Жогорку Кенеша КР», содержание информационных материалов, размещаемых в СМИ **«должно быть объективным, достоверным, не должно нарушать равенства кандидатов...»**.

Вместе с тем, статья 26 Закона КР «О средствах массовой информации» предполагает освобождение СМИ от ответственности за дословное воспроизведение публичных выступлений.

27 июля 2017 года нашей редакцией было опубликовано интервью одного из зарегистрированных кандидатов в президенты «Б», в котором он выразил мнение о якобы противоправных действиях представителей штаба кандидата в Президента КР «А» (подробнее в видеосюжете: <https://www.xxxx.kg/1111.html>).

Для получения комментария мы обратились в штаб кандидата «А», где они полностью опровергли сведения, распространенные кандидатом «Б», что также было отражено в материале.

Таким образом, в публикации редакции СМИ «N» были соблюдены как требования законодательства, так редакционной политики. Материал был подготовлен в соответствии с принципами ответственной и сбалансированной журналистики, поскольку в нем были отражены мнения обеих сторон по поводу общественно-значимого вопроса.

Главный редактор редакции СМИ «N»

5.3. РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ОБРАЗЕЦ ДОГОВОРА

ДОГОВОР № _____ О ПРЕДОСТАВЛЕНИИ БЕСПЛАТНОЙ ПЕЧАТНОЙ ПЛОЩАДИ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ

г. _____ « ____ » _____ 20__ г.

_____ (наименование СМИ), именуемое в дальнейшем «Исполнитель», в лице (указать ФИО руководителя СМИ), с одной стороны, и _____ (ФИО зарегистрированного кандидата либо ФИО уполномоченного представителя кандидата по финансовым вопросам; или наименование политической партии), именуемый (-ая) в дальнейшем «Заказчик», действующий (-ая) на основании _____ (паспорт кандидата и его удостоверение, либо доверенность уполномоченного представителя кандидата по финансовым вопросам; или устав партии), с другой стороны, в дальнейшем именуемые «Стороны», заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1 Исполнитель обязуется на условиях настоящего Договора бесплатно предоставить печатную площадь для размещения материалов предвыборной агитации Заказчика в (указать наименование печатного издания) _____.

1.2. Объем, сроки предоставленной печатной площади для размещения агитационных печатных материалов определены в Приложении №1 к настоящему Договору, а также в протоколе ЦИК КР о проведении жеребьевки кандидатов (Приложение №1), являющимся неотъемлемой частью настоящего договора.

1.3. Общий объем предоставляемой Заказчику печатной площади составляет _____

1.4. Исполнитель обязуется обеспечить Заказчику равные с другими кандидатами, политическими партиями условия проведения предвыборной агитации (объем предоставляемой бесплатной печатной площади и проч.).

2. ИЗГОТОВЛЕНИЕ АГИТАЦИОННЫХ ПЕЧАТНЫХ МАТЕРИАЛОВ

2.1. Заказчик предоставляет Исполнителю проект агитационных предвыборных материалов, соответствующих требованиям действующего кыргызского законодательства, а также другим условиям, определенным Сторонами дополнительно.

2.2. Исполнитель самостоятельно осуществляет техническую подготовку и художественное оформление публикуемых материалов на условиях, определенных Сторонами. Исполнитель вправе осуществить грамматическую правку материала.

3. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА СТОРОН

3.1. Исполнитель обязан разместить агитационные печатные материалы в объеме и сроки, установленные в Приложении № 1 к настоящему договору.

3.2. Исполнитель обязан поместить в публикациях Заказчика информацию о бесплатном опубликовании агитационных материалов с указанием наименования Заказчика.

3.3. Заказчик обязан передать Исполнителю агитационные предвыборные материалы, а также сведения и документы, необходимые для размещения агитационных печатных материалов, не позднее _____ дней до подписания в свет выпуска издания, в котором размещаются предвыборные агитационные материалы.

Непредставление Заказчиком материалов в указанный срок признается отказом Заказчика от размещения его агитационных материалов. В этом случае, выделенная Заказчику печатная площадь может быть использована Исполнителем по своему усмотрению.

3.4. В случае, если Заказчик предоставил материал, не соответствующий условиям настоящего договора (п.2.1), Исполнитель имеет право потребовать приведения материала в соответствие с условиями настоящего Договора в сроки, не препятствующие публикации материала, определенные в Приложении 1.

3.5. В случае если Заказчик не предоставил необходимые сведения (п.3.3.), или предоставил их с нарушением сроков, установлен-

ных настоящим Договором (п.1.2.), Исполнитель в праве по своему выбору:

- изменить сроки размещения агитационных печатных материалов;
- признать такие действия (бездействие) Заказчика его односторонним отказом от размещения агитационных материалов.

3.6. Исполнитель обязуется не сопровождать агитационные материалы, публикуемые на основании настоящего Договора, редакционными комментариями в какой бы то ни было форме, а также заголовками и иллюстрациями, не согласованными с Заказчиком.

4. УСЛОВИЯ И ПОРЯДОК ПРИЕМА ВЫПОЛНЕННОЙ РАБОТЫ

4.1. После выполнения работ по настоящему договору Исполнитель направляет Заказчику подписанный акт сдачи-приемки работ для подписания Заказчиком.

4.2. В случае, если в течение _____ рабочих дней с даты получения акта Заказчик не предоставит Исполнителю подписанный акт либо не направит мотивированный отказ от подписания такого акта, работы по настоящему Договору считаются сданными Исполнителем и принятыми Заказчиком.

5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

5.1. В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения Сторонами своих обязанностей по настоящему Договору, они несут ответственность в соответствии с действующим законодательством Кыргызской Республики.

5.2. Всю полноту ответственности за содержание агитационных материалов и их соответствие требованиям действующего законодательства несет Заказчик. Заказчик не имеет права предоставлять для размещения в издании предвыборные агитационные материалы, противоречащие требованиям законодательства КР, либо нарушающие права и охраняемые Законом интересы третьих лиц.

5.3. В случае предъявления к Исполнителю исков и иных претензий в связи с размещением предоставленных Заказчиком агитационных материалов, нарушающих права и охраняемые законом интересы третьих лиц, либо требования законодательства Кыргызской Республики, Заказчик возмещает Исполнителю возникшие в результате предъявления таких исков и претензий убытки, включая судебные расходы, денежные средства, взыскиваемые по решению суда и расходы на оплату адвоката.

5.4. Исполнитель несет ответственность за нарушение законодательства о выборах в части соблюдения сроков и условий предоставления печатной площади для размещения агитационных материалов Заказчика.

6. ДОСРОЧНОЕ ПРЕКРАЩЕНИЕ ДОГОВОРА

6.1 Действие настоящего договора может быть прекращено по соглашению Сторон, а также любой из Сторон в случае неисполнения другой Стороной своих обязательств по настоящему Договору.

7. ФОРС-МАЖОР

7.1. Стороны освобождаются от ответственности за частичное или полное неисполнение ими своих обязательств по настоящему Договору, если ненадлежащее исполнение этих обязательств вызвано обстоятельствами непреодолимой силы, т.е. чрезвычайными обстоятельствами, которые Стороны не могли предотвратить. Одна из Сторон, которая окажется не в состоянии выполнить свои обязательства, должна незамедлительно, но не позднее ____-х дней после возникновения таких обстоятельств, информировать другую Сторону об их возникновении.

7.2. К обстоятельствам, предусмотренным в пункте 7.1 настоящего Договора, относятся: стихийные бедствия, забастовки, военные действия, пожары, предписания, приказы или иное административное вмешательство со стороны государственных органов, оказывающее влияние на выполнение Сторонами своих обязательств по настоящему Договору.

8. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

8.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания Сторонами и действует до полного исполнения Сторонами своих обязательств. Все изменения и дополнения к настоящему Договору являются его неотъемлемой частью.

8.2. Все споры, возникающие между Сторонами в ходе исполнения настоящего Договора, решаются путем переговоров, а при не достижении согласия в судебном порядке.

8.3. Сторона не вправе передавать выполнение своих обязательств по настоящему договору третьим лицам.

8.4. Настоящий договор составлен в двух подлинных экземплярах, по одному для каждой из Сторон.

9. АДРЕСА, РЕКВИЗИТЫ И ПОДПИСИ СТОРОН

Исполнитель

Заказчик

к Договору № __ от «__» _____ 20__ г.

График размещения агитационных материалов

г. _____ «__» _____ 20__ г.

Для проведения предвыборной агитации в соответствии с результатами жеребьевки согласован следующий график предоставления бесплатной печатной площади:

Наименование издания и название материала	Дата опубликования, номер, тираж	Место расположение на полосе	Объем

Подписи Сторон:

Исполнитель

Заказчик¹⁷

¹⁷ Заказчиком может выступать СМИ, зарегистрированный кандидат, либо уполномоченный представитель кандидата по финансовым вопросам или политическая партия.

ИНСТИТУТ МЕДИА ПОЛИСИ В КР. ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ:

МЕДИАТОРСТВО И КОНСУЛЬТАЦИИ ПО ВОПРОСАМ СМИ

АНАЛИЗ ЗАКОНОВ И РАЗРАБОТКА ЗАКОНОПРОЕКТОВ

ОБУЧАЮЩИЕ И КОНСАЛТИНГОВЫЕ УСЛУГИ

СУДЕБНАЯ ЗАЩИТА И ПРАВОВОЙ АУДИТ

МЕДИА ЭДВОКАСИ



Тел: +996 312 961 960
www.media.kg
E-mail: mpi@media.kg

Источники фото-иллюстраций:
стр.2, 16 - Getty Images
стр.6 - wellphoto/shutterstock
стр.38 - kenesh.kg

 **ИНСТИТУТ
МЕДИА
ПОЛИСИ**