



СМИ в избирательном процессе

СМИ выступают как производители массово-информационных услуг, предоставляя (бесплатно или за плату) эфирное время или печатную площадь избирательным комиссиям, кандидатам, избирательным объединениям. Эта функция мало чем отличается от предоставления эфира или площадей для коммерческой рекламы. Во втором случае СМИ действуют по собственной инициативе, что соответствует их основной функции: информированию граждан о наиболее важных событиях и проблемах, о деятельности государственных органов и организаций, общественных объединений и должностных лиц.

Участие СМИ в выборах можно условно разделить на три типа:

- Права кандидатов и/или политических партий на предвыборную агитацию.



- Права граждан на достоверную информацию.

- Контроль за проведением выборов.



- Одно из главных ограничений – предвыборная агитация в СМИ может начаться за 28 дней до голосования.
- Не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования решения о назначении выборов СМИ обязаны опубликовать сведения о размере и других условиях оплаты эфирного времени, печатной площади. Эти условия должны быть одинаковы для всех кандидатов. Данные сведения должны быть предоставлены в избирательную комиссию, организующую выборы.
- Запрещено размещать агитационные материалы в СМИ, зарегистрированных менее чем за 1 год до начала избирательной кампании. За исключением СМИ, учрежденных кандидатами или избирательными объединениями.



О начале избирательной кампании и действиях участников избирательного процесса граждане, узнают, как правило, с помощью газет, телевидения и радио. По сути дела о выборах граждане знают только то, что расскажут им журналисты. Так было всегда, со времен самых первых избирательных кампаний в Англии. Но с тех пор влияние СМИ многократно усилилось. Периодическая печать

В этом, безусловно, состоит одна из тенденций развития информационного общества.

потеснилась, уступив место телевидению.



СМИ поставляют нам не только последние новости избирательной кампании, не только сухую информацию: за последние годы мы убедились, что СМИ обладают возможностью создавать и изменять образы политиков, оказывать определяющее влияние на политические пристрастия или антипатии избирателей



**На протяжении
избирательной
кампании
представители СМИ
имеют право**

присутствовать:

- -на всех заседаниях избирательной
КОМИССИИ
- при подсчете голосов избирателей
- на агитационных мероприятиях,
освещать их проведение, находиться в
помещении для голосования в день
голосования, в дни досрочного
голосования, а также производить фото-

• **Во время избирательной кампании журналисты обладают всеми полномочиями, которыми они наделены Федеральным законом «О средствах массовой информации»:**

- запрашивать, получать и распространять информацию
- посещать государственные органы и организации, предприятия и учреждения, органы общественных объединений и их пресс-службы
- быть принятым должностными лицами в связи с запросом информации
- получать доступ к документам и материалам, за исключением их фрагментов, содержащих сведения, составляющие государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну
- копировать, публиковать, оглашать или иным способом воспроизводить документы и материалы при условии соблюдения требований части первой статьи 42 Федерального Закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права граждан на участие в референдуме»
- производить аудиовизуальную фиксацию информации
- посещать охраняемые места стихийных бедствий, аварий и катастроф, массовых беспорядков и массовых скоплений граждан, а также местности, в которых объявлено чрезвычайное положение; присутствовать на митингах и демонстрациях
- проверять достоверность сообщаемой информации
- излагать свои личные суждения и оценки в сообщениях и материалах, предназначенных для распространения за его подписью
- отказаться от подготовки за своей подписью сообщения или материала, противоречащего его убеждениям
- снять свою подпись под сообщением или материалом, содержание которого, по его мнению, было искажено в процессе редакционной подготовки, либо запретить или иным образом оговорить условия и характер использования данного сообщения или материала
- распространять сообщения и материалы за своей подписью, под псевдонимом или без подписи