Предвыборная агитация и ее значение в избирательном процессе

Предстоящие парламентские выборы станут еще одним ярким отражением прогрессивных демократических идей, воплощенных в Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годы.

Один из важнейших этапов избирательного процесса – предвыборная агитация, поскольку при отсутствии достоверной, объективной и полной информации о кандидатах в депутаты невозможно свободно, осознанно и ответственно проголосовать на выборах. Вместе с тем, предвыборная агитация создает мнение избирателей об институте выборов в целом, определяя их участие или неучастие в голосовании и, соответственно, отношение к избранным депутатам.

Предвыборная агитация осуществляется в период избирательной кампании и направлена на побуждение избирателей к голосованию за кандидата или политическую партию. Ее значение заключается в обеспечении максимального предоставления полной и достоверной информации о кандидатах, их личных и деловых качеств, политических пристрастий, программах или предвыборных платформах.

В Узбекистане критерии и стандарты проведения демократических, свободных, справедливых выборов, отраженные в документах ООН, ОБСЕ и других международных организаций, воплощены в таких основных актах законодательства, как Конституция и Избирательный кодекс Республики Узбекистан.

Наряду с тем, что в Конституции Республики Узбекистан регламентированы фундаментальные принципы избирательного права и проведения выборов, в Избирательном кодексе четко определены виды, формы и методы проведения агитации политическими партиями и их кандидатами, для которых предусмотрены равные условия для ее проведения, что полностью соответствует положениям Декларации о критериях свободных и справедливых выборов и Документа Копенгагенского совещания Конференции по человеческому измерению.

В частности,предвыборная агитация проводится в период избирательной кампании и направлена на побуждение избирателей к голосованию за кандидата или политическую партию.

Предвыборная агитация может осуществляться через СМИ посредством выпуска и распространения печатных, наглядных, аудиовизуальных и других агитационных материалов (плакаты, листовки и другие материалы). Также агитация может проводиться в форме публичных дебатов, дискуссий, пресс-конференций, собраний граждан, интервью, выступлений и встреч с избирателями.

Запрещается проведение предвыборной агитации, сопровождаемой предоставлением избирателям бесплатно или на льготных условиях товаров, услуг (кроме информационных), а также выплатой денежных средств.

Агитационный период начинается в день, следующий за последним днем регистрации кандидатов Центральной избирательной комиссией, областными, районными и городскими избирательными комиссиями по выборам в областные, районные и городские Кенгаши народных депутатов, и заканчивается за день до начала голосования.

Однако, важным является то, что политические партии до начала предвыборной агитации могут проводить работу по разъяснению и пропаганде своей программы или предвыборной платформы без призыва голосовать за политическую партию или ее кандидата. Такие мероприятия проводятся политическими партиями за счет собственных или спонсорских средств.

Каждый из кандидатов в Законодательную палату вправе иметь до 10 доверенных лиц, которые помогают ему в том числе проведении предвыборной агитации.

При проведении предвыборной агитации кандидатам обеспечиваются равные условия доступа к государственным СМИ путем бесплатного предоставления им одинакового по объему эфирного времени и печатной площади.

При этом важно иметь в виду, что принцип создания во время предвыборной агитации равных условий не распространяется на партийную прессу, которая имеет право публиковать соответствующие материалы в любом объеме. Именно партийная газета и ее электронная версия, веб-сайт в Интернете – являются важными средствами, с помощью которых можно проводить яркую предвыборную агитацию своих кандидатов в виде их публичных дебатов, дискуссий, пресс-конференций, интервью, выступлений, опубликования результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами, размещением роликов о кандидате в депутаты.

Кандидатам может выделяться эфирное время или печатная площадь в государственных и негосударственных СМИ также на платной основе. Причем условия оплаты за эфирное время, печатную площадь и другие требования (тираж, время трансляции, место, шрифт и т.п.), определяемые СМИ, должны быть равными и одинаковыми для всех кандидатов.

Информация, распространяемая в СМИ, должна соответствовать действительности, не нарушать права и законные интересы кандидатов и политических партий. Запрещается распространение недостоверных, порочащих честь и достоинство кандидатов сведений, а также незаконный сбор или распространение сведений о частной жизни кандидата без его согласия, составляющие его личную или семейную тайну. Кандидаты вправе требовать от редакции опровержения опубликованных в СМИ, недостоверных и порочащих его честь и достоинство или деловую репутацию сведений.

Ясно одно, – нынешние избиратели накопили большой электоральный опыт и во многом отличаются от избирателей на прошедших выборах. Их интересуют профессионализм, полная самоотдача, целеустремленность, настойчивость, конкретные предложения, инициативы кандидатов, а также их активность в обеспечении единства слова и дела по решению актуальных проблем.Сегодня значительно возросли критерии оценки со стороны наших граждан хода реформ, законотворческой деятельности и правоприменительной практики, программных положений и практической работы политических партий и депутатов. И это все должны учесть кандидаты и политические партии в проведении предвыборной агитации.

Каринэ Джавакова,

доктор философских наук, профессор

Источник