

ОСВЕЩЕНИЕ ВЫБОРОВ В СМИ (Беларусь)

(редакция 2010 г.)

Андрей БАСТУНЕЦ

1. СМИ в преддверии и начале избирательной кампании
2. Предвыборная агитация в СМИ
3. Журналистское наблюдение за выборами
4. Ответственность за распространение в СМИ недостоверных сведений о кандидатах

СМИ В ПРЕДДВЕРИИ И НАЧАЛЕ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

На какие стадии можно разбить избирательный процесс?

Специалисты в области избирательного права называют различное количество стадий избирательного процесса. Журналистам, освещающим выборы, важно знать, что все выборы в Беларуси (президентские, парламентские, депутатов местных Советов) проходят через следующие основные стадии:

- 1) назначение выборов,
- 2) образование избирательных округов и участков для голосования в этих округах, составление списков избирателей,
- 3) создание избирательных комиссий,
- 4) выдвижение кандидатов в депутаты (Президенты) и их регистрация,
- 5) предвыборная агитация,
- 6) голосование,
- 7) определение и опубликование итогов выборов.

Что может сделать редакция СМИ в преддверии и начале избирательной кампании?

Наиболее общие советы таковы: 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.

Уже на стадии создания избирательных комиссий журналист может получить информацию о том, насколько демократично будут проводиться выборы. Самые различные политические силы заинтересованы провести в избирательные комиссии своих представителей. Если этого не случится, если избиркомы будут сформированы практически исключительно из представителей «вертикали» и людей, от нее зависящих, то это создаст предпосылки для фальсификации результатов выборов.

Какие избирательные комиссии обеспечивают проведение выборов?

Систему избирательных органов возглавляет Центральная комиссия по выборам и проведению референдумов. Она является постоянно действующим

органом, шесть членов которого (включая председателя) назначает Президент, а шесть остальных избирает Совет Республики. Подготовку и проведение выборов в Палату представителей обеспечивают окружные и участковые избирательные комиссии, в местные Советы – территориальные, окружные и участковые, а президентских выборов – территориальные и участковые избирательные комиссии.

Формирование системы избиркомов для проведения парламентских выборов происходит следующим образом. Вся страна разбивается на округа по числу депутатов, которые должны быть избраны в Палату представителей. В каждом округе не позднее чем за 75 дней до выборов создается окружная комиссия. Непосредственное голосование проходит на участках, которые образуются в каждом округе. Участковые избирательные комиссии образуются не позднее чем за 45 дней до выборов. Окружные комиссии создаются президиумами областных (Минского городского) Советов депутатов и соответствующими исполкомами. Участковые – районными, городскими исполкомами (районными администрациями в городах с районным делением).

Сходным образом формируются и избиркомы по выборам местных Советов (некоторые нюансы касаются сроков их образования). Главное здесь отличие – создание территориальных избирательных комиссий (областных, Минской городской, районных, городских, поселковых и сельских). Эти комиссии (за исключением городских в городах районного подчинения, поселковых и сельских), как и территориальные комиссии по выборам Президента, образуются президиумами соответствующих Советов депутатов и исполнительными комитетами. Городские (в городах районного подчинения), поселковые и сельские избирательные комиссии формируются исполнительными комитетами (в городах с районным делением - районными администрациями).

Во время выборов Президента окружные комиссии не образуются. Подготовку и проведение президентских выборов обеспечивают территориальные и участковые комиссии.

Должны ли редакции аккредитовать своих корреспондентов при исполкоме или местном Совете для того, чтобы журналисты получили возможность наблюдать за формированием избирательных комиссий?

Аккредитация является не формой разрешения журналисту осуществлять профессиональную деятельность при том или ином органе (организации), а льготным режимом, предоставляющим аккредитованному журналисту наиболее благоприятные условия для получения информации, работы при этом органе (организации).

В соответствии со ст. 13 Избирательного кодекса представители средств массовой информации вправе присутствовать не только на заседаниях комиссий и в помещениях для голосования, но и на заседаниях депутатов местных Советов депутатов базового уровня области, депутатов Минского городского Совета депутатов по выборам членов Совета Республики, а также по отзыву члена Совета Республики. Как видим, здесь ничего не говорится о праве их участвовать в совместных заседаниях президиумов Советов депутатов и исполкомов, на которых формируются избирательные комиссии (кроме Центризбиркома).

Кроме того, Регламенты многих областных Советов содержат нормы, которые не гарантируют прописанное в Избирательном кодексе право участия журналистов даже на заседаниях депутатов Советов, связывая его с приглашением председателей Совета и т.п.).

Многие должностные лица местных органов власти считают, что для выполнения нормы Избирательного кодекса об открытости и гласности подготовки и проведения выборов (ст. 13) достаточно предоставить в печать информацию, отобранную и подготовленную исполкомовскими работниками.

Аккредитация теоретически позволяет не зависеть от доброй воли и правосознания чиновников (впрочем, с проблемой правосознания представителей власти журналисту придется столкнуться при попытке получить аккредитацию).

Что делать, если журналист не был допущен к наблюдению за образованием избирательных комиссий?

Полезную информацию можно получить, проанализировав состав уже сформированных комиссий. При этом надо обратить внимание не на то, кем выдвигались те или иные члены комиссий, а на место их работы. Это дает возможность судить о степени влияния на них со стороны исполнительной власти.

Ранее в ст. 32 закона «О печати и других средствах массовой информации» было указано, что редакция вправе запросить такую информацию у государственных органов, организаций, их должностных лиц, а те обязаны ответить не позднее, чем через десять дней после получения запроса. Из нового закона «О средствах массовой информации» данное положение «исчезло». Редакции СМИ могут запрашивать информацию на основании закона «Об обращениях граждан» и указа Президента Республики Беларусь от 15 октября 2007 г. № 498 «О дополнительных мерах по работе с обращениями граждан и юридических лиц», однако в связи со скоротечностью избирательной кампании месячный срок получения необходимой информации вряд ли может удовлетворить СМИ.

Важную информацию могут предоставить представители политических партий, выдвигавших своих членов в избирательные комиссии.

Следует ли аккредитовывать корреспондентов при избирательных комиссиях?

Нет. В соответствии со ст. 13 Избирательного кодекса, представители средств массовой информации вправе присутствовать на заседаниях комиссий. Никакой аккредитации для этого не требуется.

Например, в п. 11 постановления Центризбиркома № 49 от 15 сентября 2010 г. «О порядке применения части третьей статьи 13 Избирательного кодекса Республики Беларусь при подготовке и проведении выборов Президента Республики Беларусь в 2010 году» указывается, что представители средств массовой информации при освещении подготовки и проведения выборов вправе присутствовать на заседаниях избирательных комиссий, на участках для голосования *при предъявлении документа*, удостоверяющего их статус. Сведения о представителях СМИ, присутствующих на заседаниях комиссий, указываются в протоколе заседания комиссии, а присутствующих на участках для голосования - в журнале учета представителей СМИ..

ПРЕДВЫБОРНАЯ АГИТАЦИЯ В СМИ

Что такое предвыборная агитация в средствах массовой информации?

Под предвыборной агитацией понимается деятельность граждан Республики Беларусь, политических партий, других общественных объединений, трудовых коллективов, кандидатов, их доверенных лиц, инициативных групп, осуществляющих сбор подписей по выдвижению кандидатов и проводящих агитацию за их избрание, имеющая целью побудить или побуждающая избирателей к участию в выборах, голосованию за тех или иных кандидатов или против них. Как видим, определение размыто и не позволяет достаточно четко разделить предвыборную агитацию в СМИ от информационных и аналитических материалов, подготовленных журналистами, освещающими ход избирательной кампании (тем более, если эти журналисты имеют и высказывают свое мнение о личных качествах того или иного кандидата).

О каких ограничениях, содержащихся в Избирательном кодексе, следует помнить редакциям СМИ на стадии предвыборной агитации?

Перечень таких ограничений сравнительно невелик. Не допускается агитация (в том числе и призывы к бойкоту выборов) в день голосования. Не вправе принимать участия в агитации иностранные граждане. Журналистам и должностным лицам средств массовой информации запрещается вести теле- и радиопрограммы и участвовать в освещении выборов через СМИ, если они сами являются кандидатами или их доверенными лицами.

Недопустимым согласно ст. 47 Избирательного кодекса признается злоупотребление правом на проведение предвыборной агитации. Агитационные предвыборные материалы, выступления в печати, по телевидению и радио не должны содержать пропаганды войны, призывов к насильственному изменению конституционного строя, нарушению территориальной целостности Республики Беларусь. Запрещаются агитация или пропаганда социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства, выпуск и распространение сообщений и материалов, возбуждающих национальную или религиозную вражду. И, конечно же, запрещены оскорбления и клевета в отношении должностных лиц и кандидатов в агитационных материалах (об этом – ниже).

Каким образом можно использовать в печати результаты опросов и социологических исследований?

В течение 5 дней до выборов опубликование результатов опросов общественного мнения, связанных с выборами, прогнозом их результатов, не допускается. Но речь здесь идет именно о результатах опросов (как национальных, так и «на улице»). Приведение тех либо иных личных оценок и прогнозов в авторских статьях, интервью и т.д. хоть накануне голосования Избирательным кодексом не запрещено.

В соответствии с постановлением Совета Министров от 29 августа 2002 г. № 1174, проведение исследований и опубликование результатов опросов

общественного мнения, относящихся к республиканским референдумам, выборам Президента Республики Беларусь, депутатов Национального собрания Республики Беларусь и общественно-политической ситуации в стране, осуществляется юридическими лицами, аккредитованными при Комиссии по опросам общественного мнения при Национальной академии наук Беларуси.

Указанная Комиссия при выявлении нарушений законодательства или искажения полученных данных опросов общественного мнения вправе потребовать от юридического лица, опубликовавшего результаты опроса, опубликования в двухнедельный срок соответствующих уточнений. В случае невыполнения юридическим лицом указанных требований Комиссия публикует такие уточнения в республиканской печати от своего имени (п 7 Положения о Комиссии по опросам общественного мнения при Национальной академии наук Беларуси, утвержденного постановлением Совета Министров № 707 31 мая 2002 г.)

Насколько серьезно следует относиться к запрету на публикацию материалов от имени незарегистрированных организаций?

Запрет на распространение информации от имени организаций, не прошедших в установленном порядке государственную регистрацию (перерегистрацию) в случаях, когда такая регистрация (перерегистрация) является обязательной в соответствии с законодательными актами Республики Беларусь, а также организаций, в отношении которых имеется вступившее в законную силу решение уполномоченного государственного органа об их ликвидации, содержится в п.1 ст. 38 Закона о СМИ. Причем перечень незарегистрированных организаций, распространение информации от имени которых запрещено, по сравнению с предыдущим законом «О печати и других средствах массовой информации» он расширен (сейчас он не ограничивается только политическими партиями, профессиональными союзами или иными общественными объединениями). Нарушение этого запрета может повлечь за собой вынесение предупреждения в адрес редакции СМИ.

Правда ли, что агитационные материалы во всех газетах должны публиковаться бесплатно?

По сравнению с ранее действовавшим избирательным законодательством эта норма изменилась.

В соответствии со ст. 48-1 Избирательного кодекса кандидаты в Президенты Республики Беларусь, в депутаты Палаты представителей вправе создавать собственные избирательные фонды для финансирования дополнительных расходов по предвыборной агитации. Средства избирательных фондов могут использоваться, среди прочего, на оплату эфирного времени и печатной площади в средствах массовой информации. Легальная политическая реклама в СМИ – одно из существенных новшеств выборов-2010.

Какие существуют формы предвыборной агитации в СМИ, каких из них следует избегать?

Максим Кудрявцев (г. Москва, бюллетень «Законодательство и практика СМИ») предлагает следующую таблицу, содержащую практические определения

некоторых форм предвыборной агитации в СМИ (таблица несколько изменена с учетом различий белорусского и российского избирательных законодательств).

Наименование формы предвыборной агитации	Практическое определение
Выступление	- личное обращение (монолог) кандидата, инициативной группы к избирателям с изложением предвыборной программы, если оно происходит вне рамок других видов предвыборной агитации;
Интервью	- ответы кандидатов, других субъектов агитационной деятельности на вопросы, заданные им журналистами в ходе личной встречи;
Пресс-конференция	- изложение кандидатом, представителем инициативной группы предвыборной программы перед представителями СМИ, включая ответы на вопросы журналистов;
Предвыборные дебаты	- публичный обмен мнениями двух и более кандидатов, представителей инициативных групп по широкому кругу общественно значимых проблем, решение которых предлагается в соответствующих предвыборных программах;
«Горячая линия»	- ответы кандидатов, представителей инициативных групп на вопросы телезрителей, радиослушателей либо читателей газеты (с последующим опубликованием), задаваемые ими в прямом эфире (по телефону);
«Круглый стол»	- обмен мнениями, вопросами, ответами между кандидатами, представителями инициативных групп и представителями СМИ, телезрителями, радиослушателями, читателями в рамках проводимых агитационных мероприятий;
«Политическая реклама»	- распространяемая участниками избирательного процесса через СМИ информация о кандидатах с использованием средств и приемов, отличающих рекламные материалы от других видов и жанров информации (преобладание эмоционального воздействия над смысловым, броскость, лаконизм, повторяемость), с целью формирования общественного мнения как за, так и против тех или иных кандидатов.

ЖУРНАЛИСТСКОЕ НАБЛЮДЕНИЕ ЗА ВЫБОРАМИ

Каковы задачи журналистского наблюдения за выборами?

Журналистское наблюдение за выборами не сводится к наблюдению за процессом голосования и подсчета голосов. Основными его задачами в Беларуси

являются выявление «недобросовестной конкуренции» со стороны кандидатов и контроль за вмешательством в ход выборов исполнительной власти.

Опыт избирательных кампаний позволяет определить, на что представителям СМИ следует обращать особое внимание в процессе журналистского наблюдения.

Для того чтобы это наблюдение оказалось эффективным, представители прессы должны знать «болевые точки» избирательного процесса, не путать журналистское наблюдение за выборами и наблюдение «профессиональное», сотрудничать с «профессиональными» наблюдателями и мониторинговыми службами.

На что следует обратить внимание на стадиях избирательного процесса, предшествующих голосованию?

Об одной из «болевых точек» избирательного процесса – формировании избирательных комиссий исполнительной властью либо при ее непосредственном участии, – уже упоминалось. Небольшое журналистское расследование, в результате которого будет получена информация о месте работы и служебном положении членов избиркомов, позволит судить о степени их подверженности воздействию со стороны властей.

Следующий момент, представляющий интерес, – ход выдвижения кандидатов в депутаты (Президенты). Во время сбора подписей в их поддержку может выявиться поддержка или воспрепятствование деятельности тех или иных инициативных групп. Да и состав инициативных групп может дать информацию к размышлению. На этом этапе в руки журналистов могут попасть любопытные документы, подписанные представителями местных или центральных властей (например, об обеспечении проведения каких-либо мероприятий с участием определенных лиц, о составлении списков «неблагонадежных» и т.д.) Но надо быть настороже и проверять полученную информацию. Уже есть прецеденты, когда под видом одиозных писем, якобы подготовленных в исполнительно-распорядительных органах, в прессу вбрасывались «фальшивки».

Самое серьезное внимание надо уделить процессу регистрации кандидатов (не говоря уже о его результатах). «Снять с дистанции» претендентов на высшую государственную должность или депутатский мандат проще всего именно на этой стадии. Ход обжалования отказов в регистрации тоже дает пищу для размышлений и основания для определенных выводов.

После регистрации кандидатов начинается – де-юре – предвыборная агитация. Сравнение времени и места, отведенного обсуждению тех или иных кандидатов средствами массовой информации, анализ содержания материалов, посвященных выборам, также могут оказаться весьма любопытными, – и как собственно информация, и как материал для аналитиков. Впрочем, сотрудникам редакций нет нужды с секундомерами в руках замерять продолжительность тех или иных телесюжетов: в Беларуси существуют независимые мониторинговые службы, которые именно этим и занимаются (мониторинг контент-анализа СМИ в период выборов ведет и БАЖ). Установить с ними контакт для редакции СМИ не помешает.

Правда ли, что журналист во время выборов имеет права наблюдателя?

Это не так. Права наблюдателей и представителей прессы расписаны в ст. 13 Избирательного кодекса.

Если следовать букве закона, **журналисты наблюдателями не являются**, их правовой статус иной. Это подтверждается ст. 155 Избирательного кодекса, в которой раскрываются основные используемые термины (в том числе – «наблюдатель»).

Какими правами пользуется журналист во время наблюдения за выборами?

Права журналиста лишь на первый взгляд более ограничены, чем права наблюдателя. Если исходить только из норм Избирательного кодекса, то можно сделать вывод, что представители СМИ могут только присутствовать на заседаниях комиссий и в помещениях для голосования – и все. Прав журналиста получать информацию о результатах подсчета голосов, знакомиться с протоколами и изготавливать их копии Избирательный кодекс не оговаривает. Однако журналист может собирать, запрашивать и получать информацию из государственных органов и т.д. на основании ст. 34 Закона о СМИ.

Наблюдателям запрещено вести опросы граждан, прибывших на голосование и проголосовавших. Журналистов это ограничение не касается.

Как журналисту реагировать на предложение «поработать наблюдателем»?

Журналисту очень просто попасть в помещения для голосования и на заседания избирательных комиссий. Для этого достаточно иметь при себе служебное удостоверение журналиста СМИ (в то время как «собственно наблюдатели» должны соответствующим образом оформлять свои полномочия). Поэтому политические силы, заинтересованные в создании системы контроля за выборами, могут предложить журналистам поработать в качестве «собственно наблюдателей».

Журналистам важно «чувствовать разницу». Во-первых, работа наблюдателя требует основательной и специфичной подготовки и существенно от работы журналиста. Во-вторых, **наблюдение** сопряжено с постоянным нахождением на избирательном участке и скрупулезным контролем за действиями комиссии. Вряд ли у многих корреспондентов найдется для этого лишнее время.

Журналисты должны работать не наблюдателями, а с наблюдателями, – если хотят оставаться журналистами.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА РАСПРОСТРАНЕНИЕ В СМИ НЕДОСТОВЕРНЫХ СВЕДЕНИЙ О КАНДИДАТАХ

Какая ответственность установлена Избирательным кодексом за распространение ложных сведений, порочащих кандидатов?

Ст. 47 Избирательного кодекса содержит запрет на оскорбления и клевету в отношении должностных лиц, кандидатов в агитационных материалах, а в ст. 49

говорится, что те, кто распространяет ложные сведения, порочащие кандидата, могут быть привлечены к ответственности. Санкции за распространение таких сведений устанавливаются не Избирательным кодексом, а Кодексом об административных правонарушениях и Уголовным кодексом. Возможна также гражданско-правовая защита личных неимущественных прав потерпевшим.

Что понимается под клеветой и оскорблением?

Под клеветой понимается распространение заведомо ложных, позорящих другое лицо измышлений. То есть, для квалификации деяния как клевета необходимо, чтобы виновный:

- а) распространил, т.е. сообщил кому-либо кроме пострадавшего, измышления;
- б) эти измышления были ложными
- в) эти измышления позорили пострадавшего;
- г) виновный знал, что его измышления - ложные и порочащие.

Оскорблением признается умышленное унижение чести и достоинства личности, выраженное в неприличной форме.

В отличие от клеветы, при оскорблении не распространяются позорящие потерпевшего сведения, а дается отрицательная оценка его личности, его человеческим качествам, поведению, причем в такой форме, которая резко противоречит принятому общению между людьми и правилам общежития. Для квалификации деяния как оскорбления необходимо, чтобы имело место унижение чести и достоинства личности, это унижение было умышленным и выразилось в неприличной форме.

Насколько серьезная административная и уголовная ответственность установлена за указанные нарушения?

Административная ответственность за клевету и оскорбление установлена ст. ст. 9.2, 9.3. Кодекса об административных правонарушениях. Кроме того, статьей 23.33 установлена ответственность за распространение средствами массовой информации заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство Президента Республики Беларусь.

Административная ответственность за клевету – штраф в размере от десяти до тридцати базовых величин, а за оскорбление – от четырех до двадцати базовых величин. В предыдущем КоАП она была значительно меньше: штраф до трех базовых величин или исправительные работы на срок от одного до двух месяцев с удержанием двадцати процентов заработка за клевету и штраф до двух базовых величин – за оскорбление). Но нужно помнить, что клевета в средствах массовой информации является основанием для привлечения виновного к уголовной ответственности.

Протокол о данных административных правонарушениях имеют право составлять уполномоченные на то должностные лица органов внутренних дел. Кроме того, производство об административном правонарушении (как и по любой другой статье КоАП при осуществлении надзорных функций) вправе возбудить

прокурор, который выносит соответствующее постановление. Рассматривает такие дела суд.

Ответственность за распространение средствами массовой информации заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство Президента Республики Беларусь, установлена статьей 23.33 КоАП: штраф в размере от двадцати до пятидесяти базовых величин, на индивидуального предпринимателя - от двадцати до ста базовых величин, а на юридическое лицо - до пятисот базовых величин. В ранее действовавшем КоАП она устанавливалась девятой частью ст. 172-1 («Нарушение законодательства о печати и других средствах массовой информации»).

Протоколы по ст. 23.33 уполномочены составлять должностные лица органов, осуществляющих государственное регулирование в области распространения информации.

В действующем КоАП появился и новый состав правонарушения: «Оскорбление должностного лица при исполнении им служебных полномочий» (статья 23.5.). В соответствии с этой статьей, оскорбление должностного лица государственного органа при исполнении им служебных полномочий лицом, не подчиненным ему по службе, влечет наложение штрафа в размере от двадцати до пятидесяти базовых величин. Протоколы по данной статье составляют должностные лица органов Комитета государственного контроля.

Уголовная ответственность (ст.ст. 188,189 УК) установлена за клевету и оскорбление совершенные в течение года после наложения мер административного взыскания за такие же действия, либо за клевету и оскорбление, содержащиеся в публичном выступлении, произведении, средствах массовой информации, либо соединенные с обвинением в совершении тяжкого или особо тяжкого преступления. Максимальная санкция, установленная этими статьями, – ограничение свободы на срок до трех лет. Предусмотрены и альтернативные санкции – штраф, исправительные работы, арест. Ранее санкции этих статей предусматривали и лишение свободы, однако в 2003 г. этот вид наказания из ст.ст. 188, 189 УК был исключен.

В главе 33 УК «Преступления против порядка управления» содержатся статьи, устанавливающие повышенную ответственность за клевету и оскорбление: 367 («Клевета в отношении Президента Республики Беларусь»), 368 («Оскорбление Президента Республики Беларусь»), 369 («Оскорбление представителя власти»). Уголовно наказуемыми признаются клевета в отношении президента, содержащаяся в публичном выступлении, произведении либо в СМИ и публичное оскорбление президента, а также клевета и оскорбление президента, совершенные лицом, ранее судимым за эти деяния, либо соединенные с обвинением в совершении тяжкого или особо тяжкого преступления. Максимальная санкция по ст.367 – до 5 лет, по ст. 368 – до 3 лет лишения свободы. Статья 369 предусматривает ответственность за публичное оскорбление представителя власти в связи с выполнением им служебных обязанностей (ограничение свободы на срок до 3 лет).

Какие меры могут быть применены к редакции в случае распространения в печати ложных сведений о кандидате?

В случае распространения ложных сведений о кандидате Центральная комиссия или соответствующая окружная комиссия вправе по письменному

обращению кандидата принять решение о предоставлении ему возможности выступить публично с опровержением ложных сведений. Из этого положения вытекает, что такое опровержение может быть сделано не в том средстве массовой информации, в котором были опубликованы недостоверные сведения, а, например, в одном из государственных изданий, «используемых» в предвыборной кампании.

Кандидат может требовать опровержения опубликованных сведений и непосредственно от редакции СМИ, в котором они были напечатаны, либо воспользоваться правом на публикацию своего ответа. Это вытекает из ст. 42 Закона о СМИ.

Нарушение установленного порядка опубликования средством массовой информации опровержения в соответствии со ст. 22.9. КоАП влечет наложение штрафа в размере от двадцати до пятидесяти базовых величин.

Может ли кандидат, считающий себя опороченным, обратиться в суд без предварительного обращения в редакцию с требованием опубликовать опровержение?

Обращение в редакцию с требованием опубликовать опровержение или ответ является правом человека, считающего, что публикацией нарушены его личные неимущественные права, а не обязанностью. За защитой своих личных неимущественных прав он может обратиться и непосредственно в суд. Не станут для этого препятствием ни возбуждение по этому же факту уголовного дела, ни административное постановление судьи по поводу клеветы. То есть, наказание может оказаться двойным. Но даже если клевета и оскорбление не будут расценены как уголовные преступления или административные деликты, журналист и газета, виновные в их распространении, могут понести гражданско-правовую ответственность.

Кто является ответчиком по искам о защите чести, достоинства и деловой репутации в случае опубликования порочащих сведений в средстве массовой информации?

В качестве ответчиков к делу привлекаются, как правило, автор публикации и редакция средства массовой информации.

В чем заключается основная опасность исков такого рода?

В подавляющем большинстве случаев истцы не ограничиваются требованием опровержения недостоверных сведений, порочащих их честь и достоинство, а требуют и компенсации морального вреда.

Требовать возмещения морального вреда истцы вправе не только в случае распространения о них недостоверных сведений, порочащих их честь и достоинство, но и в случае вмешательства в их частную жизнь.

Как определяется сумма компенсации морального вреда?

В принципе, материальное возмещение морального вреда призвано компенсировать душевные либо физические страдания.

Сумму, взыскиваемую в качестве компенсации морального вреда, определяет суд. При этом судьи не имеют ни четких ограничений ее размера, ни хотя бы приблизительного базисного уровня, от которого можно было бы отталкиваться, ни сформировавшейся единообразной судебной практики. Все, что у них есть – размытые критерии разумности и справедливости да мнение истца о размере взыскиваемой суммы, высказанное им в исковом заявлении. При этом сумму истцы могут назвать абсолютно любую: требования о компенсации морального вреда оплачиваются государственной пошлиной как неимущественные. То есть, независимо от того, сколько просит взыскать в его пользу истец (в последнее время в исках нередко фигурируют суммы в 100 миллионов белорусских рублей и более), он должен уплатить при подаче иска государственную пошлину в размере 3 базовых величин, т.е. около 35 долларов США. (Такая же пошлина взыскивается и при предъявлении требований об опровержении недостоверных сведений).

Порой суд определяет сумму компенсации исходя из должностного положения чиновника (значительную часть подобных исков подают именно они).

Несет ли редакция материальную ответственность, если опубликовала порочащие кого-либо сведения, будучи уверенной в их достоверности или не имея возможности проверить информацию?

Моральный вред, причиненный опубликованием в печати недостоверных и порочащих сведений, возмещается независимо от вины автора публикации и редакции.

Исключения из этого правила установлены статьей 52 Закона о СМИ. Однако редакция, редактор и журналист по действующему закону освобождаются от ответственности только в случаях, если недостоверные сведения получены от государственных органов и организаций и их должностных лиц, содержатся в официальных информационных сообщениях и (или) материалах, получены от информационных агентств при условии наличия ссылок на эти агентства. В отличие от ранее действовавшего закона, перепечатка материалов из других СМИ от ответственности не освобождает.

В случае получения информации от политических партий, других общественных объединений, иных юридических лиц или воспроизведения сообщений и материалов их пресс-служб редакция и журналист обязаны проверить достоверность сведений, которые могут дискредитировать Республику Беларусь, а также порочить честь, достоинство или деловую репутацию физических лиц либо деловую репутацию юридических лиц, и предоставить возможность распространения комментария заинтересованных лиц, в отношении которых могут быть распространены указанные сведения либо в компетенцию которых входит подготовка разъяснений в отношении распространяемой информации.

В случае невыполнения этих требований, субъекты правоотношений в сфере массовой информации от ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности не освобождаются.

Может ли журналист быть привлечен к ответственности за высказывание своего мнения?

К сожалению, да. В белорусском законодательстве не проводится четкого разграничения между сведениями и оценочными суждениями. Несмотря на то, что в судебных процессах по искам о защите чести и достоинства подлежит рассмотрению вопрос, порочат честь и достоинство истца и соответствуют ли действительности распространенные **сведения**, на практике в суде сплошь и рядом пытаются оспорить и оценочные суждения, не содержащие фактологической составляющей, истинность или ложность которых, по определению, доказать нельзя. И многие судьи считают обиду «героя публикации» (зачастую надуманную) достаточным основанием для опустошения «карманов» редакции и журналиста.

Поэтому журналистам следует быть осторожными с собственными оценками и обобщениями. Как показывает практика, первопричиной многих исков являются не приводимые в статье какие-либо недостоверные сведения, а авторские ремарки, негативные высказывания в адрес кого-либо. Тот, задетый за живое, садится за иск, и уже потом, по ходу, ищет, чем бы его обосновать. В результате неосмотрительный эпитет, вставленный ради красного словца и, как правило, ничего в материал не привнесший, обходится журналисту и редакции дорого. До и после выборов вероятность такого развития событий (с участием кандидатов) возрастает

На что следует обратить внимание журналисту при подготовке материалов, чтобы избежать предъявления к редакции и журналисту таких исков?

К подготовке материалов, касающихся кандидатов, следует подходить крайне осторожно. Прежде, чем поставить такой материал в номер, журналист и редактор должны попытаться объективно ответить как минимум на два вопроса: порочат ли приводимые в нем сведения чьи-либо честь и достоинство и есть ли у редакции серьезные доказательства того, что эти сведения соответствуют действительности. (В идеале эти правила должны соблюдаться при подготовке к публикации любых статей – не только о кандидатах и их «командах»).

Порочащими признаются сведения, которые умаляют честь, достоинство и деловую репутацию героя публикации в общественном мнении с точки зрения соблюдения законов или моральных принципов общества. Таковыми могут быть сведения о совершении нечестного поступка, недостойном поведении в трудовом коллективе или в семье.

Не признаются порочащими сведения о действительных недостатках в работе, критика и т.д. Здесь ключевое слово – **«действительных»**. О доказательствах истинности опубликованной информации необходимо позаботиться заранее. Истцу не придется доказывать в суде, что он честен и достоин уважения. Напротив, это редакции и журналисту придется представить убедительные подтверждения фактов, изложенных в печати. Причем рассчитывать, что во время судебного разбирательства суд сам истребует у каких-либо органов документы, подтверждающие факты, изложенные в публикации, не стоит. Если истцом выступает представитель власти (кандидат «от власти»), заставить суд проявить усердие и помочь редакции добыть доказательства, трудно. Поэтому все необходимые документы нужно добывать самим, и заранее - **до того**, как проблемный материал пойдет в номер.

На свидетельские показания слишком полагаться не стоит. Свидетели могут отказаться явиться в суд, уступить давлению, изменить показания, забыть.

Может статься и то, что суд попросту не захочет их заслушать. Кроме того, свидетельские показания часто не могут перевесить на чаше весов правосудия документ, скрепленный печатью. И все-таки отмечать их с порога не стоит. Свидетельские показания являются одним из средств доказывания и при определенных условиях могут склонить чашу весов с доводами ответчика. Лицо, ходатайствующее о вызове свидетеля, обязано указать суду факты, которые свидетель может подтвердить или опровергнуть, а также его фамилию, имя, отчество и место жительства (ст. 186 ГПК). Поэтому если журналисты не назовут в суде, например, отчество и место жительства «своего» свидетеля, суд по формальному поводу сможет отклонить их ходатайство о вызове свидетеля в суд.

Воспроизведение в материале слов интервьюируемого или указание автора «жареных фактов» не освободит редакцию от ответственности – никакие приписки *«редакция ответственности не несет»* и т.п. не помогут. Особенно осторожно надо относиться к словам кандидатов (их доверенных лиц), зачастую пытающихся голословно очернить соперников по избирательной кампании. С точки зрения журналиста интересно, конечно, поместить рядом с интервью одного кандидата, порочащим другого, аналогичное – его соперника. Но это может привести к тому, что оба подадут иски о защите чести и достоинства, и газета окажется ответчиком по обоим. Поэтому если в интервью содержатся сведения, которые могут быть сочтены порочащими, и документальных доказательств (не в будущем, а прямо сейчас) не представлено, соответствующие фразы лучше «вырезать» при редактировании.

Впрочем, доказанная точность передачи чужих слов хоть и не обелит газету в суде, но существенно уменьшит степень ее «вины». Поэтому нужно визировать «снятое» интервью – каждую страницу.

С опаской следует относиться и к словам наблюдателей за выборами. Даже если сообщенные им факты нарушений, допущенных избирательной комиссией или отдельными должностными лицами, соответствуют действительности, то это еще потребует доказать. Поэтому желательно добиваться от наблюдателей, заявляющих о нарушениях законодательства, представления актов (копий актов), фиксирующих эти нарушения. Формы таких актов разработаны, и если копии этих документов, подписанных надлежащими лицами, будут в редакции, ее представители в суде смогут чувствовать себя более-менее спокойно.

Как можно сформулировать основные правила подготовки «проблемных» статей (т.е. статей, из-за которых могут возникнуть проблемы)?

Приведенные выше рекомендации можно изложить короче. При подготовке «проблемных» статей (особенно касающихся возможных кандидатов в депутаты) журналисты должны:

- строго придерживаться фактуры, избегать обобщений и домыслов;
- заблаговременно получать документы, подтверждающие информацию;
- визировать интервью;
- сохранять наиболее важные диктофонные записи максимально возможный срок;
- узнавать фамилию, имя, отчество и место жительства людей, которые могут дать в суде свидетельские показания в вашу пользу;
- быть осторожным с собственными негативными оценками: информация все скажет сама;

- перед тем, как поставить материал в номер, завизировать его у юриста; при невозможности этого – «пропустить» статью через двоих-троих человек, все фразы, вызывающие сомнения – вычеркивать;

- хранить все доказательства (либо их копии) вне помещения редакции, в безопасном месте;

- знать, к кому обращаться за квалифицированной помощью, если возникнут проблемы. Не стоит полагаться на кажущуюся очевидность дела, на здравый смысл и собственную логику. У судей – свой взгляд на вещи, своя логика, и разговаривать с ними надо на их языке – «юридическом».

В течение какого срока к редакции могут быть предъявлены иски о защите чести, достоинства и деловой репутации и компенсации морального вреда?

Такие иски сейчас подаются без срока давности. Может статься, что кандидат, проигравший во втором туре выборов, решит сорвать свою злость на прессе и вспомнит о статье, опубликованной еще перед первым туром. Или обвинит газету в неправильной передаче его слов. Поэтому если в редакции имеются диктофонные записи, которые могли бы подтвердить точность «проблемного» материала, желательно хранить их до подведения итогов выборов - и после. Еще лучше, как уже говорилось, – «снимать» подобные интервью и визировать их заблаговременно.

В качестве примера: бывший председатель Белтелерадиокомпании Е.Рыбаков подал иск к «Народной воле» спустя почти два года после появления в газете оспоренной им статьи.