

ПЕРЕДВИБОРНА АГІТАЦІЯ: ДО ПИТАННЯ СУЧАСНОГО ДОКТРИНАЛЬНОГО РОЗУМІННЯ

PRE-ELECTION CAMPAIGNING: WITH REGARDS TO THE ISSUE OF CONTEMPORARY DOCTRINAL APPREHENSION

Марцеляк О.В.,

*доктор юридичних наук, професор,
завідувач кафедри конституційного права
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка*

У статті досліджується правова природа передвиборної агітації. Акцентується увага на елементах, рисах передвиборної агітації, вироблених світовою спільнотою міжнародних стандартах у цій сфері і на необхідності удосконалення національного законодавства з цього питання.

Ключові слова: вибори, виборча кампанія, передвиборна агітація, суб'єкти виборчого процесу, мета передвиборної агітації, форми передвиборної агітації.

В статье исследуется правовая природа предвыборной агитации. Акцентируется внимание на элементах и чертах предвыборной агитации, выработанных международной общественностью стандартах в этой сфере и на необходимости усовершенствования национального законодательства по этому вопросу.

Ключевые слова: выборы, избирательная кампания, предвыборная агитация, субъекты избирательного процесса, цель предвыборной агитации, формы предвыборной агитации.

The article explores the legal nature of the pre-election campaign. The emphasis is made on the elements and features of the pre-election campaign, standards created by the international community in the area and the necessity of improvement of the national legislation.

Key words: elections, election campaign, subjects of the election process, aim of the pre-election campaign, forms of the pre-election campaign.

Успіх у виборчій кампанії учасників виборчих перегонів багато в чому залежить від успішного проведення передвиборної агітації, що становить важливий складник виборчого процесу. Вона охоплює підготовку та розповсюдження певної інформації агітаційного характеру, що спонукає виборців взяти участь у виборах і проголосувати за ту чи іншу політичну силу чи окремих кандидатів. Це законодавчо визначений комплекс заходів, спрямованих на ознайомлення виборців з кандидатами на пост Президента України, кандидатами в депутати, партіями, їхніми передвиборними програмами. При цьому акцентується увага на сильних та слабких сторонах політичних партій, що беруть участь у виборах, на особистісних, ділових та моральних якостях кандидатів у депутати та кандидатів на пост Президента України. Завдяки передвиборній агітації у громадян виробляється своє суб'єктивне бачення виборчої кампанії, формується лінія політичної поведінки (брати чи не брати участь у голосуванні), врешті-решт робиться кінцевий вибір щодо того кандидата до представницького органу чи тієї політичної сили, якій виборець віддасть свій голос. Передвиборна агітація сприяє підвищенню рівня політичної та правової культури громадян, оскільки часто вона має адресний, персоніфікований характер. Під час передвиборної агітації партії та блоки, що є учасниками виборчих перегонів, отримують можливість довести виборцям свої переваги, програми, ідеї, гасла, наміри щодо подальшого розвитку держави та суспільства, демонструвати свою організаційну, мате-

ріальну, кадрову та ідеологічну потужність і водночас показувати слабкі сторони своїх супротивників. Ось чому, як свідчить практика проведення виборів, значна кількість порушень виборчого законодавства відбувається саме на цьому етапі виборчого процесу. З цієї причини стадія передвиборної агітації потребує детального законодавчого врегулювання. Виходячи з цього, дослідження правової природи передвиборної агітації є актуальним як у теоретичній, так і практичній площинах. Не зважаючи на те, що ця проблематика була об'єктом дослідження таких фахівців, як: О. Большакова, О. Булгак, М. Воронцов, Ю. Дмитрієв, В. Ізраєлян, Ю. Ключковський, Д. Ковриженко, В. Шаповал, В. Шеверєва та інших, на сьогодні не вироблено єдиного доктринального розуміння передвиборної агітації. Таким чином, **метою** нашої роботи є виокремлення сутнісних елементів, рис передвиборної агітації і на цій основі вироблення авторського бачення правової природи і визначення передвиборної агітації, яке може лягти в основу законодавчого врегулювання.

У законах України «Про вибори народних депутатів України» та «Про вибори Президента України» передвиборній агітації присвячено окремі розділи, в яких вітчизняні парламентарії доволі-таки детально регламентували правила й умови проведення передвиборної агітації, чітко визначили строки, форми й засоби та встановили обмеження її проведення. Такий підхід відповідає світовій практиці. За кордоном регулювання передвиборної агітації також в основному здійснюється спеціальними главами чи

розділами законів про вибори. Причому в низці країн передвиборна агітація представлена як «виборча кампанія» (Албанія, Болгарія, Угорщина, Польща) чи як «передвиборна кампанія» (Казахстан, Румунія, Словачька Республіка), чи просто як «представлення кандидатів» (Македонія), або, як і в Україні, «передвиборна агітація» (Російська Федерація). Хоча є випадки, коли порядок проведення агітації визначається законами про політичні партії чи про засоби масової інформації. Наприклад, у Мексиканських Сполучених Штатах діє Федеральний Закон «Про політичні організації та виборче право», в Іспанії – Органічний закон № 2 від 18 січня 1980 р. «Про регулювання різного роду референдумів», в Австрійській Республіці – Федеральний закон від 2 липня 1975 р. «Про завдання фінансування і передвиборну агітацію політичних партій» (Закон про партії) [1, с. 574]. У Латвії прийнято окремий нормативний акт – закон про передвиборну агітацію перед виборами до Сейму. Тим часом у законі про парламентські вибори Естонії термін «агітація» взагалі не використовується [2, с. 83]. Проте такі випадки скоріше є винятком, ніж правилом, оскільки передвиборна агітація, як ми вже зазначали, являє собою чи не найскладнішу стадію виборчого процесу, в якій можуть мати місце значні порушення, що, своєю чергою, може вплинути на легітимність виборів взагалі. Тому практично всі сучасні розвинуті демократичні країни законодавчо регулюють правила проведення передвиборної агітації, гарантуючи таким чином реалізацію конституційних принципів рівних та вільних виборів і забезпечуючи на практиці законність формування представницьких органів державної влади.

Однак при цьому треба зазначити, що саме визначення «передвиборної агітації» чи просто «агітації» виборчим чи іншим законодавством зарубіжних країн дається вкрай рідко. Здебільшого це робиться науковцями чи спеціалістами в галузі виборчого права. Наприклад, С. Рябов у своїй роботі «Політологія: Словник термінів і понять» стверджує, що передвиборна агітація (від латинського *agitatio* – приведення в рух, спонукання) є одним із найважливіших засобів політичного впливу на маси, інструмент боротьби за політичний авторитет, владу, сукупність методів схиляння населення на бік кандидата, який полягає в поширенні шляхом особистих зустрічей та бесід, доповідей, виступів на мітингах, зборах, через ЗМІ тощо ідей та настанов, що мають спонукати маси до активних політичних дій, впливати на їхню свідомість та настрій [3, с. 156]. Упорядники «Політичного словника» під агітацією розуміють (від лат. *agitatio* – приведення в рух, спонукання) діяльність, що спрямована на переконання іншої особи або групи осіб, спонукання до певних рішень або дій, зокрема для збільшення кількості прихильників ідеї (програми, політики тощо), у виборчій кампанії – для збільшення кількості прихильників кандидата та голосування за нього; а під агітацією виборчою – один з основних важливих засобів політичного впливу на широкі маси у демократичному суспільстві, інструмент у боротьбі класів, груп, пар-

тій за політичний авторитет, владу, сукупність методів схиляння населення у бік кандидата в депутати [4, с. 15, 16].

Автори роботи «Виборче законодавство: українська практика, міжнародний досвід та шляхи реформування» виділяють три концепції передвиборної агітації: 1) агітація як політичний маркетинг, що має пропонувати розв'язання найважливіших проблем округу, а імідж кандидата має відповідати бажанням електорату; 2) агітація як ведення інформаційної війни – це застосування інформації для перемоги над суперником. Сюди відносять так званий «чорний піар», антирекламу, фальшиві листи тощо; 3) агітація як передвиборна дипломатія, яка має на меті домовитися з усіма більш-менш важливими суб'єктами виборів (політиками, керівниками підприємств, суперниками, громадянами), створити відповідний політичний дискурс між усіма зацікавленими особами. Тобто вони розглядають передвиборну агітацію як сукупність маркетингових стратегій, інформаційної війни та дипломатії [2, с. 81].

Російський дослідник С. Князев передвиборну агітацію трактує у широкому та вузькому значеннях. У широкому – це складова частина політичної агітації, під якою розуміється діяльність, що проводиться політиками, політичними групами й партіями, їхніми прихильниками щодо поширення політичних ідей, поглядів з метою створення і закріплення в усьому населення певної системи цінностей і спонукання його до конкретної поведінки в суспільному житті. Ця діяльність здійснюється безперервно і її зміст включає й агітацію на підтримку конкретних осіб, обраних до складу органів державної влади чи органів місцевого самоврядування, зміцнення їх авторитету та довіри з боку населення, що об'єктивно може бути основою їх перемоги на майбутніх виборах. У вузькому значенні передвиборна агітація являє собою одночасно й інститут виборчого права і стадію виборчого процесу. Як інститут виборчого права вона становить сукупність матеріальних і процесуальних норм виборчого права, які регулюють правовідносини, що виникають між суб'єктами виборчого процесу під час здійснення ними виборчих дій з метою спонукання виборців до участі у виборах, голосування за тих чи інших кандидатів (списків кандидатів) чи проти них. Як стадія виборчого процесу передвиборна агітація – це визначений законом період виборчої кампанії, в рамках якого зареєстровані кандидати, виборчі об'єднання, виборчі блоки здійснюють виборчі дії з метою спонукання виборців до участі у виборах, голосування за тих чи інших кандидатів (списків кандидатів) чи проти них. Ця діяльність охоплює собою чітко визначений набір виборчих дій, кінцевою метою яких є повна і послідовна реалізація конституційного права громадян обирати та бути обраними до органів державної влади та органів місцевого самоврядування [1, с. 581–582]. У широкому сенсі розуміє передвиборну агітацію і В. Шеверєва, яка пише, що поняття «передвиборна агітація» є комплексною багатеlementною науковою категорією, яка може розглядатися як юридичний (конституційно-право-

вий) феномен в об'єктивному, суб'єктивному і процесуальному (технологічному) сенсі, а також як соціально-філософська та політологічна категорія [5, с. 4].

Вітчизняний науковець М. Воронов передвиборну агітацію характеризує як сукупність передвиборних заходів, які здійснюються у передбачені законом строки відповідними суб'єктами виборчого процесу у будь-яких формах і будь-якими засобами, що не суперечать закону і спрямовані на вільне і всебічне обговорення ділових та особистих якостей, на агітацію за або проти кандидатів на ту чи іншу виборну посаду [6, с. 489]. Натомість автори «Науково-практичного коментаря Закону України «Про вибори народних депутатів України» стверджують, що передвиборною агітацією вважається здійснення будь-якої діяльності з метою спонукання виборців голосувати за або проти певного суб'єкта виборчого процесу [7, с. 348]. Д. Ковриженко визначає передвиборну агітацію як види і форми ідейного впливу на людей, які прямо або опосередковано схильють громадян до реалізації права голосу на виборах за або проти певного суб'єкта виборчого процесу, або можуть сформувати у суспільстві та у свідомості громадян позитивне чи негативне ставлення до суб'єктів виборчого процесу, зокрема інформаційні повідомлення про заходи, що проводяться або підтримуються із вказаною метою [8, с. 34]. С. Яворський стоїть на позиції, що передвиборну агітацію слід скоріше розуміти як здійснювані під час виборчої кампанії різні пропагандистські заходи, які мають за мету отримання підтримки виборців для презентованої виборчої програми чи кандидатів (позитивна агітація) або з метою знеохочення виборців щодо програми та кандидатів іншого учасника виборчої кампанії (негативна агітація) [9, с. 962].

У російській юридичній енциклопедії передвиборна агітація визначена як діяльність громадян, громадських організацій з підготовки і поширення інформації, яка має на меті спонукати виборців взяти участь у голосуванні за або проти тих чи інших кандидатів (списків кандидатів) [10, с. 348]. Ця дефініція передвиборної агітації ґрунтується на такому її визначенні Федеральним законом Росії «Про основні гарантії виборчих прав громадян Російської Федерації» 1994 р. У ст. 2 Федерального закону «Про основні гарантії виборчих прав і права на участь у референдумі громадян Російської Федерації» 1997 р. під передвиборною агітацією розуміють «діяльність, що здійснюється в період виборчої кампанії, яка має на меті спонукати чи яка спонукає виборців голосувати за кандидата, кандидатів, список кандидатів або проти нього (них) чи проти всіх кандидатів (проти всіх списків кандидатів)» [11].

Приблизно таке ж визначення передвиборній агітації дає вітчизняне виборче законодавство. При цьому слід зазначити, що тривалий час українські законодавці у відповідних законах «Про вибори народних депутатів України», «Про вибори Президента України» та інших виборчих законах дефініції передвиборної агітації взагалі не давали. І тільки прийняття 17 листопада 2005 р. Закону України

«Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо сприяння реалізації виборчих прав громадянами, забезпечення свободи політичних дебатів, неупередженого ставлення засобів масової інформації до кандидатів у депутати, партій (блоків) – суб'єктів виборчого процесу» сприяло законодавчому закріпленню поняття передвиборної агітації як здійснення будь-якої діяльності з метою спонукання виборців голосувати за або проти певного суб'єкта виборчого процесу [12]. Майже така ж формула розуміння передвиборної агітації нині має місце у чинному Законі України «Про вибори народних депутатів України»: «Передвиборна агітація – це здійснення будь-якої діяльності з метою спонукання виборців голосувати за або не голосувати за певного кандидата у депутати чи партію – суб'єкта виборчого процесу. Передвиборна агітація може здійснюватися у будь-якій формі та будь-якими засобами, що не суперечать Конституції України та законам України» (ст. 68) [13] та Законі України «Про вибори Президента України»: «Передвиборна агітація – це здійснення будь-якої діяльності з метою спонукання виборців голосувати за або не голосувати за певного кандидата на пост Президента України. Передвиборна агітація може здійснюватися у будь-якій формі та будь-якими засобами, що не суперечать Конституції України та законам України» [14].

Треба визнати, що така дефініція передвиборної агітації є надто загальною та розпливчастою, що може мати в майбутньому негативні наслідки. На це звертають увагу й автори «Науково-практичного коментаря Закону України «Про вибори народних депутатів України», які пишуть: «Необхідно зауважити, що закріплене в Законі визначення передвиборної агітації є дещо невдалим. Так, у ньому визначено, зокрема, що метою передвиборної агітації є спонукання виборців голосувати за або проти певного суб'єкта виборчого процесу (тобто об'єктом агітації визнається «певний суб'єкт виборчого процесу»). Суб'єктами виборчого процесу є: 1) виборець; 2) виборча комісія...; 3) партія (блок), що висунула кандидатів у депутати; 4) кандидат у депутати, зареєстрований...; 5) офіційний спостерігач від партії (блоку) – суб'єкта виборчого процесу... Очевидно, що метою передвиборної агітації в жодному разі не може бути спонукання виборців голосувати за або проти таких суб'єктів виборчого процесу, як виборці, виборчі комісії, офіційні спостерігачі. Дещо спірним є таке формулювання щодо кандидатів у депутати, які зареєстровані у порядку, встановленому цим Законом. Так, кандидати в депутати є активними учасниками передвиборної агітації... Разом із тим під час виборів голосування відбувається не за конкретних кандидатів у депутати, а одночасно за всіх кандидатів у депутати, включених до виборчого списку тієї чи іншої партії (блоку). Тільки партії (блоки) наділені правом висувати кандидатів у депутати. З огляду на це, тільки партія (блок), яка висунула кандидатів у депутати, може бути кінцевим об'єктом передвиборної агітації... Своєю чергою агітація за кандидата у депутати, включеного

до виборчого списку певної партії, фактично є агітацією за цю партію. Тому кандидата у депутати теж слід вважати об'єктом передвиборної агітації, але тільки опосередкованою – кінцевою метою такої агітації в будь-якому разі є спонукання до голосування за весь виборчий список відповідної партії (блоку)» [7, с. 348–349].

Вітчизняним законодавцям у виробленні дефініції передвиборної агітації слід враховувати, що вона є не тільки відправною точкою і одночасно важливою ланкою в процесі знайомства виборців з політичними силами – учасниками виборчих перегонів чи окремими кандидатами у депутати, а й найбільш поширеним і дійовим інструментом політичної боротьби, в якій, як-то кажуть, «усі засоби гарні». Тому законодавче визначення передвиборної агітації слід доопрацювати, уточнивши та чітко визначивши всі її елементи, риси. Погоджуємося в цьому плані з російськими дослідниками, які звертають увагу на те, що таке визначення має вироблятися з позиції мети передвиборної агітації, її змісту, суб'єктів виборчого процесу [1, с. 576–579]. На наш погляд, потрібно при цьому ще уточнювати часові рамки передвиборної агітації.

Якщо визначати мету передвиборної агітації, то більшість науковців та експертів сходяться в думці, що такою виступає «мобілізація певних осіб, груп та/або усього суспільства до активної підтримки на виборах конкретної політичної опції... або позбавлення такої підтримки опонентів», «спонукання виборців до участі у виборах» [15, с. 51], «спонукання виборців голосувати певним чином» [16, с. 61], «схилити виборців у певну сторону, забезпечити підтримку або, навпаки, протидію конкретному кандидату, виборчому об'єднанню» [17, с. 456]. Таким чином, метою передвиборної агітації є формування волі виборців і спонукання їх взяти участь у виборах і проголосувати за ту чи іншу політичну силу чи окремих кандидатів.

Терміни передвиборної агітації чітко визначаються законодавством. Так, відповідно до ст. 70 Закону України «Про вибори народних депутатів України» партія, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, кандидати у депутати мають право розпочати свою передвиборну агітацію з дня, наступного за днем прийняття виборчою комісією рішення про реєстрацію кандидатів у депутати. А закінчується передвиборна агітація о 24 годині останньої п'ятниці перед днем голосування [13]. Закон України «Про вибори Президента України» також закріплює: «1. Передвиборна агітація розпочинається кандидатом на пост Президента України наступного дня після дня його реєстрації Центральною виборчою комісією і закінчується о 24 годині останньої п'ятниці перед днем виборів... 4. Передвиборна агітація у період виборчого процесу поза строками, встановленими у цій статті, забороняється» (ст. 57) [14].

Таким чином, початок передвиборної агітації вітчизняний законодавець пов'язує з конкретно визначеним терміном – з моментом прийняття Центральною

виборчою комісією рішення про реєстрацію особи кандидатом на пост Президента України – при виборах глави Української держави; партій, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, кандидатів у депутати в одномандатних виборчих округах – у парламентських виборах, який, проте, буває різним для учасників виборчих перегонів. Цей момент залежить від часу проведення партійного з'їзду, належного оформлення та своєчасного подання до ЦВК усіх документів, необхідних для реєстрації кандидатів, строків прийняття відповідного рішення Центральною виборчою комісією. Загалом, оскільки процедура реєстрації кандидатів у депутати відповідно до ст. 52 Закону України «Про вибори народних депутатів України» має закінчуватися не пізніше ніж за 79 днів до дня виборів, то саме цей термін орієнтовно можна вважати повноцінним початком передвиборної агітації під час парламентських виборів. Хоча фахівцями з цього приводу зазначається, що для тих кандидатів у депутати, які були зареєстровані раніше, та для партій, якими ці кандидати були висунуті, правова можливість початку ведення передвиборної агітації настає раніше, що є підставою розцінювати це положення виборчого законодавства України як певний відступ від принципу рівних можливостей партій – суб'єктів виборчого процесу, кандидатів у депутати брати участь у виборчому процесі [18, с. 374].

Певною мірою з цією точкою зору можна погодитися. Звичайно, що чітке законодавче визначення для всіх учасників виборчих перегонів єдиного терміну початку передвиборної агітації, на перший погляд, більше гарантує дотримання принципу рівності. Хоча слід врахувати, що обрана національними парламентаріями модель початку ведення передвиборної агітації все-таки не дає підстав говорити про порушення принципу рівних можливостей партій – суб'єктів виборчого процесу, кандидатів у депутати, кандидатів на пост Президента України брати участь у виборчому процесі, оскільки всі вони в цьому плані перебувають в однаковому становищі, водночас такий підхід є стимулюючим заходом для активізації процесу висунування і реєстрації кандидатів у депутати, на пост Президента України і якнайшвидшого визнання їх суб'єктами виборчого процесу.

На відміну від початку передвиборної агітації, який є індивідуальним для кожної партії та відповідних кандидатів у депутати чи на пост Президента України, термін її закінчення є загальним для всіх учасників виборчих перегонів. Зокрема, ч. 2 ст. 70 Закону України «Про вибори народних депутатів України» та ч. 1-2 ст. 57 Закону України «Про вибори Президента України» передбачають, що передвиборна агітація закінчується о 24 годині останньої п'ятниці перед днем виборів. Тобто напередодні дня виборів та в день виборів вона забороняється. У такий спосіб встановлюється своєрідний мораторій на проведення агітаційних заходів, що має на меті дати можливість виборцю самостійно, без будь-якого агітаційного впливу, осмислити та оцінити всю отриману передвиборну інформацію і прийняти свідоме рішення щодо свого вибору.

Із 24 години останньої п'ятниці, що передуює дню виборів, передбачено зняття передвиборних агітаційних матеріалів відповідними комунальними службами органів місцевого самоврядування та місцевих органів виконавчої влади. У цей же час забороняються проведення масових акцій (зборів, мітингів, походів, демонстрацій, пікетів) від імені партії чи окремих кандидатів – суб'єктів виборчого процесу, розповсюдження агітаційних матеріалів, а також публічні оголошення про підтримку партією чи окремими кандидатами проведення концертів, вистав, спортивних змагань, демонстрації фільмів та телепередач чи інших публічних заходів. Це загальне демократичне правило, що діє майже в усіх країнах. Наприклад, згідно зі ст. L.49 французького Виборчого кодексу починаючи з нуля годин дня, що передуює дню голосування, забороняється розповсюджувати чи примушувати розповсюджувати за допомогою будь-яких аудіовізуальних засобів усякі повідомлення, що мають характер передвиборної агітації [19, с. 374].

Хоча щодо початку передвиборної агітації у виборчому законодавстві зарубіжних країн подібна єдність відсутня. Так, в одних державах виборча кампанія розпочинається за чітко встановленою законодавством кількістю днів до виборів, в інших – з дня реєстрації кандидатів у депутати, в третіх – з дня офіційного опублікування списків кандидатів у депутати, в четвертих – з дня офіційного оголошення дати виборів тощо. Зокрема, за японським законодавством передвиборна агітація розпочинається з моменту висунення кандидатів та закінчується напередодні дня виборів. У середньому вона триває 12 днів у виборах депутатів Палати представників та 17 днів під час виборів до Палати радників. У Російській Федерації передвиборна агітація починається з дня висунення списку кандидатів й створення відповідного виборчого фонду і закінчується за одну добу до дня голосування. Початком передвиборної агітації у Польщі та Румунії є день оголошення дати голосування, у Литві – оприлюднення списку кандидатів Центральною виборчою комісією. Проте найчастіше має місце практика встановлення фіксованого числа днів до виборів для проведення агітації. Так, за Виборчим кодексом Франції передвиборна агітація розпочинається за двадцять днів до виборів. У Туреччині та Беніні вона відкривається за 15 днів до дня виборів, в Албанії й Болгарії – за 30 днів до дня проведення виборів, у Македонії – за 40 днів, в Ізраїлі та Португалії передвиборна агітація починається за 21 день до дати виборів і триває протягом 20 днів у Португалії і закінчується за два дні до дня голосування у Ізраїлі, у Словаччині розпочинається за 23 дні до дня голосування.

Іншим важливим елементом, який визначає сутність передвиборної агітації, є її форми і засоби. Зазвичай вони також знаходять своє законодавче врегулювання виборчим законодавством. Так, ст. 58 Закону України «Про вибори Президента України» закріплює: «Передвиборна агітація може проводитися у таких формах:

1) проведення зборів громадян, інших зустрічей з виборцями;

2) проведення мітингів, походів, демонстрацій, пікетів;

3) проведення публічних дебатов, дискусій, «круглих столів», прес-конференцій стосовно положень передвиборних програм та політичної діяльності партій – суб'єктів виборчого процесу чи політичної діяльності кандидатів на пост Президента України;

4) оприлюднення в друкованих та аудіовізуальних (електронних) засобах масової інформації політичної реклами, виступів, інтерв'ю, нарисів, відеофільмів, аудіо- та відеокліпів, інших публікацій та повідомлень;

5) розповсюдження виборчих листівок, плакатів та інших друкованих агітаційних матеріалів чи друкованих видань, в яких розміщено матеріали передвиборної агітації;

6) розміщення друкованих агітаційних матеріалів чи політичної реклами на носіях зовнішньої реклами;

7) проведення концертів, вистав, спортивних змагань, демонстрації фільмів та телепередач чи інших публічних заходів за підтримки партії – суб'єкта виборчого процесу чи кандидата на пост Президента України, а також оприлюднення інформації про таку підтримку;

8) публічні заклики голосувати за або не голосувати за кандидата на пост Президента України або публічні оцінки діяльності кандидата на пост Президента України;

9) встановлення агітаційних наметів;

10) в інших формах, що не суперечать Конституції України та законам України» [14].

Аналогічні форми передвиборної агітації передбачені і Законом України «Про вибори народних депутатів України» (ст. 68) [13].

Законодавче закріплення такого повного переліку форм передвиборної агітації зустрічається в зарубіжній практиці не так часто. Це пов'язано з домінуванням у міжнародній виборчій практиці принципу свободи проведення громадянами, політичними партіями, іншими громадськими об'єднаннями, кандидатами у депутати в будь-яких законних формах і методах агітаційної діяльності в умовах плюралізму думок і відсутності цензури, а також для гарантування широкого простору самостійній і творчій агітаційній діяльності учасників виборчої кампанії. Проте вважаємо, що визначення вітчизняним виборчим законодавством форм передвиборної агітації жодним чином не порушує принципу свободи агітації, а також інших її принципів, таких, наприклад, як неупереджене ставлення з боку державних органів, посадових осіб до всіх кандидатів, партій – суб'єктів виборчого процесу, чесність і справедливість ведення агітаційної діяльності, створення рівних юридичних можливостей для всіх кандидатів, партій – учасників виборчих перегонів, державна підтримка їхньої передвиборної агітації і т. ін. Тобто можна резюмувати, що під час передвиборної агітації громадяни України мають право вільно

і всебічно обговорювати передвиборні програми партій, політичні, ділові та особисті якості кандидатів у депутати, кандидатів на пост Президента України, вести агітацію за або проти партій, кандидатів. Таким чином, визначено, по-перше, вільний, по-друге, публічний характер передвиборної агітації, по-третє, передбачено ведення як позитивної агітації (за того чи іншого суб'єкта виборчого процесу), так і негативної (поширення інформації *проти* певних суб'єктів виборчого процесу)¹.

Характерною рисою цього етапу виборчої кампанії є те, що у передвиборній агітації задіюються всі без винятку суб'єкти виборчого процесу (виборці, виборчі комісії, партії, що висунули кандидатів у депутати, самі кандидати у депутати, кандидати на пост Президента України, офіційні спостерігачі). Окрім цього, в ній бере участь широке коло інших учасників, які не є суб'єктами виборчого процесу, проте сприяють партіям та кандидатам – учасникам виборчих перегонів у проведенні передвиборної агітації (засоби масової інформації; найняті

агітатори; правоохоронні та інші органи державної влади; органи місцевого самоврядування; підприємства, організації, установи різних форм власності, їхні посадові та службові особи тощо). Однак при цьому треба зауважити, що ключовими суб'єктами передвиборної агітації виступають політичні партії – учасники виборчого процесу та окремі кандидати до представницьких органів державної влади, органів місцевого самоврядування.

Отже, передвиборна агітація – це етап виборчого процесу, який охоплює визначений законом період виборчої кампанії, і являє собою комплекс передбачених законодавством засобів, форм, дій з підготовки та розповсюдження певної інформації агітаційного характеру, що використовуються політичними партіями – учасниками виборчого процесу, окремими кандидатами до представницьких органів державної влади, органів місцевого самоврядування з метою спонукати виборців взяти участь у виборах і проголосувати за ту чи іншу політичну силу чи окремих кандидатів або проти інших претендентів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Дмитриев Ю.А., Израелян В.Б. Избирательное право и процесс в Российской Федерации. Ростов-на-Дону: Изд-во «Феникс», 2004. 864 с.
2. Виборче законодавство: українська практика, міжнародний досвід та шляхи реформування / За заг. ред. Радченка Є.В. К.: Факт, 2003. 258 с.
3. Рябов С. Політологія: Словник термінів і понять. К.: Тандем, 1996. 560 с.
4. Політологічний словник: навч. посіб. для студ. вищ. нав. закл. / За ред. М.Ф. Головатого та О.В. Антонюка. К.: МАУП, 2005. 792 с.
5. Шверева В.Є. Проблеми правового регулювання передвиборної агітації в Україні: автореф. дис.... канд. юрид. наук: 12.00.02. Національний університет «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Харків, 2011. 22 с.
6. Воронов М.П. Передвиборна агітація. Юридична енциклопедія: В 6 т. / Редкол.: Ю.С. Шемшученко (голова редкол.) та ін. Т. 4. К.: Українська енциклопедія, 2002. 720 с.
7. Науково-практичний коментар Закону України «Про вибори народних депутатів України» / За ред. Ю.Б. Ключковського. К.: Парламентське вид-во, 2006. 680 с.
8. Ковриженко Д. Удосконалення законодавства про вибори народних депутатів України в контексті рекомендацій офіційних спостерігачів на виборах Президента України у 2004 році. Парламент. 2005. № 4. С. 25–42.
9. Kodeks wyborczy. Komentarz LEX. Warszawa: LEX, 2014. 1024 с.
10. Тихомирова Л.В., Тихомиров М.Ю. Юридическая энциклопедия / Под ред. М.Ю. Тихомирова. М.: Издание г-на Тихомирова М.Ю., 1998. 526 с.
11. Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» от 19 сентября 1997 г. № 124-ФЗ. Собрание законодательства РФ. 1997. № 38. Ст. 4339.
12. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо сприяння реалізації виборчих прав громадянами, забезпечення свободи політичних дебатів, неупередженого ставлення засобів масової інформації до кандидатів у депутати, партій (блоків) – суб'єктів виборчого процесу» від 17 листопада 2005 р. № 3099-IV. Голос України. 2005. 8 грудня. № 233 (3733).
13. Про вибори народних депутатів України: Закон України № 4061-VI від 17 листопада 2011 р. (із змінами на 16.02.2016 р.). / Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4061-17>.
14. Про вибори Президента України: Закон України № 474-XIV від 5 березня 1999 р. (із змінами на 23.12.2015 р.). / Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4074-14>.
15. Булгак О. Политическая реклама как составляющая часть предвыборной агитации. Власть. 2012. № 8. С. 50–53.
16. Большакова О. Правове регулювання участі телерадіоорганізацій у висвітленні виборчого процесу. К.: Софія-А, 2005. 368 с.
17. Постановление Конституционного Суда Российской Федерации от 30 октября 2003 г. № 15-П. / Избирательное право и избирательный процесс в решениях Конституционного Суда Российской Федерации. 2000–2007. В 2-х т. Т. 2. М.: ЦИК РФ, 2008. С. 443–463.
18. Коментар Закону України «Про вибори народних депутатів України». / За заг. ред. А.І. Мартинюка. К.: Юридична думка, 2006. 704 с.
19. Андреева Г.Н. Конституционное право зарубежных стран: Учебник. М.: Изд-во Эксмо, 2005. 656 с.

¹З приводу останнього в літературі справедливо підкреслюється, що це може призводити до численних порушень конституційних прав громадян на повагу до їхніх честі й гідності, не узгоджується з нормами цивільного законодавства, які захищають особисті немайнові права фізичних осіб, а також із положенням законодавства у сфері інформаційних відносин, які вимагають від учасників інформаційних відносин дотримання принципів об'єктивності й достовірності, повноти й точності поширюваної інформації, що суттєво підриватиме законність перебігу виборчого процесу та довіру до нього (Див.: [18, с. 380]).