



КОНСТИТУЦІЙНЕ ПРАВО ТА ПРОЦЕС

І.Л. Литвиненко *

ПЕРЕДВИБОРНА АГІТАЦІЯ ЯК СТАДІЯ ВИБОРЧОГО ПРОЦЕСУ

Демократичні виборчі процедури — явище для нашої країни порівняно нове. Багато хто може пригадати ті часи, коли вибори проводились за наявності в бюлетені одного кандидата, і це вважалось більш, ніж демократично. Зрозуміло, що за таких умов проведення якихось агітаційних заходів за конкретних кандидатів носило переважно ідеологічне забарвлення і абсолютно не містило ознак конкуренції, без чого втрачається сам зміст передвиборної агітації. Агітація скоріше переслідувала мету спонукати виборців прийти на виборчі дільниці для того, що передбачувано забезпечити перемогу конкретного кандидата з 80-90 % набраними голосами. За таких умов не розвивались і науки, які пов'язані з політичною рекламою, виборчими технологіями і які вважались буржуазними і навіть псевдонауками.

Тема для нашої науки цікава ще й тому, що ми майже безперервно знаходимося у виборчих процесах, які змінюють один одного і це на тлі, на жаль, не досконалого законодавства, яке хоча і змінюється до кожних виборів, проте, кількісні зміни напряму не обумовлюють його якісних перетворень.

Сьогодні, коли ми переживаємо новий виборчий процес, коли ще не стерлись спогади про минулі президентські вибори та ті виборчі технології, які там були застосовані, коли необхідно осмислити доцільність рецепції західних наукових та політичних доробок у наших правових реаліях, обрана тема дослідження виявляється більш, ніж доречною та актуальною.

Не зважаючи на аргументи, наведені на користь актуальності теми, аналіз літератури свідчить про недостатню зацікавленість науковців даною проблемою. Досить поширеними є публікації у формі порад, що адресовані політичним партіям, іншим суб'єктам виборчого процесу, переважно щодо того, як себе краще розрекламувати. Пропонуються рекомендації для засобів масової інформації; поради виборцям, що мають благородну мету — допомогти особі не розгубитись у морі агітаційної інформації. Багато таких праць видається Центральною виборчою комісією, а також громадськими організаціями, в тому числі Асоціацією виборців України або Фондом сприяння демократичним виборам. Але поряд із тим доводиться констатувати, що комплексних наукових досліджень у цій сфері фактично не проводилось. Вчених переважно

© Литвиненко І.Л., 2006

* завідувач кафедри конституційного, адміністративного та фінансового права Хмельницького університету управління та права, кандидат юридичних наук



цікавлять більш загальні проблеми виборчого права, наприклад, еволюції виборчих систем в Україні (наукові доробки П. Любченка, Т. Дешко, Г. Пономарьової), місце і роль політичних партій у виборчому процесі — В. Журавського, В. Полевого, Л. Гонюкової та інших, також загальні питання вдосконалення виборчого законодавства (в цій сфері навіть захищена достатня кількість ґрунтовних дисертацій таких авторів, як М.І. Ставнійчук¹, О.Ю. Тодика², Р.М. Максакова³). Проте питанням передвиборної агітації у всіх цих дослідженнях увага майже не приділяється. А як наслідок, неналежне наукове опрацювання породжує низький рівень законодавчого закріплення. Як зазначається в одному з видань ЦВК — “Попри ті позитивні, як кількісні, так і якісні зміни, яких зазнало виборче законодавство України в частині ведення передвиборної агітації, рівень відповідної правової врегульованості виборчого процесу на сьогодні не можна визнати задовільним”⁴. Саме цими причинами і обумовлений вибір теми дослідження. Зрозуміло, що рамки статті обмежують можливості автора щодо глибини опрацювання теми, тим не менше у представленому дослідженні ставляться такі завдання:

- проаналізувати законодавство на предмет нормативного регулювання поняття, стадій та форм передвиборної агітації;
- виявити прогалини, недоліки щодо унормування агітаційного процесу;
- охарактеризувати форми відповідальності за порушення засад та визначених обмежень щодо проведення передвиборної агітації.

Також доцільно окреслити і виключно прагматичну мету — роз’яснення меж та законних форм проведення передвиборної агітації.

Порівняльно-історичний аналіз виборчого законодавства дає підстави стверджувати, що обсяг нормативного матеріалу щодо передвиборної агітації, починаючи від перших виборчих законів і до наших днів постійно збільшувався. Так, перший закон, який був застосований на виборах народних депутатів у незалежній Україні, а саме — закон “Про вибори народних депутатів УРСР” від 27.10.1989 року⁵, який зі змінами і доповненнями діяв до 1993 року, містив лише одну, достатньо лаконічну статтю (ст. 41) щодо ведення передвиборної агітації і крім того, ця стаття майже дослівно відтворювала ст. 47 союзного закону⁶. В наступних законах — “Про вибори народних депутатів України” від 18.11.1993 року⁷ передвиборній агітації вже відводиться цілий розділ (розділ 8), що включав в себе 5 статей, в новому законі від 24.09.1997 року — це вже 7 статей⁸. Не обминув увагою передвиборну агітацію і закон 2001 року — відповідно — розділ 8⁹ (ст.ст. 50-56), і хоча кількість статей зменшилась, проте, їх зміст став ще більш об’ємний.

¹ Ставнійчук М.І. Законодавство про вибори народних депутатів України: проблеми теорії і практики: Автореф. дис...канд. юрид. наук: 12.00.02 / Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. — К., 1999. — 18 с.

² Тодика О.Ю. Вибори в парламенти країн СНД (порівняльно-правовий аспект): Автореф. дис...канд. юрид. наук: 12.00.02 / Національна юридична академія України ім. Ярослава Мудрого. — Х., 2002. — 19 с.

³ Максакова Р.М. Вибори до органів місцевого самоврядування: проблеми теорії і практики: Автореф. дис...канд. юрид. наук: 12.00.02 / НАН України; Інститут держави і права ім. В.М. Корецького. — К., 2003. — 17 с.

⁴ Нельга О.В., Забара Т.Б. Рівень нормативно-правового забезпечення та деякі практичні проблеми ведення передвиборної агітації // Вибори і референдуми в Україні: проблеми теорії і практики: Збірник / Редкол. М.М. Рябець та інш. — К.: Центральна виборча комісія, 2001. — 360 с.

⁵ Про вибори народних депутатів УРСР: Закон від 27.10.1989 р. зі змінами від 01.02.1991 р., 26.06.1992 р., 4.06.1993 р., 18.11.1993 р. // ВВР УРСР. — 1989. — № 28. — Ст. 295.

⁶ Про вибори народних депутатів СРСР: Закон від 01.12.1988 р. // Відомості ВР СРСР. — 1988. — № 49. — Ст. 729.

⁷ Про вибори народних депутатів України: Закон України від 18.11.1993 р. // ВВРУ. — 1993. — № 48. — Ст. 455.

⁸ Про вибори народних депутатів України: Закон України від 24.09.1997 р. // ВВРУ. — 1997. — № 43. — Ст. 280.

⁹ Про вибори народних депутатів України: Закон України від 18.10.2001 р. // ВВРУ. — 2001. — № 51-52. — Ст. 265.



Хоча ми переважно будемо вести мову про агітацію на виборах депутатів, цікаво декілька слів зазначити про особливості законодавства щодо виборів Президента України. Так, перша редакція відповідного закону від 5.07.1991 року¹⁰ взагалі не містила ні слова про передвиборну агітацію на виборах глави держави, лише одна стаття, яка могла мати відношення до аналізованого процесу — це ст. 14 — “Гарантії діяльності кандидатів у Президенти УРСР, довірених осіб”. Вже нова редакція цього закону, від 24.02.1994 року¹¹ включала розділ 5 — “Передвиборна агітація”, що містив три статті — ст.ст. 31-33. максимально лаконічні за своїм змістом.

На місцевих виборах ситуація складалась аналогічно. Перший закон від 27.10.1989 року¹² навіть не зважаючи на подальші зміни від 26.06.1992 року, передвиборній агітації приділяв надзвичайно мало уваги — лише одна стаття — ст. 40. Наступний закон від 14.01.1998 року¹³ відповідно містив вже три статті, об’єднані окремим розділом.

Як бачимо, лише аналіз форми закріплення нормативного матеріалу у вітчизняних виборчих законах дає підстави стверджувати про все зростаючу роль даної стадії виборчого процесу. В діючих законах положення щодо форм, засобів, обмежень щодо передвиборної агітації ще більш розширились та ускладнились і ми маємо фактично найбільшу за обсягом нормативну базу. В Законі України “Про вибори народних депутатів України” від 25.03.2004 року¹⁴ — це розділ 8, який включає в себе 7 статей, в Законі України “Про вибори депутатів Верховної Ради Республіки Крим, місцевих рад та сільських, селищних, міських голів” від 6.04.2004 року¹⁵ — теж розділ 8 — відповідно 8 статей. І значення навіть не в кількісних показниках, а в тих якісних змінах, що відбулись щодо розуміння поняття та змісту передвиборної агітації.

Сьогодні вже ні в кого не викликає заперечення факт надзвичайної важливості для виборчого процесу цієї стадії. Від вдалого чи невдалого її проведення може залежати доля того чи іншого кандидата, партії, і як наслідок — ця стадія найбільш вразлива для різних ризиків, в тому числі щодо порушення законодавства та інших зловживань. Крім того, стадія передвиборної агітації бажає чи не бажає того людина, торкається кожного виборця. Громадянин може не піти голосувати, але протягом декількох місяців на нього з екрану телевізора, зі шпальт газет та агіток звалюється величезна кількість інформації, яка підпадає під визначення передвиборної агітації і розібратись у ній буває досить таки важко.

За основу змістовного аналізу доречно взяти як вже зазначалось, законодавство, що регулює проведення виборів народних депутатів та виборів депутатів місцевих рад, сільських, селищних, міських голів (далі — місцеві вибори). Вже перше знайомство з названими законами дає підстави стверджувати про певну відмінність положень щодо проведення передвиборної агітації, вміщених в цих законах.

Так, саме поняття передвиборної агітації на момент прийняття було відсутнє в законі про вибори народних депутатів, проте наводилось у законі про місцеві вибори (ст. 50). Така невідповідність не могла не дивувати, і як наслідок — вже в процесі, коли триває виборчий процес, до закону про вибори народних депутатів вносяться зміни від 17.11.2005 року щодо

¹⁰ Про вибори Президента УРСР від 5.07.1991 р. // ВВР УРСР. — 1991. — № 33. — Ст. 448.

¹¹ Про вибори Президента України від 24.02.1994 р. // ВВРУ. — 1994. — № 8. — Ст. 40.

¹² Про вибори депутатів місцевих Рад народних депутатів УРСР: Закон Української РСР від 27.10.1989 р. зі змінами від 26.06.1992 р. // Ліга-Закон.

¹³ Про вибори депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів: Закон України від 14.01.1998 р. // ВВРУ. — 1998. — № 3-4. — Ст. 15.

¹⁴ Про вибори народних депутатів України: Закон України від 25.03.2004 р. в редакції від 7.06.2005 р. (набрав чинність з 1.10.2005 р.) зі змінами від 17.11.2005 р., 19.01.2006 р. // ОВУ. — 2005. — № 33. — Ст. 1983.

¹⁵ Про вибори депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим, місцевих рад та сільських, селищних, міських голів: Закон України від 6.04.2004 р. (набрав чинність з 1.10.2005 р.) зі змінами від 6.06.2005 р., 21.12.2005 р., 19.01.2006 р. // ВВРУ. — 2004. — № 30-31. — Ст. 382.



визначення передвиборної агітації, яке фактично дублюється із закону про місцеві вибори (що взагалі вважаємо правильним, оскільки таке поняття має бути ідентичним) і, таким чином, ми сьогодні маємо таке розуміння цієї стадії — це “здійснення будь-якої діяльності з метою спонукання виборців голосувати *за або проти* певного суб’єкта виборчого процесу”. При цьому старт передвиборної агітації для різних суб’єктів може не співпадати у часі, оскільки ставиться в залежність від моменту реєстрації партії (блоку), кандидата в депутати відповідною виборчою комісією (згадаємо закон “Про вибори народних депутатів України” від 18.10.2001 року — “Передвиборна агітація розпочинається за 50 днів до дня виборів” — ст. 50, або навіть першу редакцію діючого закону про місцеві вибори ще до внесення змін — “передвиборна агітація...розпочинається за 30 днів до дня місцевих виборів...”. Нове формулювання часу початку передвиборної агітації є більш правильним, оскільки індивідуалізує цей час стосовно кожної партії і лише від неї залежить, наскільки оперативно та якісно вона підготується до реєстрації, а отже, і отримає можливість раніше розпочати агітацію.

Це одна цікава новела виборчого законодавства — поняття політичної реклами як форми передвиборної агітації, яке міститься в законі про вибори народних депутатів і вже протягом дії закону зазнало змін. У першій редакції ст. 66 політична реклама розумілась як “будь-які не заборонені законами України друковані, усні, звукові та аудіовізуальні види і форми ідейного впливу на людей, що мають на меті прямо або опосередковано привернути увагу до суб’єктів виборчого процесу, сформувати у суспільстві та у свідомості громадян позитивне або негативне ставлення до них або спрямувати політичну поведінку громадян і соціальних груп у їх ставленні до суб’єктів виборчого процесу під час виборів, у тому числі інформаційні повідомлення про заходи, що проводяться або підтримуються із вказаною метою”. Зміни до закону від 17.11.2005 року сформулювали політичну рекламу наступним чином — як “одна з форм передвиборної агітації, оплачена за рахунок виборчих фондів партій (блоків), розміщена за допомогою рекламних засобів, яка спонукає виборців голосувати за або проти певного суб’єкта виборчого процесу”. Тобто, можна дійти висновку, що на думку законодавця різниця між політичною рекламою і передвиборною агітацією полягає лише в тому, хто за неї платить, якщо за рахунок Державного бюджету — то це агітація, якщо за рахунок власних фондів — це вже політична реклама як одна з форм агітації. При цьому політична реклама розглядається лише як один із засобів агітації за політичні партії (блоки). Інше питання, яке не може не виникати, це відсутність положень щодо політичної реклами в законі про місцеві вибори. Адже політичні партії на місцевих виборах відіграють не менш важливу роль, а в законі фактично така форма агітації як реклама відсутня.

Необхідно також звернути увагу, що в законодавстві відмежовується від поняття агітації можливість громадян вільно і всебічно обговорювати передвиборні програми партій, особисті якості кандидатів (ст. 66 закону про вибори народних депутатів), що може і не підпадати під поняття агітації.

Крім того, продовжуючи порівнювати положення двох законів, слід звернути увагу і на докорінні відмінності у переліку форм передвиборної агітації, які передбачені двома законами, що аналізуються.

Закон про місцеві вибори наводить наступні форми передвиборної агітації:

- 1) шляхом проведення зборів, зустрічей із виборцями, мітингів, демонстрацій, процесій, публічних дебатів, дискусій та інших масових заходів;
- 2) шляхом розповсюдження друкованих агітаційних матеріалів;
- 3) через засоби масової інформації;
- 4) в інших формах, що не суперечать Конституції України та законам України.

В законі про вибори народних депутатів цей перелік вже сягає 9 пунктів і поряд із вже



названими зазначає про проведення “круглих столів” та прес-конференцій, оприлюднення політичної реклами, виступів, інтерв’ю, нарисів, відеофільмів, аудіо- та відеокліпів, інших публікацій та повідомлень, проведення концертів, вистав, спортивних змагань, демонстрації фільмів та телепередач чи інших публічних заходів тощо, тобто, як бачимо, є набагато змістовнішим.

Може виникнути питання, чи можуть застосовуватись названі форми і на місцевих виборах, якщо у відповідному законі вони не названі. Відповідь вбачається позитивною з огляду на те, що аналізовані норми не є імперативними і обидві статті містять останній пункт, який дозволяє використання й інших законних форм передвиборної агітації.

Щодо детального аналізу конкретних форм передвиборної агітації, то, в першу чергу, вбачається вдалим виокремлення в законі про місцеві вибори поняття *проведення публічних заходів*, як родового поняття для зборів, зустрічей із виборцями тощо, що значно спрощує правове регулювання процедури їх проведення. Відсутність у законі про вибори народних депутатів окремої статті щодо проведення публічних заходів (окремі положення щодо надання приміщень мають місце в ст. 66) може ускладнити процедуру їх здійснення. Крім того, і в першому, в другому випадку мають місце прогалини щодо врегулювання проведення відкритих публічних заходів — мітингів, походів, демонстрацій, пікетів. Як відомо, це питання врегульовано в нас ще Указом Президії Верховної Ради СРСР “Про порядок організації і проведення зборів, мітингів, вуличних походів і демонстрацій в СРСР” від 28.07.1988 року¹⁶ і безумовно більшість його положень не відповідає сучасним реаліям, а у діючих виборчих законах публічні заходи розуміються лише як такі, що проводяться у приміщеннях. За межами правового регулювання залишається проведення відкритих публічних заходів. Якщо згадати досвід останньої президентської кампанії, то здебільшого у формі таких відкритих заходів вона і проводилась, проте, на жаль, цей досвід не був врахований і закони ці питання обминули.

Стосовно друкованих агітаційних матеріалів, перше, що звертає на себе увагу в процесі аналізу положень названих законів, це різна термінологія, яка вживається законодавцем. Так, закон про вибори народних депутатів, використовує назви — інформаційні плакати та матеріали передвиборної агітації, закон про місцеві вибори — друковані інформаційні матеріали (за текстом ст. 52 вони теж потім називаються інформаційними плакатами) та агітаційні матеріали. Ще один приклад — спеціальні місця для розміщення агітаційних матеріалів місцеві органи виконавчої влади та місцевого самоврядування обладнують під час передвиборної кампанії народних депутатів — за сто днів до дня виборів, у місцевих виборах — за 35 днів, що, безумовно, може створити ряд практичних проблем. Здавалось би, чи варті такі не суттєві невідповідності уваги. Але ці та інші приклади, яких, здійснюючи аналіз змісту законів, ще можна знайти безліч, наводять на цілком логічний висновок. Час від часу в нашій науці піднімалось питання про необхідність уніфікації виборчого законодавства, що можна зробити різними шляхами, в тому числі і шляхом прийняття Виборчого кодексу. Про цю ідею то згадують, то знову забувають, і як наслідок маємо закони, які застосовуються паралельно, а містять подекуди абсолютно різні положення, які створюють проблеми для і виборців, і кандидатів, і членів виборчих комісій. З огляду на існуючу практику одночасного проведення виборів народних депутатів та місцевих виборів, вбачається цілком логічним кодифікувати названі закони в єдиний, у якому передбачити особливості проведення одних та інших виборів, але поряд із цим уникнути більшості невідповідностей та суперечок, як, наприклад, складання та використання паралельно двох списків виборців.

¹⁶ Про порядок організації і проведення зборів, мітингів, вуличних походів і демонстрацій в СРСР: Указ Президії ВР СРСР від 28.07.1988 р.; Про відповідальність за порушення встановленого порядку організації і проведення зборів, мітингів, вуличних походів і демонстрацій: Указ Президії УРСР від 3.08.1988 р. // ВВР УРСР. — 1988. — № 33. — Ст. 808.



Це одна з причин, яка гальмує роботу по розробці та впровадженню Виборчого кодексу — ситуація, яка вже стала доброю традицією, до кожних чергових виборів приймати новий закон, враховуючи особливості політичної ситуації, що складається, розподіл політичних сил та переваг тощо. Доки у політичній еліті не вистачить волі піднятися над власними бажаннями та прагненнями і подумати про перспективу загального прогресивного розвитку країни, доти ми і не дочекаємось реальних кроків у бік уніфікації виборчого законодавства. Сьогодні наявність розгалуженої законодавчої виборчої бази ще можна виправдати, адже ми переживаємо складний процес переходу до пропорційної виборчої системи (ця проблема сама по собі заслуговує на окремий аналіз, що не є метою даної статті), і чергові вибори в більшості будуть експериментальними, але вже з врахуванням їх позитивних та негативних здобутків, виявлених проблем та прогалин, цілком логічним було б повернутись до необхідності приведення виборчого законодавства до якогось спільного знаменника.

Досліджуючи питання передвиборної агітації ми не можемо не торкнутись визначених законом обмежень на її проведення. Обмеження можна умовно поділити на дві групи: ті, що стосуються суб'єктного складу, і ті, що пов'язані з порушення форм та методів її проведення. Серед осіб, яким заборонено проводити передвиборну агітацію і закон про вибори народних депутатів (ст. 71), і закон про місцеві вибори (ст. 56) називає іноземців та осіб без громадянства, органи державної влади та місцевого самоврядування, їх посадових та службових осіб, членів виборчих комісій. Цей перелік доповнений у законі про місцеві вибори командирами військових частин та їх заступниками щодо агітації серед своїх підлеглих. Відповідне положення відсутнє в законі про вибори народних депутатів, що теж є прогалиною. Найбільш складне питання щодо дослідження обмежень — це питання відповідальності, яка настає у випадку порушення зазначених заборон, оскільки конкретні форми відповідальності визначені як виборчими, так і іншими законодавчими актами.

Закон про вибори народних депутатів фактично обмежується традиційною правовою відсилкою — “Особи, винні в порушенні законодавства про вибори депутатів, притягуються до кримінальної, адміністративної або іншої відповідальності в порядку, встановленому законом” (ст. 117). Закон про місцеві вибори щодо цього питання є більш вдалим, оскільки наводить перелік підстав такої відповідальності (ст. 88), серед яких — п. 6 частини 1 — якщо особа перешкоджає вести передвиборну агітацію чи порушує встановлені правила ведення передвиборної агітації. Аналіз виборчого, а також адміністративного та кримінального законодавства дає підстави зазначити, що норми, які передбачають відповідальність за порушення виборчого законодавства, потребують свого доопрацювання.

Так, Кодекс про адміністративні правопорушення України¹⁷ фактично містить лише одну статтю — ст. 186² яку можна застосувати до порушення засад передвиборної агітації — “Публічні заклики або агітація за бойкотування виборів Президента України або народного депутата, опублікування або поширення іншим способом неправдивих відомостей про кандидата в Президенти України або депутати, а так само агітація за або проти кандидата в день виборів — тягнуть за собою накладення штрафу від трьох до шести неоподаткованих мінімумів доходів громадян”. Виникає, зокрема, питання, чи може бути ця стаття застосована на місцевих виборах, оскільки, як видно зі змісту статті, мова йде про народних депутатів. Але якщо врахувати, що дана стаття не зазнавала змін із 1997 року, а раніше народними називались депутати всіх рівнів, можна дійти висновку, що вона може застосовуватись і на місцевих виборів, у протилежному випадку маємо прогалину у сфері адміністративної відповідальності, оскільки Кримінальний кодекс

¹⁷ Кодекс про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 р. з наступними змінами та доповненнями: Офіц. видання. — К., 2001.



України передбачає кримінальну відповідальність за порушення ведення передвиборної агітації як на виборах Президента, народних депутатів, так і на місцевих виборах (ст. 157 ККУ — Перешкоджання насильством, обманом, погрозами, підкупом або іншим чином вільному здійсненню громадянином права обирати і бути обраним Президентом України, народним депутатом України, депутатом Верховної Ради Автономної Республіки Крим, депутатом місцевої ради або сільським, селищним, міським головою, вести передвиборну агітацію — карається обмеженням волі на строк від трьох до п'яти років або позбавленням волі на строк від двох до чотирьох років. Частина 2 та 3 цієї статті передбачає обтяжуючі обставини).

Крім того, у випадку порушення засад ведення передвиборної агітації, згідно з виборчим законодавством до партій (блоків) може бути застосовано попередження — ч. 4 ст. 64 закону про вибори народних депутатів, до засобів масової інформації — зупинення дії ліцензії, припинення трансляції або тимчасова заборона (до закінчення виборчого процесу) випуску друкованого видання (ч. 10-11 ст. 71 закону про вибори народних депутатів). Разом із тим не врегульованим лишається багато питань, наприклад, хто і як буде нести відповідальність за розміщення агітаційних матеріалів на будинках і в інших не встановлених місцях; за “передчасну агітацію”, до моменту реєстрації; у випадку виготовлення друкованих агітаційних матеріалів, що не містять відомостей про установу, яка здійснила їх друк тощо та багато інших питань.

Це лише незначне коле проблем, які звертають на себе увагу при аналізі чинного законодавства щодо проведення передвиборної агітації. Але навіть такий поверхневий аналіз дозволяє зробити ряд важливих висновків щодо вдосконалення процесу реалізації стадії передвиборної агітації:

— вкрай необхідно виявляється уніфікація виборчого законодавства, доцільно піти шляхом не лише вдосконалення окремих законів, але й узгодження їх між собою, починаючи від найпростіших речей, наприклад, час початку голосування і продовжуючи стадією передвиборної агітації, адже вона повинна передбачати незначні відмінності в залежності від видів виборів, але в цілому ґрунтуватись на однакових підходах до форм, строків, обмежень щодо такої діяльності;

— визначення чітких форм відповідальності за порушення обмежень та заборон ведення передвиборної агітації, приведення у відповідність норм кримінально, адміністративного та виборчого законодавства. І, зокрема, шляхом внесення змін до Кодексу про адміністративні правопорушення в частині агітації на місцевих виборах;

— окреслення поняття “передчасна агітація”, в тому числі і її дозволених форм, оскільки важко, наприклад, вести збір підписів на підтримку кандидата на місцевих виборах, яка, безумовно, ведеться до моменту реєстрації, і при цьому не агітувати за того чи іншого кандидата;

— нормативне врегулювання процедури проведення мітингів, походів, демонстрацій, пікетів, в тому числі і як форм передвиборної агітації.

В сукупності ці заходи дозволять покращити стан нормативного регулювання проведення передвиборної агітації. Проте ця тема заслуговує на своє подальше опрацювання і окреслені питання можуть стати предметом наступних наукових пошуків.

Стаття рекомендована до друку кафедрою конституційного, адміністративного та фінансового права Хмельницького університету управління та права (протокол № 6 від 25 січня 2006 року)

