

- ¹² Про мінімальний споживчий бюджет: Закон України від 03.07.1991 р. № 1284-ХІІ // Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua> (Дата перегляду: 14.10.2011).
- ¹³ Про межу малозабезпеченості: Закон України від 04.10.1994 р. № 190/94-ВР // Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua> (Дата перегляду: 14.10.2011)
- ¹⁴ Про прожитковий мінімум: Закон України від 15.07.1999 р. № 966-ХІV // Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua> (Дата перегляду: 14.10.2011)
- ¹⁵ Проект Закону про Державний бюджет України на 2010 рік від 23.04.2010 р. № 6000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua> (Дата перегляду: 14.10.2011)
- ¹⁶ Скрипнюк О.В. Соціальна, правова держава в Україні: проблеми теорії і практики: монографія / О.В. Скрипнюк; [наук. ред. Ю.С. Шемшученко]. – К.: Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України: Ін-т міжнар. відносин Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка, 2000. – 600 с
- ¹⁷ Про збір на обов'язкове державне пенсійне страхування: Закон України від 26.06.1997 р. № 400/97-ВР; Про пенсійне забезпечення: Закон України від 05.11.1991 р. № 1788-ХІІ / І; Про пенсії за особливі заслуги перед Україною: Закон України від 01.06.2001 р. № 1767-ІІІ // Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua> (Дата перегляду: 14.10.2011)
- ¹⁸ Основи законодавства України про загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 14.01.1998 р. № 16/98-ВР // Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua> (Дата перегляду: 14.10.2011).
- ¹⁹ Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві і професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності: Закон України від 23.09.1999 р. № 1105-ХІV // Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua> (Дата перегляду: 14.10.2011).
- ²⁰ Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття: Закон України від 02.03.2000 р. № 1533-ІІІ; Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності і витратами, обумовленими народженням та похованням: Закон України від 18.01.2001 р. № 2240-ІІІ; Про розміри внесків на деякі види загальнообов'язкового державного соціального страхування: Закон України від 11.01.2001 р. № 2211-ІІІ // Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua> (Дата перегляду: 14.10.2011).
- ²¹ Про щорічні послання Президента України до Верховної Ради України: Указ Президента України від 09.04.1997 р. № 314/97 // Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua> (Дата перегляду: 14.10.2011).

УДК:324:342.843

© Микола Бучин (Львів)

ПРИНЦИП СВОБОДИ АГІТАЦІЇ: СУТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІД ЧАС ВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ

У статті автор розкриває суть принципу свободи агітації як атрибуту сучасного виборчого процесу. Значний акцент робиться на розгляді обмежень передвиборчої агітації. Також досліджуються особливості дотримання свободи агітації як важливої умови демократичності виборів.

Ключові слова: вибори, демократія, передвиборча агітація, принцип свободи агітації, демократичні принципи виборів.

Бучин Н.

Принцип свободы агитации: сущность и особенности реализации во время избирательных кампаний

В статье автор раскрывает сущность принципа свободы агитации как атрибута современного избирательного процесса. Значительный акцент делается на рассмотрении ограничений предвыборной агитации. Также исследуются особенности соблюдения свободы агитации как важного условия демократичности выборов.

Ключевые слова: выборы, демократия, предвыборная агитация, принцип свободы агитации, демократические принципы выборов.

Buchyn M.

The Principle of The Freedom of Agitation: Essence and Peculiarities of Realization During the Electoral Campaigns

The essence of the freedom of agitation as an integral element of modern election process is examined in the article. The main accent is done on the analysis of limitations of agitation. Also peculiarities of observance freedom of agitation as important condition of election are researched.

Key words: election, democracy, agitation, principle of freedom of agitation, democratic principles of election.

У наш час вибори є важливим інструментом реалізації принципу народного суверенітету, невід'ємним елементом та одночасно каталізатором демократії. Разом з тим для того, щоб носити демократичний характер, вибори повинні відбуватися на основі апробованих міжнародною виборчою практикою та встановлених міжнародним виборчим законодавством правових засад – демократичних принципів виборів.

У сучасних умовах виборчий процес зводиться, в першу чергу, до передвиборчої агітації. Остання повинна відбуватися з дотриманням принципу свободи агітації. Це зумовлює актуальність дослідження, оскільки вивчення суті та особливостей принципу свободи агітації дозволить зробити

виборчий процес більш демократичним, дасть змогу донести до виборців всебічну інформацію про суб'єктів виборчого процесу, сприятиме розвитку демократії загалом.

Проблемою передвиборної агітації займалися такі українські та зарубіжні науковці, як: С. Загайнов¹, С. Князев², А. Магера³ та ін. Разом з тим, розглядаючи окремі проблеми передвиборної агітації як одного з етапів виборчого процесу, вони не досліджували комплексно принцип свободи агітації.

Мета статті – проаналізувати суть та особливості принципу свободи агітації як одного з важливих демократичних принципів виборів.

Передвиборна агітація є апогеєм виборчого процесу, його центральним етапом. Саме під час передвиборної агітації громадяни мають можливість отримати всю повноту інформації про суб'єктів виборчого процесу та визначитися зі своїми електоральними симпатіями.

Від характеру та якості проведеної передвиборної агітації багато в чому залежить як кінцевий успіх суб'єкта виборчого процесу під час голосування, так часто і його майбутня доля як політика. Саме тому етап передвиборної агітації відзначається значним рівнем соціальної напруги, використанням суб'єктами виборчого процесу в ході боротьби за голоси виборців різноманітних технологій, значна частина з яких часто є “брудними”. Передвиборна агітація “...є одним з найбільш складних і конфліктогенних різновидів виборчих дій учасників виборчого процесу... законно вважається найбільш чутливим нервом всієї виборчої кампанії”⁴.

Під передвиборною агітацією, на нашу думку, треба розуміти діяльність, що має на меті спонукати виборців до участі чи неучасті у виборах, до голосування чи неголосування за певного суб'єкта виборчого процесу.

Існує два підходи до трактування поняття “передвиборна агітація”. У широкому розумінні передвиборна агітація включає стимулювання виборців діяти не тільки стосовно суб'єктів виборчого процесу, але й стосовно самої участі чи неучасті у виборах. У той же час при вузькому трактуванні передвиборної агітації стимулювання відбувається лише стосовно надання преференції самим кандидатам чи політичним партіям (блокам).

Противники широкого підходу наголошують на тому, що не можна визнавати передвиборною агітацією заклики брати чи не брати участь у виборах, оскільки це суперечить принципу вільних виборів. Крім того, при широкому трактуванні передвиборної агітації під дане поняття підпадає також цілеспрямована інформаційна кампанія з боку відповідних державних органів про участь у виборах як виконання свого активного виборчого права.

З другого боку, заклики, спрямовані на збільшення чи зменшення явки на виборах можуть бути інструментом передвиборної боротьби у руках певних політичних сил. Відсутність законодавчої регламентації таких дій дозволить збільшити можливості зловживань під час виборчого процесу. Тому ми все-таки надаємо перевагу широкому трактуванню передвиборної агітації. Ми погоджуємося з думкою С. Загайнова про те, що широкий підхід до трактування передвиборної агітації “...не тільки дозволить охопити змістом передвиборної агітації практично всі форми передвиборної активності, які здійснюють вплив на ставлення громадян до виборів, але й буде відповідати логіці правового регулювання і внутрішньої узгодженості окремих норм виборчого законодавства”⁵.

Для ефективного регулювання передвиборної агітації необхідно чітко розрізняти такі поняття, як “агітація” та “інформування виборців”. Під останнім розуміють офіційні повідомлення з боку ЗМІ чи виборчих комісій про хід перебігу виборчого процесу, які не супроводжуються закликами голосувати за чи проти певного суб'єкта виборчого процесу. Також важливо відмежовувати від передвиборної агітації офіційні повідомлення про діяльність кандидатів, які пов'язані з виконанням ними службових обов'язків. Без наявності чітких правових критеріїв, які розділяють інформаційні та агітаційні матеріали, влада має змогу здійснювати передвиборну агітацію, виправдовуючи це необхідністю об'єктивного інформування виборців. Це ставить провладних суб'єктів виборчого процесу у привілейоване становище у порівнянні з опонентами.

Для забезпечення демократичного характеру передвиборної агітації вона повинна здійснюватися з дотриманням такого демократичного принципу виборів, як принцип свободи агітації. Його суть полягає в тому, що передвиборна агітація може здійснюватися у будь-яких формах та будь-якими засобами, що не суперечать чинному законодавству. При цьому і громадяни, і суб'єкти виборчого процесу вільні у своїх діях щодо вибору конкретних форм та засобів здійснення агітації.

Під формами передвиборної агітації розуміють способи поширення інформації, які використовують суб'єкти виборчого процесу (телебачення, радіо, преса та ін.). Що ж стосується засобів передвиборної агітації, то вони трактуються як технічні чи інші можливості, завдяки яким

відбувається передвиборна агітація в рамках конкретної форми (відео-, фото-, аудіозаписи, листівки, буклети, афіші та ін.)⁶. Інколи законодавець дає вичерпний перелік форм агітації, що є, на нашу думку, недоцільним, оскільки обмежує можливості ведення передвиборної агітації суб'єктами виборчого процесу.

Принцип свободи агітації неможливий без реалізації свободи слова та свободи інформації. Громадяни повинні мати можливість вільно висловлювати свої погляди, які вони формують на основі всебічної подачі інформації з різних джерел. Також важливою є свобода пересування, зборів та об'єднань. Обмеження свободи слова допускається лише у випадках захисту суспільства чи окремих індивідів.

Активну участь у забезпеченні принципу свободи агітації відіграють органи влади. Вони повинні сприяти суб'єктам виборчого процесу в організації зустрічей із громадянами, мітингів, демонстрацій, а також – гарантувати безпеку при їх проведенні. Крім того, органи державної влади та органи місцевого самоврядування повинні облаштовувати місця, де різні суб'єкти виборчого процесу зможуть вивішувати свою агітаційну продукцію. Загалом завдання влади – створювати умови, які б максимально сприяли донесенню всебічної інформації про суб'єктів виборчого процесу до електорату.

Разом з тим принцип свободи агітації не робить останню абсолютною. Законодавство допускає створення певних рамок, які обмежують свободу агітації. Загалом ми вважаємо за доцільне поділити обмеження свободи агітації на 4 групи:

1. Обмеження за часом. Передвиборна агітація є обмежений часовими рамками етап виборчого процесу. Виборча практика знає різні варіанти початку передвиборної агітації:

- після офіційного опублікування рішення про дату голосування;
- після чітко встановленого законом терміну до дня голосування;
- після реєстрації суб'єкта виборчого процесу виборчою комісією.

На нашу думку, третій варіант початку передвиборної агітації є менш доцільним у порівнянні з двома іншими. Це можна пояснити тим, що залежність передвиборної агітації від дати реєстрації може ставити суб'єктів виборчого процесу у нерівні умови. Крім того, це може призвести до свідомого затягування із реєстрацією певних кандидатів виборчими комісіями.

Що стосується закінчення передвиборної агітації, то вона пов'язана, як правило, з передостаннім днем перед голосуванням. Це пояснюється необхідністю надати виборцям можливості зробити свідомо свій вибір, не піддаючись безпосередньо впливу агітації перед голосуванням.

Схожа заборона стосується також оприлюднення результатів соціологічних опитувань щодо підтримки громадянами суб'єктів виборчого процесу. Це пов'язано із значним впливом результатів таких опитувань на кінцевий характер волевиявлення громадян. Суть такого впливу полягає в тому, що більшість виборців психологічно почуває себе більш комфортно, віддаючи голос за очевидного лідера на протигагу аутсайдерам. Крім того, низький рейтинг суб'єкта виборчого процесу згідно з соціологічними опитуваннями вносить дискомфорт у його команду і, звичайно, негативно впливатиме на характер його передвиборної кампанії. Це робить соціологічні опитування потужною зброєю в руках певних суб'єктів виборчого процесу та сприяє проведенню таких опитувань на замовлення певних політичних сил у власних інтересах.

Також важливо, щоб обмеження безпосередньо перед днем голосування стосувалось не тільки соціологічних опитувань, але й прогнозувань результатів виборів. Разом з тим термін, з якого заборонено оприлюднення і прогнозів, і результатів соціологічних опитувань, не повинен бути не виправдано великим.

Одним словом, у рамках виборчого процесу поза межами офіційно встановленого періоду передвиборна агітація однозначно забороняється. Разом з тим часто суб'єкти виборчого процесу здійснюють агітацію ще до офіційного початку виборчого процесу. У цьому плані відомий російський науковець С. Князев зазначає: "Протиставити що-небудь подібній "передвиборній агітації" з позиції виборчого законодавства неможливо, оскільки воно не поширює свій вплив на політичні відносини, що передують виборам. Очевидно, що в цьому випадку ми маємо справу із самостійним видом політичної реклами, яка не є, з юридичної точки зору, електоральною агітацією..."⁷ [Князев].

2. Обмеження за суб'єктами. У першу чергу, виборча практика забороняє участь у передвиборній агітації працівникам органів державної влади та місцевого самоврядування. Винятком є держслужбовці, які самі є кандидатами на виборах. Також здійснювати передвиборну агітацію заборонено членам виборчих комісій, військовослужбовцям, працівникам ЗМІ. Часто дані обмеження

стосуються також іноземців та осіб без громадянства, працівників релігійних організацій та неповнолітніх осіб.

Разом з тим обмеження за суб'єктами щодо участі у передвиборній агітації можуть носити як абсолютний (заборона здійснення передвиборної агітації за будь-яких обставин), так і відносний (заборона участі у передвиборній агітації на час виконання професійних обов'язків) характер.

3. Обмеження за методами. Так, забороняється здійснення будь-яких форм агітації, які спрямовані проти держави чи суспільства. Зокрема, заборонена агітація із закликами ліквідації незалежності держави, зміни її конституційного ладу чи захоплення державної влади насильницьким незаконним шляхом. Також не допускається передвиборна агітація, що ставить за мету чи може призвести до загрози державній безпеці, пропагує війну чи насильство, посягає на права і свободи людини, сприяє розпалюванню расової, релігійної, міжетнічної ворожнечі і т.п.

Крім того, існує заборона здійснення передвиборної агітації, що супроводжується підкупом виборців. Мається на увазі заборона вручати виборцям гроші, подарунки чи інші матеріальні цінності, за винятком оплати за здійснення агітації. Також не допускається проведення пільгових розпродаж товарів чи їх безплатне поширення серед виборців. Це, звичайно, не стосується друкованої продукції та речей, що містять логотипи чи символіку даного суб'єкта виборчого процесу і не становлять значної матеріальної цінності. Заборона також стосується надання безплатно чи на пільгових умовах виборцям різноманітних послуг.

У період виборчих перегонів не допускається організація та проведення лотерей чи інших ігор, які пов'язані із ризиком, а виграш залежить від результатів виборів чи має будь-яке інше відношення до виборчого процесу.

Суттєвим моментом, на який необхідно звернути увагу, є заборона не тільки здійснювати підкуп безпосередньо під час агітації, але й обіцянки матеріальної винагороди виборцям у майбутньому відповідно до їхнього голосування та загальних результатів виборів.

Також забороняється анонімна агітація. Тому всі агітаційні матеріали повинні містити інформацію про організацію та осіб, які здійснюють підготовку та випуск продукції, а також дані про замовника. Для цього бажаною є норма, яка передбачає обов'язкове подання виборчій комісії примірників кожної агітаційної продукції. Більше того, доцільною, на наш погляд, видається вимога розповсюдження агітаційних матеріалів лише після письмової згоди відповідного суб'єкта виборчого процесу про їх поширення. Це дасть змогу виборчим комісіям краще контролювати дотримання правил передвиборної агітації.

Аналогічні вимоги ставляться і щодо оприлюднення соціологічних опитувань. Зокрема, обов'язковим є надання інформації про організацію, час проведення та вибірку респондентів. Також бажаним є зазначення точного формулювання запитань, статистичної оцінки можливої похибки, а також інформація про замовника відповідного соціологічного опитування.

4. Обмеження за місцем. Так, обмежується або взагалі забороняється передвиборна агітація на території військових частин (формувань), а також – в установах кримінально-виховної системи. Також часто забороняється розміщення друкованої агітаційної продукції на пам'ятках архітектури та в місцях, де вона заважатиме безпеці дорожнього руху.

Також заборонено здійснювати агітацію у приміщеннях органів державної влади та місцевого самоврядування. Що ж стосується розміщення агітаційної продукції на будівлях, які перебувають у приватній власності, то такі дії дозволяються, як правило, лише з дозволу їхніх власників.

5. Обмеження за фінансуванням. Тут варто зазначити, що законодавство більшості країн вимагає від суб'єкта виборчого процесу створення відповідного виборчого фонду і проведення будь-яких агітаційних дій, пов'язаних з грошовими витратами, виключно з виборчого фонду.

У цьому контексті виникає питання: як трактувати і регулювати дії виборців, які вирішили підтримати суб'єкта виборчого процесу за власним бажанням і проводять агітацію на його підтримку чи спрямовану проти його опонентів. І хоч заборона таких дій, які пов'язані з фінансовими витратами, певною мірою обмежує свободу дій громадян на виборах, однак вона є доцільною, оскільки дозволяє зменшити рівень зловживань під час проведення передвиборної агітації. Свою ж підтримку певного суб'єкта виборчого процесу виборець може зробити у формі фінансового внеску у його виборчий фонд, з якого буде здійснюватися передвиборна агітація.

Що ж стосується агітації виборця за чи проти певного суб'єкта виборчого процесу, яка не пов'язана з фінансовими витратами, то ми вважаємо за потрібне дозволити проводити таку агітацію без жодних обмежень, за умови її здійснення відповідно до чинного законодавства.

Певні, хоч і опосередкованого характеру, обмеження передвиборної агітації стосуються можливостей громадян формувати виборчі фонди суб'єктів виборчого процесу. Зокрема, не

допускаються добровільні пожертви у виборчі фонди від іноземців, осіб без громадянства та анонімних спонсорів. Також часто заборонено робити внески у виборчі фонди підприємствам чи особам, які мають борги перед державою. Крім того, законодавство, як правило, встановлює граничний розмір внеску від однієї сторони у виборчий фонд. Це пояснюється намаганням зменшити можливість негативного впливу певних осіб на суб'єктів виборчого процесу.

Дуже важливу роль у здійсненні передвиборної агітації відіграють ЗМІ, які є засобом проведення агітації та каналом зв'язку між кандидатами й електоратом. Тому для забезпечення реалізації принципу свободи агітації потрібно, в першу чергу, гарантувати вільну діяльність ЗМІ.

Перш за все, законодавець повинен забезпечити правовий захист як самих ЗМІ, так і журналістів від втручання та тиску з боку влади. Також важливо, щоб законодавство не допускало можливості існування цензури, під якою розуміють вимогу з боку влади до редакції ЗМІ попередньо узгоджувати зміст повідомлень та матеріалів чи, навпаки, заборону на вихід певного інформаційного продукту. Виняток становить ситуація, коли відповідна посадова особа є автором цього продукту. Крім того, в державі для уникнення цензури повинна існувати заборона на створення та фінансування будь-яких інституцій чи посад, які б здійснювали цензуру ЗМІ.

Разом з тим свобода ЗМІ не виключає можливості державного ліцензування мас-медіа, яке, однак, має бути обґрунтованим і не використовується як фактор тиску. Також обмеження масової інформації може здійснюватися для захисту суспільства чи окремих громадян, зменшення аморальної агітації.

З другого боку, принцип свободи агітації багато в чому залежить від того, наскільки ЗМІ бажають працювати на незаангажованій професійній основі під час виборчого процесу. Тому важливо, щоб існували чіткі санкції у законодавстві, зокрема за публікацію недостовірної інформації. Разом з тим виборча практика багатьох країн свідчить про те, що запровадження непомірних штрафів для ЗМІ за моральне відшкодування від поширення неправдивої інформації може стати дуже дієвим механізмом боротьби проти неугодних мас-медіа. Тому ми схильні до думки, що в такому випадку достатньо, щоб ЗМІ надавали суб'єктам виборчого процесу, про яких поширена інформація неправдивого змісту, можливість для рівноцінного її спростування.

Також важливо, щоб влада не використовувала тиск проти ЗМІ, які здійснюють критику на їхню адресу. «В демократичній системі дії та недоліки уряду повинні стати предметом пильної уваги з боку не тільки законодавчих та судових органів, але й з боку преси та громадськості. Більше того, домінуюче положення, яке займає уряд, робить необхідним, щоб він демонстрував стриманість, коли постає питання про кримінальне переслідування за критику, особливо, коли є інші засоби відповіді на необґрунтовані нападки його противників чи засобів масової інформації»⁸.

Для забезпечення дотримання принципу свободи агітації у ЗМІ агітаційна діяльність повинна здійснюватися за певними правилами. Так, ЗМІ не мають права переривати подачу агітаційних матеріалів, не повинні коментувати виступи чи інформацію суб'єктів виборчого процесу. Крім того, ЗМІ повинні надавати кандидатам і політичним партіям (блокам) місце чи ефір для здійснення передвиборної агітації.

На сучасному етапі, з розвитком інформаційних технологій, виникають нові засоби та форми проведення передвиборної агітації. Сюди, в першу чергу, відносять мобільний зв'язок, а також Інтернет. Що стосується мобільного зв'язку, то тут агітація може здійснюватися, в основному, з допомогою SMS.

При здійсненні агітації через мережу Інтернет виникають певні проблеми щодо ефективного регулювання агітаційної діяльності з дотриманням принципу свободи агітації. Це, в першу чергу, пов'язано з неоднозначністю віднесення мережі Інтернет до ЗМІ і, відповідно, можливості застосування до неї таких самих вимог, як і до традиційних ЗМІ.

Проблема пов'язана з тим, що структура Інтернету не є однорідною. Тут функціонують як сайти, які можна віднести до електронних ЗМІ, так і сайти, які носять розважальний характер чи є електронною формою спілкування між людьми. Крім того, на багатьох сайтах (у першу чергу пошукових) функціонують організатори новин – «...вторинна обробка потоку новин, що має першоосновою інші ресурси. Іншими словами, користувачу пропонуються останні новини із посиланням на різноманітні інформаційні агентства, інформаційні сайти і т.д.»⁹. Тому ми підтримуємо позицію російського науковця С. Загайнова про те, що сам по собі Інтернет не є ЗМІ, а швидше виступає формою поширення масової інформації¹⁰.

Крім того, певні проблеми проведення передвиборної агітації через Інтернет виникають і через специфіку останнього. Зокрема, спірним є питання про трактування агітації як такої у випадку її

розміщення на особистому сайті суб'єктів виборчого процесу. Також проблемним є момент доступу до агітаційних матеріалів у період, коли передвиборна агітація є забороненою.

Важко також при використанні мережі Інтернет для передвиборної агітації дотримуватися вимог про зазначення всіх необхідних вихідних даних, які ставлять до звичайної агітаційної продукції. Схожа проблема виникає і щодо можливості надання зразків агітаційних матеріалів виборчим комісіям для ознайомлення. Цей процес у випадку використання Інтернету часто стає або занадто дорогим, або взагалі нереальним. “Діяльність комісій із вивчення та оцінки екземплярів агітаційних матеріалів, призначених для розміщення в Інтернеті, вимагають надання виборчим комісіям відповідної апаратури найвищого технічного рівня, а також її постійного оновлення”¹¹.

Нарешті, проблемним моментом здійснення передвиборної агітації через Інтернет є використання спаму – масової розсилки передвиборної агітаційної продукції електронною поштою без згоди користувача на отримання. Більше того, спам може використовуватися для ведення передвиборної агітації не лише через мережу Інтернет, але й через мобільний зв'язок (шляхом надсилання SMS).

Тому вищезгадані проблеми вимагають нетрадиційного підходу до законодавчого регулювання передвиборної агітації через Інтернет, мобільний зв'язок та інші сучасні нетрадиційні засоби, а також забезпечення відповідальності за порушення виборчого законодавства при здійсненні агітаційних дій. Лише з урахуванням цього в сучасних умовах можна говорити про повноцінне дотримання принципу свободи агітації.

Підсумовуючи, варто сказати, що принцип свободи агітації відіграє вкрай важливу роль для забезпечення демократичного характеру виборів. Лише в разі його дотримання суб'єкти виборчого процесу зможуть проводити передвиборну агітацію в більш-менш рівних умовах, а громадяни зможуть сформулювати на основі об'єктивної всебічної інформації свої уподобання та здійснити волевиявлення.

¹ Загайнов С.В. Избирательный процесс в современной России: конституционно-правовой аспект: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.02 / Загайнов Сергей Владимирович. – Майкоп, 2006. – 195 с.

² Князев С. Курс лекций по избирательному праву и избирательному процессу Российской Федерации / С. Князев. – Режим доступа: http://www.jursites.ru/kurs_lekcii_knyaze.html

³ Магера А.Й. Правове та організаційне забезпечення проведення передвиборної агітації під час виборів Президента України 2004 року: практичні проблеми, шляхи їх вирішення / А.Й. Магера // Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції “Вибори Президента України 2004: проблеми теорії та практики”. – К.: Атіка, 2005. – С. 483-490.

⁴ Предвыборная агитация: теория и практика / Отв. ред. Н.С. Бондарь. – М.: ОАО “Издательский дом” “Городец”; “Формула права”, 2004. – С. 11.

⁵ Загайнов С.В. Избирательный процесс в современной России: конституционно-правовой аспект: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.02 / Загайнов Сергей Владимирович. – Майкоп, 2006. – С. 121.

⁶ Коментар Закону України “Про вибори народних депутатів України” / За ред. М.І. Ставнійчук, М.І. Мельника. – К.: Атіка, 2002. – С. 196-197.

⁷ Князев С. Курс лекций по избирательному праву и избирательному процессу Российской Федерации / С. Князев. – Режим доступа: http://www.jursites.ru/kurs_lekcii_knyaze.html

⁸ Європейські стандарти в галузі свободи слова / Міністерство юстиції України. – К.: Ін Юре, 2002. – С. 16.

⁹ Предвыборная агитация: теория и практика / Отв. ред. Н.С. Бондарь. – М.: ОАО “Издательский дом” “Городец”; “Формула права”, 2004. – С. 75.

¹⁰ Загайнов С.В. Избирательный процесс в современной России: конституционно-правовой аспект: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.02 / Загайнов Сергей Владимирович. – Майкоп, 2006. – С. 128.

¹¹ Предвыборная агитация: теория и практика / Отв. ред. Н.С. Бондарь. – М.: ОАО “Издательский дом” “Городец”; “Формула права”, 2004. – С. 82.

УДК:329:332.14(477.85)

© Віталій Чебаник (Чернівці)

ПРЕДСТАВНИЦТВО РЕГІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ МІСЦЕВИМИ ОСЕРЕДКАМИ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ (НА ПРИКЛАДІ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ)

У статті зроблено спробу проаналізувати діапазон впливу обласних осередків політичних партій Чернівецької області на регіональну політику та порівняти результативність їх участі у передвиборчому процесі упродовж першого десятиліття ХХІ століття.

Ключові слова: політичні партії, регіональна політика, виборчі процеси, місцеві партосередки, електорат.

Чебаник В.

**Представление региональных интересов местными ячейками политических партий
(на примере Черновицкой области)**