УДК 327

Ю. І. Дищук
В. О. Корнієнко

ПЕРЕДВИБОРНА АГІТАЦІЯ В УКРАЇНІ ТА В КРАЇНАХ ЄВРОПИ

Вінницький національний технічний університет

Анотація
Проаналізовано проведення та обмеження передвиборних агітацій в Україні та країнах Європи. Після дослідження було вияснено, що розміщення політичної реклами необхідно обмежити.
Ключові слова: передвиборна агітація, міжвиборчий період, вибори.

Abstract
It was analysed the realization and the limitation of agitation sedition in Ukraine and Europe. After carrying out research it was clarified that distribution of political advertisements must be limited.
Keywords: agitation sedition, inter-election period, elections.

Вступ

В Україні вибори на посаду президента та народних депутатів проводяться раз в 5 років. Народу України необхідно приймати важливе рішення щодо . Для того, щоб ознайомити людей з планами і цілями кандидати проводять передвиборну агітацію. В міжвиборчий період в Україні з'являться безліч банерів з лозунгами кандидатів, на радіо і телебаченні одна за одною лунають реклами. Постає питання чи необхідно настільки приділяти цьому увагу. Для порівняння розглянемо як передвиборну агітацію проводять в Європі.

Основна частина

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[1].

Українським законодавством передвиборна агітація врегульована достатньо детально: їй присвячений розділ VIII Закону України „Про вибори народних депутатів України" в редакції від 7 липня 2005 р., ст. 66 якого, зокрема, визначає, що „передвиборна агітація – це здійснення будь-якої діяльності з метою спонукання виборців голосувати за або проти певного суб'єкта виборчого процесу". Факт нормативної дефініції цієї категорії, звичайно, є позитивним явищем, хоча і знайшов свого вираження досить пізно, оскільки був внесений лише 17 листопада 2005 р. Законом 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 в депутати, партій (блоків) – суб'єктів виборчого процесу".

Насторогу викликає частина правової норми, де йдеться про „здійснення будь-якої діяльності". З одного боку, у ч. 2 ст. 66 Закону форми такої діяльності детально перераховуються, з іншого – зазначається, що така діяльність може здійснюватися і в інших форма, що не суперечать Конституції України і законам України. Така невизначеність з видами діяльності може призвести до порушень основоположних конституційних принципів рівності, гласності, неупередженості з боку держави тощо. Тому більш вдалим вважаємо визначення „здійснення певних видів діяльності" в разі законодавчого перелічення їх форм або, в разі відсутності їх нормативного переліку, – „здійснення будь-якої діяльності, що не суперечить Конституції України і законам України"[2].

Граничні розміри виборчих фондів партій та кандидатів на виборах встановлено лише Законом «Про вибори народних депутатів України» (90 000 мінімальних заробітних плат для партій та 4000 мінімальних заробітних плат для кандидатів в одномандатних виборчих округах).

В країнах Європи відсутній єдиний підхід щодо механізмів обмеження витрат на виборчі компанії. В багатьох з них (Австрія, Данія, Естонія, Люксембург, Мальта, Нідерланди, Німеччина, Норвегія, Сербія, Фінляндія, Чехія, Швейцарія, Швеція) законодавство не встановлює розміру виборчих фондів чи граничного обсягу видатків на передвиборну агітацію. Натомість в інших країнах такі обмеження впроваджено(Албанія, Бельгія, Болгарія, Боснія і Герцеговина, Греція, Ірландія, Ісландія, Іспанія, Італія, Кіпр, Латвія, Литва, Македонія, Молдова, Польща, Португалія, Румунія, Словаччина, Словенія, Угорщина, Франція, Хорватія, Чорногорія).

У багатьох країнах обмеження видатків на передвиборну агітацію здійснюється шляхом встановлення обмежень на розміщення політичної реклами під час виборчого процесу на каналах суспільного або приватного мовлення. Наприклад, розміщення платної політичної реклами на каналах суспільного мовлення заборонено в Австрії, Бельгії, Великобританії, Греції, Данії, Естонії, Ірландії, Іспанії, Італії, Мальті, Нідерландах, Німеччині, Норвегії, Португалії, Румунії, Фінляндії, Франції, Чехії, Швеції, Швейцарії. Законодавством деяких країн заборонено розміщувати політичну рекламу і на каналах приватного телебачення (Бельгія, Великобританія, Данія, Ірландія, Іспанія, Мальта, Норвегія, Німеччина, Португалія, Румунія, Франція, Чехія, Швеція, Швейцарія). В Боснії і Хорватії застосовується протилежний підхід – трансляція політичної реклами дозволяється лише під час перебігу виборчого процесу, в той час як у міжвиборчий період платна політична реклама транслюватися не може. В Естонії законодавець обрав інший підхід – під час перебігу виборчого процесу трансляція платної політичної реклами на каналах комерційного мовлення дозволяється, однак видатки партій та кандидатів на виборах обмежує заборона розміщення зовнішньої політичної реклами[3].

Висновки

В основну частину задекларованих партіями та кандидатами витрат виборчих фондів складають видатки на виготовлення і розміщення політичної реклами, особливо на радіо та телебаченні. Відсутність обмежень витрат на передвиборну агітацію стимулює партії та кандидатів до постійного нарощування агітаційних витрат і поглиблює залежність партій та кандидатів від великих спонсорів. Отже, необхідно як в країнах Європи, розміщення політичної реклами варто частково заборонити або заборонити на телебаченні та радіо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Про вибори Президента України: закон України від 05.03.1999. № 474-XIV // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 14. – Ст. 81.
2. Адашис Л.І. Тлумачення передвиборної агітації та форми її здійснення політичними партіями на виборах народних депутатів України / Л. І. Адашис // Право і суспільство. – 2011. – № 6.
3. Концепція змін до чинного законодавства щодо приведення регулювання фінансування партій і виборчих кампаній у відповідність до міжнародних стандартів // Ковриженко Д., Волошина А., Чебаненко О., - Кіровоград, 2014, с. 12-13.

Дищук Юліанна Ігорівна – студентка групи 1КІ-16б, факультет інформаційних технологій та комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: duschykyy@gmail.com.

Корнієнко Валерій Олександрович — д-р політичних наук, професор, завідувач кафедри соціальнополітичних наук, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: valkorney1958@gmail.com.

Dyshchuk Yulianna - student group 1CE-16b, Faculty of information technologies and computer engineering, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: duschykyy@gmail.com.

Valery Kornienko — Dr. of Political Sciences, Professor, Head of the Department of Social and Political Sciences, Vinnytsia National Technical University, Vinnitsa, e-mail: valkorney1958@gmail.com.