

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ
УКРАЇНИ імені ЯРОСЛАВА МУДРОГО»**

Шеверєва Віталіна Євгенівна

УДК 342.849.2 (477)

**ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРНОЇ
АГІТАЦІЇ В УКРАЇНІ**

Спеціальність 12.00.02 – конституційне право; муніципальне право

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата юридичних наук

Харків – 2011

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі державного будівництва Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого», Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України.

Науковий керівник: кандидат юридичних наук, доцент **Серьогіна Світлана Григорівна**, Національний університет «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого», завідувача кафедрою державного будівництва.

Офіційні опоненти:

доктор юридичних наук, доцент **Барабаш Юрій Григорович**, Національний університет «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого», проректор з навчальної роботи;

кандидат юридичних наук, доцент **Щебетун Ірина Степанівна**, Донецький національний університет, доцент кафедри конституційного та міжнародного права.

Захист відбудеться «18» січня 2012 р. о 10 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.086.04 у Національному університеті «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого» за адресою: (61024, м. Харків, вул. Пушкінська, 77).

З дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого» за адресою: (61024, м. Харків, вул. Пушкінська, 70).

Автореферат розісланий 15 грудня 2011 року.

**Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради**

В. П. Колісник

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дисертаційного дослідження. Становлення демократичних інститутів в Україні на сучасному етапі політико-правового розвитку супроводжується стрімкою еволюцією виборчого законодавства, вдосконаленням інформаційних відносин, застосуванням новітніх технологій і електоральних процедур. Визначальний вплив на динаміку електоральних уподобань здійснює передвиборна агітація, яка займає центральне місце у структурі виборчого процесу. Інститут передвиборної агітації в демократично орієнтованих країнах виступає чинником формування певної політичної поведінкової установки у свідомості виборців, служить формуванню електоральних симпатій чи антипатій. Ступінь свободи передвиборної агітації значною мірою визначає рівень демократизму всього інституту виборів і практики його реалізації.

Соціальне і функціональне призначення передвиборної агітації за умов достатньої розвиненості політичної і правової культури може бути реалізоване тільки шляхом додержання основних засад та правил її організації. Досвід проведення виборів в Україні свідчить про те, що правова регламентація процесу передвиборної агітації тривалий час відбувається в умовах перманентної модернізації виборчого права, нестабільності виборчої системи, застосування інформаційних війн, адміністративного ресурсу, апробації різних політичних і піар-технологій, неефективності юридичної відповідальності. Виборче законодавство має суттєві недоліки і прогалини, особливо щодо регулювання інституту передвиборної агітації.

Ситуація ускладнюється тим, що Українська держава і суспільство ще не мають нормальних захисних механізмів політико-правової реалізації виборчого процесу, а застосування різного роду сумнівних і незаконних виборчих технологій щодо маніпулювання суспільною свідомістю може піддавати сумніву легітимність виборів, знижує рівень довіри до влади, знижує активність громадян у здійсненні народовладдя. Формування сучасної правової технології здійснення виборчих процедур вимагає на сьогодні новітніх наукових знань, розроблення нової доктрини виборчого права, модернізації теоретичної концепції розвитку стадій виборчого процесу, особливо найважливішої із них – передвиборної агітації, за якої б із позицій методологічного плюралізму та з урахуванням вітчизняних надбань конституційно-правової думки і світового досвіду була б вирішена проблема вдосконалення виборчого законодавства.

Теоретичну основу дослідження становлять роботи таких українських державознавців із виборчого права та процесу, як Ю. Г. Барабаш, О. В. Марцеляк, В. Ф. Погорілко, С. Г. Серьогіна, М. І. Ставнійчук, Т. В. Стешенко, Ю. М. Тодика, В. Д. Яворський та ін. Серед робіт російсь-

ських дослідників із цих питань автор спиралася на праці Ю. А. Дмитрієва, О. В. Іванченка, В. В. Ігнатенка, С. Д. Князева, В. І. Лисенка, М. С. Матейковича, О. Є. Постнікова, М. В. Сербіна, О. П. Сунцова, С. О. Янжинова та ін.

Проблемам передвиборної агітації присвятили свої праці такі українські та російські автори, як Л. Т. Аглеєва, З. Ш. Башаєв, Ю. С. Білоус, С. В. Большаков, О. Ю. Большакова, С. В. Кальченко, С. В. Кошемаріна, А. Й Магера, А. О. Малюков, В. Д. Мостовщиков, В. М. Фальков, М. В. Хачатуров, П. С. Чудов та ін.

Незважаючи на значну кількість та гостроту проблем, питання передвиборної агітації залишається найменш дослідженим у вітчизняному державознавстві. У радянський період цьому питанню вчені майже не приділяли уваги, адже тоді передвиборна агітація не мала відокремлення від політичної агітації і розглядалась як складова ідеологічної партійної роботи. За більш ніж 70 років радянської доби фактично не було проведено жодного поглибленого юридичного дослідження з означеної тематики. Із проголошенням незалежності окремі аспекти проведення передвиборної боротьби почали привертати увагу вітчизняних дослідників, але комплексного дослідження цього феномену до цього часу проведено не було.

Таким чином, сучасний рівень наукового опрацювання проблем конституційно-правового регулювання передвиборної агітації є недостатнім і не відповідає потребам вітчизняного державно-правового будівництва. На сьогодні в Україні з цих питань відсутні спеціальні дисертаційні і монографічні дослідження, що негативно позначається на юридичній теорії й практиці. Означені фактори обумовлюють актуальність обраної теми дослідження, її теоретичне і практичне значення.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження виконане на кафедрі державного будівництва Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого» в межах комплексної програми наукової діяльності № 0186.0.0.070865 за напрямом «Права людини та проблеми організації і функціонування органів державної влади і місцевого самоврядування в умовах становлення громадянського суспільства». Тема дисертації затверджена вченою радою Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого, протокол № 5 від 22.12.2006 р.

Мета і завдання дослідження. *Метою дисертаційної роботи* є наукова розробка цілісної концепції теоретичних і конституційно-правових засад передвиборної агітації в Україні, а також дослідження основних проблем її правового регулювання та реалізації.

Для досягнення означеної мети в дисертації поставлено такі завдання:

- визначити сутність і змістовні характеристики передвиборної агітації як категорії науки конституційного права та політико-правового феномену;
- розкрити правовий досвід регулювання передвиборної агітації в Україні та зарубіжних країнах;
- з'ясувати основні етапи еволюції правового регулювання передвиборної агітації в Україні;
- розкрити та систематизувати обмеження щодо здійснення передвиборної агітації;
- з'ясувати видове розмаїття форм і методів проведення передвиборної агітації;
- розкрити характер і ступінь забезпечення вільного здійснення передвиборної агітації;
- розглянути проблеми правового регулювання передвиборної агітації, встановити причини і умови їх існування;
- розробити пропозиції щодо удосконалення законодавчого визначення передвиборної агітації, чіткого відмежування її від інших видів діяльності;
- розробити науково обгрунтовані рекомендації із вдосконалення вітчизняного законодавства щодо проведення передвиборної агітації.

Об'єктом дисертаційного дослідження є суспільні відносини, пов'язані з правовим регулюванням та реалізацією передвиборної агітації в Україні.

Предметом дисертаційного дослідження є сутність і зміст передвиборної агітації, а також її правове регулювання в Україні.

Методи дослідження. Методологічною основою дисертаційного дослідження є загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання. Зокрема, використовувався діалектичний підхід, що передбачає з'ясування сутності та змісту передвиборної агітації як явища реальної дійсності в її динаміці, постійному розвитку та взаємозв'язку з іншими політико-правовими явищами. Системно-структурний метод дозволив визначити роль і місце передвиборної агітації у виборчому процесі, з'ясувати її сутнісні ознаки як різновиду соціальної діяльності, виокремити форми та засоби її проведення, обмеження щодо проведення й здійснити їх класифікацію. Історико-правовий метод використовувався для дослідження минулого досвіду правового регулювання передвиборної агітації в Україні. Порівняльно-правовий метод застосовувався для того, щоб дослідити зміст та юридичне оформлення проведення передвиборної агітації в зарубіжних країнах. Формально-юридичний метод обумовив послідовний аналіз правового змісту передвиборної агітації, форм та засобів її здійснення, особливостей нормативно-правового забезпечення проведення передвиборної агітації по виборах до органів

державної влади та органів місцевого самоврядування. Статистичний та конкретно-соціологічний методи використовувалися для розкриття кількісних і якісних характеристик певних явищ, що існують при проведенні передвиборної агітації. Логіко-семантичний метод надав можливість сформулювати рекомендації для внесення змін і доповнень до тексту окремих норм вітчизняного законодавства. Прогностичний метод сприяв окресленню перспектив розвитку правового забезпечення передвиборної агітації в майбутньому. У роботі над усіма підрозділами дисертації широко використовувалися такі логічні прийоми, як аналіз та синтез, визначення й класифікація.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає в тому, що в ньому вперше у вітчизняній юридичній науці здійснено комплексний аналіз правового регулювання та перспектив розвитку інституту передвиборної агітації в Україні. Автор на фундаментальному рівні розкрив правову природу передвиборної агітації як стадії виборчого процесу, інституту виборчого права, правомочності суб'єктивного виборчого права, різновиду соціальної діяльності та складової частини політичної агітації, що дало можливість переосмислити деякі теоретичні положення науки конституційного права, викласти в авторському розумінні вирішення комплексу проблем правового регулювання передвиборної агітації в Україні. Результати проведеного дослідження знайшли своє відображення у таких нових положеннях, що виносяться на захист:

Уперше:

- обґрунтовано положення про те, що поняття «передвиборна агітація» є комплексною багатоелементною науковою категорією, яка може розглядатися як юридичний (конституційно-правовий) феномен в об'єктивному, суб'єктивному і процесуальному (технологічному) сенсі, а також як соціально-філософська та політологічна категорія;

- доведено, що об'єктивний аспект зумовлює визначення передвиборної агітації як інституту виборчого права, тобто системи матеріальних і процесуальних правових норм, які регулюють суспільні відносини, що виникають між суб'єктами виборчого процесу в результаті здійснення ними інформаційної діяльності, спрямованої на те, аби спонукати виборців до голосування чи неголосування за тих чи інших кандидатів (списки кандидатів);

- встановлено, що у суб'єктивному сенсі передвиборна агітація є однією із правомочностей суб'єктивного виборчого права, яка полягає у можливості виборців, кандидатів на виборні посади, виборчих об'єднань брати участь у вільному обміні передвиборною політичною інформацією в установлених законом формах і законними методами з метою формування певної електоральної поведінки громадян;

- наведені аргументи про те, що процесуальний аспект перед-

виборної агітації являє собою складову технологічної інфраструктури виборів, самостійну, відокремлену у часі стадію виборчого процесу, що охоплює собою набір виборчих дій і процедур, які здійснюються уповноваженими суб'єктами з метою спонукання виборців до голосування чи неголосування за тих чи інших кандидатів (списки кандидатів);

- обґрунтовано, що у соціально-філософському плані передвиборна агітація – це різновид свідомої, публічної, цілеспрямованої, соціальної діяльності, що здійснюється протягом законодавчо встановленого періоду, впливає на якісний стан політичної системи суспільства і сама зазнає впливу цієї системи, спрямована на формування певної політичної поведінкової установки у свідомості виборців, задоволення приватних і публічних інтересів;

- аргументовано, що у рамках політологічного підходу передвиборна агітація є складовою частиною політичної агітації, засобом політичного впливу, інструментом у боротьбі політичних партій та окремих кандидатів за політичний авторитет, владу, із застосуванням агітаційних, комунікаційних, медійних ресурсів із метою привернути увагу виборців до себе, до своїх передвиборних програм та спонукати їх до поведінки, бажаної для певного учасника передвиборних перегонів;

- запропоновані критерії розмежування передвиборної агітації й інформування виборців: а) період здійснення; б) суб'єкти здійснення; в) зміст і спрямованість діяльності суб'єктів передвиборної агітації й інформування виборців; г) суб'єкти впливу; д) джерела оплати. Це дозволило сформулювати пропозиції щодо вдосконалення понятійного апарату виборчого права, запропонувати авторське визначення передвиборної агітації й інформування виборців як категорій виборчого законодавства;

- з'ясовано структуру передвиборної агітації як юридичної конструкції; встановлено, що її елементами є цілі, строки проведення, суб'єкти, об'єкт, форми і засоби, ресурсний потенціал суб'єктів;

- розроблені пропозиції щодо уніфікації правового регулювання форм передвиборної агітації в Україні, зокрема, щодо закріплення єдиного переліку форм передвиборної агітації з різних видів виборів; обґрунтована необхідність законодавчого розмежування форм і засобів передвиборної агітації;

- визначені й проаналізовані проблеми використання сучасних комунікативних технологій у процесі передвиборної агітації, запропоновані заходи щодо включення відносин у цій сфері в орбіту правового регулювання;

- обґрунтовано, що для забезпечення законності при проведенні передвиборної агітації потрібний комплексний підхід, заснований на вдосконаленні виборчого законодавства, посиленні відповідальності за його порушення в частині передвиборної агітації, активізації роботи пра-

воохоронних органів, вдосконаленні судової практики, підвищенні рівня правової культури та роз'яснювальної роботи;

удосконалено:

- періодизацію розвитку передвиборної агітації як самостійного правового інституту на вітчизняних теренах; виокремлено три періоди такого розвитку: 1) 1905–1917 рр. – дореволюційний; 2) 1917–1991 рр. – радянський; 3) з 1991 р. і дотепер – період незалежності України; у межах радянського періоду визначено чотири етапи: 1) 1917–1936 рр.; 2) 1937–1977 рр.; 3) 1977–1987 рр.; 4) 1988–1990 рр.;

- наукові підходи до класифікації обмежень проведення передвиборної агітації, встановлені вітчизняним і зарубіжним законодавством про вибори; в якості критеріїв такої класифікації використано суб'єктний склад, місце проведення, зміст, спосіб та час проведення агітації;

- вчення про детермінованість правової природи передвиборної агітації; обґрунтовано, що вона зумовлюється низкою факторів, зокрема політичним режимом та об'єктивними потребами конкретного етапу розвитку відповідної держави, а також юридичним режимом, встановленим Конституцією і законодавством для реалізації основних прав і свобод (свободи слова, виборчого права, права на інформацію, права на збори, мітинги, демонстрації та інші масові заходи тощо);

дістали подальшого розвитку:

- вчення про форми і методи передвиборної агітації. Запропоновано визначення форм передвиборної агітації, під якими автор розуміє зовнішні прояви виборчих дій і процедур, що здійснюються уповноваженими суб'єктами з метою спонукання виборців до голосування чи неголосування за тих чи інших кандидатів (списки кандидатів). Методи (засоби) передвиборної агітації – прийоми і способи досягнення агітаційного результату в межах виборчого процесу;

- напрями оптимізації інституту передвиборної агітації в законодавстві України щодо посилення гарантій забезпечення дотримання прав і свобод суб'єктів виборчого процесу, рівності кандидатів і політичних партій у проведенні агітаційних заходів, удосконалення правового закріплення вільної діяльності ЗМІ, новітніх засобів комунікації і нових виборчих технологій, боротьби з негативними виборчими технологіями, використанням адміністративного ресурсу, підкупом виборців;

- положення про необхідність уніфікації законодавчого регулювання передвиборної агітації за різними видами виборів та прийняття Виборчого кодексу України;

- положення про необхідність прийняття Закону про масові акції; сформульовано тезу про необхідність узгодження його змісту з положеннями виборчого законодавства щодо масових акцій як форм передвиборної агітації.

Практичне значення одержаних результатів. Основні положення та висновки дисертаційного дослідження можуть бути використані: у науково-дослідній сфері – у процесі подальших наукових досліджень проблемних питань проведення передвиборної агітації та її правового забезпечення; у правотворчій сфері – при вдосконаленні чинного законодавства щодо передвиборної агітації; у навчальному процесі – при підготовці підручників і навчальних посібників з курсів «Конституційне право України», «Державне будівництво та місцеве самоврядування в Україні», «Муніципальне право України», при викладанні відповідних курсів у навчальних закладах правового спрямування, у науково-дослідній роботі студентів; у правовиховній роботі – можуть служити підвищенню рівня правової культури посадових осіб органів державної влади та місцевого самоврядування, народних депутатів і депутатів місцевих рад, державних і муніципальних службовців.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дисертації доповідалися й обговорювалися на засіданнях кафедри державного будівництва Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого», на наукових та науково-практичних конференціях: 1) I Міжнародній науково-практичній конференції «Права людини в умовах сучасного державотворення: теоретичні і практичні аспекти» (8–9 грудня 2006 р., м. Суми); 2) всеукраїнській науково-практичній конференції «Юридична наука очима молодих вчених» (16–17 травня 2008 р., м. Харків); 3) всеукраїнській науковій конференції молодих учених «Осінні юридичні читання» (12–13 листопада 2008 р., м. Харків); 4) міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми реформування місцевого самоврядування України в контексті європейської інтеграції» (28 жовтня 2009 р., м. Харків); 5) всеукраїнській науково-практичній конференції молодих учених і здобувачів «Сучасні проблеми юридичної науки і практики» (жовтень 2007 р., м. Харків); 6) міжнародній науково-практичній конференції молодих учених, аспірантів і студентів, присвяченій пам'яті академіка права Ю. М. Тодики «Другі конституційні читання» (29–30 травня 2009 р., м. Харків); 7) міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми державного будівництва та місцевого самоврядування на сучасному етапі» (22 травня 2009 р., м. Харків); 8) всеукраїнській науково-практичній конференції молодих учених «Осінні юридичні читання» (12–13 листопада 2008 р., м. Харків); 9) III Міжнародній науково-практичній конференції «Права людини в умовах сучасного державотворення: теоретичні і практичні аспекти» (12 грудня 2008 р., м. Суми).

Публікації. Сформульовані у дисертаційному дослідженні основні положення та висновки знайшли відображення у 17-ти наукових публікаціях, зокрема, у 5-ти статтях, опублікованих у фахових наукових виданнях, 2-х наукових статтях – у нефархових наукових виданнях та 10 тезах доповідей на наукових і науково-практичних конференціях.

Структура дисертації. Дисертація складається зі вступу, двох розділів, що містять 8 підрозділів, висновків, додатку та списку використаних джерел. Повний обсяг роботи становить 254 сторінки, із них основного змісту – 197 сторінок. Список використаних джерел включає 328 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **Вступі** обґрунтовується актуальність теми дисертації, визначаються її зв'язок з науковими планами та програмами, мета і завдання, об'єкт і предмет, методи дослідження, наукова новизна та практичне значення одержаних результатів, їх апробація, наведені дані щодо публікацій, структури й обсягу дисертації.

Розділ 1 «Історико-теоретичні аспекти проведення передвиборної агітації» складається з 4-х підрозділів, присвячених дослідженню природи передвиборної агітації, визначенню її сутнісних характеристик, розкриттю еволюції інституту передвиборної агітації в Україні, правовому регулюванню передвиборної агітації у зарубіжних країнах, розгляду обмежень її проведення.

У **підрозділі 1.1. «Поняття і зміст передвиборної агітації: теоретико-правовий аспект»** розкривається поняття і зміст передвиборної агітації як комплексної багатоелементної наукової категорії, представленій сукупністю цілісних, логічно оформлених, відносно самостійних, але разом з тим взаємопов'язаних і взаємообумовлених характеристик цього явища як конституційно-правового, соціально-філософського, політологічного феномену, що має властивості універсальності, нормативності, соціальної значущості, цілеспрямованості.

На основі дослідження категорії передвиборної агітації автор зазначає, що поза увагою нормативістського підходу залишається величезний пласт наукових розробок. На сьогодні якісний стан вітчизняної юридичної науки зумовлює необхідність розширеного тлумачення поняття передвиборної агітації, доповнюючи цю конструкцію не лише юридичною складовою, а й філософською, політологічною, соціологічною та ін.

Зазначені підходи до розуміння передвиборної агітації не мають бути взаємовиключними, адже вони лише підкреслюють різні аспекти цього комплексного явища, фіксують увагу на різноманітних проявах його сутності, а в сукупності дають розгорнуте уявлення про передвиборну агітацію як складний і об'ємний інститут.

За допомогою комплексу підходів до аналізу організаційної структури передвиборної агітації виділені її базові елементи: строки проведення передвиборної агітації; її цілі; суб'єкти виборчого процесу; об'єкт, на який спрямована визначальна мета передвиборної агітації; виборчі технології (форми і методи передвиборної агітаційної діяльності, за допомо-

гою яких об'єктивуються задані цілі); ресурсний потенціал суб'єктів передвиборної агітації.

Аналіз конституційно-правових норм дозволяє встановити, що передвиборна агітація та інформування не є єдиною стадією виборчого процесу й розрізняються за низкою критеріїв. Передвиборна агітація має чітко встановлені законом часові межі та конкретну мету – спонукати виборців до голосування чи неголосування за кандидата, список кандидатів від партії (виборчого блоку партій). Законодавчі строки інформування не обмежені, воно виходить далеко за межі виборчої кампанії та спрямовано на забезпечення гласності й відкритості виборчого процесу. Виділена низка факультативних факторів, що дозволяють ідентифікувати та розмежувати передвиборну агітацію й інформування: а) зміст (агітація відрізняється суб'єктивним змістом, а інформування – це виключно достовірна, об'єктивна, документально підтверджена інформація); б) суб'єкти впливу (передвиборна агітація спрямована виключно на осіб, які є носіями активного виборчого права, а інформування має значно більш широку аудиторію з відкритим переліком суб'єктів сприйняття інформації).

Виходячи із зазначеного, автор доводить, що одна із стадій виборчого процесу повинна бути окреслена як «Передвиборна агітація» без включення сюди процедур із інформаційного забезпечення виборів та (чи) інформування виборців.

Обґрунтована теза про те, що як суб'єкти, що реалізують цілі передвиборної агітації, виступають суб'єкти виборчого процесу (виборці, виборчі комісії, партії (блоки партій), що висунули кандидатів у депутати, кандидати у депутати), об'єктом, на який впливають суб'єкти, є свідомість виборців. Зміст відносин при проведенні передвиборної агітації становлять права і обов'язки суб'єктів щодо здійснення інформаційної діяльності з метою спонукання виборців голосувати певним чином.

На основі аналізу співвідношення понять «політичної агітації» та «передвиборної агітації» обґрунтовується висновок про те, що передвиборна агітація має всі ознаки агітації політичної. Однак об'єктом її впливу виступає не населення в цілому, а лише виборці, тобто особи, які володіють активним виборчим правом. Більш вузьким є й коло суб'єктів, які беруть участь у передвиборній агітації. Якщо види, форми і методи передвиборної агітації регулюються виборчим законом, то політична агітація в цілому не має спеціальної прямої правової регламентації. Розмежовуючи ці терміни, автор підкреслює, що для політичної агітації, на відміну від передвиборної, не існує обмежень щодо фінансування, обсягу ефірного часу, суб'єктів здійснення тощо.

У підрозділі 1.2. «Правове регулювання передвиборної агітації у зарубіжних країнах» автор звертає увагу на необхідність використання Україною позитивного зарубіжного досвіду правового регулювання

передвиборної агітації як основоположної стадії виборчого процесу.

Зазначається, що передвиборна агітація в зарубіжних країнах має різне правове закріплення, однак її вихідні положення переважно ґрунтуються на конституційних нормах, що регулюють політичні права і свободи громадян із урахуванням міжнародно-правових стандартів у цій сфері. Як правило, конституції встановлюють необхідність більш детального правового регулювання виборчого процесу та його стадій шляхом видання спеціальних законів. При цьому в окремих країнах (Франція, Бельгія, Аргентина, Камерун, Єгипет, Білорусь, Молдова, Азербайджан) правова регламентація виборчих процедур здійснюється на рівні виборчих кодексів; в інших (Іспанія, Мексика, Польща, Австрія, Італія, Україна, Росія та ін.) – виборче законодавство не має уніфікованої структури, а охоплює комплекс норм різної галузевої належності. Тому у деяких випадках правове регулювання передвиборної агітації здійснюється в законах про політичні партії, ЗМІ або про виборче право. Наприклад, у Мексиці ці питання регламентуються Федеральним законом «Про політичні організації та виборче право», в Австрії – Федеральним законом «Про завдання, фінансування та передвиборну агітацію політичних партій». Однак у більшості країн правила проведення передвиборної агітації визначаються спеціальними розділами чи статтями виборчих законів.

На основі аналізу правового регулювання передвиборної агітації зроблено висновок про її досить стислий виклад у країнах західної демократії, зважаючи на усталену практику проведення виборчих кампаній, відмічається, що встановлення чітких правил ведення виборчої кампанії є актуальним у державах, які не мають тривалих електоральних традицій.

Достатня увага приділяється аналізу строків проведення передвиборної агітації, її суб'єктів, обмежень у проведенні, змісту агітаційних матеріалів, порядку надання ефірного часу та друкованої площі для передвиборної агітації, її фінансування, контролю і відповідальності за зміст передвиборної агітації, механізмів запобігання порушенням у процесі агітації публічними органами, порядку реагування кандидата на появу у ЗМІ неточних або таких, що дискредитують його, відомостей, спростування недостовірних відомостей про суб'єктів виборчого процесу.

На думку автора, в Україні порівняно із зарубіжними країнами гостро стоїть питання розподілу безкоштовного ефірного часу між партіями (блоками), кандидатами на виборні посади залежно від підтримки їх виборцями на попередніх виборах, введення у законодавство положень щодо обмеження фінансування передвиборної агітації, зловживання своєю масовою інформацією, кодифікації виборчого законодавства.

Підрозділ 1.3. «Еволюція інституту передвиборної агітації в Україні» присвячено детальному вивченню та виявленню особливих рис, притаманних передвиборній агітації в різні історичні проміжки часу.

Хоча правове регулювання цього феномену відбулося тільки на початку ХХ ст., історії України відомі окремі елементи застосування агітаційних заходів у процесі демократичного формування владних органів у попередній період. І це зрозуміло, оскільки вибори як фундаментальний демократичний інститут тісно пов'язані зі сферою реалізації політичних прав і свобод громадян, які можуть отримати своє правове оформлення лише за наявності стійких юридичних зв'язків між особою і державою. А ефективна реалізація цих прав можлива лише за умов визнання державою певного рівня свободи особи, рівно, як і усвідомлення та прийняття особою своєї ролі громадянина. Рівень реальної участі й активності широкого кола громадян у виборчому процесі є найважливішим показником розвиненості партнерських відносин держави і суспільства. Тому вести мову про передвиборну агітацію як вільну, конкурентну і забезпечену державою форму вияву політичної самодіяльності населення можна лише починаючи з офіційного визнання й оформлення цього інституту як самостійного структурного елемента виборчого права.

У процесі розвитку та практики реалізації передвиборної агітації як самостійного правового інституту на вітчизняних теренах можна виділити кілька періодів: 1) 1905–1917 рр. – початок офіційного визнання і формування засад передвиборної агітації як перша спроба запровадження парламентарної моделі в царській Росії; 2) 1917–1991 рр. – радянський період, у якому вирізняються такі етапи: а) 1917–1936 рр. – відсутність правового регулювання передвиборної агітації та її фактичне здійснення в умовах формування виборчого права на принципах диференціації виборців і кандидатів за класово-майновою ознакою; б) 1937–1977 рр. – початок нормативного оформлення агітації та розвиток форм її здійснення в умовах керівництва цим процесом комуністичної партії за відсутності конкурування різних кандидатів, свободи слова та свободи ЗМІ; в) 1977–1987 рр. – конституційне закріплення права агітації, законодавче розширення форм агітації, прав учасників виборчих перегонів, їх можливості впливати на перебіг виборчої кампанії за умов відсутності реальних механізмів реалізації законодавчих норм; г) 1988–1990 рр. – зміна правил проведення передвиборної агітації, демократизація виборчого процесу в період політики «перебудови» та перехідного пострадянського законодавства; 3) 1991 р. – і дотепер – період незалежності України – перманентний процес створення комплексу правових норм щодо всебічного регулювання передвиборних процедур в умовах модернізації виборчого права та виборчої системи.

Підрозділ 1.4. «Правове регулювання обмежень проведення передвиборної агітації» присвячено всебічному дослідженню обмежень у проведенні передвиборної агітації та наведенню їх класифікації.

Аналіз виборчого законодавства дозволяє зробити висновок, що правове регулювання передвиборної агітації в сучасних зарубіжних країнах

здійснюється не тільки через встановлення принципів, строків, суб'єктів, форм і методів її проведення, а й шляхом закріплення заборон і обмежень у здійсненні агітаційної діяльності, відповідальності за її порушення. При цьому за те саме порушення може наставати як відповідальність, передбачена виборчим законодавством, так і кримінальна, адміністративна, цивільно-правова й дисциплінарна.

Обмеження проведення передвиборної агітації, встановлені вітчизняним і зарубіжним законодавством про вибори, можна умовно розподілити на групи: 1) за суб'єктами; 2) за місцем проведення агітації; 3) за змістом агітації; 4) за способом агітації; 5) за часом проведення агітації.

Пропонується закріплення особливого режиму проведення політичної агітації за певний період до початку виборчих кампаній. Обґрунтовується пропозиція щодо встановлення у виборчому законодавстві граничного обсягу власних коштів, які громадянин міг би витратити при реалізації свого права на агітацію, що є більш розумним, ніж пряма заборона на проведення агітації за власний кошт.

Піддаються аналізу проблемні питання щодо використання «адмінресурсу» у виборчому процесі, «прихованої реклами» провладних сил у ЗМІ, розповсюдження завідомо недостовірних (неправдивих) відомостей про кандидатів на виборні посади, незаконних (підробних чи анонімних) агітаційних матеріалів, підкупу виборців тощо.

Наголошується на тому, що за наявності достатньо розширеного закріплення обмежень у проведенні передвиборної агітації сьогодні відсутня чітка система заходів відповідальності за їх порушення, узгодженість між виборчими законами та іншими нормативними актами в цій сфері, що зумовлює відсутність ефективного, оперативного механізму реагування на порушення виборчих прав громадян.

Розділ 2 «Форми і засоби передвиборної агітації в Україні» містить 4 підрозділи, в яких досліджуються питання порядку проведення передвиборної агітації, а саме – конкретні форми і засоби її здійснення, що, на думку дисертанта, є найважливішим завданням для розуміння сутності агітаційної діяльності і самого феномену передвиборної агітації.

Розкривається поняття форм передвиборної агітації як зовнішніх проявів виборчих дій і процедур, що здійснюються уповноваженими суб'єктами з метою спонукання виборців до голосування чи неголосування за тих чи інших кандидатів (списки кандидатів). Стверджується, що засоби (методи) передвиборної агітації, на відміну від форм, дають уявлення про внутрішній, змістовний бік даного виду діяльності, її цільове спрямування. Під методами передвиборної агітації автор розуміє прийоми і способи досягнення агітаційного результату в межах виборчого процесу.

У підрозділі 2.1. «Безпосереднє спілкування з виборцями як

форма передвиборної агітації» розглядається специфіка правового регулювання та значення безпосереднього спілкування з виборцями у системі форм передвиборної агітації.

Форма безпосереднього спілкування надає можливість виборцям поставити питання щодо передвиборної програми кандидатів, отримати відповідь щодо їх думки з нагальних питань розвитку країни, оцінити ділові та особисті якості, що є подією для виборця та якнайбільше дає уявлення про особу кандидата на виборну посаду, а отже, ця форма служить залученню активних членів команди партій (блоків, кандидатів) – суб'єктів виборчого процесу.

Обґрунтовується важливість та необхідність законодавчого закріплення правового механізму застосування форми зустрічей із виборцями як окремої форми передвиборної агітації. Зокрема, мають бути врегульовані строк попередження виборчої комісії про час і місце проведення таких зустрічей, форма повідомлення, види приміщень, які надають органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування для таких заходів, дотримання рівних умов щодо надання приміщень різних форм власності.

Підрозділ 2.2. «Масові акції як форма передвиборної агітації» містить аналіз форм передвиборної агітації, які можна віднести до масових акцій, як: проведення мітингів, походів, демонстрацій, пікетів, концертів, вистав, спортивних змагань тощо. Аналізуються питання порушень встановленого порядку організації або проведення масових заходів та відповідальності, передбаченої за такі порушення.

Звертається увага на гостру необхідність прийняття Закону про масові заходи, відсутність якого не лише спричиняє труднощі у регламентації форм передвиборної агітації, правозастосовній діяльності, а й негативно впливає на стан додержання прав і свобод громадян.

У Конституції відсутня вказівка на те, що під час виборчої кампанії загальні вимоги до проведення масових заходів не застосовуються, а тому масові акції, що проводяться у формі передвиборної агітації, на думку автора, повинні регулюватися як Законом про такі акції, так і виборчим законодавством. У свою чергу, зміст розділів, присвячених передвиборній агітації, у виборчих законах має бути приведений у відповідність із Законом про масові акції.

У підрозділі 2.3. «Проведення передвиборної агітації із застосуванням ЗМІ. Політична реклама» наголошується на тому, що під час виборчого процесу в Україні, крім функції інформування виборців про хід виборчої кампанії, через ЗМІ проводиться передвиборна агітація як вирішальна частина виборчого процесу. Однак практика показує, що маніпуляція суспільною свідомістю та громадською думкою відбувається саме завдяки існуванню сучасної інформаційно-телекомунікаційної

структури і розвинутої системи ЗМІ. Тому передвиборне інформування про хід передвиборного змагання та про його учасників має бути збалансованим, безстороннім, відповідати вимогам виборчих законів. Обґрунтовується необхідність більш чіткого нормативного врегулювання відносин щодо створення та поширення власних програм і телепередач ЗМІ – насамперед телерадіокомпаній.

У контексті удосконалення правового регулювання проведення передвиборної агітації із застосуванням ЗМІ пропонується: а) прискорити роздержавлення державних телерадіоорганізацій та створити на їх базі суспільне телерадіомовлення; б) посилити незалежність і повноваження Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення; в) підвищити прозорість структури власності ЗМІ, аби громадськість знала про справжніх власників друкованих і аудіовізуальних ЗМІ; г) розширити перелік санкцій, які можуть бути застосовані до тих ЗМІ, що порушують вимоги виборчого законодавства.

Стверджується, що для попередження випадків зловживання правом на передвиборну агітацію у ЗМІ необхідно звернутися до позитивного досвіду зарубіжних країн, особливо щодо здійснення передвиборної агітації із використанням ЗМІ посадовцями, які одночасно є кандидатами на виборні посади.

Пропонується авторське визначення політичної реклами; обґрунтовується, що у законодавстві України знайшла регулювання тільки політична реклама на телебаченні, радіо та в газетах, але кандидат на виборну посаду чи партія (блок) – суб'єкт виборчого процесу можуть використовувати у передвиборній агітації й інші форми політичної реклами, які, на відміну від врегульованих форм, не мають обмежень обсягу. Це може бути різна поліграфічна продукція, яка є достатньо ефективною завдяки оперативній доставці виборцям, відносно недорогою порівняно з вартістю ефірного часу та газетної площі, може розповсюджуватися в різні способи.

У підрозділі 2.4. «Шляхи удосконалення виборчого законодавства України щодо порядку проведення передвиборної агітації» окреслюються напрями оптимізації вітчизняного законодавства про вибори в частині передвиборної агітації, зокрема щодо: а) підвищення ефективності правового регулювання (уніфікація законодавчого регулювання поняття, форм і засобів, порядку проведення передвиборної агітації за різними видами виборів; забезпечення стабільності правового регулювання виборчого процесу; здійснення регламентації новітніх форм і засобів проведення передвиборної агітації); б) покращення якості норм виборчого законодавства; в) посилення гарантій забезпечення дотримання прав і свобод суб'єктів виборчого процесу, рівності кандидатів і політичних партій у проведенні агітаційних заходів; г) приведення націона-

льного законодавства про вибори та політичні партії у відповідність до стандартів Групи держав Ради Європи з протидії корупції (GRECO) в частині фінансування партій і виборчих кампаній; д) посилення відповідальності за порушення виборчого законодавства щодо передвиборної агітації; е) підвищення рівня правової культури, посилення просвітницької діяльності; ж) удосконалення системи професійної підготовки членів виборчих комісій тощо.

З метою зниження впливу на суспільну думку негативних передвиборних технологій обґрунтовується необхідність розробки і підписання Хартії етичних принципів участі у передвиборній агітації політичних консультантів та інших суб'єктів виборчого процесу. Крім того, постає потреба в ухваленні концепції роздержавлення ЗМІ, одним із напрямків якої має бути заборона органам державної влади та місцевого самоврядування, підприємствам із бюджетним фінансуванням засновувати ЗМІ, окрім офіційних інформаційних видань та web-сайтів в Інтернеті. Система суспільних та громадських ЗМІ контролюватиметься суспільством через наглядові громадські органи і фінансуватиметься ним через спеціальні податки чи абонплату.

Наголошується на необхідності розвитку такої перспективної форми передвиборної агітації, як теледебати, оскільки вони є вкрай важливими, якщо мова йде про демократичні вибори.

Останні електоральні цикли характеризуються появою та стрімким розвитком форм і методів передвиборної агітації, заснованих на сучасних інформаційних технологіях (Інтернет, мобільні телефони). Разом з тим їх вплив на електоральний процес є суперечливим, оскільки, з одного боку, вони стимулюють інтерес до технологічного змісту процедури виборів, сприяють розширенню інформаційного простору виборчої кампанії, з другого – дія цього каналу обмежена специфікою користувачів цих інформаційних послуг, а також невідповідністю основним вимогам, що пред'являються до підготовки агітаційних матеріалів.

Шлях повного законодавчого регулювання діяльності в Інтернет є безперспективним. Це визнають у багатьох країнах. Однак окремі положення вітчизняних законів про вибори встановлюють обмеження щодо ведення передвиборної агітації, які стосуються не лише ЗМІ, а й системи Інтернет. При цьому на законодавчому рівні потребує вирішення, зокрема, питання щодо того, хто несе юридичну відповідальність за зміст інформаційного наповнення Інтернет-ресурсів та щодо порядку доказування (засвідчення) факту розміщення інформації на певному Інтернет-сайті. Це питання можна вирішити, якщо платні послуги при проведенні кандидатом агітації через Інтернет будуть оплачені за рахунок коштів його виборчого фонду.

Для проведення передвиборної агітації можливе використання і

таких форм мобільного зв'язку, як SMS та MMS-повідомлення. Як вбачається, масова розсилка таких повідомлень повинна відбуватися за договором між кандидатом чи партією (блоком) та оператором мобільного зв'язку з оплатою з виборчого фонду.

ВИСНОВКИ

У дисертаційному дослідженні здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано вирішення наукового завдання, що полягає у з'ясуванні сутності, змісту, форм і засобів передвиборної агітації в Україні, а також особливостей її правового регулювання. Головними науковими і практичними результатами роботи є такі висновки.

1. Понятійний апарат законодавства про вибори у частині передвиборної агітації не повною мірою враховує правозастосовну практику останніх років, що склалася. Передвиборна агітація не повинна ототожнюватися з інформацією про вибори, розповсюджуваної виборчими комісіями, державними та муніципальними органами, ЗМІ. У зв'язку з цим пропонується на законодавчому рівні визначити перелік суттєвих ознак передвиборної агітації.

2. Системна трансформація українського суспільства, поєднана із суперечливим формуванням електоральної культури, ускладненням виборчих технологій, інтенсифікацією виборчих правопорушень, позначається на змісті і формах передвиборної агітації у виборчому процесі. Традиційно провідна роль у регулюванні цього етапу виборчої кампанії відводиться правовим нормам, однак, як показав аналіз результатів емпіричних досліджень, поряд із оптимізацією нормативного впливу не менш важливе значення належить розвитку політичної і правової культури населення.

3. Серед проблем проведення передвиборної агітації як першочергові виокремлюються: низький рівень готовності основних учасників виборів дотримуватися встановленого порядку та правил проведення передвиборної агітації і її фінансування; використання адміністративного ресурсу, нерівність кандидатів і політичних партій у використанні ЗМІ; порушення строків проведення передвиборної агітації; недоліки і прогалини правового регулювання механізмів забезпечення контролю та відповідальності за порушення норм виборчого законодавства, виборчої фінансової дисципліни.

4. Законодавство України встановлює відповідальність політичних партій (виборчих блоків) за використання при фінансуванні передвиборної агітації крім коштів виборчого фонду партії інших коштів. Разом з цим не містять жодної санкції за порушення, у тому числі й систематичні, встановлені вимоги щодо формування та витрачання коштів виборчих

фондів. Ця прогалина має бути усунена і забезпечене посилення відповідальності цих суб'єктів виборчого процесу за порушення вимог виборчої фінансової дисципліни.

5. Проведений аналіз практики виборчих кампаній дозволив сформулювати додаткові заходи щодо боротьби з негативними виборчими технологіями і перш за все «війною компроматів». Серед пропонованих заходів: посилення відповідальності суб'єктів передвиборної агітації за розповсюдження завідомо недостовірних відомостей про кандидатів, оперативність запобігання, спростування такої інформації та погіршення правового стану у виборчому процесі осіб, які її поширюють.

6. Доцільно ввести заборону на публікацію у ЗМІ матеріалів, що компрометують кандидатів, якщо замовником не надані редакції докази відомостей, що містяться в матеріалах. Запропоновано встановлення дозвільного порядку розповсюдження агітаційних друкованих матеріалів після розгляду їх виборчими комісіями на відповідність вимогам закону. Положення щодо інформації, яка здатна завдати шкоди честі, гідності чи діловій репутації кандидатів, запропоновано включити у норми закону, які визначають недопустимість зловживання правом на проведення агітації. Наголошено на необхідності створення у регіонах органів громадського контролю для забезпечення попереднього розгляду конфліктних ситуацій у сфері розповсюдження інформації.

7. Для боротьби з використанням кандидатом свого службового становища під час передвиборної агітації слід більш чітко встановити у виборчому законодавстві перелік таких порушень, санкції за порушення, дієву схему накладання покарань та передбачити необхідність винесення рішення незалежним органом. При цьому можна скористатися досвідом таких країн, як Польща, Румунія, Македонія та ін., де безпосередньо у виборчих законах виписані санкції за їх порушення.

8. З членства України у GRECO випливає необхідність приведення національного законодавства про вибори та політичні партії у відповідність до стандартів GRECO в частині фінансування партій і виборчих кампаній, а саме: 1) закріпити механізми розкриття інформації про суб'єктів, що надають фінансову підтримку партіям під час виборчого процесу; 2) запровадити жорсткі обмеження щодо фінансування партій юридичними особами; 3) розробити механізми запобігання надлишковому фінансуванню виборчих кампаній; 4) забезпечити належний облік доходів партій та механізми розкриття інформації про осіб, що надають підтримку партіям, кандидатам, як під час виборчого процесу, так і поза його межами; 5) передбачити адекватні санкції за порушення у сфері фінансування виборів.

9. Ефективність механізму правового регулювання передвиборної агітації залежить від рівня правосвідомості її суб'єктів. У зв'язку з цим обгрун-

товується необхідність здійснення єдиної державної політики у сфері організації та проведення виборів і пов'язаної з ними просвітницької діяльності. Визначені додаткові заходи з боку виборчих комісій, державних та муніципальних органів щодо підвищення рівня правової культури та свідомості виборців із урахуванням того, що негативні виборчі технології, зокрема підкуп виборців, суттєво впливають на результати голосування в умовах пасивного, байдужого ставлення до виборів більшої частини виборців.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ

1. Шеверева В. Є. Історичний розвиток передвиборної агітації в Україні / В. Є. Шеверева // Проблеми законності : респ. міжвідом. наук. зб. / відп. Ред. В. Я. Тацій. – Х. : Нац. юрид. акад. України, 2008. – Вип. 96. – С. 227–234.

2. Шеверева В. Є. Правове регулювання передвиборної агітації в зарубіжних країнах / В. Є. Шеверева // Проблеми законності : респ. міжвідом. наук. зб. / відп. Ред. В. Я. Тацій. – Х. : Нац. юрид. акад. України, 2009. – Вип. 101. – С. 255–262.

3. Шеверева В. Є. Поняття передвиборної агітації як стадії виборчого процесу / В. Є. Шеверева // Державне будівництво та місцеве самоврядування : зб. наук. праць. Вип. 16. – Х. : Право, 2008. – С. 182–192.

4. Шеверева В. Проблеми правового регулювання обмежень проведення передвиборної агітації в Україні / В. Шеверева // Підприємництво, господарство і право. – 2009. – № 7 (163). – С. 114–117.

5. Шеверева В. Є. Участь засобів масової інформації у передвиборній агітації по виборах у вищі органи влади України / В. Є. Шеверева // Вісник Центральної виборчої комісії. – 2007. – № 1 (7). – С. 70–76.

6. Шеверева В. Є. Проблеми передвиборної агітації по виборах Президента України / В. Є. Шеверева // Актуальні питання реформування правової системи України : зб. наук. статей за матеріалами III Міжнар. наук.-практ. конф., 2–3 червня 2006 р., Луцьк. Т. 1 / уклад. Т. Д. Климчук, І. М. Якушев. – Луцьк : РВВ «Вежа» Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2006. – С. 226–230.

7. Шеверева В. Е. Некоторые аспекты правового регулирования предвыборной агитации в странах ЕС и Украины // Выборы в Европе. – 2009. – Вып. 5. – С. 48–51. (Shevereva V. Ye. Legal regulations of pre-election campaigning in the EU Countries and Ukraine // Association of European Election Officials (ACEEEO), The 5th volume – Participation in electoral processes, 2009 // [http://www.aceeoo.org/images/shevereva_ENG1\).pdf](http://www.aceeoo.org/images/shevereva_ENG1).pdf).)

8. Шеверева В. Є. Проблеми участі ЗМІ у виборчому процесі на шляху формування правової держави / В. Є. Шеверева // Від громадянського суспільства до правової держави : матеріали I Міжнар. наук.-практ.

конф., (Харків, 28 квітня 2006 р.) / М-во освіти і науки України, Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х. : Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна, 2006. – С. 473–478.

9. Шеверева В. Є. Політичні права людини і громадянина під час виборів / В. Є. Шеверева // Права людини в умовах сучасного державотворення: теоретичні і практичні аспекти : зб. тез доповідей за матеріалами I Міжнар. наук.-практ. конф. студентів і молодих вчених, (Суми, 8–9 груд. 2006 р.). – Суми : Укр. акад. банк. справи Нац. банку України, 2006. – С. 188–190.

10. Шеверева В. Є. Масові акції як форма передвиборної агітації / В. Є. Шеверева // Правове життя: сучасний стан та перспективи розвитку : зб. тез наук. доповідей за матеріалами III Міжнар. наук.-практ. конф. аспірантів, студентів та здобувачів (Луцьк, 23–24 берез. 2007 р.) / уклад. М. Л. Варченко та ін. – Луцьк : Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки, 2007. – С. 130–131.

11. Шеверева В. Є. Виборчі права та свободи людини та громадянина: наближення до європейських стандартів / В. Є. Шеверева // Матеріали наук. семінарів та «круглих столів», проведених Національною юридичною академією України імені Ярослава Мудрого спільно з Академією правових наук України в рамках Фестивалю науки, 15–16 травня 2007 р., Харків / упорядники А. П. Гетьман, О. В. Петришин. – Х. : Право, 2007. – С. 142–144.

12. Шеверева В. Є. Деякі аспекти правового регулювання фінансування передвиборної агітації по виборах у вищій органі влади / В. Є. Шеверева // Сучасні проблеми юридичної науки та практики : тези доповідей та наук. повідомлень всеукр. наук.-практ. конф. молодих учених та здобувачів, Харків / за заг. ред. М. І. Панова. – Х. : Нац. юрид. акад. України, 2007. – С. 299–303.

13. Шеверева В. Є. Актуальні питання виборчої кампанії по місцевим виборам / В. Є. Шеверева // Юридична наука очима молодих вчених : тези доповідей та наук. повідомлень всеукр. наук.-практ. конф. молодих учених та здобувачів 16–17 трав. 2008 р., Харків / за заг. ред. А. П. Гетьмана. – Х. : Нац. юрид. акад. України, вид-во «Кроссруд», 2008. – С. 129–131.

14. Шеверева В. Є. Еволюція правового регулювання передвиборної агітації в Україні / Шеверева В. Є. // Сучасні проблеми юридичної науки : тези доповідей та наук. повідомлень всеукр. наук.-практ. конф. молодих учених та здобувачів, Харків / за заг. ред. А. П. Гетьмана. – Х. : Нац. юрид. акад. України, 2008. – С. 194–198.

15. Шеверева В. Є. Виборче право і право передвиборної агітації громадян України / В. Є. Шеверева // Осінні юридичні читання : тези доповідей та наук. повідомлень за матеріалами всеукр. наук. конф. молодих

вчених, 12–13 лист. 2008 р., Харків / за заг. ред. А. П. Гетьмана. – Х. : Нац. юрид. акад. України, 2008. – С. 140–142.

16. ШEVEREVA В. Є. Право на участь у передвиборній агітації та право проведення масових акцій / В. Є. ШEVEREVA // Другі конституційні читання : зб. тез наук. доповідей і повідомлень за матеріалами міжнар. наук.-практ. конф. молодих учених, аспірантів і студентів присвячена пам'яті академіка права Ю. М. Тодики, (Харків 29–30 трав. 2009 р.) / за заг. ред. А. П. Гетьмана / М-во освіти і науки України, Нац. юрид. акад. України [та ін.] . – Х. : Права людини, 2009. – С. 230–233.

17. ШEVEREVA В. Є. Формування представницьких органів місцевого самоврядування: український та зарубіжний досвід / В. Є. ШEVEREVA // Проблеми реформування місцевого самоврядування в Україні в контексті наближення до європейських стандартів: матеріали міжнародної наук.-практ. конф. 28 жовтня 2009 року / ред. кол. Битяк Ю. П., Яковюк І. В., Чапала Г. В. – Х. : НДІ державного будівництва та місцевого самоврядування, 2009. – С. 108–110.

АНОТАЦІЇ

ШEVEREVA В. Є. Проблеми правового регулювання передвиборної агітації в Україні. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата юридичних наук за спеціальністю 12.00.02 – конституційне право; муніципальне право. – Національний університет «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – Харків, 2011.

Дисертація присвячена дослідженню передвиборної агітації як комплексної багатоелементної категорії науки конституційного права та політико-правового феномену, її сутності, змістовним характеристикам, еволюції, специфіці правового регулювання в Україні та за кордоном, розкриттю обмежень, форм і засобів її проведення, а також розв'язанню проблем інституту передвиборної агітації у виборчому праві. Сформульовано комплекс пропозицій щодо вдосконалення правового регулювання передвиборної агітації в Україні.

Ключові слова: вибори, передвиборна агітація, обмеження проведення передвиборної агітації, форми і засоби проведення передвиборної агітації, масові акції як форма передвиборної агітації, передвиборна агітація із застосуванням ЗМІ, політична реклама, теледебати.

ШEVEREVA В. Е. Проблемы правового регулирования предвыборной агитации в Украине. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук по специальности 12.00.02 – конституционное право; муниципальное право. – Национальный университет «Юридическая академия Украи-

ны имени Ярослава Мудрого». – Харьков, 2011.

Диссертация посвящена исследованию предвыборной агитации как комплексной многоэлементной категории науки конституционного права и политико-правового феномена, её сущности и содержательным характеристикам, эволюции, специфике правового регулирования в Украине и за рубежом, раскрытию ограничений, форм и методов её проведения, а также разрешению современных проблем института предвыборной агитации в избирательном праве.

В основу диссертационного исследования положен системно-структурный подход, который способствовал рассмотрению предвыборной агитации как юридической (конституционно-правовой), социально-философской и политологической категории. Детальный анализ её сущности позволил выделить объективный аспект предвыборной агитации как юридической категории, в рамках которого она рассматривается как институт избирательного права, субъективный – как одна из правомочностей субъективного избирательного права, процессуальный – как стадия избирательного процесса. В социально-философском плане предвыборная агитация рассматривается как разновидность социальной деятельности, а в рамках политологического подхода – как составляющая часть политической агитации.

В исследовании диссертант делает выводы о необходимости усовершенствования понятийного аппарата избирательного законодательства в части предвыборной агитации и его унификации по разным видам выборов в Украине. Обращается внимание на необходимость формулирования понятия предвыборной агитации, правовых признаков и принципов её организации и проведения, исчерпывающего определения субъектов предвыборной агитации, видов, форм и методов её проведения. Разработаны критерии разграничения предвыборной агитации и информирования избирателей.

На примерах практики проведения избирательных кампаний демонстрируются возникающие при реализации норм, регулирующих проведение предвыборной агитации, сложности. Автор констатирует несовершенство правовых положений о предвыборной агитации в избирательных законах. В связи с этим утверждается, что к проблемам обеспечения законности при проведении предвыборной агитации требуется комплексный подход, основанный на усилении ответственности за нарушения законодательства о выборах, значительной активизации работы правоохранительных органов, совершенствовании судебной практики, и вместе с тем на повышении правовой культуры. К числу характерных недостатков правового регулирования предвыборной агитации автор относит отставание процесса его совершенствования от динамики избирательной практики, нестабильность правового регулирования, недостат-

ки и пробелы правового регулирования механизмов обеспечения контроля и ответственности за нарушение норм избирательного законодательства, избирательной финансовой дисциплины.

На основании проведенного диссертационного исследования обоснованы и сформулированы важные теоретические обобщения, сделаны предложения по усовершенствованию правового регулирования предвыборной агитации с учетом зарубежного опыта регулирования избирательных кампаний.

Ключевые слова: выборы, предвыборная агитация, ограничения проведения предвыборной агитации, формы и методы проведения предвыборной агитации, массовые акции как форма предвыборной агитации, предвыборная агитация с использованием СМИ, политическая реклама, теледебаты.

Shevereva V. Problems of legal regulation of pre-election campaigning. - Manuscript.

Dissertation for candidate of legal sciences degree, speciality 12.00.02 – constitutional law; municipal law. – National University «Law Academy of Ukraine Yaroslav the Wise». – Kharkiv, 2011.

The dissertation is devoted to research of pre-election campaigning as complex multiple-unit category of science of constitutional law and law-politician phenomenon, their essence and content-richness features, evolution, specifics of law regulation in Ukraine and abroad, opening the limits, forms and facilities of its undertaking and also deciding the problems of institute pre-election campaigning in electoral law. The conceptual complex of offers are formulated as to improvement of law regulation of pre-election campaigning.

Key words: election, pre-election campaigning, limits of undertaking of pre-election campaigning, forms and facilities of undertaking of pre-election campaigning, mass actions as form of pre-election campaigning, pre-election campaigning subject using mass media, political advertising, TV-debates.

Відповідальний за випуск
кандидат юридичних наук, доцент
І.І. Бодрова

Підписано до друку 19.10.2011 р. Формат 60x90/16
Папір офсетний. Віддруковано на ризографі.
Умовн.-друк.арк. 0,7. Обл.-вид.арк. 0,9
Тираж 100 прим. Зам. № 124.

Друкарня Національного університету “Юридична
академія України імені Ярослава Мудрого”
61024, м. Харків, вул. Пушкінська, 77