

УДК 342.53:329(477)

DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4082263>**I.A. ПОРТНОВ,**

аспірант кафедри конституційного права Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна; e-mail: p18911410@gmail.com;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3543-2033>

ПОЛІТИЧНІ ПАРТІЇ У ПЕРЕДВИБОРНІЙ АГІТАЦІЇ НА МІСЦЕВИХ ВИБОРАХ В УКРАЇНІ ТА ДЕРЖАВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

I.A. PORTNOV,

Postgraduate Student of a Ph.D., Chair of Constitutional Law, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine; e-mail: p18911410@gmail.com;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3543-2033>

POLITICAL PARTIES IN PRE-ELECTION CAMPAIGNING AT LOCAL ELECTIONS IN UKRAINE AND EUROPEAN UNION STATES

АНОТАЦІЇ (ABSTRACTS), КЛЮЧОВІ СЛОВА (KEY WORDS)

Постановка проблеми. З огляду на прагнення України до євроінтеграції для удосконалення виборчого процесу в державі, зокрема, з проведення передвиборної агітації, потребує вивчення досвіду держав Європейського Союзу. Участь політичних партій у передвиборній агітації є важливим напрямком їх політичної діяльності, адже успіх у виборчій кампанії учасників виборчих перегонів багато в чому залежить від успішного проведення передвиборної агітації, яка становить важливу складову виборчого процесу. Завдяки передвиборній агітації у громадян виробляється своє суб'єктивне бачення виборчої кампанії, формується лінія політичної поведінки в результаті чого вони можуть зробити свій вибір на користь певної політичної сили. передвиборна агітація може здійснюватися у будь-якій формі та будь-якими засобами, що не суперечать законодавству України. **Метою** статті є узагальнення досвіду держав Європейського Союзу з проведення передвиборної агітації на місцевих виборах політичними партіями, стисле висвітлення політичних партій України як суб'єктів виборчого процесу на місцевих виборах. В роботі використані такі **методи** дослідження, як метод системного аналізу для поглиблення засад поставлених завдань, логіко-порівняльний метод для визначення особливостей проведення передвиборної агітації на місцевих виборах держав-членів ЄС і в Україні. **Результати.** Встановлено, що законодавче регулювання участі політичних партій у передвиборній агітації на місцевих виборах в Україні цілком відповідає міжнародним стандартам. Приблизно такий же підхід у законодавчому регулюванні передвиборної агітації на виборах та участі у ній політичних партій має місце і в інших країнах. **Висновки.** Запропоновано в Україні визначити фіксовану дату початку передвиборної агітації; встановити чіткі правові межі ведення передвиборної агітації на місцевих виборах щодо строків, суб'єктного складу та фінансування передвиборної агітації; розширити перелік категорій осіб та органів, які не мають права брати участь у передвиборній агітації на місцевих виборах.

Ключові слова: передвиборча агітація; політична партія; місцеві вибори, держави Європейського Союзу

Problem statement. Given Ukraine's desire for European integration, to improve the electoral process in the country, in particular, in the conduct of election campaigning, it is necessary to study the experience of the European Union. The participation of political parties in the election campaign is an important area of their political activity because the success of the election campaign of participants in the election campaign depends largely on the successful conduct of the election campaign, which is an important component of the election process. With the help of pre-election campaigning, citizens develop their subjective vision of the election campaign, a line of political behavior is formed, as a result of which they can make their choice in favor of a certain political force. Campaigning can be carried out in any form and by any means that do not contradict the legislation of Ukraine. The **purpose** of the article is to summarize the experience of the European Union in campaigning by political parties, a brief coverage of political parties in Ukraine as subjects of the election process in local elections. The paper uses such research **methods** as the method of systematic analysis to deepen the principles of the tasks, logical-comparative method to determine the features of campaigning in local elections of EU member states and

Ukraine. **Results.** It has been established that the legislative regulation of the participation of political parties in election campaigning in local elections in Ukraine generally meets international standards. Approximately the same approach in the legislative regulation of election campaigning and participation of political parties takes place in other countries.

Conclusions. It is proposed to set a fixed date for the start of the election campaign in Ukraine; establish clear legal boundaries for campaigning in local elections in terms of timing, subject composition, and financing of election campaigning; to expand the list of categories of persons and bodies that do not have the right to participate in election campaigning in local elections.

Key words: election campaign; political party; local elections; states of the European Union

Постановка проблеми

Відповідно до чинного законодавства України одним із важливих елементів діяльності політичних партій (виборчих блоків політичних партій) – суб'єктів виборчого процесу – є їх участь у передвиборчій агітації.

При цьому, законодавство сьогодні регламентує час початку та закінчення передвиборчої агітації, сутність і порядок обговорюваних питань щодо ведення агітації, порядок формування виборчого фонду та джерел на фінансування передвиборчих агітаційних заходів чи матеріалів, свободи проведення передвиборчої агітації тощо.

Безсумнівним позитивом в проведенні передвиборчої агітації для політичних партій, як зазначав А. Магера [1, с.32], була поява "нових форм агітації, як проведення мітингів, походів, демонстрацій, пікетів, розміщення друкованих агітаційних матеріалів чи політичної реклами на носіях зовнішньої реклами тощо". Зокрема, "передвиборча агітація" – це здійснення будь-якої діяльності з метою спонукання виборців голосувати за або проти певного суб'єкта виборчого процесу. Як йдеться у Науково-практичному коментарі [2], "передвиборча агітація може здійснюватися в двох головних напрямках: з одного боку – задля переконання виборців у тому, що голосувати слід саме за певного кандидата чи політичну партію, оскільки лише вони зможуть найбільш повно відобразити і найдієвіше представляти інтереси виборців в парламенті та підвищувати ефективність самого парламенту, а з другого – з метою спонукання виборців не голосувати за інших суб'єктів виборчого процесу, оскільки їх передвиборні програми, особисті та ділові якості, а також їх практична діяльність (у тому числі – професійна) не відповідають очікуванням і реальним потребам виборців".

Саме тому політичні партії в Україні в останні роки акцентують увагу на залучення всього "pre-election cache" дозволених форм – проведення зборів громадян та зустрічей з виборцями; проведення мітингів, походів, демонстрацій, пікетів; проведення публічних дебатів, дискусій, "круглих столів", прес-конференцій стосовно поло-

жень передвиборних програм та політичної діяльності партій – суб'єктів виборчого процесу; оприлюднення в друкованих та аудіовізуальних (електронних) засобах масової інформації політичної реклами, виступів, інтерв'ю, нарисів, відеофільмів, аудіо- та відеокліпів, інших публікацій та повідомлень; розповсюдження виборчих листівок, плакатів та інших друкованих агітаційних матеріалів чи друкованих видань, в яких розміщено матеріали передвиборчої агітації; розміщення друкованих агітаційних матеріалів чи політичної реклами на носіях зовнішньої реклами; проведення концертів, вистав, спортивних змагань, демонстрації фільмів та телепередач чи інших публічних заходів за підтримки партії – суб'єкта виборчого процесу, а також оприлюднення інформації про таку підтримку; встановлення агітаційних наметів та ін.

Означені форми проведення передвиборчої агітації політичними партіями є універсальними, але особливе значення вони набувають саме при проведенні місцевих виборів. О.В. Марцеляк свідчить, що "у ході проведення передвиборчої агітації, партії та блоки, що є учасниками виборчих перегонів, отримують можливість доводити виборцям свої переваги, програми, ідеї, гасла, наміри щодо подальшого розвитку держави та суспільства, демонструвати свою організаційну, матеріальну, кадрову та ідеологічну потужність і в той же час показувати слабкі сторони своїх супротивників" [3, с.27].

ХиМін К. та Р.К. Фордінг (HeeMin, Fording, 2010), в свою чергу, зазначають, що "вплив особливостей партійної системи і правил виборів на ідеологічне представництво можна побачити на парламентських виборах в західних демократіях за п'ятдесятирічний період. "Спотворення" – це короточасне порушення представництва – відстань між середнім виборцем і законодавчим органом або урядом відразу після виборів. Виборчий вибір і позиції партій зліва і справа (з даних маніфесту) можуть використовуватися для оцінки медіанний позицій виборців. Число партій, партійна поляризація і правила виборів незалежно один від одного

впливають на ідеологічні дистанції. Але поляризація партійної системи, по-видимому, є переважачим фактором, що впливає на спотворення відносин між урядом і середнім виборцем" [4]. Так само й Дж. Сартори (Sartori, 1999) вказує на великий вплив електоральних систем на діяльність політичних партій під час виборів [5]; Д. Люблін (Lublin, 2017) звертає увагу, що "етнічне розмаїття стимулює зростання числа партій в країнах як з мажоритарною, так і з пропорційною виборчою системою, хоча в останній ефект сильніше. Отримані тут ідеї забезпечують теоретично отриману міру етнічної різноманітності, яка корисна для оцінки його впливу на конкретні політичні явища і створення поліпшеного цілісної заходи впливу виборчих систем. Що ще більш важливо, результати показують, що розробники виборчих систем мають більшу здатність структурувати результати виборів" [6]. В свою чергу, А. Кернс (Cairns, 1968) подає достатньо вагомий аналіз ролі електоральних систем та партійних систем у Канаді на вибори [7].

Разом із тим, з огляду на прагнення України до євроінтеграції для удосконалення виборчого процесу в державі, зокрема, з проведення передвиборної агітації, набуває досвід держав Європейського Союзу. Тому метою статті є узагальнення досвіду держав Європейського Союзу з проведення передвиборної агітації на місцевих виборах політичними партіями. Новизна роботи полягає у виокремленні означеного досвіду для вітчизняної практики. Завданнями статті є стисле висвітлення політичних партій України як суб'єктів виборчого процесу на місцевих виборах; визначення особливостей участі політичних партій у передвиборній агітації на місцевих виборах держав-членів ЄС.

Політичні партії в Україні як суб'єкти виборчого процесу на місцевих виборах

Боротьба за політичну владу завжди була метою політичних партій, як громадських утворень – добровільних об'єднань громадян. І. Поліщук звертає увагу на "реальну "воутингову" партійну систему, яку утворює лише невелика кількість політичних партій, за які голосує електорат" [8, с.47]. При цьому станом на 01.01.2020 року Міністерством юстиції України в державі зареєстровано 349 політичних партій [9]. Практика свідчить, що у виборчому процесі в Україні приймає не більше 50 партій (станом на 2018 рік), коли у тій же Польщі, наприклад, зареєстровано усього 80 партій [10].

При цьому, партійні осередки припиняють

свою діяльність, ті з них, що ще "живіють", здебільшого неактивні. Станом на сьогодні, наприклад, активність партій цілком залежить від наявності та дієвості партійних осередків у селищах, районах, містах, обласних центрах; перспективи застосування пропорційної системи на місцевих виборах; монополізації участі партій у виборах; складу виборчих комісій тощо.

І.М. Поспелова звертає увагу на важливість такого функціонального призначення передвиборної агітації, як забезпечення відкритості виборчого процесу, надання виборцям повної та достовірної інформації про осіб, які претендують на отримання представницького мандату та їх програми [11, с.37]; М.Ф. Юрій – на те, що передвиборна агітація передбачає роботу кандидатів (партій) і груп для переконання виборців у необхідності проголосувати за цього кандидата або активно підтримуючих їх партійний список" [12, с.37]. Без сумніву, на активність та результативність передвиборної агітації партій впливає не тільки особа лідера партії та внутрішньопартійна демократія, а й надмірна "партизація" місцевих виборів.

Щодо чинного законодавства, то, наприклад, відповідно до ст.51 Виборчого кодексу України уточнено форми і засоби проведення політичними партіями в Україні передвиборної агітації; відповідно до його ст.52 – строки й порядок проведення передвиборної агітації на місцевих виборах; до ст.53 – матеріали передвиборної агітації; до ст.54 – загальний порядок використання політичними партіями на місцевих виборах під час передвиборної агітації засобів масової інформації; до ст.55 – порядок використання організаціями партії під час передвиборної агітації на місцевих виборах електронних (аудіовізуальних) засобів масової інформації, до ст.56 – порядок використання ними друкованих засобів масової інформації; до ст.57 – обмеження щодо ведення передвиборної агітації [13].

В цілому, слід зазначити, що законодавче регулювання участі політичних партій у передвиборній агітації на місцевих виборах в Україні в цілому відповідає міжнародній практиці. Підтвердження означеної тези отримуємо з аналізу участі політичних партій держав-членів Європейського Союзу як суб'єктів виборчого процесу на місцевих виборах.

Участь політичних партій у передвиборній агітації на місцевих виборах держав-членів ЄС

Певну особливість такої участі зарубіжних партій визначив М.І. Обушний, за яким на поведінку партійних учасників передвиборної агітації

та виборчої кампанії здійснюють вплив угоди про правила поведінки, а не правові засади. Але саме в останні часи традиційні форми передвиборної агітації поступаються місцем прогресивних електронних засобів агітації. "Наприклад, в Італії – через парламентську комісію зі звернень громадян та нагляду за діяльністю радіо і телебачення, в якій репрезентовані 20 депутатів та 20 сенаторів. У Великобританії і ФРН розподілом часу завідують об'єднані комісії, що складаються з представників політичних партій і повідомих організацій" [14, с.59].

Що стосується безпосередньо законодавчого регулювання участі політичних партій у передвиборній агітації на місцевих виборах в державах-членах ЄС, то воно має свої особливості. Так, у *Словаччині* передвиборна агітація називається "виборчою кампанією" і означає діяльність політичної партії, незалежного кандидата чи інших структур, спрямовану на підтримку політичної партії чи незалежної партії або її підтримку, включаючи рекламу чи рекламу за допомогою радіо- та телевізійного мовлення. Кампанія розпочинається за 17 днів і закінчується за 48 годин до виборів. Під час виборчої кампанії кожна політична партія та незалежний кандидат мають однаковий доступ до засобів масової інформації та служб територіального самоврядування, орієнтованих на підтримку або вигоду від своєї виборчої кампанії. Словацьке радіо, Словацьке телебачення та радіостанція, дозволені на мовлення на основі ліцензії (далі – власник ліцензії), можуть резервувати максимум 30 хвилин часу мовлення на політичну партію чи незалежного кандидата і максимум 5 годин часу мовлення загалом. Політичні партії та незалежні кандидати несуть відповідальність за зміст програм, що транслюються в межах кампанії протягом визначеного часу. При цьому забезпечується чітке маркування та відокремлення цього мовлення від інших програм, повідомляючи, що це платна політична реклама.

Витрати на кампанію за радіо та телебачення сплачують політичні партії та незалежні кандидати. Словацьке радіо, Словацьке телебачення та власники ліцензій зобов'язані забезпечити для всіх політичних партій та незалежних кандидатів однакові умови придбання часу мовлення та однакові ціни та умови оплати. Забороняється транслювати кампанію в часи, які зарезервовані в радіо та телебаченні для реклами, або використовувати радіо- і телевізійну рекламу для кампанії. Трансляція звітних та політичних програм не вважається передви-

борчою, за умови, що вони транслюються таким чином і за таких обставин, як поза межами кампанії, і відповідають програмі послуги.

Загальним обов'язком є забезпечення збалансованості та неупередженості звітних і політичних програм, що транслюються під час кампанії. Плакати та інші носії інформації можна розміщувати лише в громадських місцях, визначених муніципалітетом. Позначена територія повинна відповідати принципам рівності політичних партій та незалежних кандидатів. Муніципалітет визначає зони розміщення плакатів чи інших носіїв інформації загальнообов'язковим законодавчим регулюванням.

У *Чехії* передвиборна агітація на місцевих виборах також охоплює різноманітні форми участі у них політичних партій, а за десять днів до виборів місцеві органи влади повинні виділити інформаційні стенди з інформацією про партії і кандидатів та місце проведення виборів. Вони ж повинні забезпечити вільний доступ до розміщення на цих стендах списків кандидатів усіх виборчих об'єднань і незалежних кандидатів. Передвиборна агітація закінчується за три дні до голосування, протягом якого часу забороняється публікувати прогнози результати виборів [15, с.362].

У *Хорватії* згідно ст.32 закону про місцеві вибори в Республіці Хорватія виборча кампанія є сукупністю заходів, які здійснюються учасниками виборчої кампанії для публічного представлення та роз'яснення їхніх виборчих програм виборцям. Учасниками виборчої кампанії є кандидати, заявники списку кандидатів від групи виборців, політичні партії, які подали списки кандидатів до представницьких органів на місцевих виборах. Всі учасники виборчої кампанії мають право брати участь у виборчій кампанії на рівних умовах. Витрати на виборчі кампанії та право на її компенсацію регулюються спеціальним законом.

Виборча кампанія в цій країні починається з дня публікації зведеного списку кандидатів. У ході її проведення учасники виборчої кампанії мають рівні можливості представити свої позиції у всіх місцевих засобах масової інформації і проводити передвиборну агітацію вільно, відкрито, публічно і аргументовано, а зіткнення і протистояння позицій мають бути виправдані і базуватися на фактах. Місцеві ЗМІ, у своїх трансляціях або статтях в періодичних виданнях, якщо вони не пов'язані з презентацією передвиборних програм, не мають права використовувати інформацію, яка може бути витлумачена як

передвиборна кампанія. Електронні ЗМІ також зобов'язані дотримуватися принципу рівного доступу учасників виборчої кампанії до платних політичних агітаційних кампаній і інформувати громадськість про хід передвиборчої кампанії чесно, неупереджено і збалансовано. Доволі важливим положенням закону про місцеві вибори є ст.36 закону, яка спрямована на захист прав учасників місцевих виборів, і голосить, що на них розповсюджуються гарантії захисту персональних даних.

Закінчується виборча кампанія за 24 години до дня голосування. "Виборча тиша" починається з закінчення строку дії виборчої кампанії і закінчується в день виборів в 19.00. У період "виборчої тиші" забороняється: публічна презентація та роз'яснення виборчих програм учасниками виборів виборців; агітація виборців за конкретний список кандидатів або окремих кандидатів; поширювати оцінку результатів виборів; публікація попередніх і неофіційних результатів виборів, заяв та співбесід учасників кампаній, а також посилання на їхні заяви або письмові роботи [16, с.443–444].

У Франції ст. L.51 Виборчого кодексу передбачає, що протягом усього виборчого періоду, муніципальні органи влади (органи влади комуни) зобов'язані зарезервувати у кожній комуні спеціальні місця для розміщення передвиборчих матеріалів кандидатів, які повинні виділятися на рівних умовах для кожного кандидата або списку кандидатів до представницьких органів місцевого самоврядування. Ця стаття Виборчого кодексу також містить заборону на зміну змісту виборчих матеріалів за три місяці до дня голосування, що забезпечує стабільність партійної програми і, як наслідок, гарантує реалізацію інтересів громадян у процесі голосування.

Стаття R.26 Виборчого кодексу Франції визначає умови, за якими офіційні виборчі матеріали кандидатів повинні публікуватися та оприлюднюватися на дисплеї. При цьому кожен кандидат або список кандидатів може використовувати право на розміщення передвиборчих плакатів під час виборчої кампанії, які повинні містити інформацію про передвиборні збори, але вони не можуть містити дату і місце проведення зборів, імена спікерів, а також конкретні імена кандидатів або назву списку кандидатів від політичної сили.

Є певні обмеження щодо процедури передвиборчих агітаційних кампаній. Наприклад, передвиборчі плакати та інші виборчі документи не можуть поєднувати три кольори: синій, білий

і червоний. Стаття R.29 Виборчого кодексу Франції дозволяє кандидатам або спискам кандидатів використовувати таку форму агітації, як друк і відправка листівок виборцям перед кожним туром голосування. Для моніторингу дотримання вимог проведення передвиборної агітації на місцевих виборах префектом створюються агітаційні комісії, які починають функціонувати з моменту відкриття виборчої кампанії. Юрисдикція однієї агітаційної комісії може поширюватися на один або кілька виборчих округів. Кожна така комісія складається з судді, призначеного головою апеляційного суду; службовця, призначеного префектом; чиновника, призначеного генеральним скарбником; співробітника поштового управління. Секретар комісії також призначається префектом. Участь у роботі комісії на консультативних засадах можуть приймати й кандидати, їх представники, а також повірені списку кандидатів.

Агітаційна комісія несе відповідальність за відправку (не пізніше середи до початку першого туру голосування, і не пізніше четверга до початку другого туру) для всіх виборців у виборчому окрузі листівок і бюлетенів кожного кандидата або списку кандидатів. Ці документи відправляються по місцю проживання виборців у закритому конверті. Комісія також несе відповідальність за відправку бюлетенів по кожному кандидату або списку кандидатів в кожен виборчий округ (у середу перед першим туром голосування або в четвер перед другим туром).

Окрім того Голова комісії повідомляє учасників виборчих перегонів про характеристики та максимальну кількість документів, які дозволені для друку, а також максимальні тарифи на друк та публікацію матеріалів. Якщо формат або текст листівок і бюлетенів не відповідає вимогам законодавства, такі листівки та бюлетені оголошуються комісією недейсними. При цьому самі кандидати, якщо вони мають право дорадчого голосу в комісії, повинні мати можливість робити зауваження та коментарі про дійсність агітаційних документів своїх опонентів.

Використання засобів масової інформації у передвиборчій кампанії також є поширеним методом агітації і підлягає певним правилам. А при проведенні передвиборної агітації на місцевих виборах у Франції важливу контролюючу роль відіграють суди [15, с.184–190].

Виборче законодавство *Литви* передбачає, що під час виборів всі політичні партії, що беруть участь у виборах, а також їх кандидати в члени Сейму, Європейського Парламенту, муні-

ципальних рад та Президента Республіки отримують право безкоштовно користуватися Литовським національним радіо і телебаченням, їм надаються рівні можливості використовувати інші засоби масової інформації у порядку, встановленому законами про вибори Литовської Республіки" [17].

Натомість виборче законодавство Данії, як і інших північних країн Європи, не регламентує порядок проведення передвиборної агітації на місцевих виборах. В ньому тільки зазначається про недопустимість розміщення агітаційних матеріалів (банерів, плакатів і т. д.) на виборчих дільницях і про недопущення носіння членами виборчих комісій одягу, значків з партійною символікою. Також виборче законодавство Данії не регулює питання розподілу ефірного часу між партіями та кандидатами в засобах масової інформації в період передвиборної агітації на місцевих виборах для розповсюдження своїх політичних програм, поглядів та агітаційних матеріалів. Хоча в той же час слід зазначити, що державна телерадіослужба "Радіо і телебачення Данії" у своїх внутрішніх правилах містить припис, що вона забезпечує рівний доступ всім політичним партіям на радіо і телебачення. Незалежно від кількості партій, їх популярності серед виборців їм надається на місцевих виборах однаковий ефірний час для виступу зі своїми виборчими маніфести. Реклама політичних партій на національному і регіональних каналах "Радіо і телебачення Данії" не допускається [18, с.243–244].

Так само в Австрії виборче право не містить практично ніяких положень, що регулюють порядок проведення передвиборної агітації на місцевих виборах. Закріпивши на рівні Основного закону принцип вільного виборчого права, Конституція таким чином визнала свободу передвиборної агітації, яка обмежується лише конституційною заборонаю пропаганди націонал-соціалізму. В цьому ж аспекті австрійське законодавство не вирішує питання висвітлення виборів у ЗМІ. Безоплатно час для політичної реклами партіям не надається і витрати на виборчу кампанію не обмежуються. Встановлено тільки, що державні ресурси не повинні використовуватися таким чином, що це давало перевагу од-

ним політичним силам, що беруть участь у виборах, над іншими.

Відповідно до закону про політичні партії, з метою передвиборної агітації політичні партії можуть виробляти наступні рекламні продукти як на національному, так і на земельному рівні: 1) плакати; 2) оголошення; 3) відповідні радіо і телевізійні трансляції; 4) реклама на телебаченні та рекламні ролики в кінотеатрах; 5) публікації, такі як поштові відправлення, спеціальні розділи в щоденних газетах, брошурах та інші друковані інформаційні та рекламні матеріали; 6) реклама на борту літака. Агітації в цій країні дозволяється навіть у день голосування, але вона у день виборів заборонена тільки на виборчих дільницях [19, с.77].

Висновки

1. Для забезпечення рівних можливостей кандидатів у представницькі органи місцевого самоврядування брати участь у передвиборній агітації в Україні слід законодавчо визначити фіксовану дату початку такої передвиборної агітації, наприклад, за 24 дні до дня виборів.

2. Використання у передвиборній агітації Інтернету потребує встановлення чітких правових меж ведення передвиборної агітації на місцевих виборах щодо строків, суб'єктного складу та фінансування передвиборної агітації.

3. Потребує розширення переліку категорій осіб та органів, які не мають права брати участь у передвиборній агітації на місцевих виборах, зокрема, щодо осіб, які не досягли 18 років; благодійних та релігійних організацій, військовослужбовців та поліцейських, суддів та прокурорів, працівників Національного антикорупційного бюро України, Державного бюро розслідувань, Національного агентства з питань запобігання корупції тощо.

4. Пропонується визначити статус агітаторів на місцевих виборах, закріпивши у Виборчому кодексі України їх права та обов'язки.

Конфлікт інтересів

За даними автора конфлікт інтересів відсутній

Вираз вдячності

Дослідження не мало спонсорської підтримки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Магера А. Окремі аспекти проведення передвиборної агітації та діяльності засобів масової інформації. *Вісник Центральної виборчої комісії*. 2005. № 2. Грудень. С. 32–37.
- Науково-практичний коментар до статті 68 Закону України "Про вибори народних депутатів України". URL: <https://ips.ligazakon.net/document/KZ000068>.
- Марцеляк О. В. Передвиборча агітація: до питання доктринального розуміння. *Науковий вісник*

- Ужгородського національного університету: Серія "Право". 2018. Вип. 51. Т. 1. С. 27–32.
4. Kim, H., Jr., & Fording, R. (2010). Electoral Systems, Party Systems, and Ideological Representation an Analysis of Distortion in Western Democracies. *Comparative Politics*, 42(2), 167–185. Retrieved September 28, 2020, from <http://www.jstor.org/stable/27822302>.
 5. Giovanni Sartori (1999) The party-effects of electoral systems, *Israel Affairs*, 6:2, 13-28, DOI: 10.1080/13537129908719557.
 6. Lublin, D. (2017). Electoral Systems, Ethnic Heterogeneity and Party System Fragmentation. *British Journal of Political Science*, 47(2), 373-389. DOI: 10.1017/S0007123415000137.
 7. Cairns, A. (1968). The Electoral System and the Party System in Canada, 1921–1965. *Canadian Journal of Political Science*, 1(1), 55-80. DOI: 10.1017/S0008423900035228.
 8. Поліщук І. Політичні партії як суб'єкти виборчого процесу. *Політичний менеджмент*. 2005. № 6. С. 42–48.
 9. Політичні партії. URL: <https://minjust.gov.ua/m/4561>.
 10. Вибори. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/election/546626.html>.
 11. Поспелова І. М. Конституційно-правове регулювання передвиборної агітації: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.02. К., 2016. 192 с.
 12. Юрій М. Ф. Політологія: підручник. Київ: Дакор, 2006. 346 с.
 13. Виборчий кодекс України: Закон України від 19.12.2019 № 396–ІХ. *Офіційний вісник України*. 2020. № 4. Ст. 188.
 14. Обушний М. І., Примуш М. В., Шведа Ю. Р. Партологія: навчальний посібник / за ред. Обушного М. І. К., 2017. 432 с.
 15. Современные избирательные системы. Вып. 8: Бразилия, Франция, Чехия, Южная Корея / А. Г. Орлов, М. А. Мещерякова, С. Я. Павлов, Т. О. Кузнецова ; науч. ред. А. В. Иванченко, В. И. Лафитский. М.: РЦОИТ, 2012. 464 с.
 16. Современные избирательные системы. Вып. 9: Индонезия, Словакия, Филиппины, Хорватия / Л. М. Ефимова, И. А. Ракитская, А. Г. Орлов, К. А. Половченко ; науч. ред. А. В. Иванченко, В. И. Лафитский. М.: РЦОИТ, 2014. 512 с.
 17. Republic of Lithuania, Law on Political Parties / 25 September 1990 No I-606 (Last amended by 18 May 2010 – No XI-818). URL: <https://www.legislationline.org/documents/action/popup/id/16509>.
 18. Современные избирательные системы. Вып. 4: Австралия, Венесуэла, Дания, Сербия / Т. И. Чурсина, А. Г. Орлов, И. А. Ракитская, К. А. Половченко ; науч. ред. А. В. Иванченко, В. И. Лафитский. М.: РЦОИТ: Ин-октаво, 2009. 480 с.
 19. Современные избирательные системы. Вып. 6: Австрия, Ирландия, Норвегия, Чили / Е. А. Водяницкая, П. С. Гвоздев, И. А. Ракитская, А. Г. Орлов ; науч. ред. А. В. Иванченко, В. И. Лафитский. М.: РЦОИТ, 2011. 512 с.

REFERENCES

1. Mahera, A. (2005). Okremi aspekty provedennya peredvybornoyi ahitatsiyi ta diyal'nosti zasobiv masovoyi informatsiyi [Some aspects of campaigning and media activities]. *Visnyk Tsentral'noyi vyborchoyi komisiji*, (2). 32–37 (in Ukr.).
2. *Naukovo-praktychnyy komentar do statti 68 Zakonu Ukrayiny "Pro vybory narodnykh deputativ Ukrayiny"* [Scientific and practical commentary on Article 68 of the Law of Ukraine "On Elections of People's Deputies of Ukraine"]. Retrieved from: <https://ips.ligazakon.net/document/KZ000068> (in Ukr.).
3. Martselyak, O. V. (2018). Peredvyborcha ahitatsiya: do pytannya doktrynal'noho rozuminnya [Campaigning: on the issue of doctrinal understanding]. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu: Seriya "Pravo"*, 51(1). 27–32 (in Ukr.).
4. Kim, H., Jr., & Fording, R. (2010). Electoral Systems, Party Systems, and Ideological Representation an Analysis of Distortion in Western Democracies. *Comparative Politics*, 42(2), 167–185. Retrieved September 28, 2020, from <http://www.jstor.org/stable/27822302>.
5. Giovanni, Sartori (1999). The party-effects of electoral systems, *Israel Affairs*, 6:2, 13-28. DOI: 10.1080/13537129908719557.
6. Lublin, D. (2017). Electoral Systems, Ethnic Heterogeneity and Party System Fragmentation. *British Journal of Political Science*, 47(2), 373-389. DOI: 10.1017/S0007123415000137.
7. Cairns, A. (1968). The Electoral System and the Party System in Canada, 1921–1965. *Canadian Journal of Political Science*, 1(1), 55-80. DOI: 10.1017/S0008423900035228.
8. Polishchuk, I. (2005). Politychni partiyi yak sub'yekty vyborchoho protsesu [Political parties as subjects of the electoral process]. *Politychnyy menedzhment*, (6). 42–48 (in Ukr.).

9. *Politychni partiyi* [Political parties]. Retrieved from: <https://minjust.gov.ua/m/4561> (in Ukr.).
10. *Vybory* [Election]. Retrieved from: <https://ua.interfax.com.ua/news/election/546626.html> (in Ukr.).
11. Pospyelova, I. M. (2016). *Konstytutsiyno-pravove rehulyuvannya peredvybornoyi ahitatsiyi* [Constitutional and legal regulation of election campaigning]. Candidate's thesis (12.00.02). Kyiv (in Ukr.).
12. Yuriy, M. F. (2006). *Politolohiya* [Politology]. Pidruchnyk. Kyiv: Dakor]. Pidruchnyk. Kyiv: Dakor (in Ukr.).
13. *Vyborchyy kodeks Ukrayiny* [Electoral Code of Ukraine]. *Zakon Ukrayiny* (19.12.2019 No 396–9). *Ofitsiynyy visnyk Ukrayiny*, 2020. (4). 188 (in Ukr.).
14. Obushnyy, M. I., Prymush, M. V., & Shveda, YU. R.; Obushnyy, M. I. (Red.). (2017). *Partolohiya* [Partology]. *Navchal'nyy posibnyk*. Kyiv (in Ukr.).
15. Orlov, A. G., Meshcheryakova, M. A., Pavlov, S. YA., & Kuznetsova, T. O.; Ivanchenko, A. V., & Lafitskiy, V. I. (Reds.). (2012). *Sovremennyye izbiratel'nyye sistemy. Vyp. 8: Braziliya, Frantsiya, Chexkiya, Yuzhnaya Koreya* [Modern electoral systems. Issue 8: Brazil, France, Czech Republic, South Korea]. Moskva: RTSOIT (in Russ.).
16. Yefimova, L. M., Rakitskaya, I. A., Orlov, A. G., & Polovchenko, K. A.; Ivanchenko, A. V., & Lafitskiy, V. I. (Reds.). (2014). *Sovremennyye izbiratel'nyye sistemy. Vyp. 9: Indoneziya, Slovakiya, Filippiny, Khorvatiya* [Modern electoral systems. Issue 9: Indonesia, Slovakia, Philippines, Croatia]. Moskva: RTSOIT (in Russ.).
17. Republic of Lithuania, Law on Political Parties / 25 September 1990 No I-606 (Last amended by 18 May 2010 – No XI-818). Retrieved from: <https://www.legislationline.org/documents/action/popup/id/16509>.
18. Chursina, T. I., Orlov, A. G., Rakitskaya, I. A., & Polovchenko, K. A.; Ivanchenko, A. V., & Lafitskiy, V. I. (Reds.). (2009). *Sovremennyye izbiratel'nyye sistemy. Vyp. 4: Avstraliya, Venesuela, Daniya, Serbiya* [Modern electoral systems. Issue 4: Australia, Venezuela, Denmark, Serbia]. Moskva: RTSOIT: In-
oktavo (in Russ.).
19. Vodyanitskaya, Ye. A., Gvozdev, P. S., Rakitskaya, I. A., Orlov, A. G.; Ivanchenko, A. V., & Lafitskiy, V. I. (Reds.). (2011). *Sovremennyye izbiratel'nyye sistemy. Vyp. 6: Avstriya, Irlandiya, Norvegiya, Chili* [Modern electoral systems. Issue 6: Austria, Ireland, Norway, Chile]. Moskva: RTSOIT (in Russ.).

ІНФОРМАЦІЯ ПРО СТАТТЮ (ARTICLE INFO)

Published in:

Форум права: 60 pp. 83–90.

Related identifiers:
[10.5281/zenodo.4082263](https://zenodo.org/record/4082263)
http://forumprava.pp.ua/files/083-090-2020-1-FP-Portnov_12.pdf
http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP_index.htm_2020_1_12.pdf
License (for files):

Creative Commons Attribution 4.0 International

Received: 10.02.2020

Accepted: 18.02.2020

Published: 26.02.2020

Cite as:

 Портнов, І. А. (2020). Політичні партії у передвиборній агітації на місцевих виборах в Україні та державах Європейського Союзу. *Форум Права*, 60(1). 83–90. DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4082263>.

 Portnov, I. A. (2020). *Politychni partiyi u peredvyborniy ahitatsiyi na mistsevykh vyborakh v Ukrayini ta derzhavakh Yevropeys'koho Soyuzu* [Political Parties in Pre-Election Campaigning At Local Elections in Ukraine and European Union States]. *Forum Prava*, 60(1). 83–90. DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4082263>.