

УДК 342.854

DOI <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2025.06.1.36>

ПРАВО ВИБОРЦІВ БРАТИ УЧАСТЬ У ПРОВЕДЕННІ ПЕРЕДВИБОРНОЇ АГІТАЦІЇ: ПРАВОВА ПРИРОДА ТА СУТНІСТЬ

Шаповалов А.С.,

аспірант

відділу конституційного та муніципального права

Інституту держави і права імені В.М. Корецького НАНУ

ORCID: 0009-0006-6712-9273

Шаповалов А.С. Право виборців брати участь у проведенні передвиборної агітації: правова природа та сутність.

Вказується, передвиборна агітація являє собою один з основних засобів політичного впливу на широкі маси у демократичному суспільстві, інструмент у боротьбі класів, груп, партій за політичний авторитет, владу, сукупність методів схиляння населення у бік кандидата в депутати, яка ведеться шляхом особистих зустрічей, бесід, виступів, доповідей, дискусій на зборах, мітингах, на радіо і телебаченні, в інших засобах інформації для того, щоб залучити громадян на свій бік, спонукати їх до громадсько-політичної, суспільної діяльності, впливати на їхні свідомість та настрої

Відзначається, національні процеси державного будівництва, незважаючи на розпочату росією військову агресію, продовжують здійснюватися на демократичних засадах, в основі яких є людина, її права і свободи. Людиноцентристський підхід державної політики України проявляється в усіх сферах вітчизняного державотворення. В статті акцентується увага на одній із складових політичної сфери – правовій природі права виборців брати участь у проведенні передвиборної агітації на відповідних виборах. Це право отримало своє законодавче визнання порівняно недавно як одне з прав виборців на участь у виборчому процесі, що пов'язані з правом голосу. Важливість цього права полягає в тому, що при його реалізації виборці залучаються до участі у виборчому процесі, що спонукає їх та інших виборців взяти участь у виборах і проголосувати за ту чи іншу політичну силу чи окремих кандидатів. Завдяки передвиборній агітації акцентується увага на сильних та слабких сторонах учасників виборчих перегонів, на особистісних, ділових та моральних якостях конкретних кандидатів до представницьких органів публічної влади, що сприяє виробленню у громадян свого суб'єктивного бачення виборчої кампанії, формується лінія політичної поведінки, врешті-решт робиться кінцевий вибір на користь тієї чи іншої політичної сили, чи того чи іншого кандидата, що в кінцевому рахунку сприяє належній реалізації виборчих прав громадян і забезпечує проведення дійсно вільних і чесних виборів. В роботі розкриваються форми реалізації виборцями свого права брати участь у проведенні передвиборної агітації на відповідних виборах та робиться висновок щодо необхідності деякого удосконалення вітчизняного виборчого законодавства в цій сфері з метою приведення його до вироблених міжнародною спільнотою виборчих стандартів і забезпечення таким чином ефективної реалізації виборцями свого права брати участь у проведенні передвиборної агітації.

Ключові слова: конституційне право, вибори, виборче право, виборчі права, передвиборна агітація, міжнародні виборчі стандарти.

Shapovalov A. The right of voters to participate in election campaigning: legal nature and essence.

It is indicated that election campaigning is one of the main means of political influence on the broad masses in a democratic society, a tool in the struggle of classes, groups, and parties for political authority, power, a set of methods of persuading the population towards a candidate for deputy, which is conducted through personal meetings, conversations, speeches, reports, discussions at meetings, rallies, on radio and television, and in other media in order to attract citizens to their side, encourage them to engage in public and political and social activities, and influence their consciousness and moods.

National state-building processes, despite the military aggression launched by Russia, continue to be carried out on democratic principles, based on the person, his rights and freedoms. The human-centric approach of Ukraine's state policy is manifested in all spheres of national state-building. The article focuses on one of the components of the political sphere - the legal nature of the right of voters to participate in campaigning in the relevant elections. This right has received its legislative recognition relatively recently as one of the rights of voters to participate in the electoral process, which

are related to the right to vote. The importance of this right lies in the fact that when it is exercised, voters are involved in the electoral process, which encourages them and other voters to take part in the elections and vote for a particular political force or individual candidates. Thanks to election campaigning, attention is focused on the strengths and weaknesses of the participants in the election race, on the personal, business and moral qualities of specific candidates for representative bodies of public power, which helps citizens develop their subjective vision of the election campaign, and a line of political behavior is formed, in the end, the final choice is made in favor of one or another political force or candidate, which ultimately contributes to the proper exercise of citizens' electoral rights and ensures the holding of truly free and fair elections. The work reveals the forms of exercise by voters of their right to participate in election campaigning in the relevant elections and concludes that there is a need for some improvement of domestic electoral legislation in this area in order to bring it into line with the electoral standards developed by the international community.

Key words: constitutional law, elections, electoral law, electoral rights, election campaigning, international electoral standards.

Постановка проблеми. Проведення передвиборної агітації – це важливий етап виборчої кампанії. Як зазначається в літературі, передвиборна агітація являє собою один з основних засобів політичного впливу на широкі маси у демократичному суспільстві, інструмент у боротьбі класів, груп, партій за політичний авторитет, владу, сукупність методів схиляння населення у бік кандидата в депутати, яка ведеться шляхом особистих зустрічей, бесід, виступів, доповідей, дискусій на зборах, мітингах, на радіо і телебаченні, в інших засобах інформації для того, щоб залучити громадян на свій бік, спонукати їх до громадсько-політичної, суспільної діяльності, впливати на їхні свідомість та настрої [1, с. 16].

В цьому аспекті актуалізується право виборців брати участь у проведенні передвиборної агітації на відповідних виборах, яке вперше у вітчизняній практиці державотворення отримало своє визнання в ст. 9 Виборчого кодексу України як одне з прав виборців на участь у виборчому процесі, що пов'язані з правом голосу. Важливість цього права полягає у тому, що здійснюючи передвиборну агітацію окремі виборці сприяють проведенню дійсно вільних і чесних національних виборів, чим реалізують свою місію у вітчизняних державотворчих процесах, пов'язаних з формуванням представницьких органів державної влади та місцевого самоврядування.

Стан дослідження. Характеристиці вітчизняного виборчого права присвячено чимало праць українських науковців правників (Баймуратова М., Бисаги Ю., Белова Д., Ключковського Ю., Кофмана Б., Марцеляка О., Серьогіна В., Скрипнюка О., Смоковича М., Нестеровича В., Шаповала В. та ін.). Їх дослідження у сфері правової природи виборів, як форми прямого народовладдя, являють собою вагомий внесок у розвиток юридичної науки. Проте слід відзначити, що проблема права виборців брати участь у проведенні передвиборної агітації ними якщо й розкривалася, то внаслідок своєї новизни досить фрагментарно.

Отже, **метою нашого дослідження** виступає комплексна наукова характеристика права виборців брати участь у проведенні передвиборної агітації на відповідних виборах і на основі такого аналізу вироблення авторських пропозицій щодо його удосконалення, приведення до вироблених міжнародним співтовариством стандартів.

Виклад основного матеріалу. Ст. 9 Виборчого кодексу України наділяє виборців правом брати участь у проведенні передвиборної агітації на відповідних виборах. Це важливо як для самих виборців, які в цьому плані задіюються в якості суб'єктів виборчого процесу, так і для самої виборчої кампанії, оскільки передвиборна агітація охоплює розповсюдження інформації агітаційного характеру, що спонукає виборців взяти участь у виборах і проголосувати за ту чи іншу політичну силу чи окремих кандидатів. При цьому акцентується увага на сильних та слабких сторонах політичних партій, що беруть участь у виборах, та окремих кандидатів до представницьких органів публічної влади, на їх особистісних, ділових та моральних якостях. Завдяки передвиборній агітації, як пише О.В. Марцеляк, у громадян виробляється своє суб'єктивне бачення виборчої кампанії, формується лінія політичної поведінки (брати чи не брати участь у голосуванні), врешті-решт робиться кінцевий вибір на користь тієї чи іншої політичної сили, чи того чи іншого кандидата, яким виборець віддасть свій голос. Доволі часто вона сприяє підвищенню рівня політичної та правової культури громадян і має адресний, персоніфікований характер [2, с. 445]. В іншій своїй роботі цей науковець уточнює, що передвиборна агітація є не тільки відправною точкою і одночасно важливою ланкою в процесі знайомства виборців з політичними силами, а й найбільш поширеним і дієвим інструментом політичної боротьби [3, с. 386].

Приблизно такої ж позиції дотримується й В. Венгер, який передвиборну агітацію розглядає ключовим етапом виборчого процесу, що не тільки безпосередньо впливає на перебіг і результа-

ти виборів, але й уможливорює належну реалізацію виборчих прав. Він пише: «У демократичному суспільстві передвиборна агітація є інструментом забезпечення дійсно вільних і чесних виборів. Вона, безумовно, впливає й на те, яким чином реалізуються інші принципи виборчого права, оскільки за своїм основним призначенням забезпечує формування волі виборців для реального вільного волевиявлення» [4, с. 501].

І.М. Поспелова звертає увагу, що функціональним призначенням передвиборної агітації є забезпечення відкритості виборчого процесу, надання виборцям повної та достовірної інформації про осіб, які претендують на отримання представницького мандату та їх програми [5, с. 37].

Названі тлумачення передвиборної агітації засвідчують, що вона не тільки виступає головним засобом політичної боротьби між учасниками виборчих перегонів, а й має забезпечувати вільні умови проведення виборів, відкритість та змагальність виборчого процесу, тим самим дозволяючи виборцям отримувати необхідну для голосування інформацію про перебіг виборчої кампанії, політичні партії та кандидатів до представницьких органів публічної влади, поширювати цю інформацію і брати участь у проведенні передвиборної агітації на відповідних виборах за тих чи інших кандидатів.

Звідси цілий ряд науковців розкривають передвиборну агітацію саме через поняття «інформація»: передвиборна агітація є комплексом заходів, цілеспрямованою діяльністю певного суб'єкта виборчого процесу (кандидата на виборну посаду) з підготовки і поширення відповідної інформації з метою спонукання виборців до здійснення позитивного вибору на його користь» [6, с. 357]; цілеспрямовані дії з боку суб'єкта виборчого процесу, що знаходять відображення у поширенні відповідної інформації стосовно кандидата у депутати або політичної партії (блоку) з метою створення у виборців позитивного чи негативного враження щодо кандидата у депутати або політичної партії (блоку) з метою схилення до необхідного вибору [7].

Також доволі цікавий в цьому ж сенсі є підхід у В.Є. Шеверевої, яка передвиборну агітацію розкриває через об'єктивний аспект – це інститут виборчого права, тобто система 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 не-голосування за тих чи інших кандидатів (списки кандидатів); та суб'єктивний аспект – передвиборна агітація є однією із правомочностей суб'єктивного виборчого права, яка полягає в 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» [8, с. 98].

Безумовно, що передвиборна агітація являє собою різновид інформаційної діяльності, оскільки нерозривно пов'язана з поширенням певної інформації. Проте, на наш погляд характеристика передвиборної агітації через поняття «інформація» дещо звужує розуміння цього правового явища, виокремлює тільки один з її аспектів – інформаційний, в той час як ст. 51 Виборчого кодексу України чітко зазначає, що це здійснення будь-якої діяльності з метою спонукання виборців голосувати за або не голосувати за певного кандидата, партію (організацію партії) – суб'єктів виборчого процесу [9].

Вважаємо, що сприйняття передвиборної агітації через категорію «інформація» не повністю розкриває всі аспекти її правової природи. Так, наприклад, деякі дослідники виділяють три концепції передвиборної агітації: 1) агітація як політичний маркетинг, що має пропонувати розв'язання найважливіших проблем округу, а імідж кандидата має відповідати бажанням електорату; 2) агітація як ведення інформаційної війни – це застосування інформації для перемоги над суперником. Сюди відносять так званий «чорний піар», антирекламу, фальшиві листи тощо; 3) агітація як передвиборна дипломатія, яка має на меті домовитися з усіма більш-менш важливими суб'єктами виборів (політиками, керівниками підприємств, суперниками, громадянами), створити відповідний політичний дискурс між усіма зацікавленими особами [10, с. 81].

І. Поспелова взагалі виділяє п'ять поширених в сучасній юридичній літературі підходів до тлумачення передвиборної агітації:

1) політико-функціональний підхід, за якого передвиборна агітація виступає складовою політичної агітації, одним із засобів політичного впливу, інструментом в боротьбі політичних партій, окремих кандидатів за політичний авторитет, владу;

2) нормативістський підхід, коли передвиборна агітація визначається як інститут виборчого права, який являє собою сукупність матеріальних і процесуальних норм виборчого права;

3) соціально-філософський підхід, що ґрунтується на предметності передвиборної агітації – її спрямованості на досягнення певного соціального ефекту, що має перетворювальний характер;

4) суб'єктно-інституційний підхід – передвиборна агітація визначається через сукупність учасників виборчого процесу, що вступають у правовідносини з приводу здійснення інформаційної

діяльності з метою спонукання виборців до голосування за чи проти певних кандидатів на виборні посади;

5) техніко-організаційний підхід – передвиборна агітація є однією зі стадій виборчого процесу, яка охоплює чітко визначений набір виборчих дій і процедур, та здійснюється шляхом застосування різних видів, форм і методів [5, с. 27-28].

Р. Коваленко також виділяє декілька підходів до тлумачення передвиборної агітації, розглядаючи її як:

- особливий вид соціальної діяльності, що характеризується спеціальними ознаками суб'єктного складу, строків та специфічної мети її здійснення – спонукання виборців голосувати за або не голосувати за певного кандидата;

- стадія виборчого процесу, коли передвиборна агітація прямо закріплена виборчими законами як етап виборчого процесу, що виконує інформаційну, мотиваційно-оцінну функції, а також комунікативну функцію між уповноваженими суб'єктами передвиборної агітації та виборцями;

- суб'єктивне право – свобода передвиборної агітації відноситься до засад виборчого процесу та може розглядатися як суб'єктивне право, що є частиною змісту виборчого права – як активного, так і пасивного;

- інститут виборчого права – передвиборна агітація є сукупністю правових норм, що містяться у виборчих законах та регулюють порядок, строки, форми, фінансування, обмеження проведення передвиборної агітації;

- юридичний обов'язок – передвиборна агітація є одночасно і юридичним обов'язком суб'єктів виборчого процесу, який полягає в дотримуванні ними при проведенні передвиборної агітації вимог та обмежень, встановлених чинним законодавством [11, с. 42-43].

Про багатоаспектність передвиборної агітації свідчить і те, що вона може проводитися у різноманітних формах:

- 1) проведення зборів громадян, інших зустрічей з виборцями;

- 2) проведення мітингів, походів, демонстрацій;

- 3) проведення публічних дебатів, дискусій, «круглих столів», прес-конференцій щодо положень передвиборних програм та політичної діяльності кандидатів, партій (організацій партій) – суб'єктів виборчого процесу;

- 4) оприлюднення в друкованих та аудіовізуальних (електронних) засобах масової інформації політичної реклами, виступів, інтерв'ю, нарисів, відеофільмів, аудіо- та відеокліпів, інших публікацій та повідомлень;

- 5) розповсюдження виборчих листівок, плакатів та інших друкованих агітаційних матеріалів чи друкованих видань, в яких розміщено матеріали передвиборної агітації;

- 6) розміщення друкованих агітаційних матеріалів чи політичної реклами на носіях зовнішньої реклами;

- 7) проведення концертів, вистав, спортивних змагань, демонстрації фільмів та телепередач, проведення інших публічних заходів за підтримки кандидата, партії (організації партії) – суб'єкта виборчого процесу, а також оприлюднення інформації про таку підтримку;

- 8) публічні заклики голосувати за або не голосувати за кандидата, партію (організацію партії) – суб'єкта виборчого процесу або публічні оцінки їхньої діяльності;

- 9) встановлення агітаційних наметів;

- 10) в інших формах, що не суперечать Конституції та законам України.

При цьому виборці як громадяни України мають право вільно приймати участь у всіх зазначених заходах і всебічно обговорювати передвиборні програми кандидатів, партій (організацій партій) – суб'єктів виборчого процесу, політичні, ділові та особисті якості кандидатів, вести агітацію за або проти кандидатів, партій (організацій партій).

До передвиборної агітації також належить використання символіки (гімну, прапора, розпізнавального знаку, девізу) або логотипів партії – суб'єкта відповідного виборчого процесу, використання передвиборних слоганів, гасел кандидатів, партій (організацій партій) – суб'єктів відповідного виборчого процесу, а так само повідомлення про проведення видовищних чи інших публічних заходів на підтримку партії, кандидата або про підтримку зазначених заходів кандидатами, партіями (організаціями партій) – суб'єктами відповідного виборчого процесу, а також привернення уваги до участі у таких заходах партій чи певних осіб як кандидатів [9].

Вважаємо, що передвиборна агітація – це визначена національним законодавством сукупність передвиборних заходів і дій, які здійснюються відповідними суб'єктами виборчого процесу (виборцями, кандидатами до представницьких органів влади, політичними партіями – учасниками виборчого процесу) у передбачені законом строки у будь-яких законних формах і засобах, що дозволяє виборцям отримувати необхідну для голосування інформацію про перебіг виборчої кам-

панії, політичні партії та кандидатів до представницьких органів публічної влади, вільно і всебічно обговорювати їх ділові та особисті якості і приймати рішення як щодо своєї участі у голосуванні, так і щодо того за якого конкретно кандидата на виборну посаду чи партію – суб'єкта виборчого процесу проголосувати.

Слід підкреслити той факт, що законодавче регулювання передвиборної агітації характеризується загальністю та високим рівнем диспозитивності, на відміну від цілого ряду інших стадій виборів істотною частиною регулювання яких здебільшого має зобов'язальний, імперативний характер.

В літературі це пояснюється, по-перше, особливістю суб'єктів агітації – виборці, політичні партії чи їхні місцеві організації, зрештою, окремі кандидати до представницьких органів публічної влади, не мають владних повноважень, а отже користуються свободою дій відповідно до принципу «дозволено все, що не заборонено законом» (ст. 19 Конституції України). По-друге, передвиборна агітація найбільш виразно ілюструє важливість та ефективність механізмів забезпечення принципу рівного виборчого права в аспекті рівних можливостей суб'єктів агітації. По-третє, міжнародні виборчі стандарти вимагають мінімізації втручання владних інституцій в агітаційний процес, що обумовлено необхідністю забезпечити свободу виборців сформувати власну думку (волю) [12]. По-четверте, унеможливають імперативне законодавче регулювання передвиборної агітації сама природа та практичні особливості агітаційної діяльності, різноманітність її форм і способів здійснення [4, с. 501-502].

Хоча, на наш погляд, це не зовсім правильний підхід, враховуючи, що передвиборна агітація являє собою чи не найскладнішу стадію виборчого процесу, в якій, як свідчить вітчизняна та зарубіжна виборча практика, доволі часто мають місце значні порушення, що, у свою чергу, впливає чи може вплинути на легітимність виборів. Тому законодавче регулювання передвиборної агітації має ґрунтуватися на оптимальному балансі між забезпеченням свободи її здійснення та запобіганням зловживанню правами та перешкоджанню реалізації прав інших (конкурентних) суб'єктів, гарантуючи таким чином реалізацію конституційних принципів рівних та вільних виборів і забезпечуючи на практиці законність формування представницьких органів державної влади та місцевого самоврядування.

Такий підхід вимагає від держави, з одного боку, лаконічного нормативного регулювання передвиборної агітації, без надмірного втручання в цей процес органів публічної влади. З іншого – законодавець повинен чітко визначити правила і межі здійснення передвиборної агітації, суб'єктів, час, форми і способи її здійснення. Не слід залишати поза увагою й необхідність національного законодавця забезпечити рівні умови ведення агітації для всіх суб'єктів, які мають право проводити таку передвиборну агітацію, дотримання їхніх прав, що б виключало створення взаємних перешкод у вільному веденні ними передвиборної агітації. Такі правила мають бути достатньо чіткими та зрозумілими для однозначного та безпосереднього застосування з огляду на принципи юридичної визначеності та легітимних очікувань в діяльність політичних партій, кандидатів до представницьких органів влади, виборців, засобів масової інформації, інформаційних агентств чи інших представників громадянського суспільства, і мати, як правило, досить жорсткий зобов'язальний характер [4, с. 501-502].

Виходячи з предмету нашого дослідження в цьому сенсі зазначимо, що вітчизняний законодавець неналежним чином врегулював порядок реалізації виборцями свого права брати участь у проведенні передвиборної агітації на відповідних виборах. В цьому плані варто було піти по шляху конкретного визначення статусу виборця при реалізації ним свого права брати участь у проведенні передвиборної агітації за зразком як це зроблено щодо засобів масової інформації (ст. 54) та електронних (аудіовізуальних) засобів масової інформації (ст. 55).

При врегулюванні такого статусу виборців слід, по-перше, законодавчо уточнити саму категорію виборців, які мають право брати участь у проведенні передвиборної агітації, оскільки в ст. 51 Виборчого кодексу України зазначається, що громадяни України мають право вільно і всебічно вести агітацію за або проти кандидатів, партій (організацій партій), що не зовсім зрозуміло, оскільки це не позбавляє цього права виборців, які не мають права голосу на відповідних, наприклад місцевих, виборах.

По-друге, ми погоджуємося з тими науковцями, які стверджують, що мають бути чітко законодавчо визначені форми і засоби здійснення виборцями передвиборної агітації – вони мають бути природно властивими власне фізичній особі та не можуть мати системного організованого характеру (виборець може вільно і всебічно обговорювати передвиборні програми кандидатів, партій (організацій партій) – суб'єктів виборчого процесу на різноманітних масових агітаційних заходах, проте не може організовувати таких заходів).

По-третє, варто законодавчо врегулювати питання фінансування здійснюваної виборцями передвиборної агітації. Більшість фахівців однозначно відстоюють позицію, що виборці не мають

права витрачати власні кошти чи використовувати інші ресурси для проведення агітації на різноманітних масових агітаційних заходах, оскільки фінансування такої агітації може здійснюватися виключно за рахунок коштів виборчих фондів кандидатів, партій (місцевих організацій партій) — суб'єктів виборчого процесу. Тому участь виборців в організованих агітаційних заходах має бути безоплатною, оскільки оплата такої діяльності спотворила б зміст передвиборної агітації, комерціалізувавши відповідні активності. Крім того, оплата агітаційної діяльності створює передумови для можливого організованого підкупу виборців [4, с. 515-516].

Ми поділяємо цей підхід. В той же час, хочемо загострити увагу на тому, що виборці можуть здійснювати передвиборну агітацію також шляхом виконання окремих послуг, які надаються ними на підставі договору з відповідним суб'єктом виборчого процесу щодо організації та проведення передвиборної агітації, розповсюдження матеріалів передвиборної агітації з оплатою за рахунок коштів відповідного виборчого фонду. Це питання вітчизняним законодавцем не врегульовано. Але воно завжди актуалізується під час будь-яких виборчих кампаній, внаслідок чого Центральною виборчою комісією 22 лютого 2019 року було прийнято Роз'яснення щодо реалізації положень частини шостої статті 64 Закону України «Про вибори Президента України» яким було передбачено, що участь виборців у заходах передвиборної агітації не може бути оплатною, однак при виконанні ними робіт, що здійснюються на підставі договору з відповідним суб'єктом виборчого процесу, виборці можуть нести витрати (на телефонні послуги, проїзд, перевезення багажу, харчування, проживання та інші витрати в разі проведення заходів передвиборної агітації в іншому населеному пункті тощо), тому має бути можливість відшкодування їм витрат в рамках виконання подібного договору певною юридичною особою і такі витрати мають бути оплачені з виборчого фонду (абзац шістнадцятий пункту 2 Роз'яснення) [13].

Роз'яснення ЦВК щодо реалізації положень частини шостої статті 64 Закону України «Про вибори Президента України» стало предметом розгляду Верховного Суду, який оцінюючи його, теж застосував цивілістичний підхід, кваліфікувавши договір щодо організації та проведення передвиборної агітації, розповсюдження матеріалів передвиборної агітації як договір про надання послуг. Зазначивши, що відповідно до частини першої статті 904 Цивільного кодексу України, за договором про безоплатне надання послуг замовник зобов'язаний відшкодувати виконавцеві всі фактичні витрати, необхідні для виконання договору, Верховний Суд визнав, що відшкодування замовником фактично понесених витрат виконавця не робить такий договір оплатним, а отже відшкодування витрат, передбачене роз'ясненням, не може вважатися оплатною формою агітаційної діяльності [14].

З цим підходом ЦВК та Верховного Суду не погоджується вітчизняний дослідник виборчого права Венгер В.М., який пише, що таке перенесення цивілістичних категорій на виборчі правовідносини далеко не завжди доречно, а в окремих ситуаціях навіть шкідливе, оскільки суперечить публічно-правовому характерові цих відносин [4, с. 517]. Хоча ми вважаємо, що раціональне зерно у підході ЦВК та Верховного Суду є і воно має знайти своє законодавче визнання на рівні Виборчого кодексу України, оскільки Постанова Центральної виборчої комісії від 22 лютого 2019 року № 376 «Про Роз'яснення щодо реалізації положень частини шостої статті 64 Закону України «Про вибори Президента України» втратила свою чинність у 2020 році.

По-четверте, варто національним виборчим законодавством врегулювати також обов'язки виборців при здійсненні ними передвиборної агітації в аспекті встановлення вимог та обмежень, спрямованих на:

а) дотримання строків її проведення (в тому числі в сучасних месенджерах і соціальних мережах (Telegram, Instagram, Facebook, Viber, Twitter тощо);

б) недопустимість проведення ними індивідуальної передвиборної агітації у військових частинах (формуваннях), в установах виконання покарань і слідчих ізоляторах;

в) поширення про кандидата/кандидатів до представницьких органів державної влади та місцевого самоврядування, партію (організацію партії) — суб'єктів виборчого процесу завідомо неправдивих відомостей (інформація, що не відповідає дійсності або містить неточності, двозначності, перебільшення, замовчування тощо, викривляє дійсну інформацію про відповідного суб'єкта, спотворює повністю або частково політичну позицію чи погляди такого суб'єкта, дискредитує його, сприяє поширенню неперевіреної, вигаданої інформації, тобто може вплинути на формування волі виборців у негативному для цього суб'єкта плані) [4, с. 583-584]);

г) забезпечення вільного і чесного проведення передвиборної агітації, дотримання виборцями не тільки приписів національного законодавства, а й моралі, недопущення з їх боку застосування інструментів прихованої передвиборної агітації, так званого «чорного піару» та інших форм незаконної агітації (твердження дискримінаційного характеру; використовувати засоби і технології, які діють на підсвідомість виборців; вмішувати елементи жорстокості, насильства, порнографії, цинізму, приниження людської честі та гідності; використовувати матеріали, які можуть завдавати

людині моральної чи фізичної шкоди, викликати в неї відчуття неповноцінності). Можливо в Україні слід напрацювати Етичний (моральний) кодекс виборця-агітатора з відповідним коригуванням спеціального законодавства.

Висновок. Значним позитивом вітчизняного виборчого законодавства є саме визнання права виборців на участь у виборчому процесі, що пов'язані з правом голосу. Проте слід визнати, що законодавче врегулювання порядку реалізації виборцями свого права брати участь у проведенні передвиборної агітації потребує свого удосконалення через:

- уточнення самої категорії виборців, які мають право брати участь у проведенні передвиборної агітації на тих чи інших виборах;
- чітке законодавче визначення форм і засобів здійснення саме виборцями передвиборної агітації;
- законодавче врегулювання питання фінансування здійснюваної виборцями передвиборної агітації;
- нормативне врегулювання обов'язків виборців при здійсненні ними передвиборної агітації (щодо дотримання строків її проведення, недопустимість проведення ними індивідуальної передвиборної агітації у військових частинах (формуваннях), в установах виконання покарань і слідчих ізоляторах і т. ін.).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Політологічний словник: Навч. посіб. для студ. вищ. нав. закл. / За ред. М.Ф. Головатого та О.В. Антонюка. К.: МАУП, 2005. 792 с.
2. Марцеляк О.В. Вибори народних депутатів України: історія, теорія, практика: навч. посіб. Харків: ТОВ «ПРОМЕТЕЙ-ПРЕС», 2008. 636 с.
3. Марцеляк О.В. Вибори народних депутатів України: Навч. посіб. Харків: ТОВ «ПРОМЕТЕЙ-ПРЕС», 2007. 620 с.
4. Виборчий кодекс України. Книга перша. Загальна частина. Науково-практичний коментар / за ред. Ю.Б. Ключковського. Київ: К.І.С., 2021. 768 с.
5. Поспєлова І.М. Конституційно-правове регулювання передвиборної агітації: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.02 – конституційне право; муніципальне право / Інститут законодавства ВРУ. К., 2016. 192 с.
6. Погорілко В. Ф. Конституційне право України : підручник / за заг. ред. В.Л. Федоренка. 3-вид., перероб. і доопр. ; передмова В. В. Коваленка. К.: КНТ: Ліра-К, 2011. 532 с.
7. Корольова-Борсоді Н. В. Правове регулювання виборів депутатів Верховної Ради Автономної Республіки Крим: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.02 – конституційне право; муніципальне право. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua>.
8. Шеверєва В. Є. Проблеми правового регулювання передвиборної агітації в Україні: дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.02. Х., 2011. 254 с.
9. Виборчий кодекс України від 19 грудня 2019 року № 396-IX. *Відомості Верховної Ради України*. 2020. № 7, 8, 9. Ст. 48. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396-20#Text>.
10. Виборче законодавство: українська практика, міжнародний досвід та шляхи реформування / За заг. ред. Радченка Є.В. К.: Факт, 2003. 258 с.
11. Коваленко Р. Передвиборна агітація: правова природа та сутність. *Юридичний вісник*. 2014. № 2. С. 41–45.
12. Кодекс належної практики у виборчих справах (CDLAD (2002) 023rev2-cor). URL: [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD\(2002\)023rev2-cor-ukr](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD(2002)023rev2-cor-ukr).
13. Постанова ЦВК від 22 лютого 2019 року № 376 «Про Роз'яснення щодо реалізації положень частини шостої статті 64 Закону України «Про вибори Президента України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0376359-19>.
14. Постанова Верховного Суду від 4 березня 2019 року, справа № 855/57/19. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/80235069>.