Розділ І. ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВИ І ПРАВА

DOI: 10.33766/2524-0323.89.13-22

УДК 342.843.19

К. О. Павшук,

кандидат юридичних наук,

доцент кафедри

конституційного права України

Національного юридичного

університету імені Ярослава Мудрого

(м. Харків, Україна)

e-mail: mskate1803@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-0588-4178>

НОВІ ПІДХОДИ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРНОЇ АГІТАЦІЇ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ ВИБОРЧОГО КОДЕКСУ УКРАЇНИ

У статті розглянуто основні новели Виборчого кодексу України в частині проведення передвиборної агітації. З'ясовано, наскільки принципово змінилися підходи до її проведення. Проаналізовано позитивні та негативні сторони встановлених законодавчих підходів. Визначено, яким чином окреслені нововведення вплинуть на реалізацію принципу чесних виборів. На основі досвіду минулих виборчих кампаній і практичних прикладів здійснено спробу спрогнозувати результати такого впливу та попередити ймовірні порушення виборчого права.

Ключові слова: передвиборна агітація, чесні вибори, вільні вибори, рівні вибори, державне фінансування витрат на агітацію, підкуп виборців.

Постановка проблеми. Передвиборна агітація та підходи до її проведення завжди вказують на добросовісну (чи навпаки) конкуренцію між кандидатами та політичними партіями – суб'єктами виборчого процесу. Нерідко прогалинами в законодавстві користуються ті з них, хто має більше ресурсів та адміністративних можливостей вплинути на волевиявлення виборців. Та й самі виборці інколи охоче стають суб'єктами агітації, виступаючи за чи проти кандидатів або політичних партій. Можливість вільно та всебічно обговорювати передвиборні програми, особисті та ділові якості кандидатів, а також відсутність будь-якого тиску, насильства, погроз з їхнього боку чи обману, що перешкоджатимуть вільному волевиявленню, – ось ознаки вільних демократичних виборів. Це, однозначно, показник відкритості та обізнаності суспільства.

Багато років в Українській державі законодавець намагався встановити чіткі та зрозумілі «правила гри» в період виборчих кампаній, закріплюючи права та обов'язки суб'єктів виборчого процесу, порядок притягнення до юридичної відповідальності за дії, які порушують виборчі принципи. Як відомо, таких спроб і поразок було достатньо багато, хоча з часом все більше і більше помилок вдавалося виправити. Еволюційним і цілком закономірним етапом стало прийняття Виборчого кодексу України 2019 р., який набув чинності з 01.01.2020 р. (далі – Кодекс) з метою внормування всіх відносин, які виникають у зв'язку із проведенням виборів

у державі. Які саме «правила чесної передвиборної гри» встановлені цього разу і чи матимуть вони позитивний вплив на укріплення демократичних засад конституційного ладу, матимемо згоду дізнатися не лише в теорії, ознайомлюючись із текстом нормативно-правового акту, а й на позачергових місцевих виборах, проведення яких заплановано на осінь 2020 року.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У конституційно-правовій та політологічній площині досліджуване питання в період проведення виборів є трендовим та, природно, привертає увагу дослідників та громадських діячів. Дослідження або аналізують досвід минулих років, намагаючись вивести загальноприйнятні формули поведінки та застерегти від помилок, або з'ясовують підстави та детермінанти порушень у надії швидко зреагувати на ситуацію. Водночас, виборчі питання стали центральними проблемами фундаментальних наукових досліджень як на вітчизняному просторі, так і за його межами. Серед них особливо слід виділити М. В. Афанасьєву, Н. В. Богашеву, Ю. Б. Ключковського, Б. С. Мохончука, І. М. Поспелову, П. В. Романюка та ін.

Формулювання цілей. Основною метою статті є вивчення нових підходів до проведення передвиборної агітації в Україні та виявлення дієвих механізмів подолання випадків недобросовісної конкуренції між кандидатами та маніпулятивної боротьби, застосованих у Виборчому кодексі України, що найближчим часом можуть бути використані. Враховуючи актуальність і очікуваність змін у виборчому законодавстві України, а також їх особливу важливість, для врегулювання ведення передвиборної агітації зокрема та, як наслідок, гарантування принципу чесних виборів, основними завданнями цієї статті є таке: по-перше, з'ясувати, як змінилися підходи до проведення передвиборної агітації у зв'язку з прийняттям Кодексу; по-друге, проаналізувати, наскільки дієвими будуть встановлені законодавчі механізми боротьби з порушеннями; і по-третє, визначити, як окреслені нововведення вплинуть на реалізацію принципу чесних виборів, та спробувати спрогнозувати результати такого впливу.

Виклад основного матеріалу. Прийняття та набуття чинності ґрунтового та довгоочікуваного Виборчого кодексу України дозволило уніфікувати підходи до організації підготовки та проведення виборів Президента України, народних депутатів України та депутатів місцевих рад, сільських, селищних, міських голів, старост. Зрозумілим є той факт, що подібна кодифікація не тільки стала механічним поєднанням виборчих законів, а забезпечила систематизацію якісних теоретичних та практичних напрацювань в галузі виборчого права з метою удосконалення та підвищення ефективності процедур. Не претендуючи на детальний аналіз абсолютно всіх новел цього акта та окреслюючи їх виключно у фокусі ведення передвиборної агітації, необхідно, насамперед, віддати належне суттєвому доповненню переліку принципів виборчого права. Мова йде не лише про класичні конституційні принципи, а й принцип добровільності, особистого та одноразового голосування, а також принцип чесних виборів. До того ж, у статтях Кодексу розкрито різні аспекти зазначених принципів, що має вагоме значення для правозастосування.

У контексті дослідження питання передвиборної агітації найбільше звертає на себе увагу принцип чесних виборів, який активно обговорювався та досліджувався в наукових колах [1]. Так, аналізуючи ст. 19 Кодексу, можна дійти висновку, що нормотворець вкладає в поняття «чесних виборів» виборчу кампанію, під час

якої виборчі права громадян України захищаються законом та забезпечуються умови для їх реалізації, винні особи притягаються до кримінальної, адміністративної або іншої відповідальності в порядку, встановленому законом, основні засади виборчого права дотримуються, належним чином здійснюються виборчі процедури і механізми, а встановлення результатів виборів є точним і достовірним [2].

Дотичним до цього принципу є один із аспектів принципу рівного виборчого права - рівність прав і можливостей кандидатів, партій (організацій партій) - суб'єктів виборчого процесу брати участь у виборчому процесі відповідних виборів, який забезпечується заборобою використання для фінансування передвиборної агітації інших коштів, крім коштів виборчого фонду партії (кандидата, організації партії) (п. 4 ч. 5 ст. 12 Кодексу) [2].

Відповідно до ст. 14 Закону України «Про політичні партії в Україні», під час підготовки і проведення виборів Президента України, народних депутатів України, місцевих виборів політичною партією, її місцевою організацією, висунутим партією чи її місцевою організацією кандидатом на відповідних виборах для фінансування своєї передвиборної агітації утворюється власний виборчий фонд. Формування виборчого фонду партії, місцевої організації партії, кандидата на виборах та використання коштів відповідних виборчих фондів здійснюються в порядку, встановленому відповідним законом про вибори [3]. Такий порядок, дійсно, закріплено в розділі XXVII Кодексу.

Відомо, що з 2015 р. згаданий Закон України «Про політичні партії в Україні» містить норму про відшкодування витрат політичних партій на передвиборну агітацію на виборах народних депутатів України. Відповідно до неї, партії-переможці мають право компенсувати витрати на агітацію із державного бюджету. Гарантія повернення коштів повинна стимулювати партії витрачати більше грошей на передвиборну агітацію та виводити їх «із тіні». При цьому, за положеннями ст. 17-4 цього Закону відшкодування витрат, пов'язаних із фінансуванням передвиборної агітації політичної партії на виборах народних депутатів України, здійснюється в розмірі фактично здійснених політичною партією витрат, але не більше максимального розміру виборчого фонду політичної партії, кандидати в народні депутати України від якої зареєстровані в загальнодержавному багатомандатному виборчому окрузі, встановленого Законом України «Про вибори народних депутатів України» [3]. Як бачимо, ці положення не були узгоджені з нормами Кодексу, у якому, до речі дзеркально, немає норми про можливість отримання державної компенсації за понесені витрати під час проведення передвиборної агітації. Та й не ця колізія турбує найбільше. У Законі мова йде про максимальний розмір виборчого фонду політичної партії як гарантія безмежних фінансових можливостей партії – суб'єкта виборчого процесу з метою гарантування тої ж таки рівності умов боротьби, про які ми згадували до цього. Прикро, але ст. 150 Кодексу, встановивши ліміт для власного виборчого фонду кандидата в межах чотирьох тисяч розмірів мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня відповідного року, не обмежив при цьому виборчий фонд партії, зазначивши його максимальний розмір. Хоча в Законі України «Про вибори народних депутатів України» зазначено, що розмір виборчого фонду партії, кандидати в депутати від якої зареєстровані в загальнодержавному окрузі, не може перевищувати дев'яноста тисяч

розмірів мінімальної заробітної плати (а це майже 375,6 млн. грн.) [4]. Це дає підстави стверджувати про ймовірно суттєві витрати з державного бюджету для відшкодування політичним партіям проведення передвиборної агітації, якщо, звісно, положення законів не будуть максимально узгоджені.

Підставою для занепокоєння є й те, що фінансові витрати на проведення передвиборної агітації є, як правило, значними. За результатами позачергових парламентських виборів 2019 р. найбільшу компенсацію отримала партія «Слуга народу» – 114,6 млн. грн. Найменше – «Опозиційна платформа – За життя» – (60,3 млн.). Саме стільки ці партії офіційно витратили під час парламентських виборів з виборчого рахунку. Враховуючи законодавчі обмеження, жодна партія офіційно не витратила навіть третини від встановлених законом лімітів [5]. Ще одне питання із категорії проблемних – фінансова звітність політичних партій, бо перелік витрат, які не потрапляють у фінансові звіти, довгий: прихована реклама (джинса), соціологічні опитування, технологи, штаби партій, оплата роботи агітаторів та членів виборчих комісій тощо. Підрахувати точно, скільки партії витрачають поза офіційними фондами, практично неможливо. На думку автора цього тексту, розмір «чорної каси» суттєво перевищує офіційні видатки партій [6]. М. В. Афанасьєва цілком слушно зазначає, що «досвід організації виборчих кампаній підтверджує, що на проведення передвиборної агітації політичні партії та кандидати на виборні посади витрачають колосальні грошові ресурси, порівняно з якими державне фінансування агітаційних заходів щодо окремого суб'єкта є незначним, а обмежені обсяги такої передвиборної агітації – неефективними» [7, с. 78].

Щодо проведення передвиборної агітації в засобах масової інформації, то, згідно з частиною другою ст. 54 Кодексу, використання ЗМІ для агітації здійснюється на умовах рівної оплати за одиницю друкованої площі та одиницю ефірного часу й обмежується лише граничним розміром витрат виборчого фонду [2]. У зв'язку з розвитком інформаційних технологій, використання аудіовізуальних ЗМІ задля політичної реклами набирає популярності. Більшість медіаресурсів та публічних діячів мають власні канали та використовують вебсервіси на відомих міжнародних платформах (Google, YouTube, Wikipedia, Facebook, Instagram). Законодавчо заборонено проведення передвиборної агітації в іноземних засобах масової інформації, що діють на території України. Хоча непоодинокими є випадки рекламування кандидатів чи політичних партій у згаданих ресурсах. Приміром, за даними громадського руху «Чесно», за кандидата В. Зеленського в обігу було 430 рекламних дописів на Facebook, при цьому оплата здійснювалася ГО «Команда Зеленського», а реклама Ю. Тимошенко оплачувалася відповідно до даних бібліотек реклами Facebook, ТОВ «Сучасні рекламні рішення» [8].

До того ж, існують механізми таргетування реклами, у тому числі політичної. Кандидати можуть диференціювати обіцянки, які містяться в агітаційних матеріалах, залежно від того, кому та де буде продемонстровано рекламний матеріал (матеріалом від 25-34 років, яким кандидат може запропонувати підвищення виплат по догляду за дитиною, а людям старше 65 років – зниження комунальних платежів) [9, с. 57].

На думку експертів ЦЕДЕМ, законодавством варто дозволити поширення реклами на міжнародних платформах з метою агітації, за умови, що вони є ле-

гальними й діють в Україні. Також варто легалізувати групи підтримки того чи іншого кандидата, за умови, що вони мають бути зареєстрованими в Україні суб'єктами, не мати іноземних бенефіціарів чи засновників, мають проходити спеціальну процедуру реєстрації в ЦВК, а після неї замовляти агітацію на підтримку кандидата в межах встановленого ліміту. На групи підтримки також має поширюватися вимога щодо звітування [8].

Порівняно з попереднім виборчим законодавством, Виборчий кодекс України застосовує поняття прихованої передвиборної агітації, яка є забороненою, але не дає тлумачення цього поняття (ч. 5 ст. 51) [2]. І хоча на практиці встановити й довести факт проведення прихованої агітації достатньо складно, але саме такою неоднозначністю користуються кандидати та політичні партії, нагадуючи про себе використанням кольорів, голосів чи музичних мотивів, що у виборців асоціюються з ними, причому в заборонений для передвиборної агітації час і спосіб.

Сенсаційною та радикальною новелою цього Кодексу є заборона проводити передвиборну агітацію, що супроводжується наданням виборцям грошових коштів чи безоплатно або на пільгових умовах товарів, послуг, робіт, цінних паперів, кредитів, лотерей. Подібний спосіб проведення передвиборної агітації вважається підкупом виборців (ч. 6 ст. 57) [2]. Нагадаємо, що, відповідно до положень Закону України «Про вибори народних депутатів України», заборонялось проводити передвиборну агітацію, яка супроводжується наданням виборцям, закладам, установам, організаціям коштів або безоплатно чи на пільгових умовах товарів (крім товарів, що містять візуальні зображення назви, символіки, прапора партії, за умови, якщо вартість таких товарів не перевищує три відсотки розміру мінімальної заробітної плати), послуг, робіт, цінних паперів, кредитів, лотерейних білетів, інших матеріальних цінностей [4]. Така передвиборна агітація мала ознаки непрямого підкупу виборців. Звична «благодійність» кандидатів у вигляді безкоштовних медичних оглядів, вручення дітям подарункових пакетів з нагоди прийняття Таїнства Першого Причастя, нагородження найкращих учнів золотими, срібними медалями та грошовими винагородами під час випускного балу, оплата боргів за електропостачання, дарування ікон, встановлення на храмі нових куполів та інші дії кандидатів вважатимуться підкупом.

На сьогодні, відповідно до ст. 160 Кримінального кодексу України, прийняття пропозиції, обіцянки або одержання виборцем, учасником референдуму для себе чи третьої особи неправомірної вигоди за вчинення чи невчинення будь-яких дій, пов'язаних із безпосередньою реалізацією ним свого виборчого права або права голосу (відмова від участі в голосуванні, голосування на виборчій дільниці більше одного разу, голосування за окремого кандидата на виборах або відмова від такого голосування, передання виборчого бюлетеня іншій особі, незалежно від фактичного волевиявлення особи та результатів голосування, містить ознаки складу злочину. Підкупом виборця в непрямій формі (ч. 3 ст. 160) продовжує вважатися здійснення передвиборної агітації шляхом надання підприємствам, установам, організаціям неправомірної вигоди (кошти чи інше майно, переваги, пільги, послуги або нематеріальні активи, вартість яких перевищує три відсотки розміру прожиткового мінімуму для працездатних осіб, які пропонують, обіцяють, надають чи одержують без законних на те підстав) або надання безоплатно товарів (крім то-

варів, що містять візуальні зображення найменування, символіки, прапора політичної партії, вартість яких не перевищує розміру, встановленого законодавством), робіт, послуг [10]. Слід зазначити, що вартість товарів або послуг для неправомірної вигоди має становити більше трьох відсотків розміру прожиткового мінімуму. Цей відсоток явно було встановлено через існування аналогічної вимоги у виборчому законодавстві, але з прив'язкою до розміру мінімальної заробітної плати. Тож поки що ці норми суперечать одна одній. У такому разі в Кодексі може бути застосовано диференційований підхід, що за підкуп особа може бути притягнена до кримінальної відповідальності, якщо розмір неправомірної вигоди становить більше 3 % розміру прожиткового мінімуму для працездатних осіб, а якщо не перевищує його – настає інший вид юридичної відповідальності (можливо, адміністративної).

До речі, історії українських виборчих кампаній відомі випадки засудження до позбавлення волі за підкуп виборців. Так 4 червня 2019 року особа, розуміючи, що на території 137 одномандатного виборчого округу розпочалась передвиборча кампанія кандидата в депутати Верховної Ради України, під час особистої зустрічі отримала від невідомої особи пропозицію здійснити за грошову винагороду в розмірі 3000 грн. протиправні дії, направлені на підкуп виборців. Вони полягали в підшукуванні осіб, згодних за грошову винагороду, яка перевищує 3 % розміру мінімальної заробітної плати, незалежно від фактичного волевиявлення, проголосувати на користь конкретного кандидата в народні депутати України.

Далі, за планом та своєю роллю агітатора віддати свій голос за конкретного кандидата, особа склала список осіб (усього 16), яких особисто знає та які готові були віддати свій голос за конкретного кандидата в депутати за заздлегідь обумовлену грошову винагороду в сумі від 500 до 1 000 грн., отримавши 16 000 грн., які мали надаватися виборцям за їхні голоси (з розрахунком по 1 000 грн. на одного виборця), та грошову винагороду в розмірі 3000 грн. як власну винагороду за виконання зазначених дій. Дії особи кваліфіковані за ч. 4 ст. 160 КК України як пропозиція та надання виборцю неправомірної вигоди через голосування за конкретного кандидата на виборах (підкуп виборця), вчинені за попередньою змовою групою осіб; їй призначено покарання у виді 5 років позбавлення волі, з позбавленням права обіймати посади та займатися діяльністю, які пов'язані з безпосередньою реалізацією виборцями чи учасниками референдуму свого виборчого права чи права на участь у референдумі, строком на 2 роки [11].

Згідно з роз'ясненням ЦВК [12], залучення виборців до безпосереднього здійснення заходів передвиборної агітації, відповідно до законодавства про вибори, можливе лише на безоплатній основі. При цьому договором на організацію та/або проведення передвиборної агітації та/або розповсюдження матеріалів передвиборної агітації, за необхідності, може передбачатися відшкодування витрат фізичних осіб, залучених до безпосереднього здійснення заходів передвиборної агітації, на телефонні послуги, проїзд (включаючи перевезення багажу), харчування, проживання та інші витрати в разі здійснення заходів передвиборної агітації в іншому населеному пункті тощо. Тобто, підкупом не вважається відшкодування витрат у разі здійснення передвиборної агітації фізичним особам, які залучаються до передвиборної агітації. Згадане роз'яснення ЦВК спричинило судову тяганину та зви-

нування в легалізації підкупу виборців [13]. Із наведеного вироку суду, який винесено нещодавно, стає очевидним, що відкритим залишається питання врегулювання правового статусу агітаторів: їх кількість, оплата послуг, максимально допустимі гонорари за їхню роботу та відрахування з виборчого фонду.

Ще один суттєвий нюанс, який відкрився в постанові Касаційного кримінального суду в складі Верховного Суду. Нещодавно колегія суддів Другої судової палати розглянула касаційну скаргу прокурора на вирок місцевого та ухвалу апеляційного судів. Згідно з вироком, який суд апеляційної інстанції залишив без змін, особа була визнана невинуватою у вчиненні злочину, передбаченого ч. 1 ст. 160 КК України (підкуп виборця), і виправдана. Як зазначено у вироку, орган досудового розслідування обвинувачував особу в тому, що вона прийняла пропозицію (обіцянку) неправомірної вигоди за голосування за окремого кандидата в депутати до міської ради [14].

Апеляційний суд послався на те, що диспозицією ч. 1 ст. 160 КК України не передбачено кримінальної відповідальності за прийняття виборцем пропозиції, обіцянки або одержання для себе чи третьої особи неправомірної вигоди за вчинення певних дій на користь чи шкоду кандидата в депутати, якого висунула місцева організація партії. Особа, що балотувалася, брала участь у виборах до міської ради не як окремий кандидат, а як кандидат у депутати від політичної партії, тому апеляційний суд визнав такі доводи апеляційної скарги прокурора безпідставними [14].

У касаційній скарзі прокурор, зокрема, вказував на те, що місцевий суд дійшов необґрунтованого висновку про відсутність у діях особи складу злочину, передбаченого ч. 1 ст. 160 КК України. З цим погодилася й колегія суддів ККС ВС [14].

Отже, колегія суддів Другої судової палати Касаційного кримінального суду в складі Верховного Суду, визнавши можливість притягнення до кримінальної відповідальності особи, яка прийняла пропозицію неправомірної вигоди за голосування за певного кандидата, який балотувалася до міської ради, була суб'єктом виборчого процесу як кандидат у депутати, а тому виборець, який прийняв пропозицію, обіцянку або одержав неправомірну вигоду за голосування під час місцевих виборів за окремого кандидата в депутати до міської ради, висунутого політичною партією, підлягав кримінальній відповідальності за злочин, передбачений ч. 1 ст. 160 КК України.

Висновки. На підставі опрацьованого матеріалу слід резюмувати, що зміна підходів до проведення передвиборної агітації з прийняттям Виборчого кодексу України є очевидною, хоча й не настільки радикальною, як, можливо, хотілося б. Позитивними можна назвати зміни, що в цілому покращують ситуацію, зокрема закріплення та визначення змісту таких принципів виборчого права як принцип добровільності, принципи особистого та одноразового голосування, принцип чесних виборів. Їх значення для демократизації виборчого процесу в цілому та для проведення передвиборної агітації є вагомим. Крім того, у контексті саме передвиборної агітації, новелою є повне скасування допустимої вартості товарів та послуг, які можуть надаватися виборцям у період виборчої кампанії, для того щоб дії кандидатів не кваліфікувалися як підкуп виборців, а також введення поняття прихованої агітації.

Попри позитивні моменти, у результаті аналізу деяких проблемних питань, слід визнати й існування прогалин, які дають простір для можливих зловживань:

відсутність встановленого максимального розміру виборчого фонду політичної партії, неприведення у відповідність з виборчим законодавством положень Кримінального кодексу України, відсутність тлумачення поняття «прихована передвиборна агітація». Це, на жаль, не дає змогу робити висновок про справжню чесність виборів, адже нормативне регулювання виборчого процесу не забезпечить справедливих та пропорційних санкцій за порушення законодавства, особливо в частині фінансування агітаційної діяльності.

І насамкінець, покладемо великі сподівання, що законодавець найближчим часом пристосує норми до вимог сучасності, ліквідувавши прогалини й колізії. Тим паче, невдовзі, на місцевих виборах новели Кодексу пройдуть апробацію, на підставі чого можна буде робити конкретні практичні висновки.

Використані джерела:

1. Ключовський Ю. Б. Принципи виборчого права: доктринальне розуміння, стан та перспективи законодавчої реалізації в Україні: монографія. Київ: Ваїте, 2018. 908 с.
2. Виборчий кодекс України: Закон України від 19.12.2019 р. № 396-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396-20> (дата звернення 17.01.2020)
3. Про політичні партії в Україні: Закон України від 05.04.2001 р. № 2365-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2365-14> (дата звернення 17.01.2020)
4. Про вибори народних депутатів України: Закон України від 17.11.2011 р. № 4061-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4061-17> (дата звернення 17.01.2020)
5. ЦБК перерахувало партіям 467 мільйонів відшкодування за витрати на вибори. Чесно. 28 січня 2020 р. URL: <https://www.chesno.org/post/3795/> (дата звернення 17.01.2020)
6. Феценко І. Гра в наперстки: що партії (не)показали у своїх фінзвітах за вибори. Чесно. 19 липня 2019 р. URL: <https://www.chesno.org/post/3454/> (дата звернення 17.01.2020)
7. Афанасьєва М. В. Виборча інженерія в Україні: монографія. Одеса: Юридична література, 2014. 384 с.
8. Прихована агітація, необмежена політреклама, відсутність повноважень регулятора – як це врегулювати? Вибори і ЗМІ. 15 травня 2019 р. URL: <https://vybory.detector.media/2019/05/15/ryhovana-ahitatsiya-neobmezhenopolitreklaamavidsutnistpovnovazhenrehulyatora-yak-tse-vrehulyuvaty/> (дата звернення 17.01.2020)
9. Мохончук Б. С. До питання регулювання фінансування виборчих кампаній в Україні. *Порівняльно-аналітичне право*. 2018. № 1. С. 54–58.
10. Кримінальний кодекс України: Закон України від 05.04.2001 р. № 2341-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14> (дата звернення 17.01.2020)
11. Вирок Котовського міськрайонного суду Одеської області № 505/2604/19 від 03.09.2019 р. URL: <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/84032993> (дата звернення 17.01.2020)
12. Про Роз'яснення щодо реалізації положень частини шостої статті 64 Закону України «Про вибори Президента України»: Постанова ЦБК від 22.02.2019 № 376. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0376359-19> (дата звернення 17.01.2020)
13. Верховний суд скасував рішення, яке за позовом Гриценка забороняло платну агітацію. Українська правда. 06 березня 2019 р. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2019/03/6/7208442/> (дата звернення 17.01.2020)
14. Постанова Касаційного кримінального суду у складі Верховного Суду № 727/5065/17 (провадження № 51 2124км19) від 03.12.2019 р. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/86206110> (дата звернення 17.01.2020)

References:

1. Kliuchkovskiy, Yu. B. (2018) Pryntsypy vyborchoho prava: doktrynalne rozuminnia, stan ta perspektyvy zakonodavchoi realizatsii v Ukraini. Kyiv: Vaite. [in Ukrainian].
2. Vyborchyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 19.12.2019 r. № 396-IKh. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396-20> [in Ukrainian].
3. Pro politychni partii v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 05.04.2001 r. № 2365-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2365-14> [in Ukrainian].
4. Pro vybory narodnykh deputativ Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 17.11.2011 r. № 4061-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4061-17> [in Ukrainian].
5. TsVK pererakhuvalo partiiam 467 milioniv vidshkoduvannia za vytraty na vyborakh. Chesno. 28 sichnia 2020 r. URL: <https://www.chesno.org/post/3795/> [in Ukrainian].
6. Feshchenko, I. Hra v naperstky: shcho partii (ne)pokazaly u svoikh finzvitakh za vybory. Chesno. 19 lypnia 2019 r. URL: <https://www.chesno.org/post/3454/> [in Ukrainian].
7. Afanasieva, M. V. (2014) Vyborcha inzheneriia v Ukraini: monohrafiia. Odesa: Yurydychna literatura. [in Ukrainian].
8. Prykhovana ahitatsiia, neobmezheni politreklama, vidsutnist povnovazhen rehuliatora – yak tse vrehuliuvaty? Vybory i ZMI. 15 travnia 2019 r. URL: <https://vibory.detector.media/2019/05/15/pryhovana-ahitatsiya-neobmezheni-politreklama-vidsutnist-povnovazhen-rehulyatora-yak-tse-vrehulyuvaty/> [in Ukrainian].
9. Mokhonchuk, B. S. (2018) Do pytannia rehuliuвання finansuvannia vyborchykh kampanii v Ukraini. *Porivnialno-analitychne pravo- Comparative analytical law*, 1, 54–58. [in Ukrainian].
10. Kryminalnyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 05.04.2001 r. № 2341-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14> [in Ukrainian].
11. Vyrok Kotovskoho miskraionnoho sudu Odeskoï oblasti № 505/2604/19 vid 03.09.2019 r. URL: <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/84032993> [in Ukrainian].
12. Pro Roziasnennia shchodo realizatsii polozhen chastyny shostoï statti 64 Zakonu Ukrainy «Pro vybory Prezydenta Ukrainy»: Postanova TsVK vid 22.02.2019 № 376. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0376359-19> [in Ukrainian].
13. Verkhovnyi sud skasuvav rishennia, yake za pozovom Hrytsenka zaboronialo platnu ahitatsiiu. Ukrainka pravda. 06 bereznia 2019 r. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2019/03/6/7208442> [in Ukrainian].
14. Postanova Kasatsiinoho kryminalnoho sudu u skladi Verkhovnoho Sudu № 727/5065/17 (provadzhennia № 51-2124km19) vid 03.12.2019 r. URL: <http://reyestr.court.gov.ua/Review/86206110> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 22.01.2020

Павшук Е. А.,

кандидат юридических наук,
доцент кафедры конституционного права Украины
Национального юридического университета
имени Ярослава Мудрого
(г. Харьков, Украина)

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ В УКРАИНЕ: АНАЛИЗ ИЗБИРАТЕЛЬНОГО КОДЕКСА УКРАИНЫ

В статье рассмотрены основные новеллы Избирательного кодекса Украины в части проведения предвыборной агитации. Выяснено, насколько принципиально

поменялись подходы к ее проведению. Проанализированы позитивные и негативные стороны установленных законодательных подходов. Определено, каким образом описанные нововведения повлияют на реализацию принципа честных выборов. На основе опыта предыдущих избирательных компаний и практических примеров осуществлена попытка спрогнозировать результаты такого влияния и предотвратить возможные нарушения избирательного права.

Ключевые слова: предвыборная агитация, честные выборы, свободные выборы, равные выборы, государственное финансирование расходов на агитацию, подкуп избирателей.

Pavshuk K.,
Ph.D in Law, Docent of Constitutional Law
of Ukraine Department
Yaroslav Mydriy National Law University
(Kharkiv, Ukraine)

NEW APPROACHES TO CONDUCTING ELECTION CAMPAIGNING IN UKRAINE: ANALYSIS OF THE ELECTORAL CODE OF UKRAINE

The emergence of a new legislative act is an outstanding event for the state and society. In connection with the adoption of the Electoral Code of Ukraine, a number of issues appeared that are of increased interest in the scientific community. After all, the development and research of issues in the theoretical plane give impetus to the correct application and uniform interpretation of practices. Therefore, the central place of this article is devoted to the main novelties of the Electoral Code of Ukraine in the area of election campaigning. The positive and negative aspects of the legislative approaches adopted were analyzed. The study found that there had been a significant addition to the list of principles of electoral law. This is the principle of voluntarism, personal and one-time voting, as well as the principle of fair elections. The new law defines the total cancellation of the permissible value of goods and services (previously up to 3% of the minimum wage), which can be provided to voters during the election campaign. Thus, from now on, any provision of undue advantage to voters, regardless of size, is a bribery. This fact forms inconsistency with the Criminal Code of Ukraine on bringing to justice for bribery. This Code also includes the concept of "hidden agitation", but its essence in the legislative field is not defined.

Experience and jurisprudence have shown how these innovations will affect the implementation of the principle of fair elections. It is concluded that there are gaps that give room for possible abuses. In particular, the absence of the established maximum size of the electoral fund of the political party, the non-alignment of the provisions of the Criminal Code of Ukraine in accordance with the electoral legislation, the lack of an interpretation of the concept of "hidden pre-election agitation". The normative regulation of the electoral process will not ensure fair and proportional sanctions for violation of legislation, especially in the area of financing agitation activities.

Keywords: campaigning, fair elections, free elections, equal elections, state financing of campaign expenses, bribery of voters.