

ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ПЕРІОД ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ – 2012

ПОСІБНИК ДЛЯ ПРЕДСТАВНИКІВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Укладачі: Бурмагін О.О., Опришко Л.В., Панкратова Л.Л.

КИЇВ 2012

Зміст

1. Короткий огляд чинного законодавства, що впливає на діяльність ЗМІ під час виборів.	3
2. Правовий статус та професійні права журналіста.....	5
3. Права представників засобів масової інформації під час виборчого процесу та у день виборів.....	8
4. Інформаційне забезпечення виборів. Основні види та засади інформаційного забезпечення виборів	10
5. Передвиборна агітація, політична реклама та їх відмежування від інформаційного забезпечення виборів.....	13
6. Порядок використання ЗМІ під час виборів.....	18
7. Обмеження для ЗМІ під час виборчої кампанії.....	20
8. Можливості захисту журналістів і ЗМІ у випадку порушення ними виборчого законодавства.	24
9. Особливості оскарження порушень виборчого законодавства	26
Додатки	30
Додаток 1. Шаблон договору на розміщення агітаційної продукції та політичної реклами.	30
Додаток 2. Зразок заяви до прокуратури про порушення прав журналіста та порушення кримінальної справи за перешкоджання законній професійній діяльності журналіста.	34
Додаток 3. Зразок скарги до окружної виборчої комісії про порушення Закону України «Про вибори народних депутатів».	36
Додаток 4. Зразок адміністративного позову про визнання рішень/дій/бездіяльності виборчої комісії протиправними.....	39

1. Короткий огляд чинного законодавства, що впливає на діяльність ЗМІ під час виборів

- *Закон України «Про вибори народних депутатів України» / редакція від 17.11.2011, № 4061-VI/.*

Цілком зрозуміло, що базовим законодавчим актом, який впливає на діяльність ЗМІ під час виборів є [Закон України «Про вибори народних депутатів»¹](#). В Україні вже стало традицією під кожні вибори приймати нове виборче законодавство. У 2012 році цієї традиції було знов дотримано. Нова редакція Закону про вибори народних депутатів, фактично, є новим законом, як концептуально, так і змістовно. Він вводить нові правила гри, починаючи від виборчої системи (повернення до змішаної, пропорційно-мажоритарної), до питань, пов'язаних із ЗМІ та журналістами. Наприклад, введено новий, законодавчо встановлений розподіл інформаційного забезпечення проведення виборів та агітації або можливість визнання голосування недійсним на дільниці через протиправне видалення з неї представника ЗМІ. Тому в цьому розділі ми зупинимось на загальних і найважливіших новелах і нормах Закону, а більш детальний і глибокий аналіз «правил гри» наведено у відповідних тематичних частинах даного посібника.

В першу чергу, журналістам і ЗМІ треба пам'ятати про те, що серед засад виборчого процесу Закон чітко передбачає **публічність і відкритість** (п. 4 ч. 2 [ст. 11 Закону](#)). Далі, цей принцип розкривається у [ст. 13 Закону](#), яка також, у ч. 1, закріплює, що підготовка і проведення виборів депутатів здійснюються публічно і відкрито. Після цього, у декількох частинах, стаття 13 деталізує гарантії щодо прозорості роботи виборчих комісій, встановлює головні обов'язки та гарантії для ЗМІ. Саме цю статтю можна назвати «журналістською», і представникам медіа її варто знати на пам'ять.

[Статті 63 – 67](#) Закону встановлюють правила інформаційного забезпечення виборів. Зокрема, вони передбачають його розподіл, із відповідними особливостями – на загальне інформаційне забезпечення та спеціальне. Найбільш цікава новела з цього переліку – це абсолютна відкритість виборчої документації, яка подається партіями і кандидатами-мажоритарниками до Центральної виборчої комісії для реєстрації. А це і декларації, і автобіографії, і документи про сплату грошової застави, у тому числі списки кандидатів від партії.

[Статті 68 – 74](#) Закону регулюють питання проведення передвиборної агітації, зокрема, форми і засоби, строки проведення агітації, порядок здійснення оплати, обмеження щодо агітації тощо. Серед новел цього розділу – нове визначення, що є політичною рекламою. Також, у порівнянні із попереднім законодавством виписано більше форм агітації. Як і раніше, є вимоги щодо попередньої оплати розміщення політичної реклами на телебаченні, радіо і у друкованих виданнях. Інтернет у багатьох місцях «випадає» з регулювання.

[Статті 108 – 114](#) встановлюють порядок оскарження рішень, дій чи бездіяльності, що стосуються процесу виборів депутатів. Головною новелою цього розділу є те, що він не передбачає оскарження діянь ЗМІ та журналістів. У цьому виборчому процесі пред'являти претензії до медіа можна тільки у судовому порядку.

- *[Закон України «Про рекламу» / № 270/96-ВР від 3 липня 1996 року²](#)*

Передбачає спеціальні квоти щодо площ та ефірного часу, які може бути відведено для розміщення передвиборної агітації. Для телебачення і радіо – впродовж виборчого процесу – це не більше 20 відсотків фактичного обсягу мовлення протягом **астрономічної доби**

¹ <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4061-17/para01#o1>

² <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>

телерадіоорганізацією будь-якої форми власності. А протягом кожної **астрономічної години** частка реклами фактичного мовлення не повинна перевищувати 25 відсотків ([ст. 13 Закону](#)). Для друкованих ЗМІ закон передбачає, що площа, відведена на політичну рекламу впродовж виборчого процесу в друкованих засобах масової інформації, у тому числі рекламних, не може перевищувати 20 відсотків обсягу друкованої площі кожного номера видання чи додатка до нього. Це обмеження не поширюється на друковані засоби масової інформації, засновниками яких є політичні партії ([ст. 14](#)).

- [**Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» /№ 539/97-ВР від 23 вересня 1997 року/**](#)³

На цей закон посилається в ч. 4 ст. [68](#) на Закон України «Про вибори народних депутатів України». Зазначена норма, зокрема, встановлює, що не є агітацією офіційні повідомлення в період виборчого процесу про дії кандидатів у депутати, які є посадовими особами органів державної влади, органів влади Автономної Республіки Крим чи органів місцевого самоврядування, пов'язані з виконанням ними посадових (службових) повноважень, передбачених Конституцією України та законами України, **і підготовлені у порядку, передбаченому Законом України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»**. Такі офіційні повідомлення не повинні містити коментарів агітаційного характеру, а також відео-, аудіозаписів, кінозйомок, фотоілюстрацій про дії зазначених осіб як кандидатів у депутати. Якщо ж розглянемо визначення зі [ст. 1](#) цього закону, то побачимо, що «**порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування – розклад, обсяг, форми і методи оприлюднення відомостей про діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування в межах, визначених цим Законом квот часу, газетних (журнальних) площ та виділених коштів**». Крім того, зазначений закон в [ст. 21](#) чітко передбачає, що діяльність місцевих органів державної влади та органів місцевого самоврядування висвітлюється в друкованих засобах масової інформації регіональної та місцевої сфери розповсюдження на умовах, **визначених у договорах між цими органами і редакціями зазначених друкованих засобів масової інформації**. Отже, чинний виборчий закон чітко обмежив сферу таких офіційних повідомлень, які не вважаються агітацією, прив'язавши такий виняток до наявності угод між ЗМІ і органом влади і виділенням бюджетних коштів.

- [**Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» / № 540/97-ВР від 23 вересня 1997 року**](#)⁴

Зазначений закон, також, має певне відношення до виборчого процесу. Зокрема, в ч. 4 [ст. 17](#) він передбачає: «У разі розгляду судом спору **щодо завданої моральної (немайнової) шкоди між журналістом або засобом масової інформації як відповідачем та політичною партією, виборчим блоком, посадовою особою (посадовими особами) як позивачем суд вправі призначити компенсацію моральної (немайнової) шкоди лише за наявності умислу журналіста чи службових осіб засобу масової інформації**».

[**Постанова Верховної Ради України «Про забезпечення безперешкодної діяльності засобів масової інформації у передвиборний період 2012 року» / № 4387-VI від 9 лютого 2012 року**](#)⁵

³ <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/539/97-%D0%B2%D1%80>

⁴ <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80>

⁵ <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4387-17>



ПОСТАНОВА
Верховної Ради України

Про забезпечення безперешкодної діяльності засобів масової інформації у передвиборний період 2012 року

Виходячи з необхідності безумовного забезпечення конституційних гарантій на свободу слова в Україні, на вільне вираження своїх поглядів і переконань, створення належних умов для творчої діяльності журналістів, забезпечення плюралізму думок у матеріалах друкованих та електронних засобів масової інформації, усунення правових, адміністративних, економічних та організаційних перешкод у висвітленні виборчої кампанії з виборів народних депутатів України у 2012 році, а також недопущення припинення діяльності засобів масової інформації інакше як за рішенням їх засновника (співзасновників) або суду, Верховна Рада України постановляє:

1. Кабінету Міністрів України вжити заходів щодо припинення перевірок відповідними службами органів виконавчої влади і державними установами засобів масової інформації на період проведення виборчої кампанії з виборів народних депутатів України.
2. Рекомендувати Державній податковій службі України відмінити графіки перевірок засобів масової інформації на період виборчої кампанії з виборів народних депутатів України.
3. Рекомендувати Національній раді України з питань телебачення і радіомовлення відмінити графіки перевірок телерадіоорганізацій на період виборчої кампанії з виборів народних депутатів України.
4. Ця Постанова набирає чинності з дня її прийняття.

Голова Верховної Ради України В.ЛИТВИН

Період виборчої кампанії згідно зі [ст. 11 Закону](#) України «Про вибори народних депутатів України» та відповідною Постановою Центральної виборчої комісії України починається з **30 липня 2012 року (початок висування кандидатів)** і закінчується з припиненням повноважень окружних та дільничних виборчих комісій.

2. Правовий статус та професійні права журналіста

В період виборчого процесу журналісти користуються всією повнотою професійних прав, передбачених чинним законодавством та міжнародними стандартами для засобів масової інформації та журналістів. Однак, при цьому слід мати на увазі, що Законом України «Про вибори народних депутатів» встановлені певні обмеження, які стосуються не прав журналістів, а, радше, правил оприлюднення інформації. Встановлені обмеження не повинні перешкоджати журналістам виконувати свою місію «wartового демократії» та забезпечувати громадян інформацією про виборчий процес та кандидатів.

Європейський суд з прав людини неодноразово підкреслював важливу роль ЗМІ під час виборчого процесу. Зокрема, у [справі Боуман проти Великобританії](#)⁶ суд зазначає: «Вільні вибори та свобода вираження поглядів, особливо свобода політичної дискусії формують основу будь-якої демократичної системи. Ці два права взаємопов'язані і працюють на зміцнення одне одного: свобода вираження поглядів – це одна з умов, необхідних для

⁶ <http://www.echr.ru/documents/doc/2461459/2461459.htm>

забезпечення людям свободи вираження поглядів під час виборів законодавчих органів. За цих підстав особливо важливо, аби в період, що передує виборам, було вільне поширення різноманітних думок та інформації

Відповідно до [ст. 63 Закону про вибори](#), виборцям забезпечується можливість доступу до різнобічної об'єктивної та неупередженої інформації, потрібної для здійснення усвідомленого, поінформованого, вільного вибору. Саме на засоби масової інформації та журналістів покладається обов'язок забезпечити для громадян всю повноту та різнобічність інформації.

Нагадаємо про основні професійні права журналістів, що встановлені Конституцією України, законами «Про інформацію», «Про доступ до публічної інформації» тощо.

Право на свободу висловлювань, поширення інформації та ідей, вільне вираження поглядів і переконань разом із **правом на інформацію** є одним з фундаментальних прав людини, закріплено, насамперед у ст. 10 Європейської конвенції про захист прав людини й основоположних свобод і ст. 34 Конституції України.

Стаття 34 Конституції України складається з трьох частин, в яких гарантується свобода думки і слова, вільне вираження поглядів і переконань, право на вільне отримання і поширення інформації, та встановлюється вичерпний перелік обмежень зазначених вище прав.

[Закон «Про інформацію» в ст. 5](#) встановлює, що кожен має право на інформацію – можливість вільного одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації, необхідної для реалізації своїх прав, свобод і законних інтересів. Реалізація права на інформацію не повинна порушувати громадські, політичні, економічні, соціальні, духовні, екологічні та інші права, свободи і законні інтереси інших громадян, права та інтереси юридичних осіб.

[Стаття 7](#) цього закону встановлює важливі гарантії охорони права на інформацію, зокрема, закріплює гарантії держави на рівні права і можливості доступу до інформації всім суб'єктам інформаційних відносин; заборону обмежень на вільний вибір форм і джерел отримання інформації; забороняється вилучення і знищення друкованих видань, експонатів, інформаційних банків, документів з архівних, бібліотечних, музейних фондів, крім встановлених законом випадків або на підставі рішення суду.

Це не повний перелік усіх нормативних актів, які гарантують право на отримання інформації через ЗМІ. Окрім того, Закон України «Про вибори народних депутатів» містить окремі статті щодо інформаційного забезпечення виборів, які також встановлюють певні права як для журналістів, так і для громадян. (Див. розділи, присвячені інформаційному забезпеченню виборів на сторінці 10).

Професійні права журналістів

Закон України «Про інформацію» в редакції 2010 року визначає в одній статті права журналістів усіх ЗМІ – друкованих, телебачення та радіомовлення, інформаційних агенцій та журналістів, які працюють в інтернет-виданнях. Оскільки вказаний закон є нормативним актом загальної дії, а не спеціальним законом, який регулює лише, наприклад, інформаційні агенції або друковані ЗМІ, його дія поширюється на всі медіа. Причому, згідно зі [ст. 22](#) вказаного закону до засобів масової інформації можна віднести також і он-лайн-видання. Так закон визначає, що **масова інформація** – це інформація, що поширюється з метою її

доведення до необмеженого кола осіб, **а засоби масової інформації – засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації.**

Відповідно, права та гарантії діяльності засобів масової інформації, встановлені [статтею 25](#) є спільними для всіх журналістів та ЗМІ й полягають у наступному:

- 1) Під час виконання професійних обов'язків журналіст **має право здійснювати письмові, аудіо- та відеозаписи із застосуванням необхідних технічних засобів**, за винятком випадків, передбачених законом.
- 2) Журналіст має право безперешкодно відвідувати приміщення суб'єктів владних повноважень, відкриті заходи, які ними проводяться, та бути особисто прийнятим у розумні строки їх посадовими і службовими особами, крім випадків, визначених законодавством.
- 3) Журналіст має право не розкривати джерело інформації або інформацію, яка дозволяє встановити джерела інформації, крім випадків, коли його зобов'язано до цього рішенням суду на основі закону.
- 4) Після пред'явлення документа, що засвідчує його професійну належність, працівник засобу масової інформації має право збирати інформацію в районах стихійного лиха, катастроф, у місцях аварій, масових безпорядків, воєнних дій, крім випадків, передбачених законом.
- 5) Журналіст має право поширювати підготовлені ним матеріали (фонограми, відеозаписи, письмові тексти тощо) за власним підписом (авторством) або під умовним ім'ям (псевдонімом).
- 6) Журналіст засобу масової інформації має право відмовитися від авторства (підпису) на матеріал, якщо його зміст після редакційної правки (редагування) суперечить його переконанням.

Вказані права журналіста, працівника засобу масової інформації, поширюються на зарубіжних журналістів, працівників зарубіжних засобів масової інформації, які працюють в Україні.

Проведення фото- та відеозйомок регулюється [Цивільним кодексом України](#)⁷. Так стаття [307 ЦКУ](#) передбачає, що фізична особа може бути знята на фото-, кіно-, теле- чи відеоплівку лише за її згодою. При цьому законодавець чітко зазначає, що коли зйомки проводяться відкрито на вулиці, на зборах, конференціях, мітингах та інших заходах публічного характеру згода особи на знімання її на фото-, кіно-, теле- чи відеоплівку припускається. Це означає, що у випадку проведення заходів публічного характеру, питати згоди особи на проведення зйомок не потрібно, особа усвідомлює, що вона знаходиться у громадському місці. Отже, знімати мітинги, збори тощо можна з дотриманням вимоги, що зйомка проводиться відкрито – тобто таким чином, що особа бачить, що відбувається. При цьому не обов'язково, щоб журналіста/фотокореспондента бачила кожна особа, що знаходиться на мітингу, головне, щоб зйомка проводилась не прихованою камерою, а у відкритому режимі. Особа, яка була знята на фото у відкритому публічному місці, може вимагати припинення її публічного показу, але тільки в тій частині, яка стосується її особистого життя. Причому, витрати, пов'язані з демонтажем запису або припиненням показу, відшкодовуються цією

⁷ <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page>

фізичною особою. Тягар доведення того, що події стосуються особистого життя особи, покладається на того, хто вимагає його припинення.

Як підтвердити, що Ви журналіст

На підтвердження статусу журналіста необхідно пред'явити редакційне посвідчення або інший документ, що засвідчує належність особи до засобу масової інформації.

Документами, що підтверджують статус журналіста можуть бути:

- редакційне посвідчення;
- посвідчення журналіста, видане Національною спілкою журналістів України;
- посвідчення журналіста, видане медіа-профспілкою;
- прес-карта інших журналістських, у тому числі міжнародних, організацій.

У документі, що посвідчує статус журналіста обов'язково мають бути наступні дані: прізвище, ім'я, по батькові, фото журналіста; найменування організації, яка видала документ; підпис посадової особи організації, що видала документ; печатка організації; зазначення терміну дії.

Задля безпеки журналіста не буде зайвим розмістити на звороті документа витяг з закону України «Про інформацію», а саме [статтю 25](#), яка встановлює гарантії для ЗМІ та журналістів, а також [статтю 34 Конституції України](#). Витяги з законів можна виготовити у вигляді невеликого заламінованого аркуша, на звороті якого також зазначити відповідальність за порушення законної професійної діяльності журналіста, зокрема [статтю 171 Кримінального кодексу України](#)⁸ «Перешкоджання законній професійній діяльності журналістів».

3. Права представників засобів масової інформації під час виборчого процесу та у день виборів

Права журналістів, гарантовані законом «Про вибори народних депутатів»

Окрім професійних прав журналістів, Закон України «Про вибори народних депутатів» визначає також права представників засобів масової інформації для забезпечення публічності і відкритості виборчого процесу.

[Стаття 13 Закону України](#) «Про вибори народних депутатів» встановлює, що підготовка і проведення виборів депутатів здійснюються публічно і відкрито.

Публічність і відкритість виборчого процесу у діяльності виборчих комісій забезпечуються шляхом:

- інформування громадян про свій склад; місцезнаходження та режим роботи; про утворення виборчих округів і виборчих дільниць; про місце і час голосування виборців; про основні права виборців, у тому числі про право оскарження неправомірних рішень, дій чи бездіяльності виборчих комісій та їх членів, органів виконавчої влади, органів влади Автономної Республіки Крим та органів місцевого самоврядування, підприємств, закладів, установ і організацій, їх керівників, інших посадових та службових осіб;

⁸ <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>

- забезпечення можливості для ознайомлення суб'єктів виборчого процесу зі списками виборців, з виборчими списками партій, відомостями про кандидатів у депутати, порядком заповнення виборчих бюлетенів;
- роз'яснення виборцям порядку голосування, а також порядку заповнення виборчих бюлетенів;
- оприлюднення підсумків голосування і результатів виборів депутатів;
- надання іншої інформації у випадках та в порядку, передбачених цим законом.

Рішення виборчих комісій, а також рішення органів виконавчої влади, що стосуються реалізації виборцями права голосу на виборах, доводяться ними до відома громадян через друковані засоби масової інформації або, у разі неможливості, оприлюднюються в інший спосіб.

Рішення Центральної виборчої комісії та окружних виборчих комісій, які стосуються виборчого процесу та становлять публічний інтерес, оприлюднюються на офіційному веб-сайті Центральної виборчої комісії.

Для представників засобів масової інформації гарантується:

- безперешкодний доступ на всі публічні заходи, пов'язані з виборами;
- безперешкодний доступ на засідання виборчих комісій;
- виборчі комісії, органи виконавчої влади, посадові і службові особи цих органів зобов'язані в межах своїх повноважень надавати їм інформацію щодо підготовки і проведення виборів депутатів (ч. 4 ст. 13)

Зверніть увагу, що в законі не деталізується, представники яких саме засобів масової інформації мають вказані права, чи то «друкованих ЗМІ», чи то «телерадіоорганізації». Відтак, логічно буде послатися на ст.ст. 22 і 25 закону «Про інформацію», визначення яких дозволяє розглядати онлайн-видання як засоби масової інформації та поширити вказані права також і на інтернет-видання.

Право журналістів бути присутніми на засіданнях виборчих комісій

Відповідно до ст. 34 Закону України «Про вибори народних депутатів», представники засобів масової інформації мають право без дозволу та запрошення бути присутніми:

- на засіданні Центральної виборчої комісії;
- на засіданнях окружної виборчої комісії;
- на засіданнях дільничної виборчої комісії.

У день голосування, 28 жовтня 2012 року, представники засобів масової інформації мають бути присутніми:

- на засіданнях виборчих комісій усіх рівнів;
- у приміщенні, де проводиться голосування;
- під час підрахунку голосів;
- під час встановлення результатів голосування.

Єдине обмеження – не більше двох представників від одного засобу масової інформації.

У випадку, якщо представники засобів масової інформації протиправно перешкоджають проведенню засідання виборчої комісії, їх можуть позбавити права бути присутніми на засіданні. Однак, для прийняття комісією відповідного рішення повинні бути наявними наступні умови:

- поведінка журналіста повинна бути протиправною, тобто такою, що порушує права членів комісії або виборців; при цьому проведення фото- та відеозйомки, за умови, якщо журналіст нікому не заважає, не перекриває огляд приміщення для голосування членам комісії та спостерігачам, поводить коректно, не є протиправною поведінкою;
- рішення має бути прийняте не менше ніж двома третинами голосів від складу присутніх на засіданні комісії.

4. Інформаційне забезпечення виборів. Основні види та засади інформаційного забезпечення виборів

Обрання членів парламенту держави має важливе значення у суспільно-політичному житті кожної країни. Підґрунтям для здійснення свідомого вільного вибору є належна поінформованість кожного виборця щодо кандидатів у депутати. Зважаючи на це, у передвиборчий період роль засобів масової інформації значно зростає. Такий стан речей відображають і принципи та засади виборчого процесу, визначені, зокрема, Рекомендаціями Комітету міністрів Ради Європи № R (99)15 [«Про висвітлення в ЗМІ виборчих кампаній» від 09.09.1999 року](#)⁹, Законом України «Про вибори народних депутатів України» та іншими нормативно-правовими актами.

Так, Закон України «Про вибори народних депутатів України» передбачає, що виборчий процес здійснюється, зокрема, на засадах політичного плюралізму, публічності, відкритості, свободи передвиборної агітації, рівного доступу до засобів масової інформації тощо ([див. ч. 2 ст. 11 Закону](#)). Крім того, [ст. 13](#) вказаного нормативно-правового акту визначає, що підготовка і проведення виборів народних депутатів здійснюється публічно і відкрито, наводить способи інформування громадян про хід проведення виборів.

Таким чином, незважаючи на те, що ЗМІ не відносяться до суб'єктів виборчого процесу ([див. ст. 12 Закону України «Про вибори народних депутатів»](#)), законодавець відводить їм значну роль в інформаційному забезпеченні виборів.

Основні засади та принципи інформування громадян України під час виборчого процесу сформульовані у I та VIII розділах цього закону. [Розділ I «Загальні положення»](#) містить основні принципи виборчого процесу, а [розділ VIII](#) визначає види інформаційного забезпечення виборів та засади, на яких воно повинно здійснюватись.

Інформаційне забезпечення виборів народних депутатів України ґрунтується на таких **основних засадах**:

- кожному виборцю повинна бути забезпечена можливість доступу до різнобічної, об'єктивної та неупередженої інформації, потрібної для здійснення усвідомленого, поінформованого, вільного вибору;
- інформація, що міститься у документах, поданих до Центральної виборчої комісії для реєстрації кандидатів, є відкритою;
- поширення інформації, яка не відноситься до передвиборної агітації, повинно відбуватись об'єктивно, неупереджено, збалансовано, достовірно, повно та точно ([див. ст. 63](#))

Зазначені засади мають загальний характер і поширюються як на діяльність ЗМІ з висвітлення виборів, так і на оприлюднення інформації по хід виборчого процесу іншими особами.

⁹ http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_726

В той же час, Закон України «Про вибори народних депутатів» окреслює й **спеціальні правила** (засади) участі засобів масової інформації та інформаційних агентств у висвітленні виборів (див. [ст.ст. 66, 67 Закону](#)).

Так, здійснюючи інформаційну діяльність під час виборів, ЗМІ та інформагентства повинні дотримуватись таких правил:

- 1) **взаємовідносини між ЗМІ та виборчими комісіями** (ЦВК, окружними виборчими комісіями) з питань розміщення інформаційних матеріалів мають бути оформлені шляхом укладання відповідних договорів. У свою чергу це означає, що при укладанні таких правочинів важливо правильно сформулювати їх предмет з метою розмежування цього договору від договорів на розміщення матеріалів передвиборної агітації;
- 2) **поширення інформації** про перебіг виборчого процесу й пов'язані із виборами події повинно базуватись на засадах достовірності, повноти і точності, об'єктивності інформації та її неупередженого подання;
- 3) **коментарі партій та кандидатів** в народні депутати щодо подій, пов'язаних з виборами, повинні висвітлюватись у ЗМІ збалансовано;
- 4) **поширення результатів опитування громадської думки**, пов'язаного з виборами, повинно здійснюватись із дотриманням певних умов. Зокрема, при поширенні зазначених відомостей ЗМІ та інформаційні агентства **зобов'язані зазначати**:
 - повну назву організації, що проводила опитування;
 - замовників опитування;
 - час його проведення;
 - територію, яку охоплювало опитування;
 - розмір та спосіб формування соціологічної вибірки опитаних;
 - метод опитування;
 - точне формулювання питань;
 - можливу статистичну похибку;
- 5) дотримуватись **строків поширення** відомостей про результати опитування громадської думки. Зокрема, не можна оприлюднювати зазначену інформацію протягом останніх десяти днів перед днем голосування, а інформацію про волевиявлення виборців під час голосування – до закінчення голосування.
- 6) дотримуватись **умов оприлюднення результатів інтерактивного опитування** аудиторії (це стосується лише телерадіоорганізацій). Зокрема, під час передачі, пов'язаної із виборами або за участю кандидатів у депутати:
 - учасникам передачі забороняється коментувати результати таких опитувань або іншим чином посилатися на них;
 - оприлюднення результатів інтерактивного опитування аудиторії має супроводжуватись текстовим повідомленням наступного змісту: «Це опитування відображає думку лише цієї аудиторії»;
 - зазначене повідомлення повинно демонструватися на екрані (для телепередач) у формі, сприйнятній для глядача, або бути озвученим (для радіопередач) чітким текстом диктора або ведучого передачі безпосередньо перед і після оприлюднення зазначених результатів.

Закон України «Про вибори народних депутатів України» визначає два види інформаційного забезпечення виборів: загальне та спеціальне (див. [ст.ст. 64, 65 Закону](#)).

До **загального інформаційного забезпечення** виборів відноситься інформування виборців про:

- 1) виборчі права громадян та способи їх здійснення і захисту;
- 2) можливість та процедури перевірки включення себе та інших виборців до Державного реєстру виборців та списків виборців на виборчих дільницях;
- 3) можливість та порядок зміни виборцем місця голосування (виборчої дільниці) без зміни виборчої адреси;
- 4) адресу місцезнаходження окружної та дільничної виборчих комісій виборчої дільниці, до якої належить виборча адреса виборця;
- 5) адресу приміщення для голосування, дату та час голосування;
- 6) підстави та процедури отримання можливості голосувати за місцем перебування;
- 7) процедуру голосування та спосіб заповнення виборчого бюлетеня;
- 8) право на оскарження порушень своїх виборчих прав та способи здійснення цього права;
- 9) відповідальність за порушення законодавства про вибори.

Поширення вищезазначеної інформації має здійснюватись з урахуванням правових норм, що регулюють розповсюдження **соціальної реклами**.

Обов'язок оприлюднення інформації, що стосується загального інформаційного забезпечення виборів, законодавець поклав на Центральну виборчу комісію, яка не пізніше ніж за 120 днів до дня голосування повинна розмістити їх на своєму офіційному веб-сайті.

До **спеціального інформаційного забезпечення** виборів відноситься інформування виборців про:

- 1) зареєстрованих кандидатів та суб'єктів їх висування;
- 2) передвиборні програми партій та кандидатів у депутати в одномандатних округах;
- 3) рахунки виборчих фондів партій та кандидатів у депутати в одномандатних округах, допустимий розмір добровільного внеску та спосіб, у який робиться внесок;
- 4) скасування реєстрації (вибуття) кандидата у депутати;
- 5) **факти та події, пов'язані з виборчим процесом**.

Законодавець передбачив, що ЗМІ та інформаційні агентства мають право брати участь у проведенні спеціального інформаційного забезпечення виборів.

При цьому, інформування виборців з питань, передбачених пп. 1-4, може здійснюватись на замовлення ЦВК чи окружної виборчої комісії на підставі відповідних договорів про здійснення інформаційного забезпечення виборчого процесу.

Водночас інформування громадян стосовно фактів та подій, пов'язаних із виборчим процесом, засоби масової інформації та інформаційні агентства можуть здійснювати лише з власної ініціативи. При цьому вони повинні враховувати вимоги Закону України «Про вибори народних депутатів України», зокрема, щодо питань, які стосуються здійснення передвиборної агітації.

Таким чином, Закон України «Про вибори народних депутатів України» містить правила щодо інформаційного забезпечення виборів та засад, на яких засоби масової інформації повинні брати участь у цьому процесі.

Звертаємо Вашу увагу, що зазначений правовий акт містить такі поняття, як «*передвиборна агітація*» і «*політична реклама*». Журналістам та редакторам ЗМІ необхідно навчитись відрізняти їх від «*інформаційного забезпечення виборів*». Для цього слід звернутись до

законодавчого визначення цих термінів та проаналізувати інші правові норми, які регулюють ці питання, що наведено у наступному розділі.

5. Передвиборна агітація, політична реклама та їх відмежування від інформаційного забезпечення виборів

Передвиборною агітацією є здійснення будь-якої діяльності з метою спонукання виборців голосувати за або не голосувати за певного кандидата у депутати або партію – суб'єкта виборчого процесу (див. ч. 1 ст. 68 Закону). Агітація може бути розпочата лише після початку виборчого процесу.

Але нерідко журналісти питають: чи відноситься до передвиборної агітації реклама політичних партій, яка поширюється до початку виборчого процесу?

Відповісти на нього можна, проаналізувавши визначення передвиборної агітації та правові норми, які регулюють порядок і строки її проведення.

Частина 2 ст. 16 Закону України «Про вибори народних депутатів України» передбачає, що виборчий процес чергових виборів депутатів розпочинається за 90 днів до дня голосування.

Відповідно до ч. 1 ст. 70 названого Закону, партія, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, та кандидати у депутати мають право розпочати свою передвиборну агітацію з дня, наступного за днем прийняття виборчою комісією рішення про реєстрацію кандидатів у депутати.

Таким чином, передвиборна агітація може здійснюватись лише в межах виборчого процесу і щодо кандидатів у депутати, які офіційно зареєстровані як такі, або партій – суб'єктів виборчого процесу.

Відповідно, реклама партій до офіційного старту виборчої кампанії з формально-юридичної точки зору не є передвиборною агітацією. Її розміщення не регулюється Законом «Про вибори народних депутатів», а підпадає під дію Закону України «Про рекламу». Тому сам по собі факт розміщення реклами партії до початку виборчої кампанії не становить порушення законодавства України.

Закон України «Про вибори народних депутатів України» визначає наступні **форми передвиборної агітації**:

- 1) проведення зборів громадян, інших зустрічей з виборцями;
- 2) проведення мітингів, походів, демонстрацій, пікетів;
- 3) проведення публічних дебатів, дискусій, «круглих столів», прес-конференцій стосовно положень передвиборних програм та політичної діяльності партій – суб'єктів виборчого процесу чи політичної діяльності кандидатів у депутати;
- 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 чи інших публічних заходів за підтримки партії – суб'єкта виборчого процесу чи кандидата у депутати, а також оприлюднення інформації про таку підтримку;
- 8) публічні заклики голосувати за або не голосувати за партію – суб'єкта виборчого процесу, кандидата у депутати або публічні оцінки діяльності цих партій чи кандидатів у депутати.

Зазначений перелік **не є вичерпним**. Так, в ст. 68 вищеназваного закону неодноразово підкреслюється, що передвиборна агітація може здійснюватись у будь-яких інших формах та будь-якими засобами, які не суперечать Конституції України та законам України.

Якщо матеріали передвиборної агітації розміщуються або поширюються за допомогою реklamних засобів, то вони вважаються **політичною рекламою**.

Визначення поняття рекламних засобів міститься в [ст. 1 Закону України «Про рекламу»](#), відповідно до якої

- **реklamні засоби** – засоби, що використовуються для доведення реклами до її споживача.

Під рекламою зазначений нормативний акт розуміє інформацію про особу чи товар, розповсюджену в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначену сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.

Визначення політичної реклами, яке міститься у Законі України «Про вибори народних депутатів України», суттєво відрізняється від аналогічного визначення, яке містилось у попередніх виборчих законах. Раніше політичною рекламою вважалась одна із форм передвиборної агітації, внаслідок чого чимало юристів робили висновки про те, що до політичної реклами не можна застосовувати Закон України «Про рекламу» та її поширення регулюється виключно виборчим законодавством.

Теперішнє визначення політичної реклами (як розміщення або поширення матеріалів передвиборної агітації за допомогою рекламних засобів) зміщує акценти з форми ведення передвиборної агітації на засоби, які застосовуються для її поширення. Оскільки законодавець передбачив, що політична реклама розповсюджується за допомогою рекламних засобів, є всі підстави для висновку, що до таких матеріалів повинні застосовуватись не лише норми Закону України «Про вибори народних депутатів України», але й Закону України «Про рекламу».

Враховуючи це, не зайвим буде нагадати, що при поширенні матеріалів політичної реклами необхідно враховувати загальні принципи реклами, а саме:

- основними принципами реклами є законність, точність, достовірність, використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами шкоди;
- реклама не повинна підривати довіру суспільства до реклами та повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції;
- реклама не повинна містити інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності;
- реклама має враховувати особливу чутливість дітей і не завдавати їм шкоди (див. [ст. 7 Закону України «Про рекламу»](#)).

Практика показує, що інколи працівники виборчих штабів при підготовці матеріалів політичної реклами не завжди сліdkують за тим, який вплив вони можуть чинити на дітей. У зв'язку з цим, засоби масової інформації, які отримують зазначені матеріали для поширення, повинні перевіряти, зокрема, чи відповідають вони вимогам [ст. 20 Закону України «Про рекламу»](#), яка передбачає:

- реклама не повинна підривати авторитет батьків, опікунів, піклувальників, педагогів та довіру до них дітей;
- реклама не повинна містити зображення дітей у небезпечних ситуаціях чи за обставин, що у разі їх імітації можуть завдати шкоди дітям або іншим особам, а також інформації, здатної викликати зневажливе ставлення дітей до небезпечних для здоров'я і життя ситуацій;
- реклама не повинна завдавати дітям моральної чи фізичної шкоди, викликати у них відчуття неповноцінності;
- реклама не повинна створювати у дітей враження, що володіння рекламованою продукцією дає їм перевагу над іншими дітьми;
- забороняється реклама з використанням зображень справжньої або іграшкової зброї, вибухових пристроїв.

До політичної реклами законодавець однозначно відносить:

- використання символіки або логотипів партій – суб'єктів виборчого процесу;
- повідомлення про підтримку партією – суб'єктом виборчого процесу або кандидатом в депутати видовищних та інших заходів;
- привернення уваги до участі у вищезгаданих заходах зазначених суб'єктів виборчого процесу;
- рекламу друкованих видань (газет, журналів, книг), інших товарів та послуг з використанням прізвищ чи зображень (портретів) кандидатів, назв чи символіки партій – суб'єктів виборчого процесу

Не вважається політичною рекламою:

1) Офіційні повідомлення в період виборчого процесу про дії кандидатів у депутати, які є посадовими особами органів державної влади, органів влади Автономної Республіки Крим чи органів місцевого самоврядування за **сукупності** наступних умов:

- **якщо вони пов'язані з виконанням ними посадових (службових) повноважень**, передбачених Конституцією України та законами України;
- **підготовлені у порядку**, передбаченому Законом України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»;
- **не містять коментарів агітаційного характеру**;
- **не містять** відео-, аудіозаписів, кінозйомок, фотоілюстрацій про дії зазначених осіб **як кандидатів у депутати.**

2) Здійснення заходів, визначених у ч. 2 ст. 68 закону «Про вибори народних депутатів України», як форми передвиборної агітації, **партією, яка не має статусу суб'єкта виборчого процесу**, якщо вони **проводяться з метою:**

- популяризації власної діяльності такої партії;
- для роз'яснення партією своєї позиції;

і за умови, що

➤ під час таких заходів жодним чином **не згадуються партії** – суб'єкти виборчого процесу **та кандидати** у депутати, а також **положення передвиборних програм**.

Вищезазначені дії **не відносяться до політичної реклами** лише у випадку, якщо партія, яка **не має статусу суб'єкта виборчого процесу**:

- **не** закликає голосувати «за» або «не голосувати» за партію – суб'єкта виборчого процесу, кандидата у депутати;
- **не** дає публічних оцінок діяльності цих партій чи кандидатів у депутати.

Закон України «Про вибори народних депутатів України» чітко визначив і джерела фінансування передвиборної агітації. Зокрема, [ч. 6 ст. 68 цього закону](#) передбачає, що передвиборна агітація здійснюється за рахунок коштів Державного бюджету України, виділених на забезпечення ведення передвиборної агітації відповідно до цього закону, коштів виборчих фондів партій, кандидатів у депутати в одномандатних округах. Кандидати у депутати, зареєстровані у загальнодержавному окрузі, можуть здійснювати передвиборну агітацію за кошти виборчого фонду партії. Використання власних коштів кандидатів у депутати чи коштів з інших джерел для проведення передвиборної агітації, у тому числі з ініціативи виборців, забороняється.

Навчитись відрізняти інформаційні матеріали від матеріалів передвиборної агітації не завжди просто, але можливо. Основним критерієм їх розмежування є мета поширення інформації. Агітаційні матеріали мають на меті спонукання виборців голосувати за або не голосувати за певних кандидатів у депутати або партію – суб'єкта виборчого процесу, в той час як інформаційні матеріали спрямовані на інформування громадськості про факти та події, пов'язані з проведенням виборів.

Так, якщо в матеріалі є прямі заклики голосувати за або не голосувати за певного кандидата в народні депутати або партію – суб'єкта виборчого процесу, використано символіку або логотипи партій – суб'єктів виборчого процесу, розміщено повідомлення про підтримку партією – суб'єктом виборчого процесу або кандидатом в депутати видовищних та інших заходів або привернуто увагу до участі у таких заходах зазначених суб'єктів виборчого процесу, подано рекламу друкованих видань (газет, журналів, книг), інших товарів та послуг з використанням прізвищ чи зображень (портретів) кандидатів, назв чи символіки партій – суб'єктів виборчого процесу, це однозначно вважається передвиборною агітацією, оскільки, Закон України «Про вибори народних депутатів України» прямо на це вказує.

Наявність ознак передвиборної агітації в інших інформаційних матеріалах необхідно доводити. Відповідно, той суб'єкт виборчого процесу, який звернеться до суду із позовом і буде стверджувати, що певні інформаційні матеріали насправді є матеріалами передвиборної агітації, повинен буде надати докази того, що ці матеріали спрямовані на спонукання виборців голосувати за або не голосувати за певних кандидатів у депутати або партію – суб'єкта виборчого процесу. Такий обов'язок доказування встановлений ч. 1 ст. [71 Кодексу адміністративного судочинства України \(КАСУ\)](#), яка передбачає, що кожна сторона повинна довести ті обставини, на яких ґрунтуються її вимоги та заперечення.

Враховуючи викладений матеріал, наводимо таблицю, яка має допомогти розмежувати матеріали передвиборної агітації від звичайних інформаційних матеріалів, які поширюються під час виборчого процесу.

ПЕРЕДВИБОРНА АГІТАЦІЯ		ІНФОРМАЦІЙНИЙ МАТЕРІАЛ	
СТРОКИ			
проводиться лише в межах строків, встановлених Законом України «Про вибори народних депутатів України» (може розпочинатись з наступного дня після реєстрації кандидатів в народні депутати України і продовжуватись до 24-ї години останньої п'ятниці перед днем голосування)		не залежить від строків ведення передвиборної агітації	
МЕТА			
спонукання виборців голосувати за або не голосувати за кандидата в народні депутати України, партію – суб'єкт виборчого процесу		інформування виборців про їх права і обов'язки, про події під час виборчого процесу, обговорення передвиборчих програм кандидатів в народні депутати, їх політичні, ділові та особисті якості	
ОПРИЛЮДНЕННЯ В ЗМІ			
політичної реклами, виступів, інтерв'ю, нарисів, відеофільмів, аудіо- та відеокліпів, інших публікацій та повідомлень.		- офіційних повідомлень про кандидата в народні депутати України, пов'язані з виконанням ним посадових (службових) повноважень, передбачених законодавством, які не повинні містити коментарів агітаційного характеру та відео-, аудіозаписів, кінозйомок, фотоілюстрацій про дії зазначених осіб як кандидатів в народні депутати; - новин (інформування громадян про події, явища, які відбуваються в суспільстві без коментарів агітаційного характеру).	
ОПЛАТА			
за рахунок коштів Державного бюджету України, виділених на вибори, та коштів виборчого фонду партії – суб'єкта виборчого процесу, кандидата в народні депутати		за рахунок коштів засобу масової інформації (без отримання коштів із виборчого фонду та із Державного бюджету)	
ІНІЦІАТИВА ПОШИРЕННЯ			
виходить від кандидата в народні депутати, партії – суб'єкта виборчого процесу		виходить від ЗМІ	
ВИМОГИ ДО ЗМІСТУ			
можуть містити атрибути прямої агітації: заклики голосувати за або не голосувати за певну партію, кандидата в народні депутати України; символіку; фото-, відео-, аудіоматеріали		забороняється - - агітувати голосувати за або не голосувати за партії, кандидатів у депутати; - поширювати інформацію, яка має ознаки політичної реклами; - поширювати будь-яку інформацію з метою спонукання виборців голосувати за або не голосувати за певного суб'єкта виборчого процесу. Авторам і ведучим телерадіопередач, які є кандидатами у депутати, під час виборчого процесу забороняється у телерадіопередачах вести передвиборну агітацію.	
ІНОЗЕМНІ ЗМІ			
проводити заборонено		розміщувати дозволяється	

6. Порядок використання ЗМІ під час виборів

Закон України «Про вибори народних депутатів України» встановлює спеціальні норми щодо використання ЗМІ для розміщення матеріалів передвиборної агітації. З самого початку слід зазначити, що найжорсткіше регулювання передбачено для «традиційних» ЗМІ – друкованих видань, телебачення і радіомовлення. На Інтернет та інформаційні агентства поширюється лише загальна вимога забезпечити рівні умови для всіх кандидатів та партій. Тобто вони повинні на однакових умовах надавати послуги з розміщення політичної реклами, але у них немає обов'язків щодо попереднього встановлення і опублікування розцінок, дотримання правил визначення цих розцінок, отримання перед публікацією оплати з фонду тощо.

Отже, які спеціальні правила передбачено у статтях 71-73 цього закону.

У [ч. 1 ст. 71 Закону](#) встановлено загальне правило, яке поширюється на всі без винятку ЗМІ, у тому числі Інтернет та інформагентства: *«Передвиборна агітація з використанням засобів масової інформації усіх форм власності проводиться з дотриманням принципу рівних умов та в порядку, передбаченому цим Законом».*

Інша норма, але вже стосовно друку та ефіру міститься у [ч. 5 ст. 71](#) – *«Передвиборна агітація в засобах масової інформації усіх форм власності за рахунок коштів виборчих фондів партій, кандидатів у депутати в одномандатних округах здійснюється на умовах рівної оплати за одиницю ефірного часу чи друкованої площі».*

Про правила визначення розцінок вартості **друкованої площі та одиниці ефірного часу** йдеться у [ч. 6 ст. 71](#) Закону – *«Розцінки вартості одиниці друкованої площі та одиниці ефірного часу для проведення передвиборної агітації за рахунок коштів виборчих фондів встановлюються відповідним засобом масової інформації **не пізніше ніж за сто днів** до дня голосування у розмірі, що не може перевищувати розміру середньоарифметичного значення ціни за комерційну рекламу (рекламу, розповсюдження якої має на меті отримання прибутку) за перші три квартали року, що передує року проведення виборів депутатів. При цьому засоби масової інформації **можуть** розрахувати такі розцінки вартості одиниці друкованої площі чи ефірного часу **окремо для робочих днів і окремо для вихідних та святкових днів, а також окремо для різних за кількістю потенційної аудиторії періодів ефірного часу чи друкованої площі».***

Необхідно звернути увагу, що ця схема визначення розцінок вартості стосується лише послуг з надання друкованої площі чи ефірного часу. На макетування, виготовлення ролику, інші супутні послуги ці обмеження не поширюються. Але слід пам'ятати, що водночас діє загальна вимога щодо забезпечення рівності умов для всіх суб'єктів виборчого процесу. Іншими словами – вартість послуг для всіх, хто звертається з проханням, наприклад, зробити макет політичної реклами, має бути однаковою за відповідний вид послуги. Також, заслуговує на увагу закріплена можливість встановлювати різні розцінки залежно від популярності часу доби (прайм-тайм) ефіру та шпальти газети. Останнє, але не за значимістю – це строк. **Дані розцінки мають бути встановлені медіа до 20 липня 2012 року (не пізніше як за 100 днів).**

Крім законодавчо передбаченої дати встановлення закон передбачає дату і порядок опублікування таких розцінок друкованими виданнями та телерадіоорганізаціями.

Відповідно до [ч. 1 ст. 72](#) (телерадіоорганізації) та [ч. 5 ст. 73](#) Закону (друковані ЗМІ) **не пізніше ніж за 90 днів (до 30 липня 2012 р.)** медіа повинні опублікувати розцінки вартості однієї хвилини (секунди) та одиниці вартості друкованої площі. Для національних видань та

телерадіоорганізацій – це необхідно зробити у газетах «Голос України» та «Урядовий кур'єр», для регіональних (місцевих) – у відповідних регіональних та місцевих друкованих

ЗМІ державної чи комунальної форм власності (місто – місто, район – у районній, область – в обласному виданні).

Щодо «молодих» медіа, які реєструються напередодні виборчої кампанії, Закон передбачає наступний механізм встановлення розцінок ([ч. 7 ст. 71](#)): *«Засоби масової інформації, зареєстровані після 1 березня року, що передує року проведення чергових виборів народних депутатів України, встановлюють розцінки вартості одиниці друкованої площі чи ефірного часу на підставі даних за весь період їх діяльності в порядку, встановленому частиною шостою цієї статті. Розміри розцінок таких засобів масової інформації не можуть перевищувати розмірів розцінок відповідно газети «Голос України» (для друкованих засобів масової інформації) та Національної телекомпанії України, Національної радіокомпанії України (для телерадіоорганізацій)»*. Отже, мова йде про ЗМІ, які з'являються після 1 березня 2011 року. Вони повинні визначати середньоарифметичне значення на підставі всього періоду своєї діяльності, але ця вартість не може бути вищою, ніж у державних всеукраїнських ЗМІ.

Далі Закон у [ч. 8 ст. 71](#) чітко вимагає, аби розцінки вартості **будь-яким чином не змінювалися** протягом виборчої кампанії: *«Розцінки вартості одиниці друкованої площі та одиниці ефірного часу для проведення передвиборної агітації не можуть змінюватися протягом виборчого процесу. Засіб масової інформації не може надавати знижки чи встановлювати надбавки на оплату друкованої площі чи ефірного часу партіям, кандидати у депутати від яких зареєстровані у загальнодержавному окрузі, кандидатам в депутати в одномандатних округах»*.

Також, у [ч. 9 ст. 71](#) Закону виписано правило, згідно з яким або ЗМІ зовсім не розміщує політичну рекламу і відмовляє всім, або розміщує і не може відмовляти будь-яким кандидатам і партіям у розміщенні, крім двох випадків, прямо передбачених законом: *«Засіб масової інформації, який надав ефірний час або друковану площу для проведення передвиборної агітації одній партії, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, одному кандидату у депутати за рахунок коштів відповідного виборчого фонду, не може відмовити у наданні ефірного часу чи друкованої площі на тих же умовах іншій партії, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, іншому кандидату у депутати. Засіб масової інформації може відмовити у наданні ефірного часу чи друкованої площі партії, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, кандидату у депутати в разі, якщо надані для поширення матеріали не відповідають вимогам **частин п'ятої чи дев'ятої статті 74** цього Закону»*.

Два випадки, коли ЗМІ має право відмовити це:

[ч. 5 ст. 74](#) – якщо матеріал містить заклики до ліквідації незалежності України, зміни конституційного ладу насильницьким шляхом, порушення суверенітету і територіальної цілісності держави, підриву її безпеки, незаконного захоплення державної влади, пропаганду війни, насильства та розпалювання міжетнічної, расової, національної, релігійної ворожнечі, посягання на права і свободи людини, здоров'я населення;

[ч. 9 ст. 74](#) – якщо матеріал містить завідомо недостовірні або наклепницькі відомості про партію – суб'єкта виборчого процесу або про кандидата у депутати, недостовірний або наклепницький характер яких **встановлено у судовому порядку**.

Усі вищенаведені правила й вимоги не поширюються **на друковані засоби масової інформації**, засновниками (власниками) яких є партії, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, кандидати у депутати в одномандатних округах **для ведення власної передвиборної агітації** ([ч. 11 ст. 71](#)).

Останнє правило, яке передбачає Закон для телерадіоорганізацій та друкованих ЗМІ – **це заборона** публікації/виходу в ефір політичної реклами **без укладання угоди із розпорядником фонду і передоплати.**

Про це йдеться в **ч. 10 ст. 72 Закону**: «Ефірний час за рахунок коштів виборчого фонду надається на підставі угоди, що укладається від імені партії чи кандидата у депутати в одномандатному окрузі розпорядником поточного рахунку виборчого фонду з телерадіоорганізацією будь-якої форми власності. Без укладення такої угоди та надходження коштів на рахунок телерадіоорганізації надання ефірного часу забороняється».

Щодо друкованих у **ч. 7 ст. 73 Закону**: «Матеріали передвиборної агітації, передбачені в частині шостій цієї статті, публікуються на підставі угоди, що укладається від імені партії, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, кандидата у депутати в одномандатному окрузі розпорядником поточного рахунку відповідного виборчого фонду партії, кандидатом у депутати з редакцією (видавцем) друкованого засобу масової інформації. Без укладення угоди та надходження коштів на рахунок редакції (видавця) друкованого засобу масової інформації публікація цих матеріалів забороняється».

Виняток з цього правила передбачений тільки для друкованих ЗМІ, засновником (власником) яких є партія, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, кандидат у депутати в одномандатному окрузі для ведення їх власної передвиборної агітації.

7. Обмеження для ЗМІ під час виборчої кампанії

Рівність прав і можливостей кандидатів у депутати, партій – суб'єктів виборчого процесу брати участь у виборчому процесі забезпечується – рівним та неупередженим ставленням засобів масової інформації до кандидатів у депутати, партій – суб'єктів виборчого процесу (**п. 5 ч. 5 ст. 3 Закону**).

Зазначена загальна вимога Закону реалізується, насамперед, через дотримання ЗМІ принципу рівних умов для кандидатів/партій в розміщенні політичної реклами, рівні розцінки, обов'язок надавати всім площу/ефір, опублікування розцінок тощо. Детально про цей механізм йдеться в попередньому розділі даного посібника. (див. розділ 6. Порядок використання ЗМІ під час виборів, сторінка 18). Також, у сфері інформування щодо виборчого процесу (не агітації) це положення знаходить своє продовження у вимогах до ЗМІ здійснювати таку діяльність з дотриманням критеріїв об'єктивності, точності, достовірності, збалансованості, неупередженості і повноти інформації.

Членам виборчих комісій, **іншим особам** забороняється вчиняти будь-які дії чи розголошувати відомості, **які дають можливість встановити зміст волевиявлення конкретного виборця** (**ч. 2 ст. 7 Закону**). Це вимога Закону про вибори, яку ЗМІ повинні враховувати у своїй діяльності, адже у своїх матеріалах, присвячених дню виборів, вони можуть порушити таке обмеження.

Згідно з **ч. 3 ст. 63** Закону засоби масової інформації, інформаційні агентства та інші особи при поширенні інформації про вибори, яка не є передвиборною агітацією відповідно до **ст. 68 цього закону**, зобов'язані дотримуватися:

- об'єктивності,
- неупередженості,
- збалансованості,
- достовірності, повноти і точності інформації.

Частина 3 ст. 66 Закону передбачає, що засоби масової інформації мають **збалансовано** висвітлювати **коментарі всіх партій та кандидатів у депутати** щодо подій, пов'язаних із виборами.

У ч. 4 ст. 68 Закону закріплено, що офіційні повідомлення **не повинні містити** коментарів агітаційного характеру, а також відео-, аудіозаписів, кінозйомок, фотоілюстрацій про дії зазначених осіб як кандидатів у депутати:

«Офіційні повідомлення в період виборчого процесу про дії кандидатів у депутати, які є посадовими особами органів державної влади, органів влади Автономної Республіки Крим чи органів місцевого самоврядування, пов'язані з виконанням ними посадових (службових) повноважень, передбачених Конституцією України та законами України, і підготовлені у порядку, передбаченому Законом України "Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації", не належать до передвиборної агітації».

Також законом передбачено обмеження щодо джерел фінансування розміщення політичної реклами (передвиборної агітації). У ч. 6 ст. 68 Закону прописано, що передвиборна агітація здійснюється за рахунок:

- коштів Державного бюджету України,
- коштів виборчих фондів партій, кандидатів у депутати в одномандатних округах. Кандидати у депутати, зареєстровані у загальнодержавному окрузі, можуть здійснювати передвиборну агітацію за кошти виборчого фонду партії.

Використання власних коштів кандидатів у депутати чи коштів з інших джерел для проведення передвиборної агітації, у тому числі з ініціативи виборців, забороняється.

Щодо **строків проведення передвиборної агітації** Закон встановлює наступні правила (ч. 2,3 ст. 70 Закону).

Передвиборна агітація закінчується о 24 годині останньої п'ятниці перед днем голосування, тобто розміщувати оплатні матеріали можна **до 24-ї години 26 жовтня 2012 року**. До цієї самої дати мають бути укладені угоди із розпорядниками поточних рахунків.

Передвиборна агітація напередодні дня голосування та в день голосування забороняється. У той самий час забороняються проведення масових акцій (зборів, мітингів, походів, демонстрацій, пікетів) від імені партії, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, кандидатів в депутати, розповсюдження агітаційних матеріалів, а також публічні оголошення про підтримку партією чи окремими кандидатами у депутати проведення концертів, вистав, спортивних змагань, демонстрації фільмів та телепередач чи інших публічних заходів.

Ч. 1 ст. 70 Закону передбачає, що **початися агітація може з дня, наступного за днем прийняття виборчою комісією рішення про реєстрацію** кандидатів у депутати. Фактично ж, враховуючи вимоги Закону щодо укладання договору ЗМІ саме з розпорядником виборчого фонду і передоплати з виборчого фонду, початися агітація **може лише після появи осіб із статусом розпорядника** (кандидат-мажоритарник може сам бути розпорядником) **і наповнення поточних рахунків виборчих фондів**.

З часу припинення передвиборної агітації відповідно до ч. 2 ст. 70 цього закону забороняються проведення агітаційних заходів, розповсюдження передвиборних агітаційних матеріалів у засобах масової інформації, демонстрація агітаційних фільмів чи кліпів, розповсюдження виборчих листівок, плакатів, інших друкованих агітаційних матеріалів чи

друкованих видань, в яких розміщено матеріали передвиборної агітації, публічні заклики голосувати за чи не голосувати за партії – суб'єкти виборчого процесу, кандидатів у депутати в одномандатному окрузі або публічна оцінка діяльності цих партій чи кандидатів у депутати ([ч. 23 ст. 74 Закону](#)).

Засоби масової інформації у разі оприлюднення результатів опитування громадської думки, пов'язаного з виборами депутатів, зобов'язані зазначити ([ч. 10 ст. 71 Закону](#)):

- замовника опитування;
- повну назву організації, що проводила опитування;
- час його проведення, територію, яку охоплювало опитування;
- розмір та спосіб формування соціологічної вибірки опитаних;
- метод опитування;
- точне формулювання питань;
- можливу статистичну похибку.

Згідно з [ч. 9 ст. 72](#) Закону впродовж 20 хвилин до і після теле-, радіотрансляції передвиборної агітаційної теле-, радіопрограми партії забороняється на тому самому каналі мовлення в будь-якій формі коментувати чи оцінювати зміст передвиборної агітаційної програми, дії партії, кандидатів у депутати.

У [ч. 11 ст. 72](#) Закону передбачено, що Телерадіоорганізації зобов'язані здійснювати аудіо-, відеозаписи усіх передач, що містять передвиборну агітацію, і зберігати їх протягом 30-денного терміну з дня офіційного оприлюднення результатів виборів.

Також, Закон містить положення щодо надання ЗМІ за запитами уповноважених органів документів та матеріалів передвиборної агітації, які вони розміщували на підставі договорів із розпорядниками: *«Телерадіоорганізації усіх форм власності за письмовими запитами Центральної виборчої комісії, Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення зобов'язані надавати всю інформацію про виділення ефірного часу партії, кандидату у депутати в одномандатному окрузі для проведення передвиборної агітації, а в разі необхідності – копії відповідних угод, платіжних документів і передач у запису на плівці та інших носіях інформації»* ([ч. 12 ст. 72 Закону](#)).

«Редакції (видавці) друкованих засобів масової інформації усіх форм власності за письмовими запитами Центральної виборчої комісії, окружних виборчих комісій зобов'язані надавати їм усю інформацію про використання друкованої площі для розміщення агітаційних матеріалів, а в разі необхідності – надсилати їм копії відповідних угод, платіжних документів, а також відповідні публікації» ([ч. 8 ст. 73 Закону](#)).

[Частина 13 ст. 72 Закону](#) встановлює, що замовниками політичної реклами під час виборчого процесу для показу телерадіоорганізаціями можуть бути тільки партії, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, та кандидати у депутати в одномандатних округах.

Протягом демонстрації політичної реклами обов'язково демонструється повна назва (або прізвище, ім'я та по батькові) її замовника у формі текстового повідомлення, яке має займати не менше п'ятнадцяти відсотків площі екрана і бути виконане контрастним кольором до фону та бути сприйнятним для глядача.

[Частина 18 ст. 74 Закону](#) забороняє проведення передвиборної агітації в зарубіжних засобах масової інформації, що діють на території України, а також у зареєстрованих в Україні

засобах масової інформації, в яких частка зарубіжної власності перевищує п'ятдесят відсотків.

Згідно [п. 1 ч. 1 ст. 74 Закону](#) участь у передвиборній агітації забороняється **іноземцям та особам без громадянства, у тому числі через журналістську діяльність** чи у формі участі у концертах, виставах, спортивних змаганнях, інших публічних заходах, що проводяться на підтримку чи за підтримки партії – суб'єкта виборчого процесу чи кандидата у депутати.

Жорстко заборонено поширення у будь-якій формі матеріалів, що містять заклики:

- до ліквідації незалежності України,
 - зміни конституційного ладу насильницьким шляхом,
 - порушення суверенітету і територіальної цілісності держави,
 - підриву її безпеки,
 - незаконного захоплення державної влади,
 - пропаганду війни, насильства,
 - розпалювання міжетнічної, расової, національної, релігійної ворожнечі,
 - посягання на права і свободи людини, здоров'я населення ([ч. 5 ст. 74 Закону](#))
- також забороняється поширювати
- завідомо недостовірні або наклепницькі відомості про партію – суб'єкта виборчого процесу або про кандидата у депутати, недостовірний або наклепницький характер яких встановлено у судовому порядку ([ч. 9 ст. 74 Закону](#)).

Відповідно до [ч. 6 ст. 74 Закону](#) **засобам масової інформації, їх посадовим та службовим особам і творчим працівникам** під час виборчого процесу у своїх матеріалах і передачах, не обумовлених угодами, укладеними відповідно до вимог частин п'ятої та десятої статті 72 і частин другої та сьомої статті 73 цього Закону, **забороняється агітувати голосувати за або не голосувати за партії, кандидатів у депутати чи поширювати інформацію, яка має ознаки політичної реклами**, безоплатно або яка оплачена з джерел, не передбачених законом, і так само поширювати будь-яку інформацію з метою спонукання виборців голосувати за або не голосувати за певного суб'єкта виборчого процесу.

Авторам і ведучим телерадіопередач, які є кандидатами у депутати, під час виборчого процесу також забороняється у телерадіопередачах вести передвиборну агітацію.

[Частина 7 ст. 74](#) забороняє розміщення політичної реклами в одному блоці з комерційною чи соціальною рекламою.

Варто пам'ятати також правила відокремлення політичної реклами від іншої інформації:

- Регіональні (місцеві) телерадіоорганізації державної та комунальної форми власності своїми передачами **не повинні перекривати** передачі передвиборної агітації партій, які транслюються на загальнонаціональних каналах мовлення.
- Включення до інформаційних теле- і радіопрограм (випусків новин) передвиборних агітаційних матеріалів партій, у тому числі політичної реклами, забороняється. **Усі матеріали передвиборної агітації повинні бути відокремленими від інших матеріалів і означені як такі.**
- Забороняється переривати передачі передвиборних програм партій рекламою товарів, робіт, послуг та іншими повідомленнями (частини 15-17 ст. 74 Закону).

NB!!! Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення своїм рішенням **припиняє трансляцію на території України,** в тому числі операторами телекомунікацій, іноземних телеканалів, у діяльності яких порушується норма **щодо заборони громадянам**

іноземних держав, особам без громадянства ведення передвиборної агітації через журналістську діяльність або в діяльності яких містяться заклики до ліквідації незалежності України, зміни конституційного ладу насильницьким шляхом, порушення суверенітету і територіальної цілісності України, підриву її безпеки, незаконного захоплення державної влади, пропаганда війни, насильства та розпалювання міжетнічної, расової, національної, релігійної ворожнечі, посягання на права і свободи людини, здоров'я населення ([ч. 11 ст. 74 Закону](#)).

Звертаємо увагу журналістів, що Закон про вибори містить також **заборону проведення агітації, що супроводжується непрямым підкупом виборців**. Закон наступним чином визначає, що саме відноситься до непрямого підкупу виборців: *«Забороняється проводити передвиборну агітацію, що супроводжується наданням виборцям, закладам, установам, організаціям коштів або безоплатно чи на пільгових умовах товарів (крім товарів, що містять візуальні зображення назви, символики, прапора партії, за умови, що вартість таких товарів не перевищує три відсотки мінімального розміру заробітної плати), послуг, робіт, цінних паперів, кредитів, лотерейних білетів, інших матеріальних цінностей. Така передвиборна агітація або надання виборцям, закладам, установам, організаціям коштів або безоплатно чи на пільгових умовах товарів, послуг, робіт, цінних паперів, кредитів, лотерейних білетів, інших матеріальних цінностей, що супроводжується закликами або пропозиціями голосувати за або не голосувати за певну партію чи кандидата у депутати або згадуванням назви партії чи імені кандидата, є непрямым підкупом виборців ([ч. 13 ст. 74 Закону](#))»*.

8. Можливості захисту журналістів і ЗМІ у випадку порушення ними виборчого законодавства

Журналістам слід пам'ятати, що право на відповідь є важливим у контексті виборчого процесу, а особи, про яких опублікована недостовірна інформація повинні мати можливість заперечити таку інформацію. [Рекомендаціями №R \(99\) 15 «Про висвітлення в ЗМІ виборчих кампаній»](#)¹⁰ передбачено: *«Зважаючи на те, що виборча кампанія триває короткий час, будь-який кандидат чи політична партія, які за національним законодавством чи устроєм мають право на відповідь, повинні мати змогу здійснити це право під час проведення кампанії»*.

Однак, досить часто партії та кандидати намагаються зловживати своїм правом на відповідь. Пропонуємо кілька аргументів, які допоможуть ЗМІ правомірно відмовити суб'єктам виборчого процесу, або мінімізувати негативні наслідки, якщо спростування все ж таки треба опублікувати.

Алгоритм дій ЗМІ у випадку отримання від кандидата/партії вимоги про публікацію спростування (відповіді).

[Частина 12 ст. 74](#) Закону про вибори передбачає: *«Партія – суб'єкт виборчого процесу, кандидат у депутати мають право звернутися до засобу масової інформації, що оприлюднив інформацію, яку партія або кандидат вважають недостовірною, з вимогою опублікувати їх відповідь»*.

Засіб масової інформації, що оприлюднив відповідний матеріал, не пізніше ніж через три дні після дня звернення з вимогою про відповідь, але не пізніше останнього дня перед днем голосування зобов'язаний надати партії, кандидату у депутати, щодо яких поширено

¹⁰ http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_726

недостовірну інформацію, можливість оприлюднити відповідь: надати такий самий ефірний час відповідно на телебаченні чи радіо або опублікувати в друкованому засобі масової інформації наданий партією чи кандидатом матеріал, який повинен бути набраний таким самим шрифтом і розміщений під рубрикою «відповідь» на тому самому місці шпальти в обсязі не меншому, ніж обсяг повідомлення, що спростовується.

Відповідь повинна містити посилання на відповідну публікацію в друкованому засобі масової інформації, передачу на телебаченні, радіо та на інформацію, що спростовується.

Відповідь не повинна містити прямих закликів до голосування за або не голосування за певні партії, кандидатів у депутати.

Відповідь має бути оприлюднена без додатків, коментарів та скорочень і здійснюватися за рахунок засобу масової інформації.

Відповідь на відповідь не надається».

[Стаття 212¹¹ Кодексу України про адміністративні правопорушення](#) (КУпАП) встановлює відповідальність за ненадання можливості оприлюднити відповідь щодо інформації, поширеної стосовно суб'єкта виборчого процесу у вигляді штрафу для посадових осіб від ста до ста п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (від 1700 до 2550 гривень).

Склад адміністративного правопорушення сформульовано наступним чином:

«Ненадання відповідному суб'єкту виборчого процесу, щодо якого оприлюднено інформацію, яку він вважає недостовірною, на його вимогу (звернення) можливості у визначеному законом порядку оприлюднити відповідь щодо такої інформації...».

Якщо розбити на складові диспозицію, то можна виокремити наступні важливі критерії:

- Відповідь повинна надаватися **тільки партіям та кандидатам**, а не таким суб'єктам виборчого процесу, як виборець, ЦВК, інша виборча комісія, офіційний спостерігач (ст. 12 Закону про вибори). Частина 12 ст. 74 надає право на відповідь виключно партіям та кандидатам, які є суб'єктами виборчого процесу.
- Інформація має бути саме про ту партію чи кандидата, який звертається з вимогою про надання права на відповідь. Тобто, в публікації/сюжеті цей кандидат чи партія повинні **ідентифікуватися**.
- Для висування вимоги про спростування достатньо, аби кандидат або партія **вважали** таку інформацію **недостовірною**.
- Повинна бути **наявна** вимога/звернення до ЗМІ.
- Засобом масової інформації не надано можливості оприлюднити відповідь щодо такої інформації **у визначеному законом порядку**.

Останній критерій зі ст. 212¹¹ КУпАП є найважливішим, оскільки прив'язує наявність або відсутність підстав для притягнення осіб до адміністративної відповідальності до [ч. 12 ст. 74](#) Закону України «Про вибори народних депутатів України». Саме ця частина Закону передбачає порядок висунення вимог про надання відповіді та підстав для їх оприлюднення. Отже, як тільки до ЗМІ надходить вимога про надання відповіді, необхідно:

1) звертати увагу на її формальну відповідність вимогам Закону, а саме:

- обсяг відповіді повинен бути не більше тексту, що спростовується ([ст. 37 Закону України «Про друковані засоби масової інформації \(пресу\) в Україні»](#));
- обсяг відповіді повинен бути не менше тексту, що спростовується;
- відсутність прямих закликів голосувати за або не голосувати за певних кандидатів, партій;

➤ це не повинна бути відповідь на відповідь.

(невідповідність відповіді цим ознакам позбавляє ЗМІ обов'язку опубліковувати наданий матеріал)

- 2) чи стосуються поширені відомості кандидата чи партії, які висувають вимогу про надання відповіді;
- 3) якщо цю вимогу об'єктивно важко виконати, наприклад щотижневим виданням, які протягом трьох днів просто не мають можливості надати площу, повідомити особу, яка звернулась до ЗМІ, що відповідь може бути опублікована лише у найближчому номері друкованого видання;
- 4) при вирішенні питання про опублікування відповіді використовувати норми Резолюції (74) 26 Комітету міністрів Ради Європи «Про право на відповідь – стан особи відносно преси»¹¹.

При посиланні на правила Резолюції, слід вказати, що Європейський суд з прав людини використовує норми рекомендацій Комітету Міністрів Ради Європи як безпосереднє джерело права.

Вказаною Резолюцією затверджено Мінімальні правила у сфері, пов'язаній із правом на відповідь.

Згідно з п. 2 зазначених Мінімальних правил: *«Національне законодавство може, як виняток, передбачати, що ЗМІ має право відмовити в опублікуванні відповіді в таких випадках:*

- а) якщо вимога про опублікування відповіді не представлена ЗМІ в досить короткий термін;*
- б) якщо обсяг відповіді перевищує обсяг того, що необхідно спростувати в інформації, яка містить факти, оголошені як помилкові;*
- в) якщо відповідь не обмежується спростуванням фактів, оголошених, як помилкові;*
- г) якщо вимога сама є порушенням, за яке передбачено відповідальність;*
- д) якщо це суперечить інтересам третьої особи, які охороняються законом;*
- е) якщо відповідна особа не в змозі довести існування законного інтересу».*

9. Особливості оскарження порушень виборчого законодавства

Закон України «Про вибори народних депутатів» передбачає два шляхи оскарження порушень виборчого законодавства:

- 1) до виборчої комісії в порядку, передбаченому статтями 108 – 113 Закону України «Про вибори народних депутатів України»;
- 2) до адміністративного суду в порядку, передбаченому Кодексом адміністративного судочинства України (КАСУ).

Однак, аналіз вищезгаданих правових актів показує, що рішення, дії чи бездіяльність ЗМІ, її посадових та творчих працівників, які порушують законодавство про вибори, можуть бути оскаржені лише в судовому порядку (**оскарження їх незаконної діяльності до виборчої комісії законодавством України не передбачено!!!**).

¹¹ http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_741

Особливості оскарження та розгляду позовів до ЗМІ про порушення законодавства України про вибори викладено у вигляді таблиці.

№ п/п	Процедурне питання	Особливості процедури	Правова підстава
1.	Куди може бути подано позов	До місцевого загального суду як адміністративного суду за місцезнаходженням ЗМІ	ч. 9 ст. 108 ЗУ «Про вибори народних депутатів України»; ч. 3 ст. 174 КАСУ
2.	Хто може оскаржити до суду діяльність ЗМІ та їх працівників під час виборів	Право оскаржувати рішення, дії чи бездіяльність ЗМІ, їхніх посадових та службових осіб, творчих працівників , що порушують законодавство про вибори мають: – виборча комісія, – кандидат в народні депутати, – партія – суб'єкт виборчого процесу. Інші суб'єкти виборчого процесу такого права не мають!!! УВАГА: Дії власників ЗМІ, які не працюють у створеному ними засобі масової інформації на адміністративних посадах та не є їх творчими працівниками, відповідно до ЗУ «Про вибори народних депутатів України» та КАСУ оскарженню не підлягають!	ч. 1 ст. 174 КАСУ
3.	Строки звернення до адміністративного суду	Загальний строк Позовні заяви щодо рішень, дій чи бездіяльності ЗМІ, його посадових та службових осіб, творчих працівників може бути подано до адміністративного суду у 5-денний строк з дня прийняття рішення, вчинення дії або допущення бездіяльності Спеціальний строк Позовні заяви щодо рішень, дій чи бездіяльності, що мали місце до дня голосування , може бути подано до адміністративного суду у вищезазначений (5-денний) строк, але не пізніше 24-ї години дня, що передусь дню голосування .	ч. 6-7 ст. 172, ч. 4 ст. 174 КАСУ
4.	Строк розгляду справи адміністративним судом	Загальне правило: Суд вирішує адміністративні справи у 2-денний строк після надходження позовної заяви. Спеціальні строки розгляду: 1) Адміністративні справи за позовними заявами, що надійшли до дня голосування , вирішуються судом у 2-денний строк, але не пізніше ніж за 2 години до початку голосування . 2) Адміністративні справи за позовними заявами, що надійшли у день голосування вирішуються судом до закінчення голосування . 3) Адміністративні справи за позовними заявами,	ч. 11 ст. 172, ч. 5 ст. 174 КАСУ

		що надійшли у день голосування, але після закінчення голосування, вирішуються судом у 2-денний строк після надходження позовної заяви.	
5.	Особливості судових рішень	1. Суд, установивши порушення законодавства про вибори, визначає у рішенні спосіб захисту порушених прав та інтересів, а також порядок усунення усіх наслідків цих порушень відповідно до закону або приймає інше передбачене законом рішення. 2. У разі виявлення порушень, що можуть бути підставою для притягнення до відповідальності не за правилами КАСУ, суд постановляє окрему ухвалу з повідомленням про наявність таких порушень і надсилає її до органів чи осіб, уповноважених вжити у зв'язку з цим заходів, встановлених законом.	ч. 1 ст. 177 КАСУ
6.	Коли можна отримати рішення суду	Копії судового рішення невідкладно видаються особам, які брали участь у справі, або надсилаються їм, якщо вони не були присутні під час його проголошення.	ч. 2 ст. 177 КАСУ
7.	Коли рішення суду набирає законної чинності	1) Судові рішення за наслідками розгляду судами першої інстанції справ щодо ЗМІ набирають законної сили після закінчення строку апеляційного оскарження , а у разі їх апеляційного оскарження – з моменту проголошення судового рішення суду апеляційної інстанції . 2) Судові рішення Вищого адміністративного суду України набирають законної сили з моменту проголошення і не можуть бути оскаржені.	ч. 3 ст. 177 КАСУ
8.	Строки подачі апеляційної скарги	Судові рішення можуть бути оскаржені в апеляційному порядку у 2-денний строк з дня їх проголошення , а судові рішення, ухвалені до дня голосування, – не пізніше ніж за 4 години до початку голосування .	ч. 5 ст. 177 КАСУ
9.	До якого суду подається апеляційна скарга	Судами апеляційної інстанції є відповідні апеляційні адміністративні суди .	ч. 6 ст. 177 КАСУ
10.	Строк розгляду справ апеляційними адміністративними судами	Загальний строк: Суд апеляційної інстанції розглядає справу у 2-денний строк після закінчення строку апеляційного оскарження з повідомленням осіб, які беруть участь у справі. Спеціальний строк: Апеляційна скарга стосовно судового рішення, що було ухвалене до дня голосування, розглядається не пізніше ніж за 2 години до початку голосування .	ч. 7 ст. 177 КАСУ
11.	Особливості розгляду справ адміністративними судами	1) Неприбуття у судові засідання осіб, які були належним чином повідомлені про дату, час і місце розгляду справи, не перешкоджає розгляду справи. 2) Суд апеляційної інстанції за наслідками	ч. ч. 8, 9 ст. 177 КАСУ

		апеляційного розгляду не може повертати справу на новий розгляд. 3) Судове рішення суду апеляційної інстанції є остаточним.	
12.	Особливості обчислення строків під час розгляду справи адміністративним судом	1) Строки обчислюються календарними днями і годинами. 2) Останнім днем строку , який має закінчитися з настанням певної події, є день, що передує дню вказаної події. 3) Днем бездіяльності є останній день встановленого законом строку, в який мало бути вчинено дію або прийнято рішення. 4) Днем подання позовної заяви , апеляційної скарги є <u>день їх надходження до відповідного суду!!!</u> 5) Строки подання позовних заяв і апеляційних скарг не може бути поновлено!!! 6) Позовні заяви, апеляційні скарги, подані після закінчення цих строків, суд залишає без розгляду.	ст. 179 КАСУ

Під час проведення виборів порушення виборчого законодавства можуть відбуватись не лише з боку засобів масової інформації, їх власників, посадових, службових осіб чи творчих працівників. Нерідко мають місце порушення прав журналістів/ЗМІ щодо належного висвітлення виборчого процесу. Найчастіше журналісти скаржаться на порушення їх прав безперешкодно відвідувати в день виборів приміщення для голосування, проводити там фото-, відеозйомку тощо.

Відповідно, при порушенні прав журналістів під час підготовки та проведення виборів, останні також потребують їх захисту. Але, на жаль, українське законодавство ефективного механізму забезпечення цих прав не встановлює.

У випадку порушення прав журналіста та/або ЗМІ на здійснення інформування під час виборчого процесу, вони не мають права звернутись з відповідною скаргою до виборчої комісії, оскільки не відносяться до суб'єктів звернень зі скаргами (див. ч. 1 ст. 108 Закону України «Про вибори народних депутатів України»).

КАСУ також не встановлює спеціальних процедур оскарження порушення прав журналістів та ЗМІ на висвітлення виборчого процесу (положення статей 172, 174, 175 КАСУ на них не поширюються).

Відповідно, якщо під час збору, обробки, зберігання та поширення інформації щодо підготовки та проведення виборів порушуються права журналістів/ЗМІ (на доступ до виборчих дільниць, отримання інформації про хід підготовки та проведення виборів, проведення фото-, відеозйомки, використання диктофона тощо), вони можуть звернутись за їх захистом лише у загальному порядку.

Не зайвим буде нагадати, що у випадку грубих порушень правових норм, які гарантують права журналістів під час виборів, працівники ЗМІ для їх фіксації можуть звернутись до офіційних спостерігачів, кандидатів в народні депутати, інших суб'єктів виборчого процесу, передбачених ст. 12 Закону України «Про вибори народних депутатів України», оскільки зазначені особи мають право подавати скарги до виборчої комісії або до суду.

Додатки

Додаток 1. Шаблон договору на розміщення агітаційної продукції та політичної реклами.

Договір № _____

про надання друкованої площі для розміщення матеріалів передвиборної агітації партії
(політичної реклами, виступів, інтерв'ю, нарисів, інших публікацій і повідомлень)

М. _____
2012 р.

“ ____ ” _____

Суб'єкт виборчого процесу

_____ в особі розпорядника поточного рахунку виборчого фонду
_____, який діє на підставі _____
від _____ 2012 р., виданого Центральною виборчою комісією та рішення
_____ партії /кандидата в одномандатному окрузі/ від _____ 2012 р., на
підставі Закону України “Про вибори народних депутатів України”, далі Замовник, з однієї
сторони та редакція (видавець) друкованого засобу масової інформації
_____, далі Виконавець, в особі головного редактора (директора)
_____, який діє на підставі Статуту, з іншої сторони, уклали
цей Договір про наступне:

1. Предмет договору

Замовник надає матеріали передвиборної агітації (політичної реклами, виступів, інтерв'ю, нарисів, інших публікацій і повідомлень тощо) у формі, обсягом та в строки, що визначаються додатковими угодами, які є невід'ємною частиною цього Договору, а Виконавець надає друковану площу для розміщення цих матеріалів в друкованому засобі масової інформації “_____” (свідectvo про реєстрацію друкованого ЗМІ серія _____ № _____ від _____ р.) у відповідності з цим Договором, додатковими угодами, що є невід'ємною частиною цього Договору та з дотриманням вимог Закону України “Про вибори народних депутатів України”.

2. Права та обов'язки сторін

2.1. Замовник має право:

2.1.1. На своєчасне і якісне розміщення матеріалів передвиборної агітації (політичної реклами, виступів, інтерв'ю, нарисів, інших публікацій і повідомлень тощо) у формі, обсягом та в строки, що визначені додатковими угодами, які є невід'ємною частиною цього Договору, та після надходження коштів на розрахунковий рахунок Виконавця.

2.1.2. На отримання від Виконавця рахунків і актів виконаних робіт.

2.2. Замовник зобов'язується:

2.2.1. Узгодити з Виконавцем у додаткових угодах, які є невід'ємною частиною цього Договору, форму, обсяг та строки розміщення матеріалів передвиборної агітації (політичної реклами, виступів, інтерв'ю, нарисів, інших публікацій і повідомлень тощо).

2.2.2. Передавати підписані уповноваженою особою партії, кандидатом на пост народного депутата України, розпорядником поточного рахунку виборчого фонду партії, іншою офіційною посадовою особою уповноваженою партією матеріали передвиборної агітації на паперових та електронних носіях інформації не пізніше ніж за 3 банківських дні до дня запланованої публікації.

2.2.3. Перерахувати кошти у відповідності з рахунком, даним Виконавцем, на розрахунковий рахунок Виконавця не пізніше ніж за два дні до запланованої публікації.

2.2.4. Дотримуватися вимог діючого законодавства України, зокрема ст.28 Закону України "Про інформацію", ст.3 Закону України "Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні", ст.74 Закону України "Про вибори народних депутатів України".

2.3. Виконавець має право:

2.3.1. Відмовитися від розміщення матеріалів передвиборної агітації, які містять завідомо недостовірні або наклепницькі відомості про партію – суб'єкта виборчого процесу або про кандидата у депутати, недостовірний або наклепницький характер яких встановлено у судовому порядку, заклики до ліквідації незалежності України, зміну конституційного ладу насильницьким шляхом, до порушення суверенітету і територіальної цілісності держави, підризу її безпеки, незаконного захоплення державної влади, пропаганду війни, насильства та розпалювання міжетнічної, расової, національної, релігійної ворожнечі, посягання на права і свободи людини, здоров'я населення.

2.3.2. Відмовитися від розміщення матеріалів передвиборної агітації не підписаних уповноваженою особою згідно п.2.2.2. даного Договору, або отриманих пізніше ніж за 3 банківських дні до дня запланованої публікації.

2.3.4. Відмовитися від розміщення матеріалів передвиборної агітації у разі ненадходження коштів на розрахунковий рахунок Виконавця або надходження коштів пізніше ніж за два дні до запланованої публікації.

2.4. Виконавець зобов'язується:

2.4.1. Своєчасно і якісно розмістити матеріали передвиборної агітації у формі, обсягом та в строки, що визначені додатковими угодами, які є невід'ємною частиною цього Договору, після надходження попередньої оплати на свій розрахунковий рахунок.

2.4.2. Відразу після визначення додатковими угодами форми, обсягів та строків розміщення матеріалів передвиборної агітації, але не пізніше ніж за 5 банківських днів надати Замовнику рахунки, а не пізніше ніж за три банківських після розміщення матеріалів передвиборної агітації надати Замовнику акти виконаних робіт.

2.4.3. Дотримуватися вимог діючого законодавства України, зокрема, ст.74 Закону України «Про вибори народних депутатів України».

2.4.4. Забезпечити дотримання вимог ст.70 Закону України «Про вибори народних депутатів України» щодо строків проведення передвиборної агітації.

3. Розрахунки

3.1. Вартість розміщення матеріалів передвиборної агітації визначається на підставі встановлених Виконавцем розцінок вартості за одиницю друкованої площі.

3.2. Розцінки вартості за одиницю друкованої площі протягом дії цього Договору не змінюються.

3.3.Замовник перераховує кошти у відповідності з отриманим від Виконавця рахунком на розрахунковий рахунок Виконавця у порядку, передбаченому цим договором та з дотриманням вимог законодавства.

4. Відповідальність сторін

4.1. За невиконання або неналежне виконання умов цього Договору сторони несуть відповідальність, передбачену чинним законодавством.

4.2. Замовник несе відповідальність за достовірність інформації у переданих для розміщення матеріалах передвиборної агітації, а також за їх відповідність чинному законодавству України.

5. Вирішення спорів

Сторони докладають зусиль для вирішення всіх питань, пов'язаних з цим Договором і додатковими угодами, які є невід'ємною частиною цього Договору, шляхом переговорів, а у разі недосягнення згоди — в порядку, передбаченому цим Договором та чинним законодавством.

6. Заключні положення

6.1. Договір набирає чинності з дня його підписання та діє до 24-ї години 26.10.2012 р.

6.2. Договір може бути змінено або припинено за згодою сторін.

6.3. Договір може бути розірвано в односторонньому порядку за ініціативою будь-якої сторони у випадках:

- недосягнення сторонами згоди з питань форми, обсягів та строків розміщення матеріалів передвиборної агітації, що визначаються додатковими угодами, які є невід'ємною частиною цього Договору;

- невиконання іншою стороною своїх зобов'язань.

6.4. Договір вважається розірваним з моменту письмового повідомлення сторони.

6.5. Всі питання, що не врегульовані Договором, регулюються чинним законодавством.

6.6. Договір укладено у двох примірниках, кожний з яких має однакову юридичну силу.

7. Юридичні адреси, банківські реквізити та підписи сторін

Замовник Адреса: _____ ЄДРПОУ _____ п/р _____ в ПАТ «_____» м. _____, МФО _____ банківські реквізити поточного рахунку виборчого фонду: Розпорядник поточного рахунку виборчого фонду _____ “__” _____ 2012 р.	Виконавець Редакція (видавець) _____ Адреса: _____ банківські реквізити: ЄДРПОУ _____ р/р _____ Банк _____ МФО _____ Головний редактор (директор) _____ “__” _____ 2012 р.
--	---

Пояснення щодо заповнення договору

про надання друкованої площі для розміщення матеріалів передвиборної агітації партії (політичної реклами, виступів, інтерв'ю, нарисів, інших публікацій і повідомлень)

Відповідно до ч.2 ст.49 Закону України «Про вибори народних депутатів України» партія призначає розпорядників з числа кандидатів, включених до виборчого списку цієї партії, або своїх уповноважених осіб у відповідному одномандатному окрузі призначає по одному розпоряднику кожного поточного рахунку виборчого фонду партії, який має виключне право

на розпорядження коштами з відповідного поточного рахунку виборчого фонду партії.

Відповідно до ч.1 ст.49 Кандидат у депутати в одномандатному окрузі може САМ бути розпорядником поточного рахунку власного виборчого фонду або призначити не більше

одного розпорядника поточного рахунку власного виборчого фонду **з числа своїх довірених осіб.**

Враховуючи, що відповідно до Закону - кандидатів, список кандидатів, уповноважених осіб партії, довірених осіб кандидатів-мажоритарників - реєструє ЦВК України – будь-який розпорядник поточного виборчого фонду повинен мати і надавати під час укладання ЗМІ:

1) документ ЦВК про підтвердження реєстрації особи у відповідному статусі (включення до списку, уповноваженої особи партії, кандидата-мажоритарника, довіреної особи кандидата-мажоритарника) **та** -

2) рішення партії про призначення відповідної уповноваженої особи розпорядником відповідного поточного рахунку або документ, що підтверджує призначення кандидатом-мажоритарником довіреної особи розпорядником поточного рахунку виборчого фонду.

Додаток 2. Зразок заяви до прокуратури про порушення прав журналіста та порушення кримінальної справи за перешкоджання законній професійній діяльності журналіста.

	(повна назва прокуратури)

	(адреса прокуратури)
Заявник:	_____

	(журналіст, назва ЗМІ)

	(П.І.Б.)

	(адреса)

	(телефон)

ЗАЯВА
в порядку ст. 19 Закону України «Про прокуратуру»

«___» _____ 20__ року відбулись такі порушення Закону України «Про вибори народних депутатів України» та Законів України «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про інформаційні агентства»

(детальний опис злочинних дій, хто вчинив (в разі, коли особа порушника не встановлена, надати детальний опис), за яких умов. Складається у довільній формі).

Вважаю, що такі дії є порушенням ст. ____ Закону України «Про вибори Президента України» та ст. _____ Законів _____.

Крім того, що такі дії порушують названі вище норми законодавства України, вони містять ознаки складу злочину передбаченого ст. 171 Кримінального кодексу України, яка встановлює кримінальну відповідальність за перешкоджання законній професійній діяльності журналістів.

Згідно зі ст. 1 Закону України «Про прокуратуру», прокуратура здійснює загальний нагляд за додержанням і правильним застосуванням законів.

Відповідно до ч. 2 ст. 19 Закону України «Про прокуратуру» перевірка Прокуратурою виконання законів проводиться за заявами та іншими повідомленнями про порушення законності, що вимагають прокурорського реагування.

На підставі вищевикладеного, керуючись ст. 19 Закону України «Про прокуратуру», ст. 15 Закону України «Про звернення громадян», ст. 95 Кримінально-процесуального кодексу України,

ПРОШУ

1. Провести перевірку вказаних у заяві фактів, в разі виявлення ознак злочину – порушити кримінальну справу.
2. _____
3. Надати відповідь у встановлений Законом України «Про звернення громадян» строк.

Додатки:

Дата:

(П.І.Б. заявника)

(підпис)

Пояснення щодо підготовки заяви до прокуратури

В заяві обов'язково повинно бути зазначено, що Ви діяли, як журналіст, під час виконання своїх професійних обов'язків (на виконання редакційного доручення тощо), а також про те, що порушникам було відомо /вони усвідомлювали/, що Ви є журналістом і знаходились під

час виконання професійних обов'язків, але, не зважаючи на це, вони продовжували вчиняти свої протиправні дії по відношенню до Вас.

Ви повинні фіксувати за можливості на відео, аудіо все, що відбувається під час розвитку конфлікту і надавати копії записів в прокуратуру.

Варто фіксувати цей конфлікт і за допомогою інших засобів – складати Акти зі спостерігачами, виборцями, будь-якими свідками – і додавати їх до заяви.

Бажано носити бейдж, який би чітко ідентифікував Вас як журналіста.

Під час розвитку конфлікту треба голосно повідомити, що Ви є журналістом, що Ви виконуєте свої професійні обов'язки, а за порушення Ваших професійних прав винних осіб може бути притягнуто до кримінальної відповідальності згідно зі ст. 171 Кримінального кодексу України.

Додаток 3. Зразок скарги до окружної виборчої комісії про порушення Закону України «Про вибори народних депутатів».

До окружної виборчої комісії № _____
_____ виборчого округу № _____

Адреса: _____

(П.І.Б.)

Адреса: _____

Телефон: _____

Електронна пошта: _____

Назва суб'єкту оскарження:

(ДВК, член ДВК, ОВК, офіційний спостерігач та ін.)

Адреса: _____

Електронна пошта: _____

С К А Р Г А

про порушення Закону України «Про вибори народних депутатів України»

Під час _____ мною виявлено /щодо мене вчинено/:

що є порушенням ч. _____ ст. _____ Закону України «Про вибори народних депутатів України».

Вказані порушення вимог виборчого законодавства підтверджуються такими доказами:

Вважаю за потрібне залучити до розгляду скарги:

Враховуючи вищевикладене, на підставі ст. 113 Закону України «Про вибори народних депутатів України»,

ПРОШУ:

1. Розглянути скаргу про порушення Закону України «Про вибори народних депутатів України» та встановити факт порушення;
2. Зобов'язати _____
3. _____

Додатки:

1. Акт про порушення Закону України «Про вибори народних депутатів України» від _____/
2. Інші докази

3. Копія скарги - ____ примірників (по кількості суб'єктів оскарження та зацікавлених осіб);
4. _____

Дата:

(П.І.Б.)

(підпис)

Пояснення щодо складання скарги до ОВК

Ані виборчий закон, ані Кодекс адміністративного судочинства України не передбачає спеціальних повноважень в процедурі оскарження для журналістів/представників ЗМІ. Іншими словами, навіть, якщо ваші права, як журналіста порушено – в позові та інших скаргах необхідно зазначати ПІБ, без статусу журналіста. Документ подається як від виборця. Наприклад, в ч. 2 ст.172 КАСУ зазначено, що виборець (громадянин, який має право голосу у відповідних виборах або на референдумі) може оскаржити рішення, дію чи бездіяльність виборчої комісії, комісії з референдуму, членів цих комісій, якщо таке рішення, дія чи бездіяльність порушує виборчі права або інтереси щодо участі у виборчому процесі чи процесі референдуму його особисто. Аналогічні норми містяться в статтях КАСУ, які передбачають процедури оскарження дій, бездіяльності кандидатів, партій і довірених осіб, підприємств, організацій, органів влади та місцевого самоврядування.

В тексті позову та скаргах потрібно мінімально мотивувати, яким чином оскаржувані дії/бездіяльність, рішення порушують ваші права виборця.

Право на оскарження будь-яких порушень виборчого законодавства мають також суб'єкти виборчого процесу, яких за можливості можна використовувати для подачі від їх імені позовів та/або скарг.

НА КОГО МОЖНА ПОДАВАТИ СКАРГИ **(ч. 2 ст. 108 Закону України «Про вибори народних депутатів»):**

Суб'єкти звернення зі скаргою, зазначені в частині першій цієї статті (суб'єкти виборчого процесу, комісії, виборець, спостерігач, довірені особи), можуть з урахуванням вимог цього Закону оскаржити до відповідної виборчої комісії рішення, дії чи бездіяльність, що стосуються виборчого процесу, таких суб'єктів оскарження:

- 1) виборчої комісії, члена виборчої комісії;
- 2) політичної партії – суб'єкта виборчого процесу;
- 3) кандидата у депутати;
- 4) уповноважених осіб партій, довірених осіб кандидатів у депутати, офіційних спостерігачів від партій, кандидатів у депутати та громадських організацій – лише щодо скарг, передбачених частиною шостою статті 111 цього Закону. (ст.111 – скарга щодо порушення, яке мало місце під час голосування суб'єктами оскарження, подана до дільничної виборчої комісії, розглядається нею відразу після закінчення голосування).

СТРОК ОСКАРЖЕННЯ **(ст. 109 Закону України «Про вибори народних депутатів»)**

1. Скарга до виборчої комісії може бути подана суб'єктом звернення зі скаргою протягом п'яти днів після прийняття рішення, вчинення дії чи бездіяльності суб'єктом оскарження, за винятком випадків, зазначених у частинах другій і третій цієї статті.
2. Скарга щодо порушення, яке мало місце до дня голосування, може бути подана у строк, встановлений частиною першою цієї статті, але не пізніше 22 години дня, що передуює дню голосування.
3. Скарга щодо порушення, яке мало місце під час голосування, може бути подана до відповідної дільничної виборчої комісії не пізніше закінчення голосування. Скарга щодо рішень, дій чи бездіяльності виборчої комісії, членів цих комісій, що мали місце у день голосування, під час підрахунку голосів на дільниці, може бути подана до окружної виборчої комісії у дводенний строк з дня прийняття рішення, вчинення дії або бездіяльності.

ЩО ПРОСИТИ В СКАРЗІ **ст. 113 Закону України «Про вибори народних депутатів»**

У разі задоволення скарги виборча комісія може прийняти рішення, яким:

- 1) визнати рішення суб'єкта оскарження чи окремих його положень, дії чи бездіяльність такими, що не відповідають вимогам законодавства про вибори депутатів, порушують виборчі права громадян, права та законні інтереси суб'єкта виборчого процесу;
- 2) скасувати рішення;

- 3) зобов'язати суб'єкта оскарження здійснити дії, передбачені законодавством, що регулює організацію та порядок проведення виборів депутатів;
- 4) зобов'язати суб'єкта оскарження утриматися від вчинення певних дій;
- 5) поновити іншим способом порушені виборчі права громадян, права та законні інтереси суб'єкта виборчого процесу;
- 6) зобов'язати суб'єкта оскарження здійснити передбачені законодавством, що регулює організацію та порядок проведення виборів депутатів, дії, які випливають із факту скасування рішення, визнання оскаржених дій або бездіяльності протиправними.

Додаток 4. Зразок адміністративного позову про визнання рішень/дій/бездіяльності виборчої комісії протиправними.

(назва окружного адміністративного суду,
місцевого, як адміністративного)

(адреса суду)

Позивач:

(П.І.Б.)

Адреса: _____

Номер телефону: _____

Електронна пошта: _____

Відповідач:

_____ виборча комісія

№ _____

Адреса: _____

Телефон: _____

Електронна пошта: _____

1. *Про визнання рішення, дій або бездіяльності*

_____ виборчої
комісії протиправними.

2. *Зобов'язання*

_____ виборчої комісії

А Д М І Н І С Т Р А Т И В Н И Й П О З О В

Про визнання рішень, дій або бездіяльності _____
виборчої комісії _____ № _____ протиправними

Фактичні обставини:

Обґрунтування незаконності рішення, дій або бездіяльності:

Докази, які можуть бути використані судом:

Відповідно до ч. 6 ст. 176 Кодексу адміністративного судочинства України (КАСУ), рішення, дії чи бездіяльність виборчих комісій можуть бути оскаржені у порядку, передбаченому статтею 172 цього кодексу.

У ч. 2 ст. 172 Кодексу адміністративного судочинства України закріплено, що право оскаржувати рішення, дії чи бездіяльність виборчих комісій, членів цих комісій має виборець, якщо таке рішення, дія чи бездіяльність порушує виборчі права або інтереси щодо участі у виборчому процесі його особисто.

Мотивація щодо порушення прав та інтересів виборця:

/азначити про принципи і засади виборчого процесу – такі, як гласність, відкритість, публічність; їх порушення через видалення журналіста, порушення інших прав представника ЗМІ ставить під сумнів легітимність виборів на даній дільниці, в окрузі. Це підтверджується, зокрема, [ч.15 ст.94 Закону України «Про вибори народних депутатів»](#), яка дає право окружній комісії визнати вибори на дільниці недійсними через порушення прав представників ЗМІ. Отже, порушення прав журналіста порушує як права всіх виборців, які голосують, так і інтереси всіх суб'єктів, за яких голосують або голосували на дільниці/.

Згідно з ч. 4 ст. 172 Кодексу адміністративного судочинства України рішення, дії або бездіяльність територіальних (окружних) виборчих комісій щодо підготовки та проведення виборів Президента України оскаржуються до окружного адміністративного суду за місцезнаходженням відповідної комісії / згідно з ч. 5 ст. 172 КАСУ рішення, дії чи бездіяльність виборчих комісій, комісій з референдуму, членів цих комісій, за винятком рішень, дій чи бездіяльності, що визначені частинами третьою – четвертою цієї статті, оскаржуються до місцевого загального суду як адміністративного суду за місцезнаходженням відповідної комісії.

Враховуючи вищевикладене, на підставі ст. 172, 176 Кодексу адміністративного судочинства України,

ПРОШУ:

1. Визнати рішення, дії або бездіяльність _____ виборчої комісії
№ _____
_____ протиправними.

2. Зобов'язати

_____ виборчу комісію

3.

Додатки:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. Копія позову з усіма матеріалами - ____ примірників.

«____» _____ 20__ р.

(П.І.Б.)

(підпис)

Пояснення щодо підготовки позову.

Ані виборчий закон, ані Кодекс адміністративного судочинства України не передбачають спеціальних повноважень у процедурі оскарження для журналістів/представників ЗМІ. Іншими словами, навіть, якщо ваші права, як журналіста порушено – в позові та інших скаргах необхідно зазначати ПІБ, без статусу журналіста. Документ подається як від виборця. Наприклад, в ч. 2 ст. 172 КАСУ зазначено, що виборець (громадянин, який має право голосу у відповідних виборах або референдумі) може оскаржити рішення, дію чи бездіяльність виборчої комісії, комісії з референдуму, членів цих комісій, якщо таке рішення, дія чи бездіяльність порушує виборчі права або інтереси щодо участі у виборчому процесі чи процесі референдуму його особисто. Аналогічні норми містяться в статтях КАСУ, які передбачають процедури оскарження дій, бездіяльності кандидатів, партій і довірених осіб, підприємств, організацій, органів влади та місцевого самоврядування.

В тексті позову та скаргах потрібно мінімально мотивувати, яким чином оскаржувані дії/бездіяльність, рішення порушують ваші права виборця.

Право на оскарження будь-яких порушень виборчого законодавства мають також суб'єкти виборчого процесу, яких за можливості можна використовувати для подачі від їх імені позовів та/або скарг.

Д О В І Д К О В А І Н Ф О Р М А Ц І Я
про особливості пред'явлення позовів щодо виборчих спорів
(за Кодексом адміністративного судочинства України)

Предметна підсудність:

✓ **До Київського апеляційного адміністративного суду подаються позови:**

- на інші рішення, дії або бездіяльність ЦВК, члена цієї комісії (172/3)¹²;

До окружних адміністративних судів за місцем вчинення дії чи місцем, де ця дія повинна бути вчинена.

- щодо оскарження дій чи бездіяльності кандидатів, довірених осіб, партій (175/3);

✓ **До окружних адміністративних судів за місцем знаходження подаються позови:**

- на рішення, дії чи бездіяльність окружної виборчої комісії (172/4);
- на рішення, дії чи бездіяльність органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, їхніх посадових та службових осіб відповідно до правил ст. 18, 19 КАСУ (176/4, 174/3);

✓ **До місцевого загального суду, як адміністративного:**

- оскарження рішення, дії чи бездіяльності дільничних виборчих комісій та їх членів (172/5)
- уточнення списку виборців (173);
- оскарження дій чи бездіяльності засобів масової інформації, підприємств, установ, організацій, їхніх посадових та службових осіб, творчих працівників засобів масової інформації, що порушують законодавство про вибори та референдум (174/3).

Особливості розгляду позовних заяв

✓ **Строки**

1. Позови, щодо порушень до дня голосування необхідно подати протягом 5 днів, але не пізніше 24.00 26 жовтня; (172/6)
2. Позови щодо порушень в день голосування, підрахунку голосів, встановлення результатів на дільниці необхідно подати протягом 2 днів (172/8);
3. Позовну заяву про уточнення списку виборців може бути подано не пізніше ніж за два дні до дня голосування (173/3)
4. Строк розгляду судами – 2 дні (172/11);
5. Постанови про внесення змін до списків виборців виконуються негайно (173/6);
6. Строк апеляційного оскарження – 2 дні, але не пізніше двадцять четвертої години дня, що передує дню голосування, а судові рішення, ухвалені до дня голосування, – не пізніше ніж за чотири години до початку голосування. (177/5)
7. Строки – не поновлюються (179)

✓ **Судовий збір**

Позови щодо оскарження рішень, дій або бездіяльності виборчих комісій (їх членів) повинні розглядатись і без сплати судового збору (172/9)

¹² Тут і далі у дужках – стаття/частина статті Кодексу адміністративного судочинства України (КАСУ)

Позовна заява про уточнення списку виборців подається до адміністративного суду без сплати судового збору (173/3)

✓ **Особливості**

Неприбуття у судові засідання осіб, які були належним чином повідомлені про дату, час і місце розгляду справи, не перешкоджає судовому розгляду (172/12, 173/5, 174/6)

✓ **Апеляційне оскарження:**

Рішення апеляційної інстанції з виборчих спорів є остаточним і оскарженню не підлягає. (177/9)

✓ **Оформлення позовної заяви**

Кодекс адміністративного судочинства України вимагає, аби в позовній заяві було зазначено (ст.106 КАСУ) номери телефонів позивача і відповідача та їх електронна пошта. Якщо номер телефону або електронна адреса не зазначені та/або невідомі, треба вказати про це в позовній заяві.

Позивач зазначає: *«телефону/електронної пошти немає»*; відповідач зазначає: *«телефон/електронна пошта не відомі»*.

У випадку, якщо ці дані не вказано, суд може залишити позовну заяву без руху і надати час на усунення недоліків (ст.108 КАСУ).