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[1], 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 І та VIII розділах цього закону. Розділ І «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.

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;

[1] http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_726

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.