



ГО «ІНСТИТУТ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ»

# ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ПЕРІОД ВИБОРЧОЇ КАМПАНІЇ - 2015

ПОСІБНИК ДЛЯ ПРЕДСТАВНИКІВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Укладачі: Федоренко І.П., Панкратова Л.Л.

КИЇВ 2015

# Зміст

1. Короткий огляд чинного законодавства, що впливає на діяльність ЗМІ під час виборів.....	2
2. Правовий статус та професійні права журналіста.....	3
3. Права представників засобів масової інформації під час виборчого процесу та у день виборів.....	6
4. Інформаційне забезпечення виборів. Основні види та засади інформаційного забезпечення виборів .....	7
5. Передвиборна агітація, політична реклама та їх відмежування від інформаційного забезпечення виборів .....	11
6. Порядок використання ЗМІ під час виборів.....	16
7. Обмеження для ЗМІ під час виборчої кампанії .....	17
8. Можливості захисту журналістів і ЗМІ у випадку порушення ними виборчого законодавства.....	21
9. Особливості оскарження порушень виборчого законодавства .....	23
<b>Додатки.....</b>	<b>27</b>
Додаток 1. Шаблон договору на розміщення агітаційної продукції та політичної реклами.....	27
Додаток 2. Зразок заяви до МВС про порушення прав журналіста та порушення кримінальної справи за перешкоджання законній професійній діяльності журналіста. ....	31
Додаток 3. Зразок скарги до територіальної виборчої комісії про порушення Закону України «Про місцеві вибори».....	33
Додаток 4. Зразок адміністративного позову про визнання рішень/дій/бездіяльності виборчої комісії протиправними. ....	35

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

- Закон України «Про місцеві вибори» / від 14.07.2015, № 595-VIII/.

Базовим законодавчим актом, який впливає на діяльність ЗМІ під час виборів є Закон України «Про місцеві вибори» (далі за текстом Закон). В Україні вже стало традицією під кожні вибори приймати нове виборче законодавство. 2015 рік не став винятком, і знову закон вводить нові правила гри. Але в частині інформаційного забезпечення проведення виборів та агітації виборче законодавство змін майже не зазнало.

В першу чергу журналістам і ЗМІ треба пам'ятати, що серед засад виборчого процесу Закон чітко передбачає **публічність і відкритість** (п.1 ст. 13 Закону). Статті 49 - 53 Закону встановлюють правила інформаційного забезпечення виборів, які діляться на загальне та спеціальне інформаційне забезпечення. Окремо закон прописує засади участі засобів масової інформації та інформаційних агентств в інформаційному забезпеченні виборів.

Статті 54 - 60 Закону регулюють питання проведення передвиборної агітації, зокрема, форми і засоби, строки проведення агітації, порядок здійснення оплати, обмеження щодо агітації тощо. Як і раніше, існують вимоги щодо попередньої оплати розміщення політичної реклами на телебаченні, радіо і у друкованих виданнях. Інтернет у багатьох місцях «випадає» з законодавчого регулювання.

Статті 94 - 100 встановлюють порядок оскарження рішень, дій чи бездіяльності, що стосуються процесу виборів депутатів. Ст. 94 передбачає оскарження дії чи бездіяльності ЗМІ, його посадової чи службової особи або творчого працівника.

Також Законом передбачені спеціальні квоти щодо площ та ефірного часу, які може бути відведено для розміщення передвиборної агітації. Для телерадіоорганізацій будь-якої форми власності впродовж виборчого процесу передвиборна агітація не може займати більше 20 відсотків фактичного обсягу мовлення протягом **астрономічної доби**. 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).

- 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/.

На цей закон є посилання в ч. 4 ст.54 Закону України «Про місцеві вибори». Зазначена норма встановлює, що не є агітацією офіційні повідомлення в період виборчого процесу про дії кандидатів, 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. Вони не повинні містити коментарів агітаційного характеру, а також відео-, аудіозаписів, кінозйомок, фотоілюстрацій про дії зазначених осіб як кандидатів. Якщо розглянути визначення статті 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**

Цей закон також має 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».*

Таким чином, при наявності судового спору з вимогою відшкодування моральної шкоди, позивач повинен буде довести, що журналіст або службові особи ЗМІ діяли з умислом завдати шкоди політичній партії. Нагадаємо, що позовні вимоги про відшкодування моральної шкоди не відносяться до категорії виборчих спорів, і, як правило, розглядаються у період після виборів. У виборчий період щодо ЗМІ судами розглядаються вимоги суб'єктів виборчого процесу про надання права на відповідь та на забезпечення рівного доступу до ЗМІ.

## **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 місцеві вибори» 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<sup>1</sup> 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 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. 49 Закону, 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.

---

<sup>1</sup> <http://www.echr.ru/documents/doc/2461459/2461459.htm>

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 місцеві вибори» 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).

### **Професійні права журналістів**

Закон України «Про інформацію» в статті 25 визначає права журналістів усіх ЗМІ – друкованих видань, телерадіокомпаній, інформаційних агенцій, а також 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<sup>2</sup>. 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 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. Відповідно до змін, які було внесено до статті 25 Закону України «Про друковані ЗМІ», професійна належність журналіста може підтверджуватися документом, виданим професійним об'єднанням журналістів.

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

---

<sup>2</sup> <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page>

вигляді невеликого заламінованого аркуша, на звороті якого також зазначити відповідальність за порушення законної професійної діяльності журналіста, зокрема статтю 171 Кримінального кодексу України<sup>3</sup> «Перешкоджання законній професійній діяльності журналістів».

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

#### **Права журналістів, гарантовані законом «Про місцеві вибори»**

Окрім професійних прав журналістів, Закон України «Про місцеві вибори» визначає також права представників засобів масової інформації висвітленні виборчого процесу.

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;
- 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)

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

<sup>3</sup> <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>

інформації та застосовувати вказані права також і до журналістів, які працюють на он-лайн видання.

### **Право журналістів бути присутніми на засіданнях виборчих комісій**

Відповідно до п. 6 ст. 27 Закону України «Про місцеві вибори», представники засобів масової інформації мають право без дозволу та запрошення бути присутніми:

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

**У день голосування, 25 жовтня 2015 року, представники засобів масової інформації мають право бути присутніми:**

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

Єдине обмеження, встановлене законом, - не більше двох представників від одного засобу масової інформації.

У випадку, якщо представники засобів масової інформації протиправно перешкоджають проведенню засідання виборчої комісії, вони можуть бути позбавлені 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 комісії.

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

Місцеві вибори мають важливе значення у суспільно-політичному житті 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<sup>4</sup>, Законом України «Про місцеві вибори» та іншими нормативно-правовими актами.

Так, Закон України «Про місцеві вибори» передбачає, що виборчий процес здійснюється на засадах публічності, відкритості, свободи передвиборної агітації, рівного доступу до засобів масової інформації тощо. Незважаючи на те, що ЗМІ не відносяться до суб'єктів виборчого процесу, законодавець відводить їм значну роль в інформаційному забезпеченні виборів.

Основні засади та принципи інформування громадян України під час виборчого процесу сформульовані в статтях 49 та 51 Закону України «Про місцеві вибори».

<sup>4</sup> [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994\\_726](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_726)



Інформаційне забезпечення виборів ґрунтується на таких засадах (ст. 49):

- виборцям забезпечується можливість доступу до різнобічної, об'єктивної та неупередженої інформації, потрібної для здійснення усвідомленого, поінформованого, вільного волевиявлення;
- інформація, що міститься у документах, поданих до відповідної виборчої комісії для реєстрації кандидатів (відомості про прізвище, власне ім'я (всі власні імена) та по батькові (за наявності), число, місяць, рік і місце народження, громадянство, відомості про освіту, трудову діяльність, посаду, місце роботи (заняття), громадську роботу (в тому числі на виборних посадах), партійність, склад сім'ї, місце проживання, наявність чи відсутність судимості, суб'єкта висування кожного кандидата у депутати), є відкритою;
- при поширенні інформації про вибори, яка не є передвиборною агітацією, поширювачі відповідно до статті 54 Закону, зобов'язані дотримуватися об'єктивності, неупередженості, збалансованості, достовірності, повноти і точності інформації.

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 місцеві» вибори окреслює й спеціальні правила (засади) участі засобів масової інформації та інформаційних агентств у висвітленні виборів. Стаття 52 передбачає:

*«1. Під час виборчого процесу засоби масової інформації розміщують інформаційні матеріали на замовлення територіальних виборчих комісій на підставі відповідних договорів, укладених із зазначеними комісіями.*

*2. Інформаційні агентства та засоби масової інформації поширюють повідомлення про перебіг виборчого процесу, події, пов'язані із виборами, базуючись на засадах достовірності, повноти і точності, об'єктивності інформації та її неупередженого подання.*

*Інформаційні агентства, засоби масової інформації, що поширюють інформацію про події, пов'язані із виборами, не можуть допускати замовчування суспільно необхідної інформації, що стосується цих подій, якщо вона була їм відома на момент поширення інформації. Інформаційні агентства, засоби масової інформації зобов'язані поширювати інформацію про вибори відповідно до фактів, не допускаючи перекручування інформації. Засоби масової інформації та інформаційні агентства повинні намагатися отримувати інформацію про події, пов'язані з виборами, з двох і більше джерел, віддаючи перевагу першоджерелам.*

*3. Засоби масової інформації, інформаційні агентства мають збалансовано висвітлювати коментарі всіх кандидатів, суб'єктів їх висування щодо подій, пов'язаних із відповідними місцевими виборами.*

*4. Телерадіоорганізації самостійно визначають кількість ефірного часу, присвяченого висвітленню фактів та подій, пов'язаних з виборчим процесом. У зазначених матеріалах телерадіоорганізаціям заборонено виокремлювати у своєму ставленні певних суб'єктів виборчого процесу чи надавати їм привілеї.*

*5. Телерадіоорганізації мають право створювати та поширювати у прямому ефірі передачі за участю кандидатів, їх довірених осіб, уповноважених осіб місцевих організацій партій - суб'єктів відповідного виборчого процесу місцевих виборів у формі передвиборних дебатів чи дискусій. Такі передачі повинні бути організовані у цикл передач однакового формату з метою дотримання принципу рівних умов та рівного доступу.*

*Телерадіоорганізація, яка має намір поширювати зазначені передачі, оприлюднює відповідну пропозицію, в якій повинні зазначатися формат передачі, строк, протягом якого необхідно надати згоду на участь у передачі, та вартість участі у такій передачі.*

*Формат передачі (циклу передач) включає: порядок визначення учасників передачі за участю представників двох або більше кандидатів чи місцевих організацій партій - за згодою учасників, за жеребкуванням тощо; тривалість передачі та обсяг ефірного часу, що надається для виступів кожному з учасників; наявність інших присутніх у студії під час передачі (експерти, журналісти, аудиторія в студії тощо), їх роль та порядок їх обрання чи визначення; регламент та правила поведінки учасників передачі; тема обговорення або порядок її визначення; умови поширення під час передачі іншої інформації (результатів опитувань думки громадян, інтерактивного голосування, статистичних відомостей, освітньої та довідкової інформації, концертних виступів тощо); інші умови створення передачі.*

*Вартість участі у передачі є однаковою для всіх суб'єктів виборчого процесу і визначається відповідно до обсягу ефірного часу, що надається кожному з учасників передач, та вартістю одиниці ефірного часу, визначеною відповідно до частини третьої статті 57 цього Закону.*

*Обсяг ефірного часу, що надається учасникам передач для участі в дискусії або для відповіді на запитання, повинен визначатися за однаковими правилами.»*

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

- 1) **взаємовідносини між ЗМІ та виборчими комісіями** (ЦВК, територіальним 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 (ця інформація відноситься до соціальної реклами);
- 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 зазначити:**
  - час його проведення;
  - територію, яку охоплювало опитування;
  - розміру та способу формування соціологічної вибірки опитаних;
  - метод опитування;
  - точне формулювання питань;
  - можливої статистичної похибки.
- 5) дотримуватись **строків поширення** відомостей про результати опитування громадської думки. Зокрема, не можна оприлюднювати зазначену інформацію **протягом останніх двох 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 місцеві вибори» визначає два види інформаційного забезпечення виборів: загальне та спеціальне (див. ст.ст. 50, 51 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) адресу місцезнаходження відповідної територіальної та дільничної виборчих комісії виборчої дільниці, до яких належить виборча адреса виборця;
- 4) адресу приміщення для голосування, дату та час голосування;
- 5) підстави та процедури отримання можливості голосувати за місцем перебування;
- 6) процедуру голосування та спосіб заповнення виборчого бюлетеня;
- 7) право на оскарження порушень своїх виборчих прав та способи здійснення цього права;
- 8) відповідальність за порушення законодавства про вибори.

2. Центральна виборча комісія оприлюднює на своєму офіційному веб-сайті інформацію, що стосується загального інформаційного забезпечення відповідних виборів та, по можливості, забезпечує її актуальність.

3. З метою забезпечення належної поінформованості виборців територіальна виборча комісія, яка утворює дільничні виборчі комісії, забезпечує виготовлення плакатів, що роз'яснюють порядок голосування та відповідальність за порушення законодавства про вибори, передбачені цим та іншими законами України. Зазначені плакати виготовляються та передаються дільничним виборчим комісіям у порядку та строки, визначені відповідною територіальною виборчою комісією.

На інформаційні матеріали, які належать до загального інформаційного забезпечення виборів, поширюється законодавство про соціальну рекламу.

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

- 1) зареєстрованих кандидатів на відповідних місцевих виборах та суб'єктів їх висування;
- 2) рахунки виборчих фондів місцевих організацій партій та кандидатів, допустимий розмір добровільного внеску та способ, у який робиться внесок;
- 3) скасування реєстрації (вибуття) кандидата;
- 4) факти та події, пов'язані з виборчим процесом.

2. Спеціальне інформаційне забезпечення щодо відомостей, зазначених у пунктах 1-3 частини першої цієї статті, здійснюється виборчими комісіями у межах, встановлених цим Законом, та в порядку, визначеному Центральною виборчою комісією.

3. Засоби масової інформації, інформаційні агентства можуть брати участь у спеціальному інформаційному забезпеченні виборів на замовлення відповідної територіальної виборчої комісії, а щодо відомостей, зазначених у пункті 4 частини першої цієї статті, - з власної ініціативи з дотриманням вимог цього Закону.

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 місцеві вибори», зокрема, щодо питань, які стосуються здійснення передвиборної агітації.

Таким чином, Закон України «Про місцеві вибори» 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. 54 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.

Стаття 15 Закону України «Про місцеві вибори» передбачає, що виборчий процес чергових виборів депутатів розпочинається за 50 днів до дня голосування.

Відповідно до ч. 2 ст. 54 названого Закону, партія, кандидати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, та кандидати 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, 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 місцеві вибори», 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 місцеві вибори» в ч. 5 ст. 54 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 місцевих організацій партій - суб'єктів виборчого процесу, їх політичної діяльності чи політичної діяльності кандидатів;
- 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 місцевої організації партії - суб'єкта виборчого процесу, кандидата, а також оприлюднення інформації про таку підтримку;
- 8) публічні заклики голосувати за або не голосувати за місцеву організацію партії - суб'єкта виборчого процесу, кандидата або публічні оцінки діяльності місцевої організації партії, кандидата;
- 9) встановлення агітаційних наметів;
- 10) в інших формах, що не суперечать Конституції та законам України.

Зазначений перелік **не є вичерпним**.

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

Визначення поняття reklamних 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 сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.

Визначення **політичної реклами**, яке міститься у Законі України «Про місцеві вибори» наступне:

*«Політична реклама - це одна з форм передвиборної агітації, розміщена за допомогою reklamних засобів, яка спонукає виборців голосувати за або не голосувати за певного суб'єкта виборчого процесу».*

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

- 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 (ст. 7 Закону України «Про рекламу»).

Практика показує, що інколи працівники виборчих штабів при підготовці матеріалів політичної реклами не завжди слідкують 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:**

- символіку (гімн, прапор, розпізнавальний знак, девіз) або логотип політичної партії;
- передвиборний слоган, гасла кандидатів, політичної партії, її місцевих організацій;
- повідомлення про проведення видовищних чи інших публічних заходів на підтримку місцевої організації партії, кандидата або про підтримку зазначених заходів місцевими організаціями партій, кандидатами, політичними партіями, місцеві організації яких є суб'єктами відповідного виборчого процесу;
- привернення уваги до участі у таких заходах місцевих організацій партій чи певних осіб як кандидатів.

**Не вважаються політичною рекламою:**

- 1) офіційні повідомлення в період виборчого процесу про дії кандидатів, 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.

2) **Здійснення заходів**, визначених у ст. 54 закону «Про місцеві вибори», 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;
- **не** дає **публічних оцінок** діяльності цих партій чи кандидатів у депутати.

Закон України «Про місцеві вибори» чітко визначив і **джерела фінансування** передвиборної агітації. Зокрема, ч. 6 ст. 54 цього Закону передбачає, що передвиборна агітація здійснюється **за рахунок**: а) коштів Державного бюджету України, виділених на забезпечення ведення передвиборної агітації відповідно до цього закону; б) коштів виборчих фондів партій і кандидатів. **Використання власних коштів кандидатів чи коштів з інших джерел для проведення передвиборної агітації, у тому числі з ініціативи виборців, забороняється.**

Навчитись відрізнати 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.

**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 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 місцеві вибори» 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 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.

<b>ПЕРЕДВИБОРНА АГІТАЦІЯ</b>	<b>ІНФОРМАЦІЙНИЙ МАТЕРІАЛ</b>
<b>СТРОКИ</b>	
<i>проводиться лише в межах строків, встановлених Законом України «Про місцеві вибори» (може розпочинатись з наступного дня після реєстрації кандидатів і продовжуватись до 24-ї години останньої п'ятниці перед днем голосування)</i>	<b>не залежить від строків</b> ведення передвиборної агітації
<b>МЕТА</b>	
<b>спонукання виборців</b> голосувати за або не голосувати за кандидата та/або партію - суб'єкт виборчого процесу	<b>інформування виборців</b> про їх права і обов'язки, про події під час виборчого процесу, обговорення передвиборчих програм кандидатів, їх політичні, ділові та особисті якості
<b>ОПРИЛЮДНЕННЯ В ЗМІ</b>	
політичної реклами, виступів, інтерв'ю, нарисів, відеофільмів, аудіо- та відеокліпів, інших публікацій та повідомлень.	- офіційних повідомлень про кандидата, 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; - новин (інформування громадян про події, явища, які відбуваються в суспільстві без коментарів агітаційного характеру).
<b>ОПЛАТА</b>	
за рахунок коштів Державного бюджету України, виділених на вибори, та коштів виборчого фонду партії - суб'єкта виборчого процесу, кандидата.	за рахунок коштів засобу масової інформації (без отримання коштів із виборчого фонду та із Державного бюджету)
<b>ІНІЦІАТИВА ПОШИРЕННЯ</b>	
виходить від кандидата в народні депутати, партії - суб'єкта виборчого процесу	виходить від ЗМІ
<b>ВИМОГИ ДО ЗМІСТУ</b>	
можуть містити атрибути прямої агітації: заклики голосувати за або не голосувати за певну партію, кандидата; символіку; фото-, відео-, аудіоматеріали	<b>забороняється -</b> - агітувати голосувати за або не голосувати за партії, кандидатів; - 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, під час виборчого процесу забороняється у телерадіопередачах вести передвиборну агітацію.
<b>ІНОЗЕМНІ ЗМІ</b>	
проводити заборонено	розміщувати дозволяється



## 6. Порядок використання ЗМІ під час виборів

Закон України «Про місцеві вибори» 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 49- 60 цього Закону.**

*У ч.7 ст. 54 та ч. 1 ст. 57 Закону встановлено загальне правило, яке поширюється на всі без винятку ЗМІ, у тому числі Інтернет та інформагентства: передвиборна агітація проводиться з дотриманням принципу рівних умов та можливостей.*

**Про правила визначення розцінок вартості друкованої площі та одиниці ефірного часу**

*Йдеться у ч. 3 ст.57 Закону - «Розцінки вартості одиниці друкованої площі та одиниці ефірного часу для проведення передвиборної агітації встановлюються відповідним засобом масової інформації **не пізніше як за 40 днів** до дня голосування у розмірі, який не може перевищувати середньоарифметичного значення ціни за комерційну рекламу (рекламу, розповсюдження якої має на меті отримання прибутку) за перші три квартали року, що передують року проведення чергових місцевих виборів. 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.

Щодо «молодих» медіа, які реєструються напередодні виборчої кампанії, Закон передбачає наступний механізм встановлення розцінок (ч. 3 ст. 57): «Засоби масової інформації, зареєстровані в строки, що не дають змоги визначити середньоарифметичне значення ціни за комерційну рекламу відповідно до абзацу першого цієї частини, встановлюють розцінки вартості одиниці друкованої площі чи ефірного часу на підставі даних за весь період їх діяльності в порядку, встановленому абзацом першим цієї частини. Розміри розцінок таких засобів масової інформації не можуть перевищувати розмірів розцінок відповідно газети "Голос України" (для друкованих засобів масової інформації)».

Отже вони повинні визначати середньоарифметичне значення на підставі всього періоду своєї діяльності, але ця вартість не може бути вищою, ніж у державних всеукраїнських ЗМІ.

Два випадки, коли ЗМІ має право відмовити в розміщенні передвиборної агітації (політичної реклами):

1) ч. 3 ст. 60 - 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;

2) ч. 5 ст. 60 - якщо матеріал містить завідомо недостовірні відомості про партію - суб'єкта виборчого процесу або про кандидата.

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. 7 ст. 57).

Останнє правило, встановлене Законом для телерадіоорганізацій та друкованих ЗМІ - **це заборона** публікації/виходу в ефір політичної реклами **без укладання угоди і надходження коштів на рахунок редакції (видавця).**

Про це йдеться в ч. 1 ст. 59 Закону: *«Ефірний час за рахунок коштів виборчого фонду надається на підставі угоди, що укладається від імені місцевої організації партії розпорядником поточного рахунку її виборчого фонду, а від імені кандидата у депутати в одномандатному виборчому окрузі, кандидата на посаду сільського, селищного, міського голови, старости - розпорядником відповідного виборчого фонду з телерадіоорганізацією будь-якої форми власності. Без укладення такої угоди та (або) у разі ненадходження коштів на рахунок телерадіоорганізації надання ефірного часу для ведення передвиборної агітації забороняється.».*

Щодо друкованих ЗМІ це встановлено у ч. 2 ст. 58 Закону: *«Матеріали передвиборної агітації, зазначені у частині першій цієї статті, публікуються на підставі угоди, що укладається від імені місцевої організації партії розпорядником поточного рахунку її виборчого фонду, а від імені кандидата у депутати в одномандатному виборчому окрузі, кандидата на посаду сільського, селищного, міського голови, старости - розпорядником відповідного виборчого фонду 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, 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.

Зазначена загальна вимога Закону реалізується, насамперед, через дотримання ЗМІ принципу рівних умов для кандидатів/партій щодо 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).

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.

Засоби масової інформації, інформаційні агентства та інші особи при поширенні інформації про вибори, яка не є передвиборною агітацією, зобов'язані дотримуватися:

- достовірності;
- повноти і точності;
- об'єктивності інформації;
- неупередженості.

Частина 3 ст. 52 Закону передбачає, що засоби масової інформації мають **збалансовано висвітлювати коментарі всіх кандидатів та суб'єктів їх висування** щодо подій, пов'язаних із виборами.

У ч. 4 ст. 54 Закону закріплено: «*Офіційні повідомлення в період виборчого процесу про дії кандидатів, пов'язані з виконанням ними посадових (службових) повноважень, передбачених Конституцією та законами України, підготовлені у порядку, визначеному Законом України "Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації", не є передвиборною агітацією. Такі офіційні повідомлення не повинні містити коментарів агітаційного характеру, а також відео-, аудіозаписів, кінозйомок, фотоілюстрацій про дії зазначених осіб як кандидатів».*

Також законом передбачено обмеження щодо джерел фінансування розміщення політичної реклами (передвиборної агітації) яка здійснюється виключно за рахунок:

- > коштів Державного бюджету України,
- > коштів виборчих фондів партій та кандидатів.

**Використання власних коштів кандидатів 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 ст. 54 Закону).

Передвиборна агітація закінчується о 24 годині останньої п'ятниці перед днем голосування, тобто розмішувати оплатні матеріали можна **до 24-ї години 23 жовтня 2015 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 партій/кандидатів, розповсюдження агітаційних матеріалів, а також публічні оголошення про підтримку партією чи окремими кандидатами проведення концертів, вистав, спортивних змагань, демонстрації фільмів та телепередач чи інших публічних заходів.

Ч. 2 ст. 54 Закону передбачає, що **розпочатися агітація може з дня, наступного за днем прийняття виборчою комісією рішення про реєстрацію** кандидатів. 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 у депутати в одномандатному виборчому окрузі, кандидат на посади сільського, селищного, міського голови, старости сам може бути розпорядником поточного рахунку власного виборчого фонду) **і наповнення поточних рахунків виборчих фондів**.

З часу припинення передвиборної агітації відповідно до ч. 2 ст. 54 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.

Засоби масової інформації у разі оприлюднення результатів опитування громадської думки, пов'язаного з виборами депутатів, зобов'язані зазначити (чч. 1, 2 ст. 53 Закону):

- повну назву організації, що проводила опитування;
- замовників;
- час проведення;
- територію, яку охоплювало опитування;
- розміру та способу формування соціологічної вибірки опитаних;
- методу опитування;
- точне формулювання питань;
- можливу статистичну похибку.

**Обмеження щодо коментування агітаційних матеріалів:** 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. 3 ст. 59 Закону встановлено, 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.

ЗМІ повинні надавати за запитами уповноважених органів документи та матеріали передвиборної агітації, які вони розміщували на підставі договорів із розпорядниками. Для ТРК такими уповноваженими органами є Нацрада, ЦВК, ТБК та суд; для друкованих ЗМІ – ТБК. Запити від уповноважених органів повинні бути виключно письмовими.

*«Телерадіоорганізації всіх форм власності за письмовими запитами Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, Центральної виборчої комісії, територіальних виборчих комісій чи суду зобов'язані надавати інформацію про виділення ефірного часу для проведення передвиборної агітації, а в разі необхідності - копії відповідних угод, платіжних документів і передач у запису на плівці або інших носіях інформації.» (ч. 4 ст. 59 Закону)*

*«Редакції друкованих засобів масової інформації всіх форм власності за письмовими запитами територіальної виборчої комісії зобов'язані надавати їй інформацію про використання друкованих площ для розміщення агітаційних матеріалів, а в разі необхідності - надсилати їй копії відповідних угод, платіжних документів, а також публікації.» (ч. 3 ст. 58 Закону).*

***!Замовниками політичної реклами під час виборчого процесу для показу телерадіоорганізаціями можуть бути тільки партії, та кандидати.***

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.

***! Забороняється проведення передвиборної агітації в зарубіжних засобах масової інформації, що діють на території України.***

Згідно з пунктом 1 частини 1 статті 60 Закону участь у передвиборній агітації забороняється **особам які не є громадянами України, 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.

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;
- пропаганди війни, насильства та розпалювання міжетнічної, національної, релігійної та расової ворожнечі;
- посягання на права і свободи людини, здоров'я населення.

Також забороняється поширювати *завідомо недостовірні відомості про партію - суб'єкта виборчого процесу або про кандидата.*

Відповідно до ч. 7 ст. 60 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 цього Закону, **забороняється** агітувати голосувати за або не голосувати за кандидатів чи поширювати інформацію, яка має ознаки політичної реклами, безоплатно або яка оплачена з джерел, не передбачених цим Законом, **а 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, під час виборчого процесу також забороняється у своїх телерадіопередачах вести передвиборну агітацію.

**Частина п.1 ч 9 ст. 60 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 8-9 ст. 60 Закону).

**! ЗМІ не несуть відповідальності!** за зміст передвиборної агітації, яка була розміщена **відповідно до угод із замовниками**, крім випадків, передбачених частинами третьою та п'ятою цієї статті (частина. 10 статті 60 Закону України «Про місцеві вибори»)

## **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»<sup>5</sup> 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 6 ст. 60 Закону про місцеві вибори передбачає:

*«Місцева організація партії, кандидат мають право звернутися до засобу масової інформації, що оприлюднив інформацію, яку місцева організація партії або кандидат вважають недостовірною, з вимогою опублікувати їх відповідь. Засіб масової інформації, що оприлюднив відповідну інформацію, не пізніше як через два дні з дня звернення з вимогою про відповідь, але не пізніше останнього дня перед днем виборів зобов'язаний надати місцевій організації партії, кандидату, щодо яких поширено недостовірну інформацію, можливість оприлюднити відповідь: надати такий самий ефірний час відповідно на телебаченні чи радіо або опублікувати в друкованому засобі масової інформації наданий місцевою організацією партії чи кандидатом матеріал, який повинен бути набраний таким самим шрифтом і розміщений під рубрикою "Відповідь" на тому ж місці шпальти в обсязі, не меншому, ніж обсяг інформації, що спростовується.*

*Відповідь повинна містити посилання на відповідну публікацію в друкованому засобі масової інформації, передачу на телебаченні, радіо та на інформацію, що спростовується. Відповідь, оприлюднена в останній день перед днем голосування, не повинна містити прямих закликів до голосування за або неголосування за певну місцеву організацію партії, кандидата. Відповідь має бути оприлюднена без додатків, коментарів та скорочень за рахунок засобу масової інформації. Відповідь на відповідь не надається».*

Стаття 212-11<sup>6</sup> 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...».*

<sup>5</sup> [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994\\_726](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_726)

<sup>6</sup> [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994\\_741](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_741)

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. Частина 6 ст. 60 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 висунення 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. 212<sup>11</sup> КУпАП є найважливішим, оскільки прив'язує наявність або відсутність підстав для притягнення осіб до адміністративної відповідальності до ч. 6 ст. 60 Закону України «Про місцеві вибори». 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.

**(якщо відповідь, подана кандидатом чи партією, не відповідає цим ознакам, ЗМІ не має 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» .**

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 місцеві вибори» передбачає два шляхи оскарження порушень виборчого законодавства:

- 1) до виборчої комісії в порядку, передбаченому ст. 94 Закону України «Про місцеві вибори»;
- 2) до адміністративного суду в порядку, передбаченому Кодексом адміністративного судочинства України (КАСУ).

Вищезгадані правові акти встановлюють, що рішення, дії чи бездіяльність ЗМІ, її посадових та творчих працівників, які порушують законодавство про вибори, можуть бути оскаржені лише в судовому порядку.

**! Оскарження незаконної діяльності ЗМІ до виборчої комісії законодавством України НЕ ПЕРЕДБАЧЕНО!**

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 місцеві вибори»; ч. 3 ст. 174 КАСУ
2.	Хто може оскаржити до суду діяльність ЗМІ та їх працівників під час виборів	<p>Право оскаржувати <b>рішення, дії чи бездіяльність</b> ЗМІ, їхніх посадових та службових осіб, творчих працівників, що порушують законодавство про вибори мають:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виборча комісія,</li> <li>- кандидат,</li> <li>- партія - суб'єкт виборчого процесу.</li> </ul> <p><b>Інші суб'єкти виборчого процесу такого права не мають</b>  <b>УВАГА:</b> 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 місцеві вибори» та КАСУ оскарженню не підлягають!</p>	ч. 1 ст. 174 КАСУ
3.	Строки звернення до адміністративного суду	<p><b>Загальний строк</b>  <b>Позовні заяви щодо рішень, дій чи бездіяльності</b> ЗМІ, його посадових та службових осіб, творчих працівників може бути подано до адміністративного суду у <b>5-денний строк</b> з дня прийняття рішення, вчинення дії або допущення бездіяльності <b>Спеціальний строк</b>  Позовні заяви щодо рішень, дій чи бездіяльності, <b>що мали місце до дня голосування</b>, може бути подано до адміністративного суду у вищезазначений (5-денний) строк, але <b>не пізніше 24-ї години дня, що передує дню голосування.</b></p>	ч. 6-7 ст. 172, ч. 4 ст. 174 КАСУ
4.	Строк розгляду справи адміністративним судом	<p><b>Загальне правило:</b>  Суд вирішує адміністративні справи у <b>2-денний строк</b> після надходження позовної заяви. <b>Спеціальні строки розгляду:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Адміністративні справи за позовними заявами, що надійшли <b>до дня голосування</b>, вирішуються судом у 2-денний строк, але <b>не пізніше ніж за 2 години до початку голосування.</b></li> <li>2) Адміністративні справи за позовними заявами, що надійшли <b>у день голосування</b> вирішуються судом <b>до закінчення голосування.</b></li> <li>3) Адміністративні справи за позовними заявами, <b>що надійшли у день голосування, але після закінчення голосування</b>, вирішуються судом у <b>2-денний строк після надходження позовної заяви.</b></li> </ol>	ч. 11 ст. 172, ч. 5 ст. 174 КАСУ
5.	Особливості судових рішень	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Суд, установивши порушення законодавства про вибори, визначає у рішенні <b>спосіб захисту</b> порушених прав та інтересів, а також <b>порядок усунення усіх наслідків</b> цих порушень відповідно до закону або приймає інше передбачене законом рішення.</li> <li>2. У разі виявлення порушень, що можуть бути підставою <b>для притягнення до відповідальності</b> 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.</li> </ol>	ч. 1 ст. 177 КАСУ

6.	Коли можна отримати рішення суду	<b>Копії судового рішення невідкладно видаються особам, які брали участь у справі, або надсилаються їм, якщо вони не були присутні під час його проголошення.</b>	ч. 2 ст. 177 КАСУ
7.	Коли рішення суду набирає законної чинності	1) Судові рішення за наслідками розгляду судами першої інстанції справ щодо ЗМІ <b>набирають законної сили після закінчення строку апеляційного оскарження</b> , 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 <b>2-денний</b> строк з дня їх проголошення, а судові рішення, ухвалені до дня голосування, - не пізніше ніж за <b>4 години до початку голосування.</b>	ч. 5 ст. 177 КАСУ
9.	До якого суду подається апеляційна скарга	Судами апеляційної інстанції є відповідні <b>апеляційні адміністративні суди.</b>	ч. 6 ст. 177 КАСУ
10.	Строк розгляду справ апеляційними адміністративними судами	<b>Загальний строк:</b> Суд апеляційної інстанції розглядає справу у <b>2-денний строк</b> після закінчення строку апеляційного оскарження з повідомленням осіб, які беруть участь у справі. <b>Спеціальний строк:</b> Апеляційна скарга стосовно судового рішення, що було ухвалене до дня голосування, розглядається <b>не пізніше ніж за 2 години до початку голосування.</b>	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 апеляційного розгляду <b>не може повертати</b> справу на новий розгляд. 3) Судове рішення суду апеляційної інстанції є <b>остаточним.</b>	ч. ч. 8, 9 ст. 177 КАСУ
12.	Особливості обчислення строків під час розгляду справи адміністративним судом	1) Строки обчислюються календарними днями і годинами. 2) <b>Останнім днем строку</b> , який має закінчитися з настанням певної події, є день, <b>що передує</b> дню вказаної події. 3) <b>Днем бездіяльності</b> є останній день встановленого законом строку, в який мало бути вчинено дію або прийнято рішення. 4) <b>Днем подання позовної заяви</b> , апеляційної скарги є день їх надходження до відповідного суду 5) Строки подання позовних заяв і апеляційних скарг <b>не може бути поновлено</b> Позовні заяви, апеляційні скарги, подані після закінчення цих строків, суд залишає <b>без розгляду.</b>	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. 94 Закону України «Про місцеві вибори»).

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 діляниць, 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, 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 (політичної реклами, виступів, інтерв'ю, нарисів, інших публікацій і повідомлень)

м. \_\_\_\_\_ “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2015 р.

Суб'єкт виборчого процесу - \_\_\_\_\_

\_\_\_ в особі розпорядника поточного рахунку виборчого фонду (виборчого фонду) \_\_\_\_\_, який діє на підставі \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_ 2015 р., виданого \_\_\_\_\_ та рішення \_\_\_\_\_ місцевої організації партії/кандидата в одномандатному окрузі/ від \_\_\_\_\_ 2015 р., на підставі Закону України “Про місцеві вибори”, 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

1.1. 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 “ \_\_\_\_\_ ” (свідоцтво 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 місцеві вибори”.

### 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, 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.60 Закону України "Про місцеві вибори".

2.3. Виконавець має право:

2.3.1. Відмовитися від розміщення матеріалів передвиборної агітації, які містять завідомо недостовірні відомості про місцеву організацію партії – суб'єкта виборчого процесу або про кандидата у депутати, кандидата на посаду сільського, селищного, міського голови, заклики до ліквідації незалежності України, зміну конституційного ладу насильницьким шляхом, до 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.

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.

2.3.3. 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.

2.3.4. Відмовитись від розміщення політичної реклами у випадку, якщо друкована площа, відведена на політичну рекламу перевищує 20 відсотків обсягу друкованої площі відповідного номера видання чи додатка до нього.

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.60 Закону України «Про місцеві вибори».

2.4.4. Забезпечити дотримання вимог ст.54 Закону України «Про місцеві вибори» 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.

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**

5.1. 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 23.10.2015 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 _____	Виконавець Редакція (видавець) _____
Адреса: _____	Адреса: _____
ЄДРПОУ _____	Адреса: _____
п/р _____	_____
в ПАТ «_____»	банківські реквізити:
м. _____,	ЄДРПОУ _____
МФО _____	р/р _____
банківські реквізити поточного рахунку виборчого фонду: _____	_____
_____	Банк _____
_____	МФО _____
Розпорядник поточного рахунку виборчого фонду (виборчого фонду) _____	Головний редактор (директор) _____
_____	_____
“__” _____ 2015 р.	“__” _____ 2015 р.

### Пояснення щодо заповнення договору

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

Відповідно до ч.2 ст.58 Закону України «Про місцеві вибори» матеріали передвиборної агітації, зазначені у частині першій цієї статті, публікуються **на підставі угоди**, що укладається:

- від імені місцевої організації партії розпорядником поточного рахунку її виборчого фонду;
- від імені кандидата у депутати в одномандатному виборчому окрузі, кандидата на посаду сільського, селищного, міського голови, старости - **розпорядником відповідного виборчого фонду.**

Місцева організація партії призначає розпорядника ПОТОЧНОГО рахунку з числа кандидатів у депутати, включених до списку АБО з числа уповноважених осіб в багатомандатному, територіальних виборчих округах /ч.1 ст.71 Закону/.

Кандидат у депутати в одномандатному виборчому окрузі, кандидат на посади сільського, селищного, міського голови, старости може **бути сам розпорядником поточного рахунку власного виборчого фонду** АБО призначити не більше одного розпорядника поточного рахунку власного виборчого фонду з **числа своїх довірених осіб** /ч.1 ст.71 Закону/.

Враховуючи, що відповідно до Закону - кандидатів, список кандидатів, уповноважених осіб, довірених осіб кандидатів в одномандатному виборчому окрузі - реєструє територіальна виборча комісія (ТБК) з **відповідних місцевих виборів** (сільська, селищна, районна (районна в місті), міська, обласна) – будь-який розпорядник виборчого фонду повинен мати і надавати під час укладання ЗМІ:

1) документ ТБК про підтвердження реєстрації особи у відповідному статусі (включення до списку, уповноваженої особи партії, кандидата в одномандатному окрузі, довіреної особи кандидата-в одномандатному окрузі)

та -

2) рішення місцевої організації партії про призначення відповідної уповноваженої особи або кандидата включеного до списку розпорядником відповідного поточного рахунку або документ, що підтверджує призначення кандидатом в одномандатному окрузі довіреної особи розпорядником виборчого фонду.

**NB!** Звертаємо увагу редакцій, що відповідно до вимог ч.6 ст.54 Закону України «Про місцеві вибори» фінансування передвиборної агітації, **яка реалізовується спільно місцевою організацією партії та кандидатом, висунутим цією місцевою організацією партії** у депутати в одномандатному виборчому окрузі, кандидатом на посаду сільського, селищного, міського голови, старости, може здійснюватися за рахунок і в межах коштів виборчого фонду місцевої організації партії, яка висунула кандидата на відповідних місцевих виборах.

Таким чином, зазначені, самостійні суб'єкти виборчого процесу, можуть не відкривати власні виборчі фонди, а фінансувати розміщення своїх агітматеріалів із виборчого фонду **ВІДПОВІДНОЇ** місцевої організації партії, яка їх висунула. В таких випадках (місцева організація партії хоче розмістити матеріал кандидата наприклад на посаду міського голови), редакціям варто вимагати копії документів, які підтверджують, що саме ця місцева організація партії висунула саме цю людину, як кандидата на посаду міського голови.

У всіх інших випадках діє інше правило ч.6 ст.54 Закону - Передвиборна агітація здійснюється **за рахунок і в межах коштів власних виборчих фондів** кандидатів у депутати в одномандатному виборчому окрузі, кандидатів на посаду сільського, селищного, міського голови, старости, місцевих організацій партій, кандидати у депутати від яких зареєстровані в багатомандатному виборчому окрузі. **Використання для передвиборної агітації коштів з інших джерел забороняється.**

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

Начальнику \_\_\_\_\_  
(вказати відділ МВС)

\_\_\_\_\_  
(ПІБ начальника МВС)

Заявник: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(журналіст, назва ЗМІ) (П.І.Б.)

\_\_\_\_\_  
(повна адреса ЗМІ або журналіста)

\_\_\_\_\_  
(засоби зв'язку: телефон, ел. пошта)

**Заява  
про скоєння злочину**

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2015 року відбулись такі порушення Закону України «Про місцеві вибори» 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 його детальний описати, за яких умов; складається у довільній формі).*

Вважаю, що такі дії є порушенням ст. \_\_\_\_\_ Закону України «Про місцеві вибори».

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.

**ПРОШУ:**

1). Прийняти та невідкладно зареєструвати цю заяву про вчинені злочини до Єдиного реєстру досудових розслідувань та видати мені документ, що підтверджує прийняття і реєстрацію даної заяви про злочини, та її реєстрацію до Єдиного реєстру досудових розслідувань.

2). Розпочати за цією заявою про вчинення злочину досудове розслідування у формі досудового слідства за вчинення дій, які мають ознаки складу злочину, передбаченого ст.ст. 171 Кримінального Кодексу України.

3). Повідомити мене письмово у встановленому законом порядку та строк про початок кримінального провадження та закінчення досудового розслідування вказаного злочину.

**Дата:**

(П.І.Б. заявника)

(підпис)



## Пояснення щодо підготовки заяви до МВС

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.

Необхідно 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 територіальної виборчої комісії про порушення Закону України «Про місцеві вибори».**

До \_\_\_\_\_  
(вказати виборчу комісію)

Адреса: \_\_\_\_\_

Телефон: \_\_\_\_\_

Електронна пошта: \_\_\_\_\_

**Назва суб'єкту оскарження:**

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

Адреса: \_\_\_\_\_

Електронна пошта: \_\_\_\_\_

**С К А Р Г А**  
**про порушення Закону України «Про місцеві вибори»**

Під час \_\_\_\_\_ мною виявлено /щодо мене  
вчинено/:

що є порушенням ч. \_\_\_\_ ст. \_\_\_\_\_ Закону України «Про місцеві вибори».

Вказані порушення вимог виборчого законодавства підтверджуються такими доказами:

Вважаю за потрібне залучити до розгляду скарги:

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

**П Р О Ш У:**

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

**Додатки:**

1. Акт про порушення Закону України «Про місцеві вибори» від \_\_\_\_\_ 2015 р.
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 ТВК**

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. 3- 11 ст. 94 Закону України «Про місцеві вибори»)**

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) місцевої організації партії, кандидати від якої зареєстровані на відповідних місцевих виборах, крім рішення чи дій, які відповідно до закону, її статуту (положення) належать до внутрішньої організаційної діяльності місцевої організації партії;
- 3) кандидата;
- 4) уповноважених осіб, довірених осіб, офіційних спостерігачів від суб'єктів виборчого процесу - лише щодо скарг, передбачених частиною шостою статті 97 цього Закону.

### **СТРОК ОСКАРЖЕННЯ (ст. 95 Закону України «Про місцеві вибори»)**

1. Скарга до виборчої комісії може бути подана суб'єктом звернення зі скаргою протягом п'яти днів з дня прийняття рішення, вчинення дії чи бездіяльності суб'єктом оскарження.
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 передує дню голосування.
3. Скарга щодо порушення, яке мало місце під час голосування, може бути подана до відповідної дільничної виборчої комісії не пізніше закінчення голосування.

### **ЩО ПРОСИТИ В СКАРЗІ ст. 99 Закону України «Про місцеві вибори»**

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, порушують виборчі права громадян, права та законні інтереси суб'єкта виборчого процесу;
- 2) скасувати рішення суб'єкта оскарження;
- 3) зобов'язати суб'єкта оскарження здійснити дії, передбачені законодавством, що регулює організацію та порядок проведення виборів;
- 4) зобов'язати суб'єкта оскарження утриматися від вчинення певних дій;
- 5) поновити в інший спосіб порушені права та законні інтереси суб'єкта звернення зі скаргою;
- 6) зобов'язати суб'єкта оскарження здійснити передбачені законодавством, що регулює організацію та порядок проведення виборів, дії, які впливають із факту скасування рішення, визнання оскаржуваних 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: \_\_\_\_\_

**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:**

*/зазначити 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 ділянці, в окрузі. Отже, порушення прав журналіста порушує як права всіх виборців, які голосують, так і інтереси всіх суб'єктів, за яких голосують або голосували на ділянці/.*

*Згідно з ч. 4 ст. 172 Кодексу адміністративного судочинства України рішення, дії або бездіяльність територіальних (окружних) виборчих комісій щодо підготовки та проведення виборів 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
- 3.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)<sup>7</sup>;

**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. Поводи, щодо порушень до дня голосування необхідно подати протягом 5 днів, але не пізніше 24.00 26 жовтня; (172/6)
2. Поводи 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**

Поводи щодо оскарження рішень, дій або бездіяльності виборчих комісій (їх членів) повинні розглядатись і без сплати судового збору (172/9)  
Позовна заява про уточнення списку виборців подається до адміністративного суду без сплати судового збору (173/3)

**Особливості**

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

---

<sup>7</sup> Тут і далі у дужках - стаття/частина статті Кодексу адміністративного судочинства України (КАСУ)

### **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).