

Наталія Войтович

*Львівський національний університет ім. Івана Франко
(Україна)*

ПОЛИТИЧЕСКАЯ АГИТАЦИЯ В СМИ: ИЗМЕНЕНИЯ В ИЗБИРАТЕЛЬНОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ УКРАИНЫ

С увеличением количества кандидатов на политической арене политическая агитация и политическая реклама стали не только необходимым атрибутом политического пиара, но и проявлением демократии и важным правом граждан на осведомленность во время выборов. СМИ распространяют информацию о кандидатах, помогают формировать общественное мнение, ориентируют электорат на конкретный выбор. Распространение такой информации (а во время перевыборной кампании это обычно политическая реклама и / или политическая агитация) осуществляется в Украине средствами массовой информации согласно законодательству, а именно Закону Украины «О выборах народных депутатов Украины» и Закону Украины «О выборах президента Украины».

В Законах Украины «О выборах народных депутатов Украины» [2] и «О выборах Президента Украины» [3] есть две большие части, которые касаются СМИ: это «Информационное обеспечение выборов» (главы VIII и VII соответственно) и «Предвыборная агитация» (главы IX и VIII соответственно). Сделав анализ изменений в избирательном законодательстве Украины в последние годы в контексте средств массовой информации, мы можем выделить несколько основных аспектов.

Прежде всего, в новой редакции закона «О выборах народных депутатов Украины» в части шестой ст. 66 [2] прописано, как именно будет контролироваться, соблюдают ли СМИ требования Закона. Средства массовой информации будут контролировать два органа – Национальный совет Украины по вопросам телевидения и радиовещания (относительно электронных (аудиовизуальных) средств массовой информации) и центральный орган исполнительной власти, реализующий государственную политику в информационной и издательской сферах (печатные средства массовой информации и информационные агентства). Если будут выявлены нарушения, об этом они должны доложить в Центральную избирательную комиссию. Эта статья дала возможность запустить механизм контроля за СМИ по информированию и агитации во время предвыборного процесса, поскольку ранее СМИ не несли ответственности за осуществляемые правонарушения. В Законе, к сожалению, так и не прописаны требования к интернету, что дает возможность

обходить законодательство, распространяя политическую рекламу и политическую агитацию на интернет-сайтах и особенно в соцсетях.

Изменились в законодательстве и сроки проведения предвыборной агитации. Согласно действующему законодательству предвыборная агитация начинается с «дня, следующего за днем принятия избирательной комиссией решения о регистрации кандидатов в депутаты» [2]. С одной стороны, такое определение сроков предвыборной кампании дает возможность лучше контролировать процесс появления политической рекламы кандидатов, а с другой – это возможность распространять скрытую политическую рекламу и экономить деньги избирательного фонда. Пока кандидат не регистрируется как субъект избирательного права, он может подавать рекламу на общих правах и финансировать не из избирательного фонда (у которого есть ограничения), а материалы об его, например, благотворительной деятельности не будут восприниматься как реклама.

Ст. 66 также дополнили частью четвертой: «Телерадиоорганизации самостоятельно определяют количество эфирного времени, посвященного освещению фактов и событий, связанных с избирательным процессом. В указанных материалах телерадиоорганизациям запрещено высказывать свое отношение к определенным субъектам избирательного процесса и предоставлять им привилегии» [2]. Однако эту норму очень трудно будет проверить, даже проведя контент-анализ СМИ.

Своеобразным нововведением в Законе «О выборах народных депутатов Украины» стала часть пятая ст. 66 – это платные теледебаты. Теперь телерадиоорганизации могут официально брать за это деньги из избирательных фондов кандидатов. Прежде такая форма предвыборной агитации была бесплатной. Телерадиоорганизации самостоятельно устанавливали для себя цикл передач и список кандидатов, которых они приглашали для дебатов.

Изменены в Законе и сроки обнародования общественного мнения. Если раньше законодательством было запрещено обнародовать результаты общественного мнения за 15 дней, позднее 10 дней до проведения выборов, то сейчас этот срок сокращен до 2 суток. В этом есть свои плюсы и минусы. Эксперт медиаправа А. Бурмагин считает, что результаты опросов общественного мнения могут существенно повлиять на выбор избирателей, и, «прочитав соцопросы, в воскресенье избиратель может проголосовать далеко не за того, за кого думал голосовать в понедельник» [1].

В Законе также произошли изменения относительно проведения предвыборной агитации на радио и телевидении. Так, скажем, в ст. 72

части девятой изменено время, в течение которого нельзя комментировать или оценивать содержание предвыборной агитационной программы, действия партии или кандидатов в депутаты. Ранее это время составляло 20 минут до и после теле-, радиотрансляции предвыборной агитационной теле-, радиопрограммы партии или кандидата в депутаты. Сейчас оно составляет 10 минут.

Была детализирована ст. 74. К основной части добавлено, что «во время избирательного процесса запрещается использование в коммерческой и социальной рекламе:

- 1) фамилий или портретов кандидатов в депутаты;
- 2) названий или символики партий – субъектов избирательного процесса» [2]. Если раньше кандидаты вместе с журналистами пытались обойти это правило, использовали для политической рекламы как платформу коммерческую или же социальную рекламу (приветствие кандидатов с Днем Независимости, Новым годом, 8 Марта, Днем матери и т. д.), то сейчас это стало практически невозможным. Теперь изображение кандидатов и / или символики партии или упоминание о них как в коммерческой, так и в социальной рекламе во время избирательной кампании запрещены.

Если говорить о Законе «О выборах президента Украины», то изменения, касающиеся информационного обеспечения выборов и предвыборной агитации, были внесены в марте 2014 года. Они почти идентичны тем, которые были введены в Закон «О выборах народных депутатов Украины».

В отличие от Закона «О выборах народных депутатов Украины», в Законе «О выборах президента Украины» отдельной статьей (ст. 62 главы VIII) прописана процедура и сроки проведения предвыборных теледебатов. Статья содержит 14 частей. В ней четко прописаны все условия проведения теледебатов, формы оплаты за теледебаты, формы, график и время их проведения. Также существует разница во времени комментирования или оценки содержания предвыборной агитационной или теле-, радиопрограммы с участием кандидата. Это время составляет 20 минут до и после выхода в эфир предвыборной агитации.

Конечно, избирательное законодательство Украины требует усовершенствования, поскольку существует ряд упущений. Но в нашем государстве идет постоянный поиск новых форм регулирования политической агитации и политической рекламы в предвыборном процессе. Стоит также отметить, что по сравнению с предыдущими годами избирательное законодательство Украины относительно информационного

обеспечения выборов и предвыборной агитации стало более совершенным и все больше соответствует принципам международного права.

Литература

1. Бурмагін, О. Зміни виборчого законодавства після кампанії 2012 року (вебінар) / О. Бурмагін [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=LEwnv9S5q7M#t=116>. – Дата доступу: 01.09.2016.
2. Закон України «Про вибори народних депутатів України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4061-17>. – Дата доступу: 01.09.2016.
3. Закон України «Про вибори президента України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/474-14>. – Дата доступу: 01.09.2016.

Виктория Георгиевская

*Киевский национальный университет им. Тараса Шевченко
(Украина)*

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПАРТИЙНЫХ МЕДИА В УКРАИНЕ В НОВЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ НАЧАЛА XXI в.

Многопартийная система современной Украины, утверждение демократических стандартов в государстве способствуют развитию плюралистического медиаландшафта. Закон Украины «О политических партиях в Украине» (принят в 2001 г.) закрепил право политических партий использовать средства массовой информации, а также создавать собственные медиа, как это предусмотрено соответствующими законами государства. При этом гарантируется свобода оппозиционной деятельности; свою критическую оценку действий и решений органов власти политическая партия может излагать публично и отстаивать свою позицию в государственных и негосударственных медиа (ст. 12).

Политические партии имеют возможность демонстрировать в прессе, на радио, телевидении, в интернет-изданиях свою общенациональную программу общественного прогресса, видения путей развития государства и народа, мероприятий по поддержке молодежных, женских и других объединений граждан – при условии соблюдения конституционных принципов [2].

С этой целью (особенно интенсивно накануне предстоящих избирательных кампаний) для оглашения политической позиции и привлечения электората партии создают собственные СМИ, чаще всего – печатную прессу (таким образом появились в медиапространстве Украины газеты