**ЗМІСТ**

**ВСТУП**…………………………………………………………………………….3

**РОЗДІЛ 1 ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕРЕДВИБОРНОЇ АГІТАЦІЇ В УКРАЇНІ**…………………………………………………………..5

1.1 Поняття та зміст передвиборної агітації…………………………………….5

1.2 Форми передвиборної агітації в Україні…………………………………..11

**РОЗДІЛ 2 ХАРАКТЕРИСТИКА ОКРЕМИХ ФОРМ ПЕРЕДВИБОРНОЇ АГІТАЦІЇ В УКРАЇНІ**…………………………………………………………14

2.1 Масові акції як форма передвиборної агітації……………………………..14

2.2 Безпосереднє спілкування з виборцями……………………………………16

2.3 Правове регулювання політичної реклами………………………………...18

**РОЗДІЛ 3 ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБМЕЖЕНЬ ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРНОЇ АГІТАЦІЇ**………………………………………………..25

**ВИСНОВКИ**..........................................................................................................30

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**.........................................................32

**ВСТУП**

**Актуальність теми.** Успіх у виборчій кампанії учасників виборчих перегонів багато в чому залежить від успішного проведення передвиборної агітації, що становить важливий складник виборчого процесу.

Ступінь свободи ….

Проблемами вивчення питань, які стосуються правового регулювання передвиборної агітації, її поняття та змісту, характеристики форм ведення та заборон займалися різні вчені а …

**Метою даної роботи** є …

Досягнення мети здійснювалось шляхом вирішення наступних **завдань:**

1. ….

**Об’єктом дослідження** курсової …

**Предметом дослідження** курсової …

**Методи** дослідження ….

**За** **структурою робота** складається зі вступу, трьох основних розділів, що взаємопов’язані між собою та розподіляються на п’ять підрозділів, висновку та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складається з 34 сторінок.

**РОЗДІЛ 1**

**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ В УКРАЇНІ**

**1.1 Поняття та зміст передвиборної агітації**

Передвиборна агітація охоплює підготовку та розповсюдження певної інформації агітаційного характеру, що спонукає виборців взяти участь у виборах і проголосувати за ту чи іншу політичну силу чи окремих кандидатів. Це законодавчо визначений комплекс заходів, спрямованих на ознайомлення виборців з …. держави та суспільства, демонструвати свою організаційну, матеріальну, кадрову та ідеологічну потужність і водночас показувати слабкі сторони своїх супротивників. Ось чому, як свідчить практика проведення виборів, значна кількість порушень виборчого законодавства відбувається саме на цьому етапі виборчого процесу [16, c. 80].

У законах України «Про вибори народних депутатів України» та «Про вибори Президента України» передвиборній агітації присвячено окремі розділи, в яких вітчизняні парламентарії доволі-таки детально регламентували правила й умови проведення передвиборної агітації, чітко визначили строки, форми й засоби ….

Отже, …

**1.2 Форми передвиборної агітації в Україні**

Важливим елементом, який визначає сутність передвиборної агітації, є її форми і засоби. Зазвичай вони також знаходять своє законодавче врегулювання виборчим законодавством.

Так, ст. 58 Закону України «Про вибори Президента України» закріплює: «Передвиборна агітація може проводитися у таких формах:1) проведення зборів громадян, інших зустрічей з виборцями; 2) проведення мітингів, походів, демонстрацій, ….

Проте визначення вітчизняним виборчим законодавством форм передвиборної агітації жодним чином не порушує принципу свободи агітації, а також інших її принципів, таких, наприклад, як неупереджене ставлення з боку державних органів, посадових осіб до всіх кандидатів, партій – суб’єктів виборчого процесу, чесність і справедливість ведення агітаційної діяльності, створення рівних юридичних можливостей для всіх кандидатів, партій – учасників виборчих перегонів, державна підтримка їхньої передвиборної агітації [7, c. 22-23].

Тобто можна резюмувати, що під час передвиборної агітації громадяни України мають право вільно і всебічно обговорювати передвиборні програми партій, політичні, …..

Таким чином, …

**РОЗДІЛ 2**

**ХАРАКТЕРИСТИКА ОКРЕМИХ ФОРМ**

**ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ В УКРАЇНІ**

**2.1 Масові акції як форма передвиборчої агітації**

Відповідно до ч. 1 ст. 39 Конституції України, «громадяни мають право збиратися мирно, без зброї і проводити збори, мітинги, походи і демонстрації, про проведення яких завчасно сповіщаються органи виконавчої влади чи органи місцевого самоврядування» [1].

Отже, самостійною формою передвиборної агітації, відокремленої від інших, виборче …

Оскільки масові акції є реалізацією права на свободу слова, вільне вираження своїх поглядів і переконань, свободу передвиборної агітації, а ці права в більшості випадків є політичними, то такі акції надають можливість впливати на державні і політичні процеси [11, c. 81].

За своїм змістом ….

Таким чином, …

**2.2 Безпосереднє спілкування з виборцями**

Безпосереднє спілкування з виборцями було першою формою передвиборної агітації. Зустрічі з виборцями широко застосовуються в демократично розвинених зарубіжних країнах.

Поширюється така практика і в Україні. Деякі партії (блоки) та кандидати при територіальних штабах створюють громадські приймальні з системою щоденної звітності, яка дозволяє оперативно отримувати проблемні зрізи та заручатися довірою електорату [8, c. 29].

Громадські приймальні служать постійно діючими пунктами розповсюдження агітаційних матеріалів, сприяють виявленню нових активістів …. образу - великі проекційні екрани, для підтримки інтересу присутніх людей - спеціальні технології [9, c. 81].

Таким чином, …

**2.3 Правове регулювання політичної реклами**

Політична реклама привертає чи не найбільшу увагу науковців з-поміж усіх інших форм передвиборчої агітації. Дослідження даного питання є надзвичайно важливим з огляду на очевидну недосконалість та фрагментарність правового регулювання політичної реклами в Україні.

Українське законодавство передбачає визначення «політичної реклами» та встановлює загальні засади її регулювання. Зокрема, Закон України «Про вибори народних депутатів України» визначає політичну рекламу як «розміщення або поширення матеріалів передвиборної агітації за допомогою рекламних засобів» [2].

Схоже визначення містить і Закон України «Про місцеві вибори» [3]. Закон «Про вибори Президента України» визначення «політичної реклами» не містить, хоча часто оперує даним поняттям, відносячи оприлюднення політичної …. у спонукання виборця до активних дій - голосувати «за» або «проти» [15, c. 110].

Таким чином, …

**РОЗДІЛ 3**

**ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБМЕЖЕНЬ ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРНОЇ АГІТАЦІЇ**

Створення максимально рівних умов агітації у виборчій кампанії для всіх учасників виборчих перегонів, формування атмосфери політичної неупередженості, запобігання зловживанням під час проведення …. у дотриманні принципу законності учасниками виборчої кампанії. Такий правовий режим виборчого процесу забезпечується шляхом встановлення відповідних обмежень, заборон та юридичної відповідальності за їх порушення [24, c. 81].

Практика виборчого процесу свідчить, що саме під час проведення передвиборної агітації вчиняється переважна більшість порушень виборчого законодавства, які …. у тому, що правила передвиборної агітації діють лише під час виборчого процесу, а агітація поза строками, встановленими у виборчому законодавстві, забороняється.

Отже, …

**ВИСНОВКИ**

Отже, в результаті виконання даної курсової роботи, метою написання якої було комплексне вивчення питань, що стосуються форм ведення передвиборної агітації, а також обмежень та заборон на її проведення, після проведеного теоретичного аналізу відповідної наукової літератури та законодавчої бази з тем дослідження, за підсумком можна зробити наступні висновки.

Передвиборна агітація – це етап виборчого процесу, який охоплює визначений законом період виборчої кампанії, і являє собою комплекс передбачених законодавством засобів, форм, дій з підготовки та ….

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Конституція України: Прийнята на п’ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України.1996. №30. Ст.141.
2. Про вибори народних депутатів України: Закон України від 17.11.2011 // Відомості Верховної Ради України. 2012. № 10-11. ст.73.
3. Про місцеві вибори: Закон України від 14.07.2015 // Відомості Верховної Ради. 2015. № 37-38. ст.366.
4. Про вибори Президента України: Закон України від від 05.03.1999 // Відомості Верховної Ради України. 1999. № 14. ст.81.
5. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 // Відомості Верховної Ради України. 1996. № 39.ст. 181.
6. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо сприяння реалізації виборчих прав громадянами, забезпечення свободи політичних дебатів, неупередженого ставлення засобів масової інформації до кандидатів у депутати, партій (блоків) – суб’єктів виборчого процесу: Закон України від 17 листопада 2005 р.// Голос України. 2005. № 233 Ст.3733.
7. Адашис Л. І. Тлумачення передвиборної агітації та форми її здійснення політичними партіями на виборах народних депутатів  
   України. Право і суспільство. 2012. № 6. С.19-25.
8. Ануфрієнко О. М. Передвиборча агітація в Україні: правові особливості, етичні норми та принципи / О.М. Ануфрієнко // Слов’янський вісник: зб. наук. пр. 2012. № 4 (30). С. 13-137.
9. Бакумов О. С. Конституційне право громадян України на участь у виборах і референдумах та проблеми його реалізації : монографія / О. С. Бакумов. Х. : Право, 2015. 248 с.
10. Большакова О. Критерії розмежування передвиборної агітації та іншої інформації, пов’язаної з виборчим процессом / О. Большакова // Вісник Центральної виборчої комісії України. 2016. №1. С. 63–71.
11. Виборче законодавство: українська практика, міжнародний досвід та шляхи реформування / Г. Антонова, А. Біденко, П. Бурковський та ін. ; за ред. Є. В. Радченка. К. : Факт, 2015. 258 с.
12. Войтович Н. О. Політична реклама в ЗМІ в українському та законодавствах європейських країн / Н.О. Войтович // Вісник Львівського університету. Львів, 2013. Вип. 41. С. 140-144.
13. Ганжуров Ю. Політична реклама як засіб формування парламентської еліти / Ю. Ганжуров // Політичний менеджмент.2018.Спецвипуск. С. 33 – 40.
14. Діяльність засобів масової інформації в період виборчої кампанії - 2015: Посібник для представників засобів масової інформа-  
    ції / упоряд. І. П. Федоренко, Л. Л. Панкратова. Київ. 2015. 39 с.
15. Ковальчук О. Б. Засади виборчого процесу в Україні // О.Б. Ковальчук // Проблеми державотворення і захисту прав людини в Україні: Львів: 2017. С. 110–113.
16. Королько, В. Передвиборча комунікаційно-агітаційна кампанія: політичний феномен, структура, функції / В. Королько // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2012. № 1. С. 80–86.
17. Кулина К. Регулювання політичної реклами на телебаченні: європейський досвід / К. Кулина // URL: <http://cedem.org.ua/analytics/regulyuvannya-politychnoyi-reklamy-na-telebachenni-yevropejskyj-dosvid/> (дата звернення: 09.06.2019).
18. Марцеляк О.В. Передвиборна агітація: до питання сучасного доктринального розуміння / О.В. Марцеляк // Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018.№ 51. С.27-32.
19. Савков А. П. Сучасна роль засобів масової інформації у виборчому процесі України / А.П. Савков // Наукові записки Інституту законодавства  
    Верховної Ради України. 2014. № 2/2014. С. 103-108.
20. Селіванов, А. О. Теорія і практика застосування конституційного права України / А. О. Селіванов. К. : Логос. 2016. 176 с.
21. Скрицька Н. А. Правове регулювання політичної реклами на телебаченні в Україні та державах-членах ЄС: порівняльно-право-  
    вий / Н.А. Скрицька // Правове регулювання економіки. 2012. № 11-12. С. 462-473.
22. Теліпко В. Е. Конституційне та конституційно-процесуальне право України: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. Е. Теліпко. К.: Центр учбової літератури, 2017. 568 с.
23. Чернецька О. В. Права та свободи людини і громадянина як основа функціонування органів публічної влади / О. В. Чернецька // Часопис КУП НАНУ.2014. №1. С. 87–90.
24. Шеверєва В.Є. Проблеми правового регулювання передвиборної агітації в Україні: монографія / В.Є Шеверєва.Х. Слово.2012.316 с.
25. Шевченко Т. С. Правове регулювання передвиборної агітації у засобах масової інформації: сучасний стан та перспективи вдо-  
    сконалення / Т.С. Шевченко // Наукові записки НаУКМА. Юридичні науки. 2012. Т. 129. С. 92-97.
26. Ясочко Ю. О. Передвиборна агітація та політична реклама: поняття, співвідношення, порівняльно-правовий аналіз / Ю.О. Ясочко // Науковий  
    вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Право. 2014. Вип. 197(1). С. 27-32.