

ПЕРЕДВИБОРЧА АГІТАЦІЯ ЗА КОРДОНОМ

Правові норми та практика у 27 країнах-членах
Європейського Союзу



ПЕРЕДВИБОРЧА АГІТАЦІЯ ЗА КОРДОНОМ

Правові норми та практика у 27 країнах-членах
Європейського Союзу

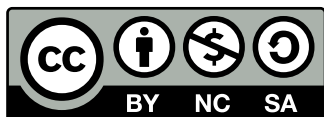
Тамара Отіашвілі, Юлія Шипілова, Габріела Скулова, Доменіко Кастеллані, Васіл Ващанка



International IDEA
Strömsborg
SE-103 34 Stockholm
SWEDEN
+46 8 698 37 00
info@idea.int
www.idea.int

© 2025 Міжнародний інститут демократії та сприяння виборам

Видання International IDEA не залежать від конкретних національних чи політичних інтересів. Погляди, висловлені в цій публікації, не обов'язково відображають погляд організації International IDEA, її правління чи членів Ради.



За винятком будь-яких зображень і фотографій третіх осіб, електронна версія цієї публікації доступна за ліцензією Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 (CC BY-NC-SA 4.0). Ви можете вільно копіювати, поширювати й передавати публікацію, а також переробляти й адаптувати її за умови, що це робиться тільки в некомерційних цілях, що ви належним чином вказуєте авторство публікації та поширюєте її за ідентичною ліцензією. Для отримання додаткової інформації відвідайте вебсайт Creative Commons: <<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>>.

International IDEA
Strömsborg
SE-103 34 Stockholm
SWEDEN
Телефон: +46 8 698 37 00
Електронна пошта: info@idea.int
Вебсайт: <<https://www.idea.int>>

Ілюстрація на обкладинці: By International IDEA with Adobe Express
Дизайн і верстка: International IDEA.
Копірайтер: Tate & Clayburn

DOI: <<https://doi.org/10.31752/idea.2025.60>>

ISBN: 978-91-8137-005-8 (Print)
ISBN: 978-91-7671-998-5 (PDF)

Contents

Абревіатура.....	vii
Резюме	1
Вступ	3
Розділ 1	
Методологія	4
1. Методологія.....	4
1.1. Обмеження	6
Розділ 2	
Міжнародні зобов'язання та стандарти щодо ГЗК	7
Розділ 3	
Агітація з боку іноземних кандидатів і політичних партій: тенденції та виклики	10
3.1. Агітація в соціальних мережах	11
3.2. Зустрічі з виборцями	12
3.3. Розміщення та демонстрація агітаційних матеріалів	13
3.4. Реклама у традиційних ЗМІ	14
3.5. Виклики, пов'язані з правилами фінансування виборчих кампаній	15
Розділ 4	
Практики, визначені під час інтерв'ю	16
Розділ 5	
КЛЮЧОВІ МІРКУВАННЯ, ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	19
Розділ 6	
Австрія	21
Розділ 7	
Бельгія	24
Розділ 8	
Болгарія	27
Розділ 9	
Хорватія	29

Розділ 10	
Республіка Кіпр.....	32
Розділ 11	
Чехія.....	34
Розділ 12	
Данія	37
Розділ 13	
Естонія	41
Розділ 14	
Фінляндія	44
Розділ 15	
Франція	47
Розділ 16	
Німеччина	51
Розділ 17	
Греція	55
Розділ 18	
Угорщина	57
Розділ 19	
Ірландія.....	60
Розділ 20	
Італія	63
Розділ 21	
Латвія.....	66
Розділ 22	
Литва.....	69
Розділ 23	
Люксембург	72
Розділ 24	
Мальта	75

Розділ 25	
Нідерланди	78
Розділ 26	
Польща	81
Розділ 27	
Португалія.....	84
Розділ 28	
Румунія	87
Розділ 29	
Словаччина	90
Розділ 30	
Словенія.....	93
Розділ 31	
Іспанія	94
Розділ 32	
Швеція	97
Використана література	100
Про авторів	117
Про International IDEA	120

Абревіатура

ALIA	Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel (Незалежний орган з питань аудіовізуальних засобів Люксембургу)
ЄКПЛ	Європейська конвенція з прав людини
ЄСПЛ	Європейський суд з прав людини
МПГПП	Міжнародний пакт про громадянські та політичні права
МЗС	Міністерство закордонних справ
МВС	Міністерство внутрішніх справ
ГЗК	Голосування за кордоном
БДІПЛ	Бюро з демократичних інститутів і прав людини
ОБСЄ	Організація з безпеки та співробітництва в Європі
ТБ	Телебачення
ЗДПЛ	Загальна декларація прав людини

РЕЗЮМЕ

Цей звіт «*Передвиборча агітація за кордоном: правові норми та практика у 27 країнах-членах Європейського Союзу*» досліджує нормативно-правову базу та практичні проблеми, пов'язані з виборчою кампанією, що проводиться за межами батьківщини кандидата. У той час як право голосу для громадян, які проживають за кордоном, визнається в багатьох країнах, право на проведення передвиборчої агітації за кордоном залежить від розсуду та законодавчих рамок країни перебування. У дослідженні проаналізовано нормативно-правову базу, міжнародні стандарти та місцеві практики, пов'язані з голосуванням за кордоном (ГЗК), у країнах-членах ЄС.

Дослідження ґрунтується на первинних і вторинних джерелах, зокрема оглядах законодавства та інтерв'ю з політичними діячами, органами управління виборчим процесом та міжнародними зацікавленими сторонами. Отримані дані свідчать про значні відмінності в нормативно-правових актах, що регулюють питання передвиборчої агітації за кордоном. У той час як деякі країни ЄС прямо забороняють проведення передвиборчих агітацій за кордоном, інші дозволяють їх з певними обмеженнями щодо публічних зібрань, реклами та фінансування кампанії. Платформи соціальних мереж пропонують більш доступний простір для проведення передвиборчих агітацій за кордоном, хоча нещодавні нормативні акти ЄС накладають вимоги щодо прозорості політичної реклами з метою протидії іноземному втручання в європейські демократичні процеси.

Основні висновки дослідження включають правову невизначеність, нерівний доступ до ресурсів кампанії для різних

У той час як деякі країни ЄС прямо забороняють проведення передвиборчих агітацій за кордоном, інші дозволяють їх з певними обмеженнями щодо публічних зібрань, реклами та фінансування кампанії.

політичних гравців і ризики іноземного втручання. У звіті також висвітлено найкращі практики, що спостерігаються в деяких країнах-членах ЄС, де давно сформовані мережі діаспор сприяють проведенню малопомітних кампаній, включаючи невеликі зібрання, онлайн-агітацію та таргетовану рекламу.

З метою сприяння передвиборчій агітації за кордоном у звіті рекомендується, щоб учасники виборчого процесу вели діалог з приймаючими країнами для уточнення дозволених видів агітаційної діяльності, встановлення чітких правил, що забезпечують рівні умови гри, та вивчення механізмів міжнародного співробітництва для підтримки демократичної участі за кордоном.

Це дослідження надає всебічний огляд змінюваного середовища проведення передвиборчих кампаній за кордоном, пропонує цінні висновки для політиків, організаторів виборів і політичних діячів, які прагнуть досягти балансу між реалізацію політичних прав і національною нормативно-правовою базою.

ВСТУП

Право на загальне і рівне виборче право лежить в основі політичних прав людини. Проте гарантування права голосу для громадян, що проживають за кордоном, не є чітко захищеним у рамках міжнародного права. Крім того, є дві категорії потенційних виборців: (а) громадяни, які вирішили покинути свою країну; і (б) ті, хто був змушений покинути країну походження з певних причин — через політичні розбіжності, страх переслідувань чи конфлікт. Тож прив'язаність особи до країни може бути різною.

У випадках, коли виборчі права громадян, які живуть за кордоном, регулюються їхніми національними законами, можливість брати участь у веденні передвиборчої агітації за кордоном залежить від рішень і законодавчої бази країни перебування. Цей звіт має на меті дослідити такі ситуації у 27 державах-членах ЄС.

Розділ 1

МЕТОДОЛОГІЯ

Метою цього дослідження є визначення та розширення існуючих нормативно-правових актів і практик з метою окреслення доступних способів (якщо такі є) проведення іноземцями передвиборчої агітації на території держави-члена ЄС в межах голосування за кордоном на національних виборах.

1. МЕТОДОЛОГІЯ

Методологія звіту ґрунтується на поєднанні первинних і вторинних джерел. Вона включає дослідження законодавчих баз, що регулюють проведення передвиборчих кампаній у 27 державах-членах Європейського Союзу. Крім того, дослідження також ґрунтується на аналітичному огляді та, де це доречно, інформації, отриманої з інтерв'ю з представниками політичних партій або кандидатами з різних країн-членів ЄС.

Метою цього дослідження є визначення та розширення існуючих нормативно-правових актів і практик з метою окреслення доступних способів (якщо такі є) проведення іноземцями передвиборчої агітації на території держави-члена ЄС в межах голосування за кордоном (ГЗК) на національних виборах. Цей огляд являє собою структурований і системний підхід до збору та узагальнення інформації про регулювання передвиборчої реклами під час виборчих кампаній, що проводяться на території держави-члена ЄС. Хоча передвиборча агітація охоплює широкий спектр заходів, у звіті зосереджено увагу на певних видах агітації, включаючи мітинги та збори, розміщення плакатів і білбордів, а також реклама у ЗМІ.

Було виконано наступні методологічні кроки.

1. Онлайн-дослідження для визначення застосовних правових і регуляторних норм для кожної з 27 країн-членів ЄС.
- Закони та нормативні акти на національному рівні було розглянуто напряму. Це було досягнуто за допомогою

доступу, де це було можливо, до офіційних національних правових баз даних та офіційних вебсайтів центральних та місцевих органів влади з метою забезпечення дотримання чинного законодавства.

- У відповідних документах було використано наявні підзаконні акти, на які є посилання. Відповідні тексти законодавчих актів цитувалися або узагальнювалися, а також надавалося пряме посилання.
- 2. Пошук в Інтернеті для виявлення будь-яких попередніх досліджень, а також відповідних звітів інших міжнародних організацій, які можуть надати важливу інформацію з тем, включених у дослідження (див., наприклад, Rashkova 2020; Aman and Bakken 2021; див. також [International IDEA Voting from Abroad Database n.d.](#)).
- 3. Інтерв'ю, проведені з фахівцями в деяких країнах-членах ЄС, які мали досвід організації передвиборчої агітації за кордоном.
 - Такі фахівці були визначені заздалегідь і включали колишніх кандидатів або представників політичних партій, відповідальних за управління кампаніями за кордоном, які часто перебували в країнах-членах ЄС, де вони раніше проживали. У деяких випадках до посольств і консульств надсилались письмові запити.
 - Інтерв'ю проводилися за допомогою анкет, запитання в яких стосувалися проблем, виявлених під час дослідження. Серед цих запитань були такі:
 - Які попередні дослідження ви провели, щоб визначити дозволені види агітаційної діяльності для іноземних кандидатів на території приймаючої країни?
 - Як ви організували кампанію? Які засоби кампанії ви здебільшого використовували і які заходи ви проводили? Які з них виявились найефективнішими?
 - Який вид взаємодії ви мали з місцевою владою, щоб отримати необхідний дозвіл на ведення кампанії?
 - З якими юридичними проблемами ви зіткнулися?

Дані перевірялись дослідниками двічі – у разі можливості, за участі відповідних органів держав-членів ЄС, щоб переконатись у їх точності.

Як уже зазначалося, цей звіт обмежено веденням виборчої кампанії у межах ГЗК. Інші міркування та проблеми, пов'язані з цим процесом, не обговорюються.

1.1. ОБМЕЖЕННЯ

Кабінетним аналізам притаманні певні обмеження. До їх числа належать потенційна упередженість у доборі документів, відмінності у повноті та якості доступної інформації, відмінності в якості баз даних, довіра до існуючих досліджень та документації.

Розділ 2

МІЖНАРОДНІ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ ТА СТАНДАРТИ ЩОДО ГЗК

Не існує жодних міжнародних зобов'язань чи стандартів щодо забезпечення виборчих прав громадян за кордоном. Стаття 20 Загальної декларації прав людини (ЗДПЛ) передбачає, що «справжні вибори... є загальними, рівними й відбуваються за допомогою таємного голосування або через інші рівнозначні форми, що забезпечують свободу голосування». Стаття 25 Міжнародного пакту про громадянські та політичні права (МПГПП) визнає і захищає право кожного громадянина «брати участь у веденні державних справ як безпосередньо, так і за посередництвом вільно обраних представників» на справжніх і періодичних виборах.

Деякі регіональні документи та акти підтверджують те саме зобов'язання. Стаття 3 Протоколу № 1 до Європейської конвенції з прав людини (ЄКПЛ) зазначає, що «Високі Договірні Сторони зобов'язуються проводити вільні вибори з розумною періодичністю шляхом таємного голосування в умовах, які забезпечують вільне вираження думки народу у виборі законодавчого органу» (Рада Європи, без дати). Періодичні вибори є ключовою характеристикою демократії, закріпленою в низці документів Організації з безпеки та співробітництва в Європі (ОБСЄ) (див., наприклад, OSCE 1990). Однак у жодному з документів не йдеться конкретно про голосування громадян за кордоном. Міжнародна конвенція про захист прав усіх трудящих-мігрантів та членів їхніх сімей 1990 року є єдиним міжнародним документом, який містить пряме положення про участь у виборах громадян, які проживають за кордоном. Однак це стосується лише зареєстрованих мігрантів, їхніх сімей та держав, що ратифікували Конвенцію (див. United Nations 1990).

Стаття 25 МПГПП визнає і захищає право кожного громадянина «брати участь у веденні державних справ як безпосередньо, так і за посередництвом вільно обраних представників» на справжніх і періодичних виборах.

Визнаючи важливість надання виборчих прав громадянам, які проживають за кордоном, Європейський суд з прав людини (ЄСПЛ) неодноразово зазначав, що обмеження права голосу на виборах громадян, які проживають на території іншої держави, можуть бути виправдані на наступних підставах: (1) припущення, що громадянин-нерезидент має менше знань про повсякденні проблеми країни; (2) недоцільність, а іноді й небажаність представлення кандидатами в депутати різних виборчих питань громадянам, які проживають за кордоном; (3) вплив громадян-нерезидентів на відбір кандидатів і розробку їхніх виборчих програм; (4) співвідношення між правом голосу на парламентських виборах і безпосереднім впливом на діяльність обраних у такий спосіб політичних органів (див., наприклад, *Melnychenko v. Ukraine*; *X v. United Kingdom*). У більш відомій справі ЄСПЛ постановив, що ненадання громадянам, які проживають за кордоном, можливості брати участь у національних виборах не є порушенням прав людини (див. *Sitaropoulos and Giakoumopoulos v. Greece*).

Хоча жоден міжнародний документ не встановлює зобов'язання держави надавати виборчі права своїм громадянам, які проживають за кордоном, міжнародні зобов'язання, пов'язані з виборами, що містяться в МПГПП та ЗДПЛ, а також регіональні документи та зобов'язання, застосовуються тією ж мірою, що й до голосування всередині країни.

Хоча жоден міжнародний документ не встановлює зобов'язання держави надавати виборчі права своїм громадянам, які проживають за кордоном, міжнародні зобов'язання, пов'язані з виборами, що містяться в МПГПП та ЗДПЛ, а також регіональні документи та зобов'язання, застосовуються тією ж мірою, що й до голосування всередині країни. Крім того, право голосувати та брати участь у справжніх, періодичних виборах нерозривно пов'язане з кількома іншими правами людини, які відіграють ключову роль у забезпеченні змістовного виборчого процесу. Серед них — право на свободу переконань і на вільне їх вираження, викладене у статті 19 МПГПП, а також право на свободу об'єднань (стаття 22) і мирних зібрань (стаття 21). Інакше кажучи, для повноцінного виборчого процесу ефективна реалізація цих свобод є обов'язковою, оскільки вони дають можливість кандидатам і політичним партіям проводити кампанії у передвиборчий період і дозволяють виборцям отримувати інформацію для того, щоб зробити усвідомлений вибір. Визнання необхідності забезпечення цих прав впливає зі статті 2 МПГПП, в якій чітко зазначено, що «кожна держава, яка бере участь у цьому Пакті, зобов'язується поважати й забезпечувати всім перебуваючим у межах її території та під її юрисдикцією особам права, визнані в цьому Пакті, без будь-якої дискримінації».

Крім того, низка організацій визнає, що, хоча ГЗК не є обов'язковим, держави можуть надавати право голосу громадянам, які проживають за кордоном. Наприклад, Кодекс належної практики у виборчих справах Венеціанської комісії передбачає, що «право обирати та бути обраним може бути надано громадянам, які проживають за кордоном», не висуваючи при цьому вимоги щодо надання такого права. Венеціанська комісія також рекомендувала державам прийняти позитивний підхід до права голосу громадян, які проживають за кордоном, оскільки це право сприяє розвитку національного та європейського громадянства. Аналогічно, Резолюція 1591 (2007) Парламентської асамблеї Ради Європи про дистанційне голосування підкреслює, що право голосу є невід'ємною свободою у кожній демократичній системі, і пропонує державам-членам запровадити дистанційне голосування (див. Parliamentary Assembly 2007).

Ґрунтуючись на принципі загального виборчого права, політична комунікація має важливе значення для громадян, політичних партій і кандидатів, щоб вони могли повноцінно брати участь у виборах. Однак деякі держави можуть заборонити проведення передвиборчої кампанії іноземними громадянами з політичних причин або з міркувань суверенітету, демократії та безпеки. За відсутності міжнародних зобов'язань і законодавчої бази, організація кампанії в іншій країні може вимагати співпраці з приймаючою країною.

Деякі держави можуть заборонити агітаційну діяльність, яку проводять іноземні громадяни з політичних причин або з міркувань суверенітету, демократії та безпеки.

Розділ 3

АГІТАЦІЯ З БОКУ ІНОЗЕМНИХ КАНДИДАТІВ І ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ

Після аналізу законодавчої бази 27 країн-членів ЄС було зроблено висновок, що що більшість держав не регулюють проведення кампаній іноземними громадянами, тоді як деякі прямо забороняють іноземну агітацію на своїй території, а інші забороняють певну політичну діяльність, пов'язану з виборами.

Виборчі кампанії займають центральне місце в сучасних демократіях і є основою таких демократичних прав, як-от свобода слова, зібрань та об'єднань. Хоча ці права гарантовані громадянам країн-членів ЄС, вони прямо не регулюються для кампаній іноземних громадян під час процесу голосування за кордоном.¹ Національна виборча законодавча база зазвичай розробляється відповідно до національного виборчого контексту, включаючи вибори до Європейського парламенту. Відсутність регулювання означає, що спроби проводити передвиборчу агітацію стикаються з численними проблемами у приймаючих країнах, і тому слід звернути увагу на низку міркувань. Для того щоб зрозуміти, які агітаційні заходи дозволені іноземним учасникам та громадянам, необхідно інтерпретувати загальну законодавчу базу кожної країни-члена ЄС щодо свободи слова, зібрань та об'єднань. У контексті виборів це включає, серед іншого, громадські зібрання, розміщення плакатів і політичну рекламу на радіо та телебаченні, у друкованих та онлайн-ЗМІ.

Проаналізувавши законодавчу базу 27 країн-членів ЄС, було зроблено висновок, що більшість держав не регулюють проведення кампаній іноземними громадянами, тоді як деякі прямо забороняють іноземну агітацію на своїй території, а інші забороняють певну політичну діяльність, пов'язану з виборами. Наприклад, у Словенії заборонена передвиборча агітація на виборах іншої країни. В Австрії у праві на зібрання також може бути відмовлено, якщо «воно слугує політичній діяльності громадян третіх країн і суперечить визнаним міжнародно-правовим

¹ Дослідження не стосується виборів до Європейського парламенту, де правила відрізняються через природу Європейського парламенту та виборів до нього.

принципам і практиці або зобов'язанням за міжнародним правом, основним демократичним цінностям або зовнішньополітичним інтересам Австрійської Республіки» ([Австрійський закон про зібрання 1953 р.: стаття 6](#)). Аналогічно, згідно з підзаконним актом у Нідерландах, представникам країн, що не є членами ЄС, не дозволяється проводити агітацію у Нідерландах протягом трьох місяців до виборів у своїй країні. Крім того, на території Литви заборонено створення та діяльність політичних партій і політичних організацій держав, що не є членами ЄС.

3.1. АГІТАЦІЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Агітація в соціальних мережах стикається з меншими обмеженнями та може бути більш доступною як для учасників, так і для виборців. Однак слід переконатися, що поведінка учасників відповідає всім зобов'язанням і принципам, закріпленим у відповідних міжнародних документах і директивах ЄС, а також, що доступ до Інтернету однаково забезпечений для всіх учасників. Це також означає, що інтернет-користувачі повинні мати можливість користуватися будь-якою онлайн-платформою і мати доступ до будь-яких послуг і онлайн-контенту на свій вибір, якщо вони не порушують законів ЄС.

Нещодавно ухвалені нормативні акти ЄС стосуються політичної реклами, зокрема онлайн, і встановлюють рамки для сприяння політичній рекламі в усьому ЄС (див. [European Parliament 2024a](#)). Згідно з цими нормативними актами, політична реклама має бути чітко маркована, а основна інформація, як-от цільова аудиторія, рекламодавець, витрачена сума та зв'язок з виборами чи референдумами, має бути легкодоступною (див. [пресреліз Європейського парламенту, 2024 рік](#)).b

З метою протидії іноземному втручання в європейські демократичні процеси, нові правила забороняють фінансування реклами з-за меж ЄС протягом трьох місяців, що передують виборам чи референдуму. Це доповнює Закон ЄС «Про цифрові послуги» від 2022 року, який зобов'язує онлайн-платформи впроваджувати заходи проти розповсюдження незаконних товарів, послуг чи контенту. Закон 2022 року вимагає більшої прозорості та контролю за контентом, що відображається на онлайн-платформах. Ці платформи також зобов'язані інформувати користувачів про причини видалення контенту або обмеження облікового запису (див. [EU 2022](#)).

Агітація в соціальних мережах стикається з меншими обмеженнями та може бути більш доступною як для учасників, так і для виборців.

Нещодавно прийняті законодавчі акти ЄС стосуються політичної реклами, зокрема, в Інтернеті, і встановлюють рамки для сприяння політичній рекламі в усьому ЄС.

Обидва закони захищають право на свободу вираження поглядів. Регулювання політичної реклами зосереджується на показі платної реклами, а не на органічному контенті. Крім того, ці заходи повідомлення, заяви кандидатів або інформаційні кампанії з офіційних національних джерел або джерел ЄС. Закон «Про цифрові послуги» додатково зобов'язує онлайн-платформи виявляти, аналізувати та ефективно зменшувати ризики, пов'язані з виборчими процесами та громадянським дискурсом, захищаючи при цьому свободу вираження поглядів.

Окрім дотримання законів і правил країни, в якій проводиться передвиборча агітація, важливо визнати вплив нормативних актів ЄС на агітацію в соціальних мережах. Ці правила слід ретельно враховувати під час планування та проведення таких кампаній.

3.2. ЗУСТРІЧІ З ВИБОРЦЯМИ

Зустрічі з виборцями (в тому числі на публічних зібраннях) є важливим засобом політичної комунікації та інформаційно-просвітницької роботи, що дозволяє виборцям брати повноцінну участь у виборах. Зазвичай ця діяльність підпадає під гарантії, передбачені для свободи зібрань, а також для права передавати та отримувати інформацію. У країнах-членах ЄС ці свободи гарантуються громадянам і всім іншим, але до організаторів зібрання можуть бути висунуті певні вимоги. Інколи вони повинні бути легальними резидентами, як у випадку з Чехією та Угорщиною.

Будь-які обмеження права на мирні зібрання повинні ґрунтуватися на принципах законності, пропорційності та недискримінації. Виходячи з цих принципів, національне законодавство не повинно вимагати завчасного повідомлення про зібрання, навіть для спонтанних зібрань. Однак попереднє повідомлення може вимагатися, якщо його метою є надання державі можливості вжити необхідних заходів для сприяння свободі зібрань та захисту громадського порядку, громадської безпеки, а також прав і свобод інших осіб. У низці країн-членів ЄС, наприклад, Австрії, Чехії, Франції, Німеччині, Угорщині, Італії, Мальті, Нідерландах, Польщі, Словаччині, Іспанії та Швеції, попереднє повідомлення є обов'язковим.

Крім того, під час зустрічей з виборцями за кордоном слід враховувати, що діючі або добре відомі партії можуть мати

Під час зустрічей з виборцями за кордоном діючі або добре відомі партії можуть мати більше ресурсів для організації зустрічей з виборцями за кордоном порівняно з невеликими партіями, незалежними кандидатами та кандидатками, що може дати їм нерівні переваги в кампаніях і, отже, підірвати рівні умови гри.

більше ресурсів для організації зустрічей з виборцями за кордоном порівняно з невеликими партіями, незалежними кандидатами та кандидатками, що може дати їм несправедливу перевагу в кампанії й, отже, підірвати рівні умови для всіх гравців. Крім того, низка країн-членів ЄС може запровадити обмеження на такі зустрічі або візити лідерів іноземних партій з метою проведення передвиборчої агітації. Різні законодавчі обмеження щодо зустрічей з виборцями та великих зібрань можуть поставити виборців у нерівне становище щодо інформації, яку вони можуть отримати.

Для організації зустрічей з виборцями за кордоном у допустимих межах можна було б звернутися до національного законодавства. Однак, зважаючи на відсутність чітких правил щодо проведення передвиборчої агітації за кордоном, для здійснення необхідних заходів потрібна згода та підтримка з боку приймаючої країни.

3.3. РОЗМІЩЕННЯ ТА ДЕМОНСТРАЦІЯ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Виборчі кампанії надають кандидатам і політичним партіям можливість представити свої платформи та послання громадянам, що дозволяє їм зробити усвідомлений вибір. Як зазначено в МПГПП, кожна людина має право «шукати, одержувати та поширювати будь-яку інформацію та ідеї, незалежно від державних кордонів, усно, письмово чи за допомогою друку або художніх форм вираження чи іншими способами на свій вибір». МПГПП також визначає, що це право «накладає особливі обов'язки та відповідальність», і що воно «може підлягати певним обмеженням ... які передбачені законом і є необхідними»: (а) для поважання прав і репутації інших осіб; (б) для охорони державної безпеки чи громадського порядку (*order public*) або здоров'я чи моральності населення». Це означає, що в показі певних агітаційних матеріалів може бути відмовлено, якщо вони підпадають під ці категорії.

У країнах-членах ЄС існують різні практики щодо того, як виділяється місце для розміщення агітаційних матеріалів. У деяких державах розрізняють політичні меседжі та меседжі передвиборчої кампанії. В інших країнах для розміщення агітаційного плаката потрібен дозвіл (наприклад, у Болгарії,

У країнах-членах ЄС існують різні практики щодо того, як виділяється місце для розміщення агітаційних матеріалів.

Хорватії, Німеччині, Італії та на Кіпрі). У більшості випадків місцеві муніципалітети мають право на власний розсуд приймати рішення щодо правил розподілу громадського простору в агітаційних цілях. Крім того, для того, щоб допомогти забезпечити рівні умови та вибори, які в кінцевому підсумку відображають волевиявлення громадян, держави-члени часто забезпечують справедливий розподіл громадського простору для учасників виборів (наприклад, Чехія, Фінляндія, Франція, Греція, Латвія, Польща та Франція).

Чинне національне законодавство щодо проведення виборчих кампаній не застосовується до виборів в інших державах. Тому автоматичне виділення місця для вивішування агітаційних матеріалів не застосовуватиметься, і в усіх випадках вимагатиметься попередній дозвіл на використання публічного простору. Що стосується комерційного простору, то, хоча це може здатися більш оптимальним вибором, такий простір часто підлягає ліцензуванню, регулюється законами щодо іноземного контенту та мови. Ця форма агітації також потребує більшої підтримки на місцевому рівні для зв'язку з відповідними органами влади та/або приватними постачальниками рекламних послуг.

3.4. РЕКЛАМА У ТРАДИЦІЙНИХ ЗМІ

Коли йдеться про безплатний ефірний час, то це стосується лише виборчих процесів конкретної держави, а отже, не існує аналогічного зобов'язання надавати таку можливість для кампаній іноземних держав.

Ті самі міркування щодо розміщення агітаційних матеріалів (зовнішньої реклами) є ще більш актуальними для реклами в державних ЗМІ. Через свою природу та широке охоплення державні телерадіокомпанії часто підпорядковуються суворим правилам під час виборчих кампаній, які покликані забезпечити висвітлення всіх кандидатів та виборчих подій, щоб запобігти наданню несправедливої переваги будь-якій політичній структурі. Регулювання рівного ставлення та доступу може бути різним. Деякі держави вимагають суворої рівності щодо доступу, тоді як інші держави дозволяють «справедливий доступ», на відміну від суворої рівності.

У всіх країнах-членах ЄС державні ЗМІ або зобов'язані надавати безплатний ефірний час для всіх кандидатів у межах державного фінансування, або, в деяких випадках, можуть надавати можливість купувати ефірний час для проведення передвиборчої агітації. Коли йдеться про безплатний ефірний

час, то це стосується лише виборчих процесів певної держави, а отже, не існує аналогічного зобов'язання надавати таку можливість для кампаній іноземних держав.

Питання платної політичної реклами в державних або приватних ЗМІ також може викликати труднощі. Це може бути або повністю заборонено через заходи щодо забезпечення рівності (наприклад, у Греції та Іспанії), або можуть існувати обмеження через закони про мовні вимоги. Наприклад, у Болгарії трансляції можуть бути іноземною мовою, якщо вони призначені для освітніх цілей лише для громадян Болгарії. У Франції будь-яка реклама іноземною мовою повинна супроводжуватися французьким перекладом.

3.5. ВИКЛИКИ, ПОВ'ЯЗАНІ З ПРАВИЛАМИ ФІНАНСУВАННЯ ВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ

Зазвичай учасники виборчих перегонів зобов'язані дотримуватися національного законодавства своєї країни, коли йдеться про регулювання фінансування виборчих кампаній. Це стосується внесків, витрат і звітування. Аналогічно, кожна країна-член ЄС по-своєму регулює фінансування виборчих кампаній учасниками виборчих перегонів у країні.

Як і у разі внесків та витрат у власній країні, учасники виборів будуть зобов'язані дотримуватися тих самих правил щодо отримання, витрачання та звітування про витрати на ведення виборчої кампанії при ГЗК. У такому разі правила фінансування кампаній приймаючих держав-членів ЄС не застосовуються. Однак можна було б взяти до уваги низку інших міркувань. По-перше, багато країн-членів ЄС забороняють іноземні джерела фінансування кампаній на своїй території. Ця заборона може включати виплати з особистих коштів, а також внески чи пожертви комітетам та організаціям політичних партій, що можуть бути необхідними для ведення кампанії при ГЗК. По-друге, законодавство країни, що організовує вибори, може накладати обмеження на участь іноземців та пожертви на їхні кампанії. Це може стосуватися, зокрема, громадян з подвійним громадянством. І наостанок, для регуляторного органу може бути обтяжливо відстежувати та перевіряти пожертви та витрати в інших країнах, щоб забезпечити повноцінний нагляд. Всі ці міркування повинні бути враховані в приймаючій країні.

Як і у разі внесків та витрат у власній країні, учасники виборів будуть зобов'язані дотримуватися тих самих правил щодо отримання, витрачання та звітування про витрати на ведення виборчої кампанії при ГЗК.

Розділ 4

ПРАКТИКИ, ВИЗНАЧЕНІ ПІД ЧАС ІНТЕРВ'Ю

Усі наведені приклади стосуються діяльності серед давно сформованих груп діаспори; отже, це може мати інші наслідки для ГЗК, ніж практика проведення кампаній серед новоприбулих груп діаспори.

У звіті також наводяться приклади низки практик, виявлених під час інтерв'ю з політичними діячами, які проводили передвиборчі кампанії у країнах-членах ЄС.² Усі наведені приклади стосуються діяльності серед давно сформованих груп діаспори; отже, це може мати інші наслідки для ГЗК, ніж практика проведення кампаній серед новоприбулих груп діаспори. Багато опитаних виборців також мали громадянство країни перебування. Ця діаспора зазвичай була групою людей з міцними внутрішніми зв'язками, налагодженими інформаційними каналами та тісною пов'язаністю з традиціями, цінностями та політичним розвитком країни походження. У цьому контексті політичні партії країни походження мали численні активні, хоча й невеликі, партійні осередки, керовані за кордоном представниками діаспори. У більшості випадків вони проводили регулярні заходи під час і поза виборчим періодом, підтримували контакти з виборцями й, отже, володіли багатою базою даних виборців. Деякі представники діаспори випускали газети рідною мовою, які потім пропонували рекламні можливості для партій під час виборчих кампаній.

Більшість проінтерв'юваних політичних представників, що організовували ведення виборчої кампанії за кордоном, попередньо не аналізували законодавчу базу країни перебування для визначення допустимих підстав для агітаційної діяльності. На їхню думку, причиною цьому було те, що вони мали багаторічний досвід у цій сфері, не змінювали

² Виявлені практики базуються на аналізі кампаній італійських партій у Бельгії, Франції, Німеччині, Люксембурзі, Португалії та Іспанії; туніських та британських партій у Франції; французьких партій у Данії, Німеччині та Люксембурзі; турецьких партій у Німеччині та Нідерландах; та угорських партій у Словаччині.

тип діяльності від виборів до виборів та ніколи не стикалися з проблемами чи скаргами з боку влади приймаючої країни. Як наслідок, часом вони не знали, чи їхня агітаційна діяльність повністю відповідає національному законодавству. Загалом, агітаційні заходи, проведені за кордоном, характеризувалися як стримані, орієнтовані на потенційних виборців, а отже, були малопомітними для широкої громадськості приймаючої країни.

Два найпоширеніші види діяльності в межах кампанії, які описали респонденти, наведено нижче.

1. Кампанія в соціальних мережах: повідомлення кампанії розміщувалися через представника діаспори, який мав громадянство або постійне місце проживання в приймаючій країні, через вимоги платформи соціальних мереж щодо розміщення політичної реклами особами, які проживають у цих країнах.
2. Проведення зустрічей у закритих державних та приватних приміщеннях (муніципальні зали, конгрес-центри, бари, ресторани та бібліотеки, що знаходяться під управлінням діаспори або пов'язані нею, тощо): деякі зустрічі було організовано за участю політичних лідерів країни походження. Ці заходи супроводжувалися роздачею передвиборчих брошур, а у разі приватних приміщень — розміщенням передвиборчих плакатів за згодою власника приміщення. Наприклад, Союз міжнародних демократів (UID) у Туреччині створив місцеві представництва по всьому світу, завданням яких є координація зусиль з консолідації влади за кордоном. Разом із Партією справедливості та розвитку (Партія АК) вони організовували мітинги й проводили приховану передвиборчу агітацію в релігійних установах. Інший вартий уваги приклад: деякі італійські партії та кандидати проводили агітацію в Бельгії, розміщуючи невеликі плакати в ресторанах або громадських місцях, де зазвичай збирається італійська діаспора.

Кабінетне дослідження не виявило жодного прикладу, коли реклама кампанії була б розміщена в телерадіомовних ЗМІ приймаючої країни. Натомість у разі британської кампанії проти голосування за кордоном, що проводилася у Франції, представники обох основних партій, які проживали у Франції, прийняли запрошення взяти участь у відкритих дебатах (англійською мовою), організованих міжнародним телеканалом у програмі, присвяченій міжнародним справам. Хоча дебати

Деякі зустрічі було організовано за участі політичних лідерів у країні походження.

мали інформативний характер для більшої частини міжнародної аудиторії, вони були широко розрекламовані серед британської діаспори у Франції й слугували форумом для дебатів.

В інтерв'ю з більшістю опитаних політичних представників зазначалося, що розміщення зовнішніх агітаційних матеріалів було дорогим, неефективним і застарілим. Навіть у минулому, коли розміщення агітаційних матеріалів було поширеним явищем, воно використовувалося лише спорадично і виключно в місцях компактного проживання діаспори.

Розділ 5

КЛЮЧОВІ МІРКУВАННЯ, ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Як наголошується у звіті, законодавство всіх держав-членів ЄС регулює ведення на власній території виборчої кампанії іноземною країною. Деякі закони можуть не містити прямої заборони на таку діяльність, однак розгляд інших аспектів, як-от забезпечення рівних умов для проведення агітації, дозвіл на проведення агітації іншими мовами або залучення іноземних пожертвувачів для таких цілей, вказує на необхідність попереднього обговорення та узгодження з приймаючою країною.

Органам влади, які вирішують, чи проводити агітаційну діяльність за кордоном і як її регулювати, важливо враховувати кілька міркувань.

По-перше, за відсутності міжнародних зобов'язань та законодавчої бази, право на проведення кампанії в іншій країні може вимагати співпраці з приймаючою країною. Деякі держави можуть не дозволяти агітаційну діяльність іноземним громадянам через політичні причини або з міркувань суверенітету та безпеки. Тому необхідно попередньо узгодити з приймаючою країною форми та умови проведення кампанії.

По-друге, надання можливості учасникам виборів проводити агітацію за кордоном може надати перевагу діючій владі або великим і авторитетним політичним партіям, що може поставити в не вигідне становище малі партії, незалежних кандидатів або жінок-кандидатів. Забезпечення рівних умов для всіх учасників виборчих перегонів вимагатиме розробки та дотримання правил проведення агітаційних заходів за кордоном.

За відсутності міжнародних зобов'язань і законодавчої бази, право на проведення кампанії в іншій країні може вимагати співпраці з приймаючою країною.

По-третє, політичні партії та кандидати, які раніше проводили кампанії за кордоном, показують, що багато різних заходів є можливими та ефективними. Однак вони здебільшого були спрямовані лише на давні діаспорні громади та були малопомітними.

Нарешті, інтенсивність кампанії та інформація, яку отримував електорат, була різною в різних країнах, зокрема у країні походження, залежно від наявних умов і домовленостей про способи проведення кампанії. У той час як кампанії у соціальних мережах можуть бути загалом ідентичними, незалежно від місця проведення, інші засоби агітації, як-от зустрічі з виборцями та великі збори, можуть ставити виборців у нерівне становище в разі наявності різноманітних законодавчих обмежень.

Органам влади та, певною мірою, суб'єктам виборчого процесу країни, які проводять вибори на території держави-члена ЄС, рекомендується:

- визначити найбільш ефективні способи агітації, які ставлять у рівне становище як учасників, так і електорат; і
- обговорити та узгодити з приймаючою державою форми, можливості та умови проведення кампанії.

**Інтенсивність
кампанії та
інформація,
яку отримував
електорат, була
різною в різних
країнах, зокрема у
країні походження,
залежно від
наявних умов і
домовленостей про
способи проведення
кампанії.**

Розділ 6

АВСТРІЯ

6.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Закон «Про зібрання» 1953 року (Versammlungsgesetz) є основним законодавчим актом Австрії, що регулює здійснення права на свободу зібрань (див. Federal Chancellery of the Republic of Austria 1953). Стаття 2(1) встановлює, що кожен, хто хоче провести публічне зібрання, повинен повідомити про це владу в письмовій формі щонайменше за 48 годин до запланованого проведення зібрання, вказавши його мету, місце і час проведення. Повідомлення має бути отримано органами влади не пізніше, ніж за 48 годин до запланованої зустрічі. Органом, визначеним у статті 16, може бути Управління державної поліції або районна адміністрація.

У той час як право на зібрання забезпечується, стаття 6 встановлює умови для відмови у реалізації цього права. Зокрема, в ньому зазначено, що (1) «[а] зібрання, мета яких суперечить кримінальному законодавству або проведення яких загрожує громадській безпеці чи суспільному благу, повинні бути заборонені владою» і (2) «зібрання, які слугують політичній діяльності громадян третіх країн і суперечать визнаним міжнародно-правовим принципам і практиці або зобов'язанням за міжнародним правом, основним демократичним цінностям або зовнішньополітичним інтересам Австрійської Республіки, можуть бути заборонені».



6.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

На загальнонаціональних виборах не робиться різниці між політичною та комерційною рекламою. Тому розміщення політичних і комерційних плакатів відбувається за однаковими правилами.

На місцевому рівні таке розмежування може бути зроблено, як у випадку з регіональним документом Тіролю про вибори до муніципальної ради та мера у 2022 році (див. Office of the Tyrolean Provincial Government, Department of Municipalities 2021). У таких випадках дозвіл на розміщення необхідно запитувати на місцевому рівні (див. [інформацію про зовнішню рекламу](#), Палата економіки Австрії, 2024 рік). Затвердження зовнішньої реклами зазвичай дозволено законодавством у цій місцевості. Однак за межами цієї місцевості необхідно отримати дозвіл на дорожній рух (відповідно до правил дорожнього руху) від районної адміністрації з міркувань безпеки дорожнього руху на муніципальних, земельних та федеральних дорогах (див. [інформацію про зовнішню рекламу та правила дорожнього руху](#), Палата економіки Австрії 2024). Водночас, згідно зі статтею 84 [Правил дорожнього руху](#) 1960 року, реклама та оголошення на дорогах забороняються на відстані 100 м від краю дороги за межами населених пунктів.

6.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Відповідно до законодавства про ЗМІ, передвиборча реклама чітко підпадає під визначення реклами. Згідно з цими правовими джерелами, політична реклама також підпадає під термін «реклама» (див. інформацію, надану [Палатою економіки Австрії](#) 2020).

Громадська Австрійська телерадіомовна корпорація (Österreichischer Rundfunk, ORF) є найбільшим медіапровайдером країни. Хоча юридично ORF не має обмежень щодо трансляції платної політичної реклами, ця практика заборонена внутрішніми правилами (див. ODIHR/OSCE 2022 Needs

Assessment Mission Report for the Republic of Austria Presidential Election). Діяльність парламентських партій висвітлюється як у державних, так і у приватних засобах масової інформації в різних форматах, включаючи програми новин, телевізійні дебати, програми про поточні події та політичні ток-шоу.

У розділі 31 [Закону «Про аудіовізуальні медіапослуги»](#) від 2023 року згадуються загальні вимоги до аудіовізуальної комерційної комунікації. Серед іншого, аудіовізуальна комерційна комунікація не може принижувати людську гідність, містити або пропагувати дискримінацію за ознаками статі, расового чи етнічного походження, національності, релігії чи переконань, інвалідності, віку або сексуальної орієнтації.

6.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національне законодавство не регулює проведення виборчих кампаній за кордоном, за винятком деяких обмежень права на зібрання, як це передбачено статтею 6 Закону «Про зібрання» 1953 року.

У 2017 році Австрія відмовила президенту Туреччини Реджепу Таїпу Ердогану в праві проводити агітацію в Австрії напередодні референдуму в Туреччині щодо надання йому більших повноважень. Відмова була обґрунтована ризиком посилення суперечок і перешкоджання інтеграції меншин країни.

Розділ 7

БЕЛЬГІЯ



7.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Згідно з Конституцією Бельгії, громадяни мають право збиратися мирно і без зброї, відповідно до законів, які можуть регулювати здійснення цього права, без попереднього дозволу (див. [Конституцію Бельгії](#) 1994: стаття 26). Це положення не поширюється на зібрання просто неба, які повністю підпорядковуються поліцейському законодавству.

Кампанія в основному регулюється Законом «Про обмеження і контроль виборчих витрат на федеральних виборах і підзвітність політичних партій» 1989 року.

За даними Бельгійської інформаційної та офіційної служби (без дати), бажано звернутися до муніципалітету, який прийматиме захід, оскільки правила його організації можуть відрізнятися залежно від муніципалітету.

7.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Розміщення комерційної реклами регулюється окремо на федеральному, регіональному та муніципальному рівнях. Кожен регіон (Фландрія, Валлонія та Брюссельський столичний регіон) має власні правила, які зазвичай застосовуються на муніципальному рівні, з можливими додатковими обмеженнями

(див. General Police Regulation for the 19 Municipalities of Brussels, Brussels n.d.).

Стаття 5 Закону від 4 липня 1989 року забороняє політичну рекламу під час виборчих кампаній. Це включає розміщення плакатів або трансляцію комерційних рекламних роликів на радіо, телебаченні та в кінотеатрах (див. [Law on the Limitation and Control of Electoral Expenses](#) 1989). Однак у статті 5 також зазначається, що губернатор провінції встановлює за розпорядженням поліції умови розміщення виборчих плакатів та організації моторизованих караванів.

7.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Закон «Про обмеження та контроль за виборчими витратами» 1989 року забороняє політичну рекламу під час виборчого періоду в аудіовізуальних засобах масової інформації та кіно на місцевих і національних виборах.

У 2014 році було скасовано заборону на платну агітаційну рекламу в Інтернеті (див. [Закон 2014 року](#) про внесення змін до Закону від 4 липня 1989 року, стаття 9).

Комерційна реклама додатково регулюється положеннями [Господарського кодексу](#) 2013 року. Реклама визначається як будь-яка форма комунікації, призначена для прямого чи опосередкованого просування товарів, послуг або іміджу компанії, організації чи особи, що займається комерційною, промисловою або ремісничою діяльністю або здійснює регламентовану діяльність.

[Вища аудіовізуальна рада Федерації Валлонія-Брюссель та Фламандський регулятор з питань ЗМІ](#) — це два органи з нагляду за засобами масової інформації.

7.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Як показало кабінетне дослідження, під час виборів 2022 року в Італії деякі італійські партії та кандидати проводили агітацію в Бельгії, оскільки Бельгія вважається частиною одного з чотирьох італійських закордонних виборчих округів. Кампанія в основному проводилася через розміщення невеликих плакатів у ресторанах або громадських місцях, де зазвичай збирається італійська діаспора. Агітаційні листівки також розсилалися виборцям за списками адрес, наданими італійськими установами.

За словами одного з представників кандидата, який брав участь в агітаційній кампанії, жодних обмежень чи проблем під час їхньої агітаційної діяльності за кордоном не виникало.

Розділ 8

БОЛГАРІЯ

8.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Закон «Про збори, мітинги та демонстрації» 1990 року передбачає, що агітаційні заходи можуть організовуватися громадянами, об'єднаннями громадян, політичними та іншими громадськими організаціями. Згідно з цим же законом, організатори зобов'язані письмово повідомити мера муніципалітету, де проводиться захід, щонайменше за 48 годин до його початку, із зазначенням організатора, мети, місця і часу проведення. Для проведення демонстрації необхідно подати повідомлення за 72 години, а також вказати маршрут. Якщо міський голова забороняє проведення заходу, це рішення може бути оскаржено в адміністративному суді.



8.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Стаття 1.1 [Виборчого кодексу](#) 2014 року застосовується до проведення виборів у Болгарії (як на місцевому, так і на національному рівні).

Можна укладати контракти з провайдерами реклами для розміщення агітаційних повідомлень на наявних рекламних площах (включно з рекламними щитами).

За дозволом на розміщення плакатів у громадських місцях слід звертатися до муніципальних органів влади. Стаття 185.1 Виборчого кодексу забороняє розміщення матеріалів передвиборчої агітації поза межами періоду виборчої кампанії.

8.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Суспільний мовник у Болгарії зобов'язаний висвітлювати вибори відповідно до принципів рівності та об'єктивності, а також надавати безплатний ефірний час кожному учаснику національних виборів.

[Закон «Про радіо і телебачення»](#) 1999 року регулює комерційну рекламу, зокрема з метою «просування справи або ідеї», тому будь-яка трансляція комерційних повідомлень підпадає під його правила (див. п. 3.4: Реклама у традиційних ЗМІ). Стаття 12 передбачає, що передачі можуть вестися іноземною мовою, якщо вони мають освітні цілі, призначені для громадян Болгарії, для яких болгарська мова не є рідною, або призначені для слухачів чи глядачів з-за кордону.

8.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Кабінетний аналіз не виявив жодної такої практики.

Розділ 9

ХОРВАТІЯ

9.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

[Закон про громадські зібрання](#) 1999 року гарантує право на мирні зібрання кожному, як громадянину, так і іноземцю.

Політичні чи агітаційні збори підпадають під категорію «Мирні зібрання та громадські протести». Для того щоб провести збори, місцева поліція повинна бути повідомлена про них щонайменше за 5 днів до їх проведення, а за «особливо виправданих обставин» — за 48 годин до їх початку.

Міністр внутрішніх справ може заборонити проведення зібрання з підстав, зазначених у статті 14 Закону «Про громадські зібрання», і це рішення може бути оскаржено в адміністративному суді.

Усі деталі, пов'язані зі скликанням публічного зібрання, зокрема, права та обов'язки організатора та учасників, вичерпно роз'яснюються на урядовому інформаційному порталі (див. відповідну інформацію за посиланням [e-Gradani n.d.](#)).



9.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Політична реклама у вигляді розміщення зовнішніх матеріалів не обмежується національними та місцевими виборами.

Місця для розміщення рекламних матеріалів надаються як муніципалітетами, так і приватними провайдерами.

Визначення умов розміщення реклами та плакатів є прерогативою муніципалітетів з метою підтримання громадського порядку (див. Закон «Про комунальне господарство» від 2024 року, стаття 104). Для розміщення рекламних матеріалів у громадських місцях зазвичай потрібен дозвіл муніципалітету. Отже, з цього приводу слід звертатися до відповідних муніципальних органів влади.

Деякі рекламні місця здаються в оренду та управляються приватними компаніями (включаючи білборди, світлові панелі), і в цьому разі договір укладається безпосередньо з приватним провайдером.

9.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАВАННЯХ)

На національних виборах суспільний мовник у Хорватії зобов'язаний надати кожному кандидату щонайменше п'ять хвилин безплатного ефірного часу на телебаченні та радіо. Державні та приватні телеканали мають право на проведення по одному дебату під час виборчої кампанії.

Закон «Про електронні засоби масової інформації» 2021 року забороняє політичну рекламу на радіо і телеканалах, що здійснюється «політичними партіями, коаліціями та незалежними представниками в хорватському парламенті та [обраними] незалежними членами представницьких органів місцевого та регіонального самоврядування...», крім випадків проведення виборчих кампаній» (Закон «Про електронні засоби масової інформації» 2021 року, статті 34(3) та 41). Хоча здається, що ця заборона спрямована на обраних хорватських політичних діячів у парламенті та у місцевому самоврядуванні, ще належить з'ясувати у хорватської влади, чи дозволяє це іноземним партіям розмішувати рекламу, пов'язану з виборами,

з огляду на те, що Закон 2021 року не містить жодних положень, пов'язаних з виборчими кампаніями іноземних партій.³

Закон «Про електронні засоби масової інформації» також передбачає, що «в аудіо- та аудіовізуальних засобах масової інформації забороняється заохочувати та поширювати ненависть або дискримінацію за ознаками расової чи етнічної приналежності або кольору шкіри шкіри, статі, мови, релігії, політичних чи інших переконань, національного чи соціального походження, майнового стану, членства у профспілках, освіти, соціального становища, сімейного стану, віку, стану здоров'я, інвалідності, генетичного фонду, гендерної ідентичності, самовираження чи сексуальної орієнтації, а також антисемітизм та ксенофобію, ідеї фашистського, нацистського, комуністичного та інших тоталітарних режимів» (див. Закон «Про електронні засоби масової інформації» від 2021 року, стаття 14).

Політична реклама дозволена в Інтернеті, друкованих ЗМІ, а також у соціальних мережах. Відповідальність за зміст реклами несе виключно рекламодавець.⁴

9.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Кабінетний аналіз не виявив жодної такої практики.

3 Під час громадських консультацій перед прийняттям Закону «Про електронні ЗМІ» 2021 року юридичні коментатори підкреслили, що запропонована редакція статті 34(3) дозволяє рекламу партій, коаліцій та представників, які не є в хорватському парламенті (e-Građani 2020). Законодавці розглянули це зауваження та прийняли текст без змін.

4 Дивіться Закон «Про електронні засоби масової інформації» 2021 року.

Розділ 10

РЕСПУБЛІКА КІПР

10.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Передвиборча агітація значною мірою не регулюється. На території Кіпру не потрібно отримувати дозвіл на проведення зібрання. Не існує нормативно-правових актів, що регулюють проведення публічних зібрань під час виборчих кампаній.

10.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Розміщення плакатів регулюється на муніципальному рівні. Відповідно до статті 44 Закону «Про муніципалітети» 52(I)/2022, муніципалітет відповідає за видачу дозволів на розміщення реклами відповідно до положень Закону «Про розміщення (контроль) реклами» та Закону «Про містобудування та просторове планування», а також відповідних муніципальних правил (див. [Закон № 52\(I\)/2022](#) «Про компетенції муніципалітетів»).

Стаття 58 цього ж закону повторює, що розміщення рекламних вивісок у межах муніципалітету можливе лише після отримання дозволу, виданого муніципалітетом. Умови використання визначені в цьому дозволі відповідно до чинного муніципального законодавства та відповідних положень [Закону про розміщення \(контроль\) реклами](#) 1959 року, Закону

про безпеку дорожнього руху та [Закону про містобудування та територіальне планування](#) 1972 року.

10.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

На загальнонаціональних виборах суспільний мовник зобов'язаний забезпечити однакове ставлення до кандидатів за шість місяців до виборів, а приватні мовники — за три місяці. Приватні ЗМІ можуть розпочати трансляцію платної політичної реклами в будь-який час, але регулюється і контролюється лише 40-денний період до дня виборів.

Відповідно до закону «Про консолідацію та перегляд законів, що регулюють заснування, встановлення та діяльність радіо- і телемовників», зі змінами, внесеними у 2021 році, політична реклама — це будь-яке оголошення або повідомлення, що транслюються в обмін на оплату або за аналогічну винагороду кандидатом на президентських виборах, парламентських виборах, виборах до Європейського парламенту або будь-яких інших виборах (див. [Закон «Про радіо і телебачення»](#) від 1998–2021 років, стаття 2).

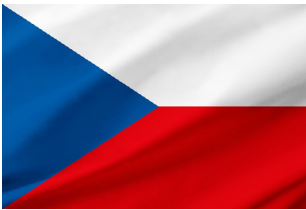
10.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Кабінетний аналіз не виявив жодної такої практики.

Розділ 11

ЧЕХІЯ



11.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Закон «Про право на зібрання» 1990 року передбачає, що кожен має право на мирні зібрання (це стосується й іноземців) (див. [Закон 84/1990 Sb.](#) про право на зібрання).

Організатором зібрання повинна бути фізична особа, яка досягла 18 років, група осіб або юридична особа, зареєстрована в Чехії.

Громадські зібрання не потребують отримання попереднього дозволу. Однак принаймні за 5 днів і не більше ніж за 6 місяців до дати проведення зібрання необхідно повідомити про нього муніципальну владу за місцем проведення зібрання. Це потрібно, щоб дати змогу правоохоронним органам забезпечити громадський порядок.

Хоча заборони на громадські зібрання трапляються рідко, муніципальна влада може заборонити проведення зібрання з метою забезпечення громадського порядку, безпеки та захисту прав людини, здоров'я та власності.

Всі деталі, пов'язані зі скликанням публічного зібрання, зокрема, права та обов'язки організатора та учасників, вичерпно роз'яснюються Міністерством внутрішніх справ (МВС) (див. [відповідну інформацію](#) на сайті МВС, Чехія, Міністерство внутрішніх справ без дати).

11.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Місця для розміщення рекламних матеріалів регулюються як муніципалітетами (визначені громадські місця), так і приватними компаніями.

Закон «Про муніципалітети» 2000 року дозволяє органам місцевого самоврядування самостійно регулювати розміщення рекламних матеріалів (див. [Закон 128/2000 Sb.](#) «Про муніципалітети»). Отже, кожен муніципалітет вільний приймати рішення щодо кількості та обсягу рекламних місць, вартості оренди та будь-яких інших застосовних правил, як-от резервування певних місць лише для реклами культурних подій. Політична партія повинна звернутися до відповідного муніципалітету, де вона бажає розмістити агітаційні матеріали, для обговорення можливості та умов розміщення політичної реклами.

Окрім державних організацій існують також приватні компанії, які самостійно визначають умови розміщення реклами. Білборди переважно перебувають у приватній власності, і їхні власники також повинні мати необхідний дозвіл.

11.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Закон «Про телебачення і радіомовлення» 2001 року забороняє політичну рекламу на всіх теле- і радіостанціях, за винятком періодів передвиборчої кампанії, пов'язаної з чеськими виборами, коли ефірний час виділяється кандидатам на громадському телебаченні та радіо згідно з відповідним виборчим законодавством (див. [Закон 231/2001 Sb.](#) «Про телебачення і радіомовлення»).

Політична реклама дозволена у друкованих засобах масової інформації, і останні не несуть відповідальності за зміст реклами, яку вони публікують.

Проте вони зобов'язані надати відповідь, якщо «честь, гідність, недоторканність приватного життя або добре ім'я та

репутація» фізичної чи юридичної особи ставляться під сумнів у повідомленні, яке вони опублікували. Відповідь має бути запитана постраждалою стороною (див. [Закон 46/2000 Sb.](#) «Про періодичні друковані засоби масової інформації»).

Політична реклама в інтернет-ЗМІ наразі не регулюється і здебільшого є предметом саморегулювання провайдерів. Однак нещодавнє рішення Конституційного Суду (2020) вказує на те, що (принаймні деякі) правила, що застосовуються до друкованих ЗМІ та політичної реклами, що з'являється в них, також застосовуються за *аналогією* до онлайн-ЗМІ, оскільки вони виконують таку ж функцію та мають навіть ширше охоплення (див. [рішення Конституційного Суду № 2257/18](#), червень 2020 року). На цьому етапі судова практика не є достатньо чіткою, тому ця сфера підлягає подальшому розвитку.

Політична реклама на соціальних платформах не регулюється на національному рівні. Отже, реклама в соціальних мережах підпорядковується лише внутрішнім правилам провайдерів (Meta, YouTube, X тощо) та загальним правилам ЄС.

11.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Кабінетний аналіз не виявив жодної такої практики.

Розділ 12

ДАНІЯ

12.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Законодавство гарантує право на мирні зібрання лише громадянам. Однак данський термін «громадяни» (*borgerne*) також включає *indbyggerne* та *beboerne*, що перекладаються як «мешканці» та «жителі». Отже, законодавство не обмежує право на мирні зібрання громадянам Данії або особам з данським громадянством; це право також поширюється на тих, хто проживає — навіть тимчасово — в Данії (рекомендації з цього питання надані Christensen, Jensen and Jensen 2015).

Попередній дозвіл на зібрання не потрібен, але учасники не повинні бути озброєними.

Поліція має право бути присутньою і повинна отримати повідомлення про публічне зібрання не пізніше, ніж за 24 години до початку заходу. Однак у разі відсутності такого повідомлення зібрання не стає незаконним. У цьому відношенні передбачений положенням 24-годинний термін не є абсолютним. Якщо не вдалося вкластися в термін через те, що подію не було заплановано з такою завчасністю, потрібно просто сповістити поліцію відразу після прийняття рішення.

Публічні зібрання можуть бути заборонені, якщо існує ризик порушення громадського спокою та порядку (див. [Закон «Про діяльність поліції»](#) від 2019 року, розділи 4, 7, 8, та [наказ «Про охорону громадського порядку»](#) від 2005 року, розділи 3–5, 8, 9). Хоча ці нормативно-правові акти в основному визначають



роль та обов'язки міліції щодо публічних зібрань, саме право громадян на мирні зібрання гарантується [Конституційним законом](#) 1953 року (стаття 79).

12.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Розміщення зовнішніх агітаційних матеріалів дозволено в муніципалітетах, уздовж доріг загального користування та на відкритій місцевості.

Загалом, показ агітаційних плакатів, які не перевищують 0,8 м² за розміром, не потребують попереднього дозволу, якщо вони відповідають детальним правилам, викладеним у розділі «Виборчі плакати» Закону «Про автомобільні дороги загального користування» від 2023 року. Ці правила спрямовані на забезпечення безпеки дорожнього руху і стосуються, зокрема, відстані від дороги та висоти, на якій розміщується плакат. Правила також вичерпно пояснюються на вебсайті МВС та Данського дорожнього управління (див. відповідну інформацію на вебсайтах [Данського дорожнього управління](#) (2024 рік)).

Всі інші формати агітаційних матеріалів, як-от більші плакати, банери та екрани, потребують попереднього дозволу від муніципалітету або Данського дорожнього управління.

Всі ці правила розроблено для застосування до виборів у Данії та виборів до Європейського парламенту. Данії потрібно буде нове законодавство, якщо ті самі правила застосовуватимуться до іноземної виборчої кампанії.

Розміщення зовнішніх рекламних матеріалів, не пов'язаних із виборами в Данії, регулюється муніципалітетами. Наслідком цього є широкий спектр різних правил по всій країні. Однак загальною рисою цього виду реклами є необхідність отримати попередній дозвіл від муніципалітету. Зокрема, деякі муніципалітети вимагають, щоб оприлюднена інформація була цікавою для широкого кола громадян і відвідувачів муніципалітету, щоб рекламована діяльність була відкритою для участі всіх охочих, і щоб вона відбувалася в межах муніципалітету.

12.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Трансляція політичної реклами на телебаченні в Данії заборонена. Ця заборона стосується реклами «політичних партій, політичних рухів, виборних представників, висунутих кандидатів на виборах», а також «організацій роботодавців, профспілок і релігійних рухів» (див. [Закон «Про діяльність радіо і телебачення» 2020 року](#), розділ 76, підрозділ 3, і [наказ «Про рекламу і спонсорство програм» 2020 року](#), розділ 14).

Крім того, заборонено трансляцію як на телебаченні, так і на суспільних радіостанціях програм, спонсорами яких є представник будь-якої з таких категорій:

- організації роботодавців;
профспілки;
політичні партії; та
релігійні рухи (див. Закон 2020 року [«Про діяльність радіо і телебачення»](#), розділ 83, підрозділ 2, та наказ 2020 року [«Про рекламу та спонсорство програм»](#), розділ 29).

Політична реклама у друкованих та інтернет-ЗМІ дозволена. Відповідальність за зміст реклами спільно несуть «особа, яка звернулася з проханням про розміщення реклами, будь-яка особа, яка допомагала в цьому, та редактор ЗМІ». ЗМІ зобов'язані безплатно опублікувати відповідь, якщо опублікована ними інформація може завдати будь-якої фінансової або іншої значної шкоди (див. [Закон «Про відповідальність ЗМІ» 2014 року](#), глава 3, розділ 27 та глава 6).

Поведінка засобів масової інформації, включаючи кілька загальних правил щодо реклами, додатково регулюється Правилами етики преси 2013 року, а Данська рада з питань преси (*Pressenaevnet*) відповідає за нагляд за їх застосуванням.

12.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Аналіз показав, що французька правляча партія «Відродження» має філію в Данії й проводить агітаційну діяльність під час виборів у Франції серед французьких громадян, які там проживають.

Партія зазвичай фокусується:

- на проведенні кампанії в соціальних мережах;
- на проведенні особистих зустрічей у закритих громадських та приватних приміщеннях (муніципальні зали, бари чи ресторани); та
- на надсиланні партійних політичних програм та виборчих брошур поштою виборцям, оскільки посольство Франції надає політичним партіям данські поштові адреси громадян Франції, зареєстрованих у посольстві для участі у виборах.

Розділ 13

ЕСТОНІЯ

13.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Закон «Про забезпечення правопорядку» 2011 року, який регулює проведення публічних зібрань, визначає відповідні умови та вимоги. Організатором може бути повнолітня фізична особа, яка є громадянином ЄС або іноземцем, який перебуває в Естонії на підставі дозволу на довгострокове або постійне проживання, або юридична особа. Організатор повинен письмово повідомити про це територіально компетентну префектуру поліції не пізніше ніж за чотири робочі дні, але не раніше ніж за три місяці до проведення асамблеї. Закон 2011 року також визначає умови, за яких публічне зібрання може бути заборонено або припинено, і вони стосуються насамперед підтримання громадського порядку та уникнення безпосередньої небезпеки.

Крім того, публічні зібрання забороняються, якщо вони розпалюють ненависть, насильство або дискримінацію за ознаками національності, раси, кольору шкіри, статі, мови, походження, релігії, сексуальної орієнтації, політичних переконань, майнового або соціального стану, або якщо їхньою метою є вчинення злочинів чи підбурювання до їх вчинення.⁵



⁵ Закон «Про правоохоронну діяльність» 2011 року, розділ 2, «Громадські зібрання», пп. 58-73. Слід зазначити, що Конституція Республіки Естонія 1992 року, п. 47, гарантує право на мирні зібрання «кожному». Однак Закон «Про правоохоронні органи» обмежує обсяг цього права лише певними категоріями осіб (переліченими в тексті).

13.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Закон «Про рекламу» 2008 року надає муніципалітетам прерогативу встановлювати правила розміщення зовнішньої реклами, зокрема регулювати умови оренди та місця для розміщення реклами (див. [Закон «Про рекламу» 2008 року](#), п. 13).

Муніципалітети також встановлюють правила, щоб уникнути засмічення громадських місць і рекламних матеріалів; отже, їх не можна розміщувати у випадкових місцях, а лише у відведених для цього місцях. Наслідком цього є широкий спектр різних правил по всій країні.

На практиці муніципалітети здають частину рекламних площ в оренду приватним компаніям. У цьому разі слід укласти контракт безпосередньо з цими компаніями.

Використання рекламних площ, які залишаються в управлінні муніципалітету, зазвичай вимагає попереднього дозволу. Деякі муніципалітети спеціально передбачають у своїх правилах безплатне розміщення матеріалів передвиборчої агітації (див. [положення про рекламу](#) муніципалітету Халджала).

Інші муніципалітети вимагають, щоб реклама завжди розміщувалася естонською мовою, з додатковим перекладом на іноземну мову, якщо рекламодавець цього бажає (див. [рекламні правила](#) міста Таллінн у сфері охорони спадщини).

Розміщення реклами на приватній власності потребує попередньої згоди виключно власника.

13.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Реклама на теле- і радіостанціях регулюється [Законом «Про медіапослуги» 2010 року](#), але політична реклама в них не заборонена (див. [Закон «Про медіапослуги» 2010 року](#), пп. 28, 29). Слід зазначити, що Естонській національній

телерадіокомпанії взагалі заборонено транслювати рекламу. Кілька допустимих винятків не пов'язані з політичною або передвиборчою рекламою (див. [естонський Закон «Про телерадіомовлення»](#) 2007 року, п. 11).

Аналогічно, політична реклама дозволена у друкованих та інтернет-ЗМІ. Преса значною мірою саморегулюється, спираючись на [Кодекс етики](#) Естонської ради з питань преси (без дати), який заохочує до належної поведінки. Кодекс встановлює деякі основні правила щодо реклами, але не стосовно політичної реклами.

13.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Приблизно 6% населення Естонії є громадянами Росії з подвійним громадянством. Отже, вони мають право голосу на російських виборах. У минулому на території Естонії було організовано до дев'яти спеціальних виборчих дільниць для голосування таких виборців. З погляду агітації, ці виборці мають регулярний доступ до російських медіаканалів, а також споживають інформацію в соціальних мережах. Опитані естонські політологи не знають жодного іншого типу передвиборчих заходів, проведених в Естонії російськими політичними партіями (наприклад, жодних особистих зустрічей або мітингів за участю або без участі російських політиків, жодних партійних осередків, жодної розсилки передвиборчих брошур поштою).

Розділ 14

ФІНЛЯНДІЯ



14.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Законодавство передбачає, що кожен має право на мирні зібрання (тобто громадяни Фінляндії, а також іноземці; див. Закон «Про зібрання» 1999 року).

Зустрічі можуть бути організовані особами, які досягли 15 років, а також громадою або фондом. Письмове або усне повідомлення про зібрання, що проводяться на відкритому повітрі у громадських місцях, повинно бути зроблено в поліцію щонайменше за 24 години. Повідомлення, зроблене пізніше, також може вважатися дійсним, якщо організація зібрання не завдає необґрунтованої шкоди громадському порядку. Хоча закон не передбачає можливості заборонити публічне зібрання, поліція має право давати вказівки під час зібрання, переривати або припиняти його з причин, пов'язаних із підтриманням громадського порядку та безпеки.

14.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Місця для розміщення рекламних матеріалів надаються як муніципалітетами, так і приватними провайдерами.

Муніципалітети відповідають за регулювання реклами на своїй території й часто здають деякі місця для зовнішньої реклами

в оренду приватним особам. У цьому разі договір укладається безпосередньо з приватним провайдером.

Крім того, муніципалітети також визначають публічні місця, призначені для розміщення реклами, і залишають за собою управління процедурами оренди. Використання цих просторів зазвичай вимагає попереднього дозволу від муніципалітету. Хоча це не передбачено законом, муніципалітети зазвичай надають публічні місця для реклами, яку розміщують кандидати під час фінських виборів. Вони зазвичай надають дуже детальні місцеві правила для цього виду реклами за розміром та відстанню від дороги, але не за змістом (див. [Виборчий портал](#), а приклад правил розміщення зовнішньої передвиборчої реклами можна знайти на сайті [Муніципалітету Лог'я](#), без дати).

Ці правила слід розглядати разом із правилами щодо придорожньої реклами, виданими Агентством транспорту і зв'язку Фінляндії, які зосереджені на безпеці дорожнього руху, але, як і у разі з муніципалітетами, не на змісті реклами (див. Правила щодо придорожньої реклами від 2005 року та оголошення Агентства транспорту і зв'язку Фінляндії).

14.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Загалом, реалізація свободи слова в засобах масової інформації однаковою мірою стосується як громадян Фінляндії, так і іноземців (див. [Закон «Про використання свободи слова в засобах масової інформації»](#) 2003 року та [обґрунтування уряду](#) 2002 року щодо необхідності запровадження цього закону).

Політична реклама на телебаченні та радіо не заборонена. Нечисленні правила, які застосовуються до реклами в цих медіа, детально викладено в Законі «Про електронні комунікаційні послуги» від 2014 року. Однак вони є більш актуальними для медіаоператорів, ніж для самих рекламодавців (див. [Закон «Про електронні комунікаційні послуги»](#) 2014 року, глава 26, «Маркетинг»). Аналогічно, політична реклама не заборонена ні в друкованих, ні в інтернет-ЗМІ.

Водночас всі види ЗМІ зобов'язані публікувати:

- відповідь у разі, якщо приватна особа вважає повідомлення образливим; і
- виправлення будь-якої інформації, опублікованої про приватну особу, спільноту чи фонд є некоректним.

Запит на обидва способи виправлення потрібно подавати безпосередньо відповідальному редактору (див. [Закон «Про використання свободи слова в засобах масової інформації»](#) від 2003 року, глава 3, «Відповідь і виправлення»).

Політична реклама не регулюється загальними законодавчими актами про рекламу і не підпадає під юрисдикцію Ради з рекламної етики. Аналогічно, «Керівництво для журналістів», саморегулюючий документ, створений Радою з питань ЗМІ, не містить жодних конкретних правил щодо публікації політичної реклами (див. [Рада з питань ЗМІ у Фінляндії](#), «Керівництво для журналістів»).

14.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Кабінетний аналіз не виявив жодної такої практики.

Розділ 15

ФРАНЦІЯ

15.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Національне законодавство гарантує право на мирні зібрання всім громадянам.

Кодекс внутрішньої безпеки Франції (2012a) містить детальні правила щодо публічних зібрань (див. Кодекс внутрішньої безпеки, глава 1, розділи 1 і 5). Останні не потребують попереднього дозволу. Однак щонайменше за 3 дні й не більше ніж за 15 днів до дати проведення зібрання організатор повинен повідомити муніципальну владу місця, де буде організовано зібрання, а якщо це Париж, повідомлення має бути подано до поліції. У всіх випадках поліція має право заборонити зібрання, якщо вона вважає, що воно може порушити громадський порядок. Таке рішення може бути оскаржено в адміністративному суді.

Усі деталі, пов'язані зі скликанням публічного зібрання, зокрема права та обов'язки організатора та учасників, вичерпно роз'яснюються на урядовому інформаційному порталі Офісу прем'єр-міністра (див. [відповідну інформацію](#) на урядовому інформаційному порталі, République Française 2023).



15.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Місця для розміщення рекламних матеріалів надаються як муніципалітетами (спеціально відведені громадські місця), так і приватними провайдерами.

На додаток до національних правил щодо зовнішньої реклами, муніципалітети можуть додатково обмежувати території, на яких дозволена реклама (див. [Екологічний кодекс 2012b](#), розділ «Зовнішня реклама», статті R581-22 — R581-57).

Муніципалітети виділяють кандидатам спеціальні місця для розміщення агітаційної реклами та плакатів на виборах у Франції. Учасники можуть розміщувати зовнішні агітаційні матеріали тільки у громадських місцях, спеціально відведених для цієї мети.

Приватна реклама регулюється окремо (див. Орган з питань професійного регулювання реклами, без дати). Коли реклама (зокрема, білборди, світлові табло), якою управляє приватний провайдер, розташована на муніципальній землі, мер може вимагати видалення певної реклами, яка може спричинити ризик порушення громадського порядку. Це рішення може бути оскаржено в адміністративному суді.

Будь-яка реклама іноземною мовою повинна супроводжуватися французьким перекладом (див. [Закон Тубона 1994 року](#) про використання французької мови, стаття 2).

15.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Політична реклама в ефірних та онлайн ЗМІ заборонена в будь-який час (див. [Закон «Леотара» 1986 року](#) про свободу комунікації, стаття 14).

Політична реклама у друкованих ЗМІ дозволена, за винятком шести місяців до дня виборів (див. [Закон 2011-412 «Про прозорість виборчих витрат»](#), стаття 6).

Політична реклама у друкованих ЗМІ не підлягає попередній перевірці жодним органом державної влади й залежить від рішення кожного друкованого засобу масової інформації. Реклама повинна бути чітко ідентифікована як така, повинна поважати приватне життя інших осіб (див. [Цивільний кодекс 1804](#), стаття 9) і відповідати іншим існуючим правилам (див. [саморегульовані деонтологічні правила](#) Органу з професійного регулювання реклами).

Будь-яка реклама іноземною мовою повинна супроводжуватися французьким перекладом (див. [Закон Тубона 1994 року](#) про використання французької мови, стаття 2).

15.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Аналіз виявив численні приклади того, як іноземні партії організовують агітаційні заходи з метою проведення національних виборів на території Франції. Серед них були партії з Великої Британії, Тунісу та Італії. Спільною рисою цих кампаній є те, що для організації агітаційних заходів ці партії спираються на давно сформовану діаспору у Франції, більшість з яких також є громадянами Франції.

Британська лейбористська партія має партійний осередок у Парижі. Перед організацією будь-якої кампанії вони звертаються до поліції (*Préfecture de police de Paris*), щоб визначити, які заходи є дозволеними. Партія зазвичай фокусує свою кампанію на такому:

- особисті зустрічі в культурних і соціальних місцях, пов'язаних із Великою Британією, іноді в присутності кандидата, який прибуває з Великої Британії (британські книжкові магазини, бари та кафе);
- розповсюдження передвиборчих брошур у тих самих місцях серед громадян Великої Британії;

- участь у відкритих дебатах між лейбористською та консервативною партіями в програмах новин (France 24, частина France Médias Monde, що відповідає за французьке міжнародне мовлення); та
 - реклама в соціальних мережах.
1. Туніс має 10 закордонних виборчих округів для виборів до законодавчих органів, які представляють своїх громадян, що проживають за кордоном, 3 з яких розташовані у Франції. Наприклад, туніська партія «Нідаа Тунес» мала численні партійні офіси у Франції (Гренобль, Ліон, Марсель, Ніцца, Тулуза тощо) і зазвичай зосереджувала свою кампанію на:
 - малих і великих особистих зустрічах (великі зустрічі було організовано в орендованих закритих громадських місцях, як-от конгрес-центри, за участю туніських політичних лідерів і могли залучити до 3000 учасників з усієї Франції); і
 - рекламі в соціальних мережах.
 2. Італія має чотири закордонні виборчі округи, і італійці, які проживають у Франції, входять до одного з них. Італійські політики у Франції зазвичай проводять кампанії за допомогою:
 - невеликих особистих зустрічей у культурних та соціальних місцях італійської діаспори (переважно бари та ресторани);
 - розміщення агітаційних матеріалів у цих же місцях за згодою власників;
 - реклами в соціальних мережах; та
 - надсилання виборчих брошур поштою італійським виборцям, оскільки посольства Італії надають політичним партіям відповідний список адрес. (Витрати становлять приблизно 1–2 євро за кожен надісланий лист, а ефективність оцінюється приблизно в 10 відсотків, тобто залучення 80–100 голосів на кожну 1000 надісланих листів.)

Розділ 16

НІМЕЧЧИНА

16.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Відповідно до Закону «Про Федеральні збори» 1953 року, збори — це зібрання кількох осіб у спільному місці. Крім того, між тими, хто збирається разом, повинен існувати внутрішній зв'язок, і вони повинні ставити собі спільну мету, яка не є випадковою.

Хоча стаття 8 Основного закону 1949 року стосується лише німців, іноземні громадяни не позбавлені конституційного захисту. Право іноземців організовувати або брати участь у мирних зібраннях без зброї впливає із загального права на свободу дій, викладеного у статті 2.1 Основного закону; це право поширюється на всіх осіб, тобто не тільки на громадян Німеччини.

Стаття 14 [Закону Федеральних зборів 1953 року](#) встановлює, що кожен, хто має намір провести публічне зібрання просто неба або парад, повинен повідомити про це компетентний орган не пізніше ніж за 48 годин до оголошення заходу, вказавши мету такого зібрання.

Спонтанні громадські зібрання, однак, дозволені за певних умов. Влада може відмовити в дозволі на проведення такої демонстрації або зібрання, якщо захід може загрожувати громадській безпеці або порядку (розділ 15). Тільки обмежувальні судові накази, достатні для відвернення загрози, мають перевагу над такими заходами.



На приватну власність поширюється значно менше обмежень.

Муніципалітети повинні надати дозвіл на таке:

- реклама на білбордах;
- використання гучномовців і мегафонів на вулицях і у громадських місцях;
- встановлення інформаційних стендів на вулицях і у громадських місцях; та
- користування громадськими об'єктами (див. Федеральний уповноважений по виборах 2023 року для отримання інформації, що міститься в передвиборчій рекламі).

Повідомлення має містити інформацію про місце, час і тему запланованого зібрання (див. [Закон «Про свободу зібрань» 2021 року, Берлін](#), стаття 12; див. також [Закон «Про зібрання в Баварії» 2008 року](#), стаття 13).

Демонстрації або публічні зібрання не можуть відбуватися на певній відстані від законодавчих органів та Конституційного суду, якщо на це немає дозволу міністра внутрішніх справ Німеччини або голови відповідного органу. Влада також може заборонити подібні заходи біля меморіалів жертвам нацистського режиму, як-от Меморіал Голокосту в Берліні (див. Jones 2021).

16.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Окремого закону, який би регулював рекламу політичних партій на загальнонаціональних виборах, не існує, а тому при організації інформаційних заходів та розміщенні передвиборчих плакатів застосовуються звичайні правила, яких також повинні дотримуватися підприємства чи об'єднання. У таких випадках для розміщення плакатів необхідно отримати дозвіл від відповідального муніципалітету (див. Федеральний уповноважений по виборах 2023 року для отримання інформації від уряду щодо реклами передвиборчої кампанії).

Правила можуть відрізнятися в різних муніципалітетах. Наприклад, у Нюрнберзі було виставлено плакати Ердогана для проведення турецької виборчої кампанії. Це стало причиною дебатів і критики, після чого прессекретар міста заявив, що законодавчий акт потрібно переглянути з метою недопущення розміщення передвиборчих плакатів іноземних партій у публічних місцях на виборах за кордоном ([Lisovenko 2023](#)).

16.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Відповідно до розділу 8(9) [Medienstaatsvertrag 2024](#) (Угода про мовлення між німецькими землями щодо домовленостей між землями (федеральними землями) про медіазаконодавство земель), «реклама політичного, ідеологічного чи релігійного характеру не допускається» ([Die Medienanstalten](#) — парасольковий бренд, під яким працюють разом 14 державних медіа).

Відповідно до частини 2 статті 68, винятки стосуються лише партій, які беруть участь у виборах до німецького Бундестагу та Європейського парламенту.

Наразі не існує юридичного визначення політичної реклами. Однак, як повідомляється, учасники переговорів досягли попередньої домовленості щодо основних політичних елементів нового положення про прозорість і таргетування політичної реклами (див. пресреліз Європейської Ради 2023 року). Відповідно до тимчасової угоди, політична реклама визначається як підготовка, розміщення, просування, публікація, доставлення або розповсюдження повідомлень:

- політичними суб'єктами, для них або від їхнього імені, за винятком випадків, коли вони мають суто приватний або суто комерційний характер; або
- які несуть відповідальність і мають на меті вплинути на поведінку виборців або результат виборів, референдуму, законодавчого чи регуляторного процесу на рівні ЄС, національному, регіональному чи місцевому рівнях.

На федеральному рівні зазвичай не існує жодних нормативних актів, пов'язаних із медіа, а діяльність телерадіоорганізацій регулюється законодавством *земель*.⁶

16.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Під час аналізу було виявлено кілька прикладів, про які повідомлялося в засобах масової інформації. За даними джерел газети, приблизно 1,5 мільйона турків, які проживають у Німеччині, мали право голосу на загальних виборах у Туреччині у 2023 році. Те саме джерело стверджує, що громадянам країн, які не входять до ЄС, заборонено проводити агітацію в Німеччині протягом трьох місяців перед виборами у своїй країні (див., наприклад, Rinaldi and Wilke 2023; Wieder 2023).

Інше джерело стверджує, що правляча Партія справедливості й розвитку (партія АК) нібито використовувала організацію свого політичного партнера, Союз міжнародних демократів (СМД), для проведення агітації. Заходи кампанії відбувалися не як політичні, а як культурні чи релігійні події (див., наприклад, [статтю від ZDF](#)).

⁶ Згідно з конституційним правом, мовлення в Німеччині є державною справою. Це стосується і нагляду за мовленням. З цієї причини майже в кожній федеральній землі Німеччини є орган з питань ЗМІ (*Medienanstalt*). Берлін і Бранденбург, а також Гамбург і Шлезвіг-Гольштейн мають спільні органи управління ЗМІ. Див. *Основний закон Федеративної Республіки Німеччина*, стаття 23(6).

Розділ 17

ГРЕЦІЯ

17.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Закон «Про публічні зібрання на відкритому повітрі» 2020 року вимагає попереднього повідомлення лише про зібрання на відкритому повітрі, стаціонарні або рухомі зібрання. Повідомлення подається до місцевої поліції чи адміністрації порту в письмовій формі або в електронному вигляді через онлайн-платформу грецької поліції заздалегідь до такого зібрання. Повідомлення повинно містити інформацію про особу та контактні дані організатора, точне місце, час початку та орієнтовний час закінчення, мету та пропонований маршрут зібрання. Організатором може бути фізична особа або законний представник юридичної особи чи об'єднання осіб. Рішення про встановлення обмежень чи заборони публічного зібрання на вулиці може бути оскаржено до Державної ради Греції або до адміністративного суду.



17.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Закон «Про вибори народних депутатів» 2007 року (з останніми змінами у 2023 році) регулює різні аспекти передвиборчої агітації, але він застосовується лише до загальнонаціональних виборів.

Муніципальні органи влади уповноважені виділяти місця для розміщення зовнішньої реклами, а встановлення постійної чи тимчасової зовнішньої реклами вимагає дозволів (див. [Закон «Про зовнішню рекламу» 2001 року](#)).

17.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Платна реклама у традиційних ЗМІ заборонена, а безплатний ефірний час визначається міжпартійним комітетом. Платна реклама в соціальних мережах і на вебсайтах не регулюється.

[Закон № 4779](#) від 2021 року, що включає Директиву ЄС про аудіовізуальні медіапослуги, визначає аудіовізуальну комерційну комунікацію як зображення, призначені для прямого чи опосередкованого просування товарів, послуг або зображень фізичної чи юридичної особи, яка здійснює господарську діяльність.

Телевізійна реклама також визначається у статті 2.1 як форма комунікації, яка стосується просування державного чи приватного підприємства або фізичної особи в контексті комерційної, промислової чи ремісничої діяльності або професії, з метою сприяння наданню товарів чи послуг або низки прав та обов'язків. Ці положення означають, що політична агітація не може вважатися рекламою, і не може бути жодних правових підстав для укладення контракту на таку агітацію.

17.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Кабінетний аналіз не виявив жодної такої практики.

Розділ 18

УГОРЩИНА

18.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Закон «Про право на зібрання» 2018 року передбачає, що зібрання можуть організовувати громадяни та резиденти Угорщини та ЄС, а також угорські юридичні особи, законними представниками яких є такі особи.



Для проведення публічних зібрань у громадських місцях необхідно подати повідомлення до відповідного регіонального управління поліції не пізніше, ніж за 48 годин до офіційного оголошення про проведення такого зібрання. Повідомлення можна зробити особисто, поштою або в електронному вигляді. Воно повинно містити ім'я та контактну інформацію організатора; місце проведення (маршрут); дату початку та закінчення; мету; кількість «директорів» (стюардів, відповідальних за безпеку); очікувану кількість учасників; а також чи потрібна присутність поліції.

Якщо поліція виносить рішення про обмеження чи заборону зібрання, воно може бути оскаржено в адміністративному суді протягом трьох днів.

18.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Закон «Про виборчу процедуру» 2013 року застосовується до виборів до парламенту, місцевих органів влади, органів самоврядування національних меншин та Європейського парламенту (див. [Закон «Про виборчу процедуру» 2013 року](#), стаття 1).

Закон «Про основні умови та деякі обмеження економічної рекламної діяльності» 2008 року встановлює загальні умови для рекламних договорів та, серед *іншого*, вимагає, щоб рекламодавці надавали рекламним агентствам свою юридичну адресу та податковий номер (див. [Закон «Про основні умови та деякі обмеження господарської рекламної діяльності» 2008 року](#), ст. 5.1).

Розміщення та використання зовнішньої реклами регулюється розпорядженнями муніципалітетів (див. [Закон «Про охорону зображення населеного пункту» 2016 року](#), ст. 3.1d).

18.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

[Закон «Про медіапослуги та засоби масової інформації 2010 року»](#) дозволяє політичну рекламу в медіа лише в період виборчої кампанії.

Згідно зі статтею 32.3, поза періодом проведення виборчої кампанії політична реклама може публікуватися лише у зв'язку з уже оголошеним референдумом.

Стаття 203.55 визначає політичну рекламу як програму, яка з'являється або публікується подібно до реклами з метою просування або заохочення підтримки політичної партії, політичного руху або уряду, або популяризації їх назви, цілей, діяльності, гасла чи емблеми.

18.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Кабінетний аналіз не виявив жодної такої практики.

Розділ 19

ІРЛАНДІЯ



19.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Національне законодавство, що регулює публічні зібрання, відсутнє.

Процедури проведення публічних зібрань, зокрема вимога повідомляти органи влади, викладені в різних нормативних актах, підзаконних актах та інструкціях на місцевому рівні або Національною службою поліції (Garda Síochána). Наприклад, у муніципалітеті Дубліна заявка на отримання дозволу на використання суспільного надбання для проведення заходів на відкритому повітрі (з очікуваною відвідуваністю менш як 5000 осіб) має бути подана щонайменше за вісім тижнів до проведення заходу (див. [Процедуру подання заявки на проведення заходу](#) Дублінської міської ради). Інші муніципалітети можуть мати інші вимоги.

19.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Ірландське законодавство не визначає, чи вважати плакати з політичною рекламою комерційною чи некомерційною рекламою. Розміщення агітаційних плакатів регулюється детальними правилами, але тільки в період виборів в Ірландії. Правила, що застосовуються до плакатів з політичною рекламою поза виборчим періодом, є незрозумілими.

Забороняється розміщувати некомерційні плакати в публічно видимих місцях, зокрема на деревах, воротах і стовпах (див. [Закон «Про забруднення сміттям» 1997 року: розділ 19\(1\)](#) та [Закон «Про захист навколишнього середовища» 2003 року: розділ 56](#)). Ці обмеження можуть бути зняті в окремих муніципалітетах через місцеві правила; наприклад, коли політик може заплатити за рекламу на автобусній зупинці. У таких випадках необхідно подати заяву до місцевої влади для отримання дозволу на розміщення плакатів на об'єктах громадської власності.

Плакат, що рекламує публічні збори, може бути встановлено в будь-який час, якщо він не є рекламою аукціону. Плакат може бути розміщено не більш ніж за 30 днів до зустрічі, і його необхідно зняти протягом 7 днів від дати зустрічі, зазначеної на плакаті. Плакат повинен містити ім'я та адресу людини, яка організовує зустріч (див. [Закон «Про забруднення сміттям» 1997 року: розділ 19\(1\)b\(i\)](#) та [Закон «Про захист навколишнього середовища» 2003 року: розділ 56](#)).

19.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

[Закон «Про безпеку в Інтернеті та регулювання ЗМІ» 2022 року](#) забороняє платну політичну рекламу на телебаченні та радіо. Ця заборона повторюється в «м'якому законодавстві» Управління з питань телерадіомовлення Ірландії, зокрема [Загальному кодексі комерційних комунікацій](#) (без дати), який окреслює заборонені комерційні комунікації.

Закон «Про виборчу реформу» 2022 року передбачає, що «особа, яка проживає за межами держави, не може прямо чи опосередковано купувати політичну рекламу в Інтернеті для розміщення, показу, просування чи розповсюдження в державі» (див. [Закон «Про виборчу реформу» 2022 року, стаття 125.5](#)).

Ця стаття стосується лише онлайн-реклами та, як видається, має на меті обмежити надмірний іноземний вплив на внутрішні вибори, що також може мати значення для закордонних виборчих кампаній.

19.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ КАМΠΑНИЙ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ В КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Кабінетний аналіз не виявив жодної такої практики.

Розділ 20

ІТАЛІЯ

20.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Про організацію мітингів і зборів необхідно повідомляти провінційні управління поліції (*Questura*) щонайменше за три дні до їх проведення (див. [Закон «Про громадську безпеку» 1931 р.](#): стаття 18). Крім того, муніципалітети можуть застосовувати власні правила в цьому відношенні, оскільки це питання залишається на розсуд муніципальної влади.

Тому повідомлення також має бути подано до муніципалітету, де планується подія. Крім того, МВС видало методичні рекомендації, які регулюють умови, за яких можуть бути організовані масові заходи, з метою гарантування громадської безпеки (див. [циркуляр](#) МВС від 18 липня 2018 року щодо організаційно-процедурних моделей гарантування високого рівня безпеки під час проведення масових заходів).



20.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Вивішування плакатів також належить до повноважень муніципалітетів. Кожен муніципалітет затверджує розміщення матеріалів відповідно до власних правил. Отже, дозвіл має бути отримано від відповідного муніципалітету на умовах, які можуть відрізнятися в різних муніципалітетах.

Відповідно до Податкового закону 160/2019, муніципальна влада може застосовувати місцеві податки до розміщення плакатів або використання громадських місць для реклами (політичної чи комерційної). Будь-які збори, що стягуються, також залишаються на розсуд муніципалітетів, які можуть їх скасувати (див. [Rodl & Partner 2024](#)).

Плата стягується на щоденній або річній основі. Крім того, Дорожній кодекс регулює розміщення реклами вздовж доріг і на транспортних засобах (див. [Дорожній кодекс 1992 року](#): стаття 23).

20.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАВАННЯХ)

Політична реклама, як і загалом політичні комунікації, регулюються [Законом № 28 від 22 лютого 2000 року](#), що контролює рівний доступ до медіаплатформ під час виборчих кампаній. Стаття 2.2 визначає політичну комунікацію як «трансляцію програм, що містять політичні думки та оцінки, на радіо та телебаченні».

Правила телевізійної реклами в основному визначаються [Саморегульвним Кодексом комерційної комунікації](#), яким керує Інститут рекламної самодисципліни (2024). Одними з головних правил реклами є правдивість і справедливість, а також дотримання етичних норм (реклама не повинна містити образливого, вульгарного, наклепницького або шкідливого для будь-якої категорії людей змісту, а також поважати етичні та соціальні цінності).

Реклама також повинна відповідати всім чинним італійським законам, не повинна містити контенту, який може завдати фізичної, моральної або психологічної шкоди неповнолітнім, і не повинна сприяти будь-якій дискримінації.

Друковані ЗМІ та Інтернет зазвичай не регулюються під час виборів. У минулому регуляторний орган ініціював розробку керівних принципів саморегулювання, на основі яких Facebook і Google погодилися забезпечити рівний доступ для всіх учасників

виборчих перегонів до своїх платформ, щоб чітко ідентифікувати оплачену політичну рекламу.

20.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни⁷.

Кабінетний аналіз виявив кілька прикладів ведення агітації в межах іноземних виборів. Наприклад, на виборах 2019 року в Тунісі деякі партії агітували за електорат, який проживає в Італії. Однак влада одного з муніципалітетів з найбільшою присутністю туніської діаспори (Мазара-дель-Валло) зазначила, що їх не інформували й не повідомляли про такі заходи.

Розділ 21

ЛАТВІЯ



21.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Закон «Про збори, ходи й пікети» 1997 року передбачає, що організатори таких заходів повинні бути старше 18 років і повинні бути або громадянами Латвії, або мати право на отримання паспорта негромадянина чи посвідки на постійне проживання.

Необхідно подати попередню заявку до органу місцевого самоврядування, на адміністративній території якого планується проведення заходу, за винятком заходів, які є закритими; публічно не анонсованими; організованими державними установами або органами місцевого самоврядування; організованими у приміщенні або на території профспілки або в орендованому приміщенні; або організованими в закритому приміщенні.

Заявка подається не пізніше, ніж за 10 робочих днів до дня проведення заходу. Якщо захід організовується у зв'язку з інцидентом, про який неможливо було дізнатися раніше, ніж за 10 робочих днів, заявка подається якомога швидше, але не пізніше, ніж за 24 години до початку заходу.

У заявці зазначаються тип і мета заходу; дата, час початку та закінчення; місце проведення та маршрут; запланована кількість учасників; підтримка, яку просять надати місцеві органи влади та поліція; організатори; керівник заходу;

асистенти керівника заходу та особи, відповідальні за дотримання порядку.

Місцева влада може накласти обмеження або заборони не пізніше, ніж за п'ять днів до проведення заходу. Це рішення може бути оскаржено в адміністративному суді.

21.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

[Закон «Про рекламу» 1999 року](#) вимагає дозволу відповідного органу місцевого самоврядування або його установ на розміщення реклами у громадських місцях та місцях, що виходять на громадські місця.

Органи місцевого самоврядування мають право видавати обов'язкові для виконання правила щодо розміщення реклами у громадських місцях або місцях, що виходять на громадські місця, передбачаючи обмеження щодо розміру, типу, світлових та звукових ефектів реклами відповідно до навколишнього середовища та архітектури будівель і споруд, а також визначаючи місця, в яких заборонено поширення реклами окремих товарів, груп товарів або послуг.

Цей же закон забороняє «пропаганду насильства та війни» в рекламі.

Процедура видачі дозволів на розміщення реклами муніципалітетами регулюється [Постановою Кабінету Міністрів України «Про порядок розміщення реклами у громадських місцях»](#) 2012 року (№ 732), який містить вимоги до заявок. Однак ці правила не поширюються на «матеріали передвиборчої агітації».

21.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Закон «Про електронні засоби масової інформації» 2010 року встановлює загальні правила та обмеження щодо комерційної реклами (глава 6).

Стаття 28.6 того ж закону передбачає, що реклама розміщується у програмах мовою програми або державною мовою.

21.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ В КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Кабінетний аналіз не виявив жодної такої практики.

Розділ 22

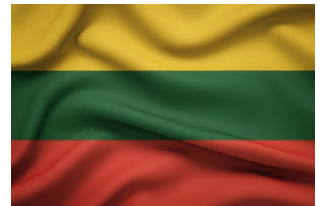
ЛИТВА

22.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Відповідно до [Закону «Про зібрання» 1993 року](#), зібрання можуть організовувати громадяни Литви та ЄС віком від 18 років, які постійно проживають у Литві, а також юридичні особи, зареєстровані в Литві.

Організатори зустрічі з більш ніж 15 учасниками повинні повідомити про це муніципальну владу не пізніше, ніж за 4 робочі дні до зустрічі. У повідомленні мають бути вказані контактні дані організаторів, форма та зміст зустрічі, дата, час початку та закінчення, місце проведення (маршрут), очікувана кількість учасників, побажання щодо забезпечення громадського порядку з боку поліції.

Рішення (або бездіяльність) міського голови може бути оскаржено до адміністративного суду протягом двох днів.



22.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

[Закон «Про рекламу» 2000 року](#) передбачає, що зовнішня реклама повинна встановлюватися відповідно до положень нормативно-правових актів, що регулюють питання дизайну, архітектури, будівництва, охорони об'єктів культурної спадщини

та ландшафту, територіального планування, безпеки дорожнього руху та використання державної мови.

Згідно зі статтею 12.5, правила розміщення зовнішньої реклами встановлюються органом місцевого самоврядування та/або документами територіального планування. Однак політична реклама прямо виключена зі сфери дії цього закону. Стаття 1.5 передбачає, що цей закон не регулює політичну та соціальну рекламу, а також оголошення, які не пов'язані з економічною, комерційною, фінансовою чи професійною діяльністю.

Водночас правила щодо зовнішньої політичної реклами, визначені [Виборчим кодексом 2022 року](#) (статті 1.1 та 98), застосовуються лише до національних виборів та виборів до Європейського парламенту.

22.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

[Закон «Про публічну інформацію» 2006 року](#) регулює рекламу в ЗМІ, але він відсилає до Виборчого кодексу 2022 року щодо політичної реклами (див. статтю 39.16).

Водночас правила щодо зовнішньої політичної реклами, визначені [Виборчим кодексом 2022 року](#), застосовуються лише до національних виборів та виборів до Європейського парламенту (див. статті 1.1 та 98).

22.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Однак, відповідно до [Закону «Про політичні організації» 2022 року](#), політичні партії та політичні організації інших держав та

їхні філії не можуть створюватися або діяти на території Литви (див. статтю 4.2).

Ця заборона не поширюється на європейські політичні партії, створення та діяльність яких регулюється Регламентом ЄС №. 1141/2014.

Кабінетний аналіз не виявив жодної такої практики.

Розділ 23

ЛЮКСЕМБУРГ



23.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Правила та умови проведення публічних зібрань і демонстрацій визначаються інструкціями поліції, що відрізняються залежно від муніципалітету. Зазвичай дозвіл мера потрібен будь-якій особі, асоціації чи клубу, які бажають організувати будь-який публічний захід на дорогах загального користування, які можуть поставити під загрозу громадський порядок (див. [інформаційний портал](#) про отримання дозволу на організацію публічного заходу, вечірки або феєрверку, Guichet.lu n.d.).

23.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Відповідно до статей 38 і 39 [Закону «Про муніципальне планування та містобудування»](#) 2004 року, для отримання дозволу на розміщення плакатів у громадських місцях необхідно звернутися до муніципальних органів влади. Згідно з цим же законом, муніципалітети також повинні публікувати вимоги до реклами у відкритому доступі.

Загалом перед кожними виборами Управління доріг та мостів видає правила щодо встановлення передвиборчих плакатів.

Так було, наприклад, під час муніципальних і парламентських виборів 2023 року.⁸

23.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

[Наказ Великого герцога](#) 2001 року встановлює правила, що застосовуються до комерційних комунікацій в аудіовізуальних медіапослугах. Однак він розрізняє політичну та комерційну рекламу.

Визначення телевізійної реклами, надане Незалежним аудіовізуальним органом Люксембургу (Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel, ALIA), охоплює будь-яку форму повідомлення, зробленого з метою просування надання товарів чи послуг за плату (див. повідомлення від ALIA про «Комерційні комунікації»). Здається, це виключає політичну рекламу.

У рамках національних виборів ALIA розробляє керівні принципи щодо умов створення та розповсюдження передвиборчих повідомлень політичними партіями (див. [повідомлення](#) від ALIA про «Комерційні комунікації», без дати). Завданням ALIA є створення і трансляція політичної інформації за допомогою «відкритих форумів», зарезервованих для національних партій (див. [Закон «Про електронні засоби масової інформації» 1991 р.: стаття 35](#)).

⁸ Див. повідомлення Управління доріг і мостів від 19 травня 2023 року (Люксембург 2023). У повідомленні зазначено, що політичні партії повинні спочатку подати заяву на отримання тимчасового дозволу на використання суспільного надбання (autorisation de voirie) до відповідної регіональної служби (або до Міністерства мобільності та громадських робіт для парламентських виборів). У цьому ж повідомленні зазначено, що розміщення реклами підпорядковується правилам належної практики, щоб не створювати небезпечних ситуацій для безпеки дорожнього руху. Так, заборонено розміщувати агітаційні вивіски в зоні автомагістралей, перехресть або кільцевих розв'язок.

23.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Кабінетний аналіз не виявив жодної такої практики.

Розділ 24

МАЛЬТА

24.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Основним законодавчим актом, що регулює зібрання на Мальті, є Указ про публічні зібрання 1931 року. Публічні мітинги, в тому числі під час виборчих кампаній, можуть відбуватися протягом 48 годин після повідомлення поліції (див. [Указ про публічні зібрання](#) [останні зміни внесено у 2007 році], статті 3 і 6). Стаття 2 постанови визначає «зібрання» або «публічне зібрання» як «будь-яке зібрання за участю понад двадцяти осіб, які зібралися для публічного обговорення будь-якого питання, на будь-якій публічній вулиці, площі чи відкритому просторі й включає демонстрацію». Згідно зі статтею 3, кожна особа, яка досягла 18 років, і кожне об'єднання таких осіб мають право проводити публічні збори.

Нарешті, стаття 4 передбачає, що в повідомленні має бути зазначено, чи є об'єктом повідомлення демонстрація або будь-яке інше зібрання; місце, дата і час проведення зібрання; ім'я та прізвище особи, яка подає повідомлення, та її адреса.



24.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Два підзаконні акти, [SL 552.28](#) «Про правила розміщення білбордів та реклами» від 2 лютого 2018 року та [SL 499.32](#) «Про правила розміщення білбордів та реклами на дорогах» від 30

липня 2004 року, регулюють розміщення плакатів та рекламних щитів. Згідно зі статтею 3 SL 552.28, необхідно отримати дозвіл від органів влади для розміщення реклами в будь-якому місці, видимому з дороги, або на будь-якому транспортному засобі, розміщеному на дорозі або видимому з дороги.

Політичною рекламою вважається будь-яке повідомлення, «яке використовується для показу матеріалів, що стосуються виключно загальних виборів, референдуму чи виборів до місцевих рад і яке розміщується не пізніше як за три місяці до дня проведення таких виборів чи референдуму та не пізніше як через тиждень після офіційного оприлюднення результатів таких виборів чи референдуму». Крім того, політична реклама не потребує отримання дозволу.

24.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Реклама в засобах масової інформації регулюється [Законом «Про телерадіомовлення»](#) 1991 року (Закони Мальти, глава 350), [Законом «Про електронні комунікації»](#) 1998 року (Регламент) (Закони Мальти, глава 399) та [Законом «Про засоби масової інформації та наклеп»](#) (Закони Мальти, глава 579) від 2018 року.

Відповідно до Закону «Про телебачення і радіомовлення», «трансляція» означає первинну передачу радіо- чи телепрограм або будь-якого аудіовізуального матеріалу. «Реклама» визначається як просування пропозиції товарів чи послуг, при цьому не згадується політичний зміст або повідомлення.

Обов'язком телерадіоорганізації є перевірка дотримання належної неупередженості щодо питань, які викликають політичні чи промислові суперечки або стосуються поточної державної політики; а також організація час від часу складання розкладу політичних передач (зокрема, політичних роликів), який би справедливо розподіляв можливості та час між різними політичними партіями, представленими в парламенті (див. [Закон «Про телерадіомовлення»](#)).

24.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Кабінетний аналіз не виявив жодної такої практики.

Розділ 25

НІДЕРЛАНДИ



25.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Закон «Про публічні маніфестації» 2010 року зобов'язує муніципальні ради встановлювати правила у вигляді постанови щодо випадків, коли для проведення мітингів і демонстрацій у громадських місцях потрібне попереднє повідомлення. Ці правила повинні визначати час, в який має бути зроблено повідомлення, інформацію, яка має бути надана разом із повідомленням, та надання підтвердження отримання повідомлення особою, яка його робить.

У 2021 році Міністерство закордонних справ (МЗС) ухвалило політику, згідно з якою всі представники іноземних урядів повинні заздалегідь повідомляти МЗС, якщо вони мають намір поїхати до Нідерландів для проведення агітаційної діяльності (див. МЗС 2021).

Крім того, представники іноземного уряду поза межами ЄС не мають права проводити агітацію в Нідерландах протягом трьох місяців до виборів у своїй країні. Це стосується, зокрема, міністрів, мерів, інших (високопоставлених) державних службовців та парламентарів/опозиційних депутатів, які обіймають посади в державних органах.

25.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

[Закон «Про вибори» 1989 року](#) застосовується лише до виборів у Нідерландах (див. преамбулу). Жодних положень щодо закордонних виборчих кампаній у цьому законі немає.

Муніципальні положення встановлюють правила щодо передвиборчих плакатів, кіосків, використання звукових фургонів та інших агітаційних заходів на виборах у Нідерландах (див. інформацію про [муніципальні положення щодо проведення передвиборчої кампанії](#), Kiesraad n.d.). Виборчі плакати не вважаються рекламою під час виборчих кампаній у Нідерландах.

25.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

На національних та місцевих виборах парламентським партіям щорічно виділяється рівна кількість безплатного ефірного часу в державних засобах масової інформації. Політичні партії можуть купувати рекламний час у спеціальних рекламних блоках.

Згідно зі статтею 6.9 [Закону «Про ЗМІ» 2008 року](#), Уповноважений з питань ЗМІ може дозволити фізичним чи юридичним особам надавати послуги мовлення через канал мовлення для спеціальних цілей, з обмеженим охопленням та обмеженою тривалістю.

25.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національне законодавство не регулює кампанії на виборах в іноземних державах як такі, але обмеження застосовуються через політичні документи. Зокрема, представникам країн,

що не є членами ЄС, не дозволяється проводити агітацію в Нідерландах протягом трьох місяців до виборів у своїй країні.

Під час аналізу було виявлено низку прикладів новин, які свідчать про певні практики іноземної агітації або спроби такої агітації, які викладено нижче.

У травні 2015 року міністр закордонних справ Туреччини Мевлют Чавушоглу прибув до Роттердама, щоб закликати турецьких громадян, які проживають у Нідерландах, голосувати за Партію справедливості та розвитку (ПСР).

У листопаді 2015 року тодішній прем'єр-міністр Туреччини Ахмет Давутоглу надіслав листа турецьким громадянам, які проживають у Нідерландах, із закликом голосувати за партію ПСР. Лист містив такі обіцянки, як-от 20-відсоткова знижка на рейси турецьких авіаліній та допомога на дітей для турецьких жінок за кордоном.

У березні 2017 року колишній віцепрем'єр-міністр Туреччини та опозиційні парламентарі перебували в Нідерландах, щоб виступити проти запровадження президентської системи в Туреччині. На початку березня 2017 року МЗС відхилило офіційний запит турецького уряду щодо сприяння візиту міністра закордонних справ Чавушоглу до Роттердама для проведення агітації на підтримку турецького референдуму.

Розділ 26

ПОЛЬЩА

26.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Стаття 5 [Закону «Про зібрання» 2015 року](#) уповноважує муніципальні ради визначати місця, де організація зібрання не потребує попереднього повідомлення.

В іншому разі необхідно попередньо повідомити муніципалітет не раніше ніж за 30 днів і не пізніше ніж за 6 днів до запланованої дати проведення зборів. Повідомлення здійснюється організатором у письмовій формі, факсом, усно для протоколу або за допомогою засобів електронного зв'язку. Воно повинно містити ім'я організатора, його особистий номер (або ідентифікаційний номер) та контактні дані; мету зібрання; дату, час і місце проведення, очікувану тривалість, очікувану кількість учасників та можливий маршрут; інформацію про заходи щодо забезпечення мирного перебігу зібрання.

Муніципалітет може запропонувати зміни до зустрічі з організатором. Зібрання може бути заборонено не пізніше, ніж за 96 годин до запланованого часу його проведення, і це рішення може бути оскаржено в суді.

Спрощена процедура повідомлення можлива, якщо заплановане зібрання не спричинить труднощів для дорожнього руху, зокрема, не призведе до змін в його організації.



26.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

[Виборчий кодекс 2011 року](#) застосовується лише до виборів, що проводяться в Польщі. Згідно з кодексом, усі агітаційні матеріали повинні містити чітке зазначення суб'єкта виборчого процесу, від якого вони походять. Плакати та передвиборчі гасла можуть бути розміщені на стінах будівель, зупинках громадського транспорту, стовпах оголошень, парканах та інших місцях лише після отримання згоди власника або розпорядника майна об'єкта.

Одразу після початку виборчої кампанії мер муніципалітету виділяє достатню кількість місць для безплатного розміщення офіційних оголошень про вибори, а також виборчих плакатів і білбордів для всіх учасників виборчої кампанії.

Розміщення інших рекламних матеріалів регулюється різними правилами та положеннями, прийнятими урядом або кожним муніципалітетом (див., наприклад, [інформацію](#), надану урядом Польщі щодо загальної реклами, оновлену у 2023 році). Отже, муніципальні ради визначають правила та умови розміщення рекламних щитів.

26.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Стаття 24.1 [Закону «Про радіо і телебачення»](#) 1992 року вимагає, щоб суб'єктам, які беруть участь у виборах, була надана можливість поширювати передвиборчі програми через суспільні мовники.

Конкурсантам надається безплатний ефірний час у засобах масової інформації за результатами попередніх виборів.

Друковані та інтернет-ЗМІ не регулюються спеціально для виборів.

26.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ КАМΠΑНИЙ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ В КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Кабінетний аналіз не виявив жодної такої практики.

Розділ 27

ПОРТУГАЛІЯ

27.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Декрет-закон № 406/74 1974 року гарантує громадянам право на мирні зібрання. У законодавстві нічого не згадується про застосування цього права до іноземців.

Декрет-закон № 406/74 також передбачає умови для організації публічних зібрань. Їх проведення не потребує попереднього дозволу, однак організатори заходу повинні письмово повідомити про це відповідну муніципальну раду щонайменше за два робочі дні до його проведення.

Влада може перешкоджати проведенню публічних зібрань з різних причин, зокрема з метою захисту громадського порядку, а також у випадках, коли мета зібрання суперечить закону, моралі або ображає честь суверенних органів і збройних сил. Таке рішення може бути оскаржено в судах загальної юрисдикції.

27.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Дозволяється політична реклама у вигляді демонстрації зовнішніх матеріалів. Місця для розміщення рекламних матеріалів надають як муніципалітети, так і приватні провайдери.

Загалом, кожен муніципалітет відповідає за збереження міського та екологічного балансу і, у співпраці з іншими відповідними державними органами відповідає за видачу ліцензій приватним рекламним компаніям та визначення умов ліцензування, а також рекламних площ та допоміжних конструкцій (білборди, світлові панелі тощо).

Паралельно з цим муніципалітет також визначає публічні місця, призначені для розміщення реклами, та умови розміщення. Використання цих місць зазвичай вимагає попереднього дозволу муніципалітету (див. [Закон «Про розміщення рекламних повідомлень» 1988 року № 97/88](#)).

Крім того, Закон «Про статус доріг національної мережі автомобільних доріг» 2015 року визначає умови розміщення рекламних матеріалів на узбіччях доріг і в пішохідних зонах. Серед іншого, закон передбачає, що реклама не повинна перешкоджати нормальним умовам видимості для водіїв, не може бути сплутана з дорожніми знаками, повинна відповідати умовам освітленості, а пішоходи завжди повинні мати щонайменше 1,5 м смуги для руху (див. [Закон «Про статус доріг» Національної мережі автомобільних доріг № 34/2015, ст. 60-62](#)).

27.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Партії, які беруть участь у загальнонаціональних виборах (щонайменше чверть місць і щонайменше чверть виборчих округів), мають право на безплатний ефірний час на державних і приватних телерадіокомпаніях (див. [Закон «Про телебачення» № 27/2007, стаття 59](#)).

Безплатний ефірний час на загальнонаціональних каналах розподіляється пропорційно до кількості кандидатів, висунутих відповідними партіями, а ефірний час на регіональних каналах має бути розподілений порівну між усіма кандидатами у відповідних виборчих округах.

27.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Однак під час аналізу було виявлено кілька прикладів іноземної агітації.

Французька політична партія «Відродження» має філію в Португалії й проводить агітаційну діяльність серед французьких громадян, які там проживають.

Зазвичай вони зосереджуються:

- на проведенні кампанії в соціальних мережах;
- на проведенні особистих зустрічей у закритих громадських та приватних приміщеннях (муніципальні зали, бари чи ресторани); та
- на розсилці партійних програм і брошур, пов'язаних із виборами, поштою виборцям.

Представники партій, з якими проводилися консультації в Італії, також підтвердили, що вони використовували такі ж засоби агітації в Португалії.

Розділ 28

РУМУНІЯ

28.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Під час виборчої кампанії кандидати, політичні партії, політичні об'єднання, виборчі блоки, організації громадян, які належать до національних меншин, та громадяни, які мають право голосу, мають право вільно і без будь-якої дискримінації висловлювати свої думки через проведення мітингів, зборів, безпосереднього спілкування з виборцями, використання телебачення, радіо, друкованих ЗМІ, електронних ЗМІ та інших засобів масової інформації (див. [Закон № 334/2006](#), стаття 3. Однак Конституція 2003 року гарантує кожному право на зібрання).

Стаття 6 [Закону № 60/1991](#) встановлює, що для організації публічних зібрань заявники повинні письмово звернутися до міського голови відповідної адміністративно-територіальної одиниці. Стаття 7 також визначає, що організатори публічних зібрань повинні будуть подати письмову заяву до муніципальної, міської або комунальної мерії принаймні за три дні до дати проведення заходу.

Заява повинна містити: назву, під якою відома група організаторів; мету; місце, дату, час початку і тривалість заходу; шляхи в'їзду і виїзду; приблизну кількість учасників; осіб, уповноважених забезпечити організаційні заходи й нести за них відповідальність; послуги, які вони вимагають від місцевої ради, місцевої поліції та жандармерії.



Під час виборчої кампанії всім кандидатам на рівних засадах надаються відповідні приміщення для зустрічей з виборцями (див. [Закон № 208/2015](#) про вибори до Сенату та Палати депутатів Румунії) а також організацію та функціонування постійного виборного органу, стаття 65).

28.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Стаття 271 Податкового кодексу 2003 року встановлює, що будь-яка особа, яка використовує панель, дисплей або конструкцію для реклами та оголошень у громадському місці, зобов'язана сплачувати щорічний збір до бюджету місцевої державної адміністрації (див. [Податковий кодекс](#), затверджений законом № 571/2003). Плата за показ з метою реклами перераховується з урахуванням кількості місяців або частини місяця в календарному році, протягом яких він демонструється з метою реклами.

[Закон № 185/2013 «Про розміщення та дозвіл на розміщення рекламних засобів»](#) визначає рекламу як «діяльність та написи, що мають на меті поінформувати або переконати громадськість про якість послуги, товару або ідеї». Політичні ідеї можуть відповідати цьому визначенню.

Статті 28–30 Закону № 185/2013 визначають правила розміщення плакатів на вулицях і дорогах.

28.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

У разі виборів, що проводяться в Румунії, висвітлення виборчої кампанії телерадіоорганізаціями регулюється законом про вибори, а також правилами, що видаються Національною аудіовізуальною радою для кожних виборів (див., наприклад, Європейську аудіовізуальну обсерваторію 2020 року для короткого [огляду](#) правил висвітлення виборчої кампанії на місцевих виборах 2020 року).

Положення про телерадіокомпанії вимагають рівноправного, збалансованого та справедливого висвітлення кандидатів.

Онлайн- та друковані ЗМІ не зобов'язані дотримуватися таких правил.

Відповідно до законодавства про ЗМІ, будь-яка інша телевізійна реклама є будь-якою формою повідомлення, що транслюється в обмін на оплату або з метою самореклами, державною або приватною юридичною особою, або фізичною особою, у зв'язку з комерційною діяльністю, галуззю діяльності, торгівлею або професією, з метою сприяння наданню товарів і послуг, зокрема нерухомості, прав і обов'язків (див. [Закон «Про телерадіомовлення»](#) № 504 від 2002 року та [Закон «Про аудіовізуальні засоби»](#) № 190 зі змінами, внесеними Законом 190/28 від червня 2022 року).

28.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Аналітичний огляд виявив приклад під час парламентських виборів 2018 року в Угорщині.

У румунському регіоні Трансільванія з'явилися білборди, спонсоровані місцевим відділенням партії «Демократичний союз угорців Румунії» (UDMR), які закликали угорців зареєструватися для участі у виборах. Інша місцева філія оголосила, що розпочинає телефонну кампанію, щоб заохотити місцевих угорських громадян зареєструватися (див. Bayer 2017).

Розділ 29

СЛОВАЧЧИНА



29.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Закон «Про права на зібрання» 1990 року передбачає, що громадяни мають право на мирні зібрання. У законодавстві нічого не згадується про застосування цього права до іноземців.

Організатором може бути громадянин Словаччини віком від 18 років, словацька юридична особа з головним офісом у Словаччині, іноземна юридична особа з фірмою або підрозділом у Словаччині або група осіб. Громадські зібрання не потребують отримання попереднього дозволу.

Однак принаймні за 5 днів і не більше ніж за 6 місяців до дати проведення зібрання необхідно повідомити про нього муніципальну владу за місцем проведення зібрання. Це потрібно, щоб дати змогу правоохоронним органам забезпечити громадський порядок.

Хоча заборони на громадські зібрання трапляються рідко, муніципальна влада може заборонити проведення зібрання з метою забезпечення громадського порядку, безпеки та захисту прав людини, здоров'я та власності.

Деталі, пов'язані зі скликанням публічних зібрань, зокрема, права та обов'язки організаторів та учасників, вичерпно роз'яснюються МВС (див. [відповідну інформацію](#) у розділі «Збори» на вебсайті МВС, Словаччина, МВС, без дати).

29.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Місця для розміщення рекламних матеріалів надаються як муніципалітетами (спеціально відведені громадські місця), так і приватними провайдерами.

[Закон «Про муніципалітети» 1990 року](#) дозволяє органам місцевого самоврядування самостійно регулювати розміщення рекламних матеріалів (див. пункти 4п, 6 та 27b). Отже, кожен муніципалітет вільний приймати рішення щодо кількості та обсягу рекламних місць, вартості оренди та будь-яких інших застосовних правил. Політична партія повинна вступити в контакт з конкретним муніципалітетом, де вона бажає розмістити агітаційні матеріали, щоб обговорити доцільність та умови своєї політичної реклами (див. також [Закон 372/1990 Zb.](#) про правопорушення, п. 47d).

Окрім державних організацій існують також приватні компанії, які самостійно визначають умови розміщення реклами. Приватні провайдери пропонують рекламу, зокрема, на великих білбордах.

29.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Закон «Про медіапослуги» від 2022 року забороняє політичну рекламу на теле- і радіостанціях, в аудіовізуальних медіапослугах на вимогу та на платформах для обміну відеоконтентом. Винятком із цієї заборони є трансляція політичної реклами кандидатами на словацьких виборах у відповідні періоди виборчої кампанії (див. [Закон 264/2022 Z. z.](#) «Про медіапослуги», пп. 98 і 99).

Політична реклама дозволена як у друкованих, так і в інтернет-ЗМІ, причому останні не несуть відповідальності за опублікований контент. Однак ці ЗМІ зобов'язані опублікувати заяву фізичної або юридичної особи, якщо її «честь, гідність, недоторканність приватного життя або репутація» були порушені в повідомленні, яке опублікувало ЗМІ. Заяву має бути

опубліковано на вимогу потерпілої сторони (див. [Закон 265/2022 Z. z. «Про публікації»](#)).

Політична реклама в соціальних мережах певною мірою регулюється, але тільки для кандидатів і партій, які беруть участь у виборах у Словаччині. Отже, реклама в соціальних мережах підпорядковується лише внутрішнім правилам провайдерів (Meta, YouTube, X тощо) та загальним правилам ЄС.

29.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ В КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

У 2013 році словацькі громадяни угорського походження, які давно проживають у південних районах країни й географічно зосереджені в кількох муніципалітетах, отримали право голосу на національних виборах в Угорщині. З того часу трапилося кілька випадків, коли угорські політики організовували особисті передвиборчі зустрічі в деяких закритих приватних приміщеннях, розташованих у відповідних муніципалітетах.

Розділ 30

СЛОВЕНІЯ

Згідно зі статтею 3 Закону «Про політичні партії» 1994 року, «партія, не зареєстрована відповідно до положень цього закону, або партія, яка базується за кордоном, не може здійснювати діяльність у Республіці Словенія».

Згідно зі статтею 3.8 Закону «Про виборчу кампанію та референдум» 2007 року, «в Республіці Словенія не допускається проведення передвиборчої кампанії на виборах в іншій країні».



30.1. ПРАКТИКИ ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС ДЛЯ ВИБОРИ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Словенське законодавство обмежує таку діяльність, зокрема кампанії іноземних політичних партій на території Словенії.

Французька політична партія «Відродження», яка має численні партійні осередки в інших країнах ЄС, підтвердила, що проведення агітаційної діяльності щодо французьких виборів у Словенії є незаконним. Отже, на відміну від багатьох інших країн, вони не проводять агітацію у Словенії.

Розділ 31

ІСПАНІЯ



31.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Стаття 2 [Органічного закону про право на зібрання](#) 1983 року передбачає, що зібрання не потребують попереднього повідомлення, якщо вони проводяться, зокрема, фізичними особами в їхніх помешканнях, а також політичними партіями, асоціаціями, фондами та іншими організаціями в закритих приміщеннях, для власних цілей і за допомогою заклику, який досягає виключно їхніх членів або інших номінально запрошених осіб.

Повідомлення про проведення зборів у місцях громадського транспорту та демонстрацій мають бути подані організаторами або промоутерами у письмовій формі до відповідного державного органу щонайменше за 10 календарних днів до їх проведення (максимум — за 30). Якщо це юридичні особи, то повідомлення має бути зроблено їхнім представником.

У повідомленні мають бути зазначені: ім'я, адреса та офіційний документ, що посвідчує особу організатора (організаторів); місце, дата, час та очікувана тривалість зібрання; його мета; запланований маршрут; заходи безпеки, передбачені організаторами або запитані урядом. Зміни або заборони, накладені державним органом, можуть бути оскаржені в суді.

31.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Стаття 1 Органічного закону про загальний виборчий режим 1985 року стосується лише виборів, що проводяться в Іспанії.

Міські ради мають повноваження регулювати розміщення зовнішньої реклами, наприклад, плакатів.

Діяльність кампанії повинна відповідати загальним принципам і вимогам до реклами, зокрема Закону 1988 року [«Про загальну рекламу»](#).

31.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Органічний закон 1985 року про загальний виборчий режим застосовується лише до виборів в Іспанії.

Загальний принцип цього закону, сформульований у статті 60.1, полягає в тому, що передвиборча реклама не може бути предметом контракту з державними ЗМІ або приватними телеканалами.

Згідно зі статтею 58.1, кандидати на виборах можуть розміщувати рекламу в періодичній пресі та на приватних радіостанціях, не перевищуючи 20 відсотків ліміту витрат для партій чи інших утворень.

Стаття 121.1 Закону «Про загальні аудіовізуальні комунікації» від 2022 року визначає аудіовізуальну комерційну комунікацію як зображення або звуки, призначені для прямого чи опосередкованого просування товарів, послуг або зображення фізичної чи юридичної особи, що займається господарською діяльністю (див. [Закон «Про загальні аудіовізуальні комунікації» від 2022 року](#)).

31.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Однак під час аналізу було виявлено низку прикладів агітації.

У серпні 2023 року в Мадриді відбувся агітаційний захід на підтримку кандидатури Луїзи Гонсалес на президентських виборах в Еквадорі, організований рухом «Громадянська революція» в Еквадорі (див. новину в *El País*, García 2023). Захід відбувся у штаб-квартирі профспілки в Мадриді. В Іспанії проживає приблизно 200 000 зареєстрованих еквадорців.

Напередодні президентських виборів 2022 року в Колумбії кандидат Густаво Петро провів агітаційні заходи в Барселоні та Мадриді в січні 2022 року, за кілька днів до кінцевого терміну реєстрації для закордонних виборців (див. Giardano 2022). В Іспанії проживає приблизно 270 000 зареєстрованих колумбійців, і мало хто з них голосує.

Під час президентських кампаній 2011 і 2021 років у Перу організації перуанських емігрантів в Іспанії організовували заходи проти кандидата в президенти Кейко Софії Фухіморі, доньки колишнього диктатора Альберто Фухіморі (див. [новину](#) в *Público*, Albin 2021).

У вересні 2019 року кандидат у президенти Аргентини Альберто Фернандес провів передвиборчий захід у Конституційній палаті Конгресу депутатів Іспанії. Його запросила ліва іспанська партія Podemos, на подив опозиційних партій, які подали офіційну скаргу (див. Carvajal 2019).

Розділ 32

ШВЕЦІЯ

32.1. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧИХ АГІТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ

Відповідно до Закону «Про громадський порядок» 1993 року, публічні зібрання, організовані у громадських місцях, потребують дозволу, за винятком випадків, коли, беручи до уваги очікувану кількість учасників, обране місце і час зібрання та заплановані заходи, можна припустити, що зібрання не становитиме небезпеки для порядку і безпеки чи дорожнього руху (див. [Закон «Про громадський порядок» 1993 року](#)).



Згідно зі статтями 4–5, якщо дозвіл не вимагається, попереднє повідомлення застосовується до певних громадських місць, зокрема у приміщеннях. Заява на отримання дозволу та повідомлення про проведення публічного зібрання подається до органу поліції. Заявку потрібно подати в письмовій формі у встановлений термін. У разі можливості заявка повинна бути отримана не пізніше, ніж за тиждень до зібрання. Повідомлення повинно бути зроблено в письмовій або усній формі.

Згідно зі статтями 6–7, повідомлення повинно бути отримано не пізніше, ніж за п'ять днів до початку зібрання або заходу. Заява на отримання дозволу або повідомлення про публічне зібрання має містити інформацію про організатора; час проведення зібрання; його характер та основний задум; а також заходи з погляду порядку та безпеки, які організатор має намір вжити. Рішення поліції про накладення зобов'язань або заборону зібрання може бути оскаржено в адміністративному суді.

32.2. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗМІЩЕННЯ ЗОВНІШНІХ АГІТАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Проведення виборчих кампаній не регулюється [Законом «Про вибори» 2005 року](#).

32.3. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ (ТЕЛЕ-, РАДІО-, ІНТЕРНЕТ- ТА ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ)

Стаття 3.1.17 [Закону «Про радіо і телебачення» 2010 року](#) визначає рекламу як будь-яку форму комунікації, яка транслюється за плату або аналогічну компенсацію, або яка є саморекламою, і яка має на меті просування товарів, послуг, нерухомості, робочих місць або інших товарів у підприємницькій діяльності.

Стаття 5.6 розширює це визначення до повідомлень, які мають на меті здобути підтримку політичних або релігійних поглядів. Такі повідомлення не можуть бути включені в передачі, до яких застосовуються умови неупередженості. Згідно зі статтею 14.3, таке ж обмеження поширюється на повідомлення, спрямовані на підтримку політичних або релігійних поглядів на радіо.

Крім того, Закон «Про свободу інформації» 1991 року широко гарантує кожному право публічно висловлювати свої думки, погляди та почуття через аудіо-, радіо-, теле- та інші подібні передачі (див. Закон «Про свободу інформації» 1991 року, стаття 1). Це положення, в принципі, може дозволити поширення іноземних повідомлень в телерадіоорганізаціях.

32.4. ПРАКТИКА ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ АГІТАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ ДЕЯКИМИ ІНОЗЕМНИМИ СУБ'ЄКТАМИ У КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄС НА ВИБОРАХ У КРАЇНАХ ЇХНЬОГО ПОХОДЖЕННЯ

Національні закони не регулюють агітацію на виборах іноземної країни.

Однак конституційне положення гарантує кожному право публічно висловлювати свої думки та погляди через аудіо-, радіо-, теле- та інші подібні передачі.

Кабінетний аналіз не виявив жодної такої практики.

Використана література

- Albin, D., 'El movimiento antifujimorista en España se moviliza contra Keiko: "Están alentando la eliminación física del adversario"' [Рух проти Фудзіморі в Іспанії мобілізується проти Кейко: «Вони закликають до фізичного усунення супротивника»], Público, 24 травня 2021 року, <<https://www.publico.es/politica/movimiento-antifujimorista-espana-moviliza-keiko-alentando-eliminacion-fisica-adversario.html>>, дата звернення: 14 березня 2015 року
- Aman, A. and Bakken, M., Out-of-Country Voting: Learning from Practice (Stockholm: International IDEA, 2021) [Аман А., Баккен М., Голосування за кордоном: здобутий на практиці досвід (Стокгольм: Міжнародний інститут демократії та сприяння виборам IDEA, 2021)], <<https://doi.org/10.31752/idea.2021.1>>
- Austria, Straßenverkehrsordnung 1960 [Австрія, Правила дорожнього руху 1960 року], 1960, <<https://www.jusline.at/gesetz/stvo>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz [Закон про аудіовізуальні медіа-послуги], 2023, <<https://www.jusline.at/gesetz/amd-g/gesamt>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Austrian Chamber of Commerce, 'FAQ Political communication and election advertising: What is allowed? What is prohibited? What media, trade and telecommunications regulations must be observed in political campaigns?' 18 January 2020 [Австрійська торгова палата, «Питання та відповіді. Політична комунікація та передвиборча реклама: що дозволено? Що заборонено? Яких законодавчих вимог у сфері ЗМІ, торгівлі та телекомунікацій необхідно дотримуватися під час політичних кампаній?»], 18 січня 2020 року, <<https://www.wko.at/oe/information consulting/werbung-marktkommunikation/politische-werbung>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- 'Außenwerbung und StVO: What legal requirements must be observed when authorizing announcement companies?' [«Зовнішня реклама та Правила дорожнього руху: Яких законодавчих вимог необхідно дотримуватися при видачі дозволів рекламним компаніям?»], 1 січня 2024 року, <<https://www.wko.at/oe/information consulting/werbung-marktkommunikation/aussenwerbung-und-stvo>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Authority on the Professional Regulation of Publicity, 'Rôles et missions', [n.d.] [Орган професійного регулювання реклами, функції та завдання], <<https://www.arpp.org/qui-sommes-nous/roles-et-missions>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Bayer, L., 'Viktor Orbán courts voters beyond "fortress Hungary"', Politico, 22 August 2017 [Баєр Л., «Віктор Орбан завойовує виборців за межами "фортеці Угорщина"»], Politico, 22 серпня 2017 року, <<https://www.politico.eu/article/viktor-orban-courts-voters-in-transylvania-romania-hungarian-election-2018>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Belgium, Loi relative à la limitation et au contrôle des dépenses électorales [engagées [pour l'élection de la Chambre des représentants]], ainsi qu'au financement et à la comptabilité ouverte des partis politiques [Бельгія, Закон про обмеження

- видатків на вибори та контроль за витратами на виборчу кампанію (під час виборів до Палати представників), а також про фінансування та відкриті бухгалтерію політичних партій], 4 липня 1989 року La Constitution coordonnée [Конституція Бельгії], 17 лютого 1994 року], <<https://www.ejustice.just.fgov.be/eli/constitution/1994/02/17/1994021048/justel>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Code de droit économique [Кодекс економічного права], 28 лютого 2013 року, <<https://www.ejustice.just.fgov.be/eli/loi/2013/02/28/2013A11134/justel>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Loi modifiant la loi du 4 juillet 1989 [Закон, що вносить зміни до Закону від 4 липня 1989 року], 6 січня 2014 року <https://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=fr&la=F&table_name=loi&cn=2014010656>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Belgium Information and Official Services, 'Demonstrations', [Інформація та офіційні послуги Бельгії, «Демонстрації»], дату не вказано, <https://www.belgium.be/fr/justice/securite/evenements_publics/manifestations>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Broadcasting Authority of Ireland, 'General Commercial Communications Code' [Ірландська рада з питань телерадіомовлення, «Загальний кодекс комерційних комунікацій»], дату не вказано, <<http://www.bai.ie/en/download/131870>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Brussels, Règlement général de police commun aux 19 communes bruxelloises [Брюссель, Загальний регламент поліції, для 19 брюссельських муніципалітетів], дату не вказано, <https://www.bruxelles.be/sites/default/files/bxl/Reglement_de_police_-_Politierglement.pdf>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Bulgaria, ЗАКОН за събранията, митингите и манифестациите [Болгарія, ЗАКОН про збори, мітинги та маніфестації], 1990, <<https://legislation.apis.bg/doc/10978/0>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- ЗАКОН ЗА РАДИОТО И ТЕЛЕВИЗИЯТА [ЗАКОН ПРО РАДІО І ТЕЛЕБАЧЕННЯ], 1999, <<https://lex.bg/laws/ldoc/2134447616>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Election Code 2014 [Виборчий кодекс Республіки Болгарія 2014 року], <<https://www.cik.bg/bg/documents/acts>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Carvajal, A., 'Podemos hid from Congress the transfer of a room for an event with the Peronist candidate'[Карвахал А. «Подемос приховав від Конгресу передачу приміщення для проведення заходу з кандидатом від пероністів»], El Mundo, 7 вересня 2019 року, <<https://amp.elmundo.es/espana/2019/09/07/5d72c45821efa0b1468b465b.html>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Christensen, J. P., Jensen, J. A. and Jensen, M. H., Grundloven med kommentarer [Крістенсен, Й. П., Єнсен, Й. А. та Єнсен, М. Х., Конституція Данії з коментарями], Видавництво Djøf, 2015 рік, <<https://pure.au.dk/portal/en/publications/grundloven-med-kommentarer>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Council of Europe, Protocol No. 1 to the European Convention on Human Rights, [Рада Європи, Протокол № 1 до Європейської конвенції з прав людини], дату не вказано, <<https://www.coe.int/en/web/echr-toolkit/protocole-1>>, дата звернення: 14 березня 2025 року

- Croatia, Zakon o javnom okupljanju [Хорватія, Закон про публічні зібрання], 1999 рік, <<https://sredisnjikatalogrh.gov.hr/sredisnji-katalog/pravni-propisi/detalji?id=2607405>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Zakon o proglašenju zakona o elektroničkim medijima [Закон про оприлюднення закону про електронні медіа], 2021 рік, <https://sredisnjikatalogrh.gov.hr/srce-arhiva/263/232495/narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2021_10_111_1942.html>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Zakon o komunalnom gospodarstvu [Закон про комунальне господарство], 2024 рік, <<https://www.zakon.hr/z/319/Zakon-o-komunalnom-gospodarstvu>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Czechia, Zákon č. 84/1990 Sb. Zákon o právu shromažďovacím [Чехія, Закон № 84/1990 36. Закон про право на зібрання], 1990 рік, <<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1990-84>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Zákon č. 46/2000 Sb. Zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon) [Закон № 46/2000 3.3. Закон про права та обов'язки при виданні періодичної преси та про зміну деяких інших законів (закон про пресу)], 2000 рік, <<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-46>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Zákon č. 128/2000 Sb. Zákon o obcích (obecní zřízení) [Закон № 128/2000 Sb. Закон про громади (громадська організація)], 2000b, <<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-128>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Zákon č. 231/2001 Sb. Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů [Закон № 231/2001 3.3. Закон про здійснення радіомовлення та телемовлення та про зміну інших законів], 2001, <<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-231>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- 'Czech Constitutional Court Decision on the Applicability of the Press Act to Online Media (IV. ÚS 2257/18)', Decision No. 2257/18 of the Constitutional Court [«Рішення Конституційного суду Чехії щодо застосовності Закону про пресу до онлайн-ЗМІ (IV. ÚS 2257/18)», Рішення № 2257/18 Конституційного суду], червень 2020 року, <https://www.usoud.cz/fileadmin/user_upload/Tiskova_mluvci/Publikovane_nalezy/2020/IV_US_2257_18.pdf>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Czechia, Ministry of the Interior, 'Right of assembly' [Чехія, Міністерство внутрішніх справ, «Право на зібрання»], дату не вказано, <<https://mv.gov.cz/clanek/shromazdovaci-pravo.aspx>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Denmark, 'Danmarks Riges Grundlov' [Данія, «Конституція Королівства Данія»], 1953 рік, <<https://www.thedanishparliament.dk/-/media/sites/ft/pdf/publikationer/the-constitutional-act-of-denmark.pdf>>, дата звернення: 20 червня 2025 року
- Denmark, Ministry of Culture, BEK nr 1155 af 18/06/2020, Bekendtgørelse om reklamer og sponsoring m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber [Данія, Міністерство культури, БЕК № 1155 від 18 червня 2020 року, Постанова про рекламу та спонсорство тощо програм на радіо, телебаченні та в аудіовізуальних медіа-сервісах на замовлення,

- а також укладення партнерських угод], 2020a, <<https://www.retsinformation.dk/eli/Ita/2020/1155>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- LBK nr 1350 af 04/09/2020, Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed m.v. [Консолідований акт (прим.перекладача LBK – lovbekendtgørelse - консолідований акт (закон)) № 1350 від 04 вересня 2020 року, Повідомлення про закон про радіо- та телевізійну діяльність тощо], 2020b, <<https://www.retsinformation.dk/eli/Ita/2020/1350>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Vejloven [Дорожній кодекс], 25 квітня 2023 року, <<https://www.retsinformation.dk/eli/Ita/2023/421>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Denmark, Ministry of Justice, BEK nr 511 af 20/06/2005, Bekendtgørelse om politiets sikring af den offentlige orden og beskyttelse af enkeltpersoners og den offentlige sikkerhed mv., samt politiets adgang til at iværksætte midlertidige foranstaltninger [Данія, Міністерство юстиції, BEK № 511 від 20 червня 2005 року, Постанова про забезпечення поліцією громадського порядку та захист окремих осіб і громадської безпеки тощо, а також про право поліції вживати тимчасових заходів], 2005 рік, <<https://www.retsinformation.dk/eli/Ita/2005/511>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- LBK nr 914 af 11/08/2014, Bekendtgørelse af medieansvarsloven [Консолідований акт (закон) № 914 від 11 серпня 2014 року, Повідомлення про закон про відповідальність ЗМІ], 2014, <<https://www.retsinformation.dk/eli/Ita/2014/914>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- LBK nr 1270 af 29/11/2019, Bekendtgørelse af lov om politiets virksomhed [Консолідований акт (закон) № 1270 від 29 листопада 2019 року, Повідомлення про закон про діяльність поліції], 2019, <<https://www.retsinformation.dk/eli/Ita/2019/1270>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Denmark, 'The Press Ethical Rules' [Данія, «Етичні норми для преси»], 2018 рік, <<https://research.tuni.fi/ethicnet/country/denmark/the-national-code-of-conduct/>>, дата звернення: 20 червня 2025 року
- Denmark, Road Directorate, 'Choices along roads and in the countryside' [Данія, Управління автомобільних доріг, «Вибір вздовж доріг і в сільській місцевості», останнє оновлення 28 жовтня 2024 року], <<https://www.vejdirektoratet.dk/valgplakater>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Die Medienanstalten, 'The media authorities' [Засоби масової інформації «Органи, що регулюють діяльність засобів масової інформації»], дату не вказано <<https://www.die-medienanstalten.de/en/about-the-media-authorities>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Dublin City Council, 'Event application process' [Міська рада Дубліна, «Процес подання заявки на проведення заходу»], дату не вказано, <<https://www.dublincity.ie/residential/arts-and-events/events-dublin-city/event-application-process>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- e-Građani, 'Prijava javnog okupljanja' [e-Građani, «Реєстрація публічних зібрань»], дату не вказано, <<https://gov.hr/hr/prijava-javnog-okupljanja/1194>>, дата звернення: 14 березня 2025 року

- 'Nacrt prijedloga zakona o elektroničkim medijima' [«Проект закону про електронні ЗМІ»], 2020 рік, <<https://esavjetovanja.gov.hr/Econ/MainScreen?EntityId=13393>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Elections Portal (Finland), 'Vaalimainonta' [Виборчий портал (Фінляндія), «Виборча реклама»] дату не вказано, <<https://vaalit.fi/vaalimainonta>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Estonia, Eesti Vabariigi põhiseadus [Естонія, Конституція Республіки Естонія], 1992 рік, <<https://www.riigiteataja.ee/en/eli/530102013003/consolide>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Eesti Rahvusringhäälingu seadus [Закон про національне радіомовлення Естонії], 2007, <<https://www.riigiteataja.ee/akt/127022022002>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Reklaamiseadus [Закон про рекламу], 2008 рік, <<https://www.riigiteataja.ee/en/eli/ee/504032022001/consolide>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Meediateenuste seadus [Закон про медіа-послуги], 2010 рік, <<https://www.riigiteataja.ee/akt/115062022003>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Korralduseseadus [Закон про охорону правопорядку], 2011 рік, <<https://www.riigiteataja.ee/akt/114032023029>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Estonian Press Council, 'The code of ethics for the Estonian press' [Естонська Рада з питань преси, «Кодекс етики естонської преси»], дату не вказано, <https://www.asn.org.ee/english/code_of_ethics.html>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- European Audiovisual Observatory, '[RO] Rules for the 2020 local elections campaign coverage' [Європейська аудіовізуальна обсерваторія, «[RO] Правила висвітлення кампанії до місцевих виборів 2020 року»], 2020 рік, <<https://merlin.obs.coe.int/article/8970>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- European Council of the European Union, 'Transparency and targeting of political advertising: EU co-legislators strike deal on new regulation', [Європейська Рада Європейського Союзу, «Прозорість та цільове спрямування політичної реклами: співзаконодавці ЄС досягли угоди щодо нового законодавчого регулювання»], Прес-реліз, оновлено 20 грудня 2023 року, <<https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2023/11/07/transparency-and-targeting-of-political-advertising-eu-co-legislators-strike-deal-on-new-regulation>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- European Court of Human Rights, X v. United Kingdom (No. 7730/76, D.R. 15), judgment of 28 February [Європейський суд з прав людини, X проти Сполученого Королівства (№ 7730/76, D.R. 15) рішення від 28 лютого 1979 року], 1979 рік, <<https://hudoc.echr.coe.int/eng#%7B%22appno%22:%5B%227730/76%22%5D%7D>>, accessed 10 April 2025
- European Court of Human Rights, Sitaropoulos and Giakoumopoulos v. Greece (No. 42202/07), judgment of 8 July 2010 [Європейський суд з прав людини, справа «Сітаропулос і Джакумопулос проти Греції» (№ 42202/07), рішення від 8 липня 2010 року], <<https://hudoc.echr.coe.int/fre#%7B%22itemid%22:%5B%22002-1099%22%5D%7D>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- European Court of Human Rights, Melnychenko v. Ukraine (No. 17707/02), judgment of 19 October 2004 [Європейський суд з прав людини, справа «Мельниченко проти

- України» (№ 17707/02), рішення від 19 жовтня 2004 року], <<https://www.refworld.org/jurisprudence/caselaw/echr/2004/en/35557>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- European Parliament, 'European Parliament Legislative Resolution of 27 February 2024 on the Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on the Transparency and Targeting of Political Advertising (COM(2021)0731 – C9-0433/2021 – 2021/0381(COD))' [Європейський Парламент, «Законодавча резолюція Європейського Парламенту від 27 лютого 2024 року щодо пропозиції Регламенту Європейського Парламенту та Ради про прозорість та цільове спрямування політичної реклами (COM(2021)0731 – C9-0433/2021 – 2021/0381(COD))»], 27 лютого 2024 року (a), <https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2024-0090_EN.html#title1>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- 'Parliament adopts new transparency rules for political advertising' [«Парламент приймає нові правила прозорості стосовно політичної реклами»], Прес-реліз від 27 лютого 2024 року (b), <<https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20240223IPR18071/parliament-adopts-new-transparency-rules-for-political-advertising>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- European Union, Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act), Official Journal of the European Union, L 277/1 [Європейський Союз, Регламент (ЄС) 2022/2065, прийнятий Європейським Парламентом і Радою від 19 жовтня 2022 року про єдиний ринок цифрових послуг та внесення змін до Директиви 2000/31/ЄС (Закон про цифрові послуги), Офіційний вісник Європейського Союзу, L 277/1], 27 жовтня 2022 року, <<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj/eng>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Federal Chancellery of the Republic of Austria, Versammlungsgesetz [Assembly Act] [Федеральна канцелярія Республіки Австрія, Versammlungsgesetz [Закон про національну асамблею]], 1953 рік, Збірник законів, № 98/1953 (WV) <<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000249>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Finland, Kokoontumislaki [Фінляндія, Закон про національну асамблею], 1999 рік, <<https://www.finlex.fi/fi/lainsaadanto/1999/530>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Lohja Municipality, 'Vaalimainonta 2025' [Муніципалітет Лохья, Реклама на виборах – 2025], [n.d.], <<https://www.lohja.fi/kaupunki-ja-hallinto/asioi-ja-vaikuta/vaalit/alue-jakuntavaalit-2025/vaalimainonta-2025/>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Hallituksen esitys Eduskunnalle laiksi sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä ja eräksi siihen liittyviksi laeiksi [Пропозиція уряду до парламенту щодо закону про здійснення свободи вираження поглядів у засобах масової інформації та деяких пов'язаних законів], HE 54/2002, 19 квітня 2002 року, <<https://www.finlex.fi/fi/hallituksen-esitykset/2002/54>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Journalist's Guidelines (CMM) [Керівні принципи для журналістів Ради з питань ЗМІ (CMM)], 2024 рік, <<https://jsn.fi/en/journalists-guidelines/>>, дата звернення: 20 червня 2025 року

- Laki sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä [Закон про здійснення свободи вираження поглядів у засобах масової інформації], 2003 рік, <<https://www.finlex.fi/fi/lainsaadanto/2003/460>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Laki sähköisen viestinnän palveluista [Закон про сервіси електронних комунікацій], 2014 рік, <<https://www.finlex.fi/fi/lainsaadanto/2014/917>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Finnish Transport and Communications Agency, Määräys tienvarsimainonnasta ja ilmoittelusta [Фінське агентство з питань транспорту та комунікацій, Правила щодо реклами та вивісок на узбіччі доріг], 2005 рік, <<https://www.traficom.fi/sites/default/files/media/regulation/FI%20Määräys%20tienvarsimainonnasta%20ja%20ilmoittelusta%20allekirj..pdf>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Flemish Regulator for the Media [Фламандський регулятор у сфері ЗМІ], дату не вказано, <<https://www.vlaamseregulatormedia.be/en>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- France, Code civil [Франція, Громадянський кодекс], 1804 рік, <https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006070721/LEGISCTA000006117610/?anchor=LEGIARTI000006419288#LEGIARTI000006419288>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Loi no. 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard) [Закон № 86-1067 від 30 вересня 1986 року про свободу комунікації (Закон Леотара)], 1986 рік, <<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000512205>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Loi no 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française [Закон № 94-665 від 4 серпня 1994 року про використання французької мови], 1994 рік, <<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGITEXT000005616341>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Loi no 2011-412 du 14 avril 2011 portant simplification de dispositions du code électoral et relative à la transparence financière de la vie politique [Закон № 2011-412 від 14 квітня 2011 року про внесення змін до Виборчого кодексу з питань прозорості виборчих витрат], 2011 рік, <<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGIARTI000023878199/2011-04-20>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Code de la sécurité intérieure [Кодекс внутрішньої безпеки Франції], 2012 рік, <https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000025503132/LEGISCTA000025505129/#LEGISCTA000025508384>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Code de l'environnement [Кодекс охорони навколишнього середовища], 2012 рік, <<https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGISCTA000025277038/2012-07-01>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Garcia, J., 'Inquietud en la comunidad ecuatoriana en Madrid tras el giro violento de las elecciones del domingo' [Гарсія, Дж., «Занепокоєння в еквадорській громаді в Мадриді після різкого перелому в ході проведення виборів у неділю», El País, 14 серпня 2023 року, <<https://elpais.com/espana/madrid/2023-08-14/inquietud-en-la-comunidad-ecuatoriana-en-madrid-tras-el-giro-violento-de-las-elecciones-del-domingo.html>>, дата звернення: 14 березня 2025 року

- Germany, Federal Ministry of Justice, Basic Law for the Federal Republic of Germany [Німеччина, Федеральне міністерство юстиції, Основний закон Федеративної Республіки Німеччина], ухвалено 8 травня 1949 року, <https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_gg/englisch_gg.html>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Gesetz über Versammlungen und Aufzüge [Закон про зібрання та демонстрації], 1953 рік, <<https://www.gesetze-im-internet.de/versammlg/index.html>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Bayerisches Versammlungsgesetz [Баварський закон про зібрання], 2008 рік, <<https://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/BayVersG08-13>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Medienstaatsvertrag [Міждержавний договір про засоби масової інформації, MStV], § 8, пункт 9, 7 листопада 2020 року, <https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Medienstaatsvertrag_MStV.pdf>, дата звернення: 20 червня 2025 року
- Versammlungsfreiheitsgesetz Berlin [Закон про свободу зібрань Берлін], 2021, <<https://gesetze.berlin.de/bsbe/document/jlr-VersammlFrhGBErahmen>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Giordano, E., 'Gustavo Petro presents his project to come to power in Colombia in Spain' [Джордано Е., «Густаво Петро представляє в Іспанії свій проєкт приходу до влади в Колумбії»], El Salto, 11 січня 2022 року, <<https://www.elsaltodiario.com/colombia/gustavo-petro-presenta-el-pacto-historico-en-barcelona>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Greece, 'ΥΠΑΙΘΡΙΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ' [Греція, «Закон про зовнішню рекламу»], 2001 рік, <<https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/46487/nomos-2946-2001>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- 'ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΥΠΑΙΘΡΙΕΣ ΣΥΝΑΘΡΟΙΣΕΙΣ' [«Публічні зібрання просто неба»], 2020 рік, <<https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/631833/nomos-4703-2020>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- 'ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΤΗΣ ΟΔΗΓΙΑΣ (ΕΕ) 2010/13 ΓΙΑ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ' [ВПРОВАДЖЕННЯ ДИРЕКТИВИ (ЄС) 2010/13 ЩОДО ПОСЛУГ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ЗМІ], 2021 рік, <<https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/672722/nomos-4779-2021>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- 'Κωδικοποίηση σ' ενιαίο κείμενο των διατάξεων της νομοθεσίας για την εκλογή βουλευτών' [Закон про вибори членів парламенту], 2007 рік, останні зміни внесені у 2023 році, <https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/370899/p.d.-26-2012#google_vignette>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Guichet.lu, 'Milieu associatif' [Інформаційний портал Guichet.lu, «Громадські організації»], дату не вказано, <<https://guichet.public.lu/fr/citoyens/loisirs/milieu-associatif.html>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Haljala Municipality, 'Välireklaami paigaldamine' [Муніципалітет Хальяла, «Встановлення зовнішньої реклами»], дату не вказано, <<https://www.haljala.ee/valireklaami-paigaldamine>>, дата звернення: 14 березня 2025 року

- Higher Audiovisual Council for the Wallonia-Brussels Federation [Вища рада з питань аудіовізуальних медіа Федерації Валлонія-Брюссель], дату не вказано, <<https://www.csa.be>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Hungary, 2008. évi XLVIII. törvénya gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól [Угорщина, Закон № XLVIII від 2008 року про основні умови та окремі обмеження економічної рекламної діяльності], 2008 рік, <<https://njt.hu/jogszabaly/2008-48-00-00>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról [Закон № CLXXXV від 2010 року про медіапослуги та масові комунікації], 2010 рік, <<https://njt.hu/jogszabaly/2010-185-00-00>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Act XXXVI of 2013 on Election Procedure [Закон XXXVI від 2013 року про процедуру виборів], <<https://njt.hu/jogszabaly/en/2013-36-00-00>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
2016. évi LXXIV. törvény a településkép védelméről [Закон № LXXIV від 2016 року про охорону ландшафту поселення], 2016 рік, <<https://njt.hu/jogszabaly/2016-74-00-00>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- 2018 évi LV. törvény a gyűlekezési jogról [Закон № LV від 2018 року про право на зібрання], 2018 рік, <<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1800055.tv>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Independent Audiovisual Authority of Luxembourg (ALIA), 'Commercial communication' [Незалежний орган з питань аудіовізуальних медіа Люксембургу (ALIA), «Комерційна комунікація»], дату не вказано, <<https://alia.public.lu/sujets/communications-commerciales>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Institute of Advertising Self-Discipline, 'Code of Marketing Communication Self-Regulation Italy' [Інститут самодисципліни в рекламі, «Кодекс саморегулювання маркетингових комунікацій Італії»], 71-е видання, чинне з 30 жовтня 2024 року, <<https://www.iap.it/about/the-code/?lang=en>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- International IDEA, Voting from Abroad Database [Міжнародний інститут демократії та сприяння виборам International IDEA, база даних з голосування з-за кордону], дату не вказано, <<https://www.idea.int/data-tools/data/voting-abroad-database>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Ireland, Litter Pollution Act 1997 [Ірландія, Закон про забруднення сміттям 1997 року], <<https://www.irishstatutebook.ie/eli/1997/act/12/enacted/en/print.html>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Protection of the Environment Act 2003 [Закон про охорону навколишнього середовища 2003 року], <<https://www.irishstatutebook.ie/eli/2003/act/27/enacted/en/pdf>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Electoral Reform Act (Act 30 of 2022) [Закон про виборчу реформу (Закон № 30 від 2022 року)], 2022 рік, <<https://www.oireachtas.ie/en/bills/bill/2022/37>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Online Safety and Media Regulation Act (Act 41 of 2022) [Закон про виборчу реформу (Закон № 30 від 2022 року)], 2022 рік, <<https://www.irishstatutebook.ie/eli/2022/act/41/enacted/en/html>>, дата звернення: 14 березня 2025 року

- Italy, Testo unico delle leggi di pubblica sicurezza [Італія, Єдиний текст законів про громадську безпеку], 1931 рік, <<https://www.brocardi.it/testo-unico-pubblica-sicurezza/titolo-ii/capo-i/art18.html>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- ‘Codice della Strada, Decreto Legislativo 30 aprile 1992, No. 285 [«Кодекс дорожнього руху», Законодавчий декрет від 30 квітня 1992 року, № 285], 1992 рік, <<https://www.aci.it/i-servizi/normative/codice-della-strada/titolo-ii-della-costruzione-e-tutela-delle-strade/art-23-pubblicita-sulle-strade-e-sui-veicoli.html>>, дата звернення: 20 червня 2025 року
- Ministry of the Interior (Mol), ‘Modelli organizzativi e procedurali per garantire alti livelli di sicurezza in occasione di manifestazioni pubbliche – Direttiva’ [Міністерство внутрішніх справ (МВС), «Організаційні та процедурні моделі для забезпечення високого рівня безпеки під час публічних заходів – Директива»], 18 липня 2018 року, <https://www.interno.gov.it/sites/default/files/circolare_safety_security_septiescon_linee.pdf>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Legge 22 febbraio 2000, n. 28 – Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica [Закон від 22 лютого 2000 року, № 28 – Положення про рівний доступ до засобів масової інформації під час виборчих кампаній та референдумів, а також про політичну комунікацію], <<https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn=nir:stato:legge:2000-02-22;28!vig=>>>, дата звернення: 20 червня 2025 року
- Jones, T., ‘Freedom of assembly in Germany’ [Джонс Т., «Свобода зібрань у Німеччині»], Інформаційний портал DW, 4 червня 2021 року, <<https://www.dw.com/en/freedom-of-assembly-in-germany-protected-but-regulated/a-39630488>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Kiesraad, ‘Election campaign’ [Виборча рада, «Виборча кампанія»], дату не вказано, <<https://www.kiesraad.nl/verkiezingen/tweede-kamer/organiseren-verkiezing/verkiezingscampagne>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Latvia, Par sapulcēm, gājieniem un piketiem [Латвія, Про зібрання, ходи та пікети], 1997 рік, <<https://likumi.lv/ta/en/en/id/42090-on-meetings-processions-and-pickets>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Reklāmas likums [Закон про рекламу], 1999 рік, <<https://likumi.lv/ta/id/163-reklamas-likums>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums [Закон про електронні засоби масової інформації], 2010 рік, <<https://likumi.lv/ta/id/214039-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-likums>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Kārtība, kādā saņemama atļauja reklāmas izvietošanai publiskās vietās vai vietās, kas vērstas pret publisku vietu [Порядок отримання дозволу на розміщення реклами в громадських місцях або навпроти громадських місць], 2012 рік, <<https://www.vestnesis.lv/op/2012/173.8>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Lisovento, V. V., ‘Präsidentswahl in der Türkei – Warum wählen die Deutschtürken mehrheitlich Erdoğan?’ [Лісовенко В.В., «Президентські вибори в Туреччині – Чому більшість “німецьких” турків голосують за Ердогана?»], Блог Фонду Конрада Аденауера, 5 червня 2023 року, <<https://www.kas.de/de/web/die-politische-meinung/>>

- [blog/detail/-/content/praesidentschaftswahl-in-der-tuerkei-warum-waehlen-die-deutschtuerken-mehrheitlich-erdogan](#)>, дата звернення: 20 червня 2025 року
- Lithuania, Lietuvos respublikos susirinkimų įstatymas [Литва, Закон про збори Республіки Литва], 1993 рік, <<https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.5644/СрAFJrpcTT>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas [Закон про рекламу Литовської Республіки], 2000 рік, <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalActEditions/lt/TAD/TAIS.106104?faces-redirect=true>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Lietuvos respublikos visuomenės informavimo įstatymo pakeitimo įstatymas [Закон про внесення змін до Закону Литовської Республіки про інформування громадськості], 2006 рік, <<https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.280580>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Lietuvos Respublikos rinkimų kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo konstitucinis įstatymas [Конституційний закон про затвердження, набрання чинності та виконання Виборчого кодексу Литовської Республіки], 2022 рік, <<https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/418f26f0082b11edb4cae1b158f98ea5>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Lietuvos respublikos politinių organizacijų įstatymas [Закон про політичні організації Литовської Республіки], 2022 рік, <<https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/e58cadd035b811edb4cae1b158f98ea5>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Luxembourg, 'Règlement grand-ducal du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière «de communications commerciales dans les services de médias audiovisuels» [Люксембург, «Положення Великого князівства від 5 квітня 2001 року, що визначають правила, які застосовуються у сфері «комерційних повідомлень в аудіовізуальних медіа-сервісах»], 5 квітня 2001 року, <https://alia.public.lu/wp-content/uploads/2023/08/2021-02-26_RGD-regles-communications-commerciales-SMA.pdf>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Loi du 19 juillet 2004 concernant l'aménagement communal et le développement urbain [Закон від 19 липня 2004 року про муніципальне просторове планування та містобудування], 19 липня 2004 року, <<https://legilux.public.lu/eli/etat/leg/loi/2004/07/19/n1/consolide/20210101>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Loi électronique [Закон про електронні медіа] від 27 липня 1991 року, зі змінами та доповненнями станом на 21 серпня 2022 року, <<https://legilux.public.lu/eli/etat/leg/loi/1991/07/27/n1/consolide/20220821>>, дата звернення: 20 червня 2025 року
- Précisions au sujet de l'installation des panneaux électoraux [Пояснення щодо встановлення виборчих плакатів], 19 травня 2023 року, <https://gouvernement.lu/fr/actualites/toutes_actualites/communiqués/2023/05-mai/19-installation-panneaux-electoraux.html>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Malta, Public Meetings Ordinance, Laws of Malta, Chapter 68, [Мальта, Постанова про публічні зібрання, Закони Мальти, розділ 68,] 12 червня 1931 року, <<https://legislation.mt/eli/cap/68/eng>>, дата звернення: 14 березня 2025 року

- Broadcasting Act 1991, Laws of Malta, Chapter 350 [Закон про телерадіомовлення 1991 року, Закони Мальти, розділ 350], <<https://legislation.mt/eli/cap/350/eng/pdf>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Electronic Communications (Regulation) Act, Laws of Malta, Chapter 399 [Закон про електронні комунікації (регулювання), Закони Мальти, розділ 399], 2 січня 1998 року, <<https://legislation.mt/eli/cap/399/eng>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- SL 499.32 on the Placing of Billboards and Advertising on the Road Regulations [Підзаконний акт (SL - Subsidiary Legislation) 499.32 про розміщення рекламних щитів та реклами на дорогах], 30 липня 2004 року, <<https://legislation.mt/eli/sl/499.32/eng/pdf>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- SL 552.28 on Billboards and Advertisements Regulations [Підзаконний акт (SL - Subsidiary Legislation) 552.28 про правила розміщення рекламних щитів та реклами], 2 February 2018a, <<https://legislation.mt/eli/sl/552.28/eng/pdf>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Media and Defamation Act 2018, Laws of Malta, Chapter 579 [Закон про засоби масової інформації та дифамацію 2018 року, Закони Мальти, розділ 579], 14 травня 2018 року, <<https://legislation.mt/eli/cap/579/eng/pdf>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Ministry of Foreign Affairs (MFA) (Netherlands), 'Parliamentary questioning of undue influence from unfree countries' [Міністерство закордонних справ (МЗС) (Нідерланди), «Парламентське розслідування щодо надмірного впливу з боку країн, які не є вільними»], 1 березня 2021 року, <<https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-35228-37.html>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Netherlands, Kieswet [Нідерланди, закон про вибори], 1989 рік, <<https://wetten.overheid.nl/BWBR0004627/2023-06-20/#AfdelingII>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Mediawet [Закон про ЗМІ], 2008 рік, <<https://wetten.overheid.nl/BWBR0025028/2023-01-01/0#Hoofdstuk6>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Wet openbare manifestaties [Закон про публічні демонстрації], 2010 рік, <<https://wetten.overheid.nl/BWBR0004318/2010-10-10/0>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Office of the Tyrolean Provincial Government, Department of Municipalities, 'Information on election advertising' [Адміністрація уряду землі Тіроль, Департамент муніципалітетів, «Інформація про передвиборчу рекламу»], 12 січня 2021 року, <https://www.tirol.gv.at/fileadmin/themen/tirol-europa/gemeinden/downloads/Wahl2022/Information_zum_Anbringen_von_Wahlplakaten.pdf>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE), Document of the Copenhagen Meeting of the Conference on the Human Dimension of the CSCE [Організація з безпеки та співробітництва в Європі (ОБСЄ), Документ Копенгагенської зустрічі Конференції з людського виміру ОБСЄ], OSCE, 1990 рік, <<https://www.osce.org/odihr/elections/14304>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE) Office for Democratic Institutions and Human Rights (ODIHR), 'Republic of Austria, Presidential Election, 9 October 2022: ODIHR Needs Assessment Mission Report [Організація з безпеки та співробітництва в Європі (ОБСЄ) Бюро з демократичних інститутів і прав людини (БДІПЛ),

- «Республіка Австрія, президентські вибори, 9 жовтня 2022 року: Звіт місії БДІПЛ з оцінки потреб», 13-16 червня 2022 року, 27 липня 2022 року, <<https://www.osce.org/files/f/documents/5/e/523479.pdf>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Parliamentary Assembly, Distance Voting, Resolution 1591 (2007) [Парламентська Асамблея, дистанційне голосування, резолюція 1591 (2007 рік), <<https://pace.coe.int/en/files/17610/html>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Poland, Ustawa o radiofonii i telewizji [Польща, Закон про радіомовлення та телебачення], 1992 рік, <<https://lexlege.pl/ustawa-o-radiofonii-i-telewizji>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Kodeks Wyborczy [Виборчий кодекс Польщі], 2011 рік, <<https://pkw.gov.pl/prawo-wyborcze/kodeks-wyborczy>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Prawo o zgromadzeniach [Закон про зібрання Польщі], 2015 рік, <<https://sip.lex.pl/akty-prawne/dzu-dziennik-ustaw/prawo-o-zgromadzeniach-18226487>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- 'How to legally advertise a company' [«Як рекламувати компанію у межах закону»], останнє оновлення 22 червня 2023 року, <<https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/00804>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Portugal, Decree-Law No. 406/74 [Португалія, Законодавчий наказ № 406/74], 1974 рік, <<https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/decreto-lei/1974-166429452>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Afixação e inscrição de mensagens de publicidade e propaganda No. 97/88 [Розміщення та реєстрація рекламних повідомлень та агітації №97/88], 1988 рік, <<https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/lei/1988-67343795>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Lei da televisão No. 27/2007 [Закон про телебачення №27/2007], <<https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/lei/2007-34561375>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Estatuto das Estradas da Rede Rodoviária Nacional No. 34/2015 [Статут доріг національної дорожньої мережі № 34/2015], <<https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/lei/2015-105652086>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Rashkova, E. R., 'The party abroad: A new modus operandi for political parties' [Рашкова, Е. Р., «Партія за кордоном: новий метод функціонування політичних партій», 73/4], Parliamentary Affairs, 73/4, 2020 рік, сторінки. 839–55, <<https://doi.org/10.1093/pa/gsaa039>>
- Republic of Cyprus, 'Advertising Display Law' [Cap. 50] [Республіка Кіпр, «Закон про рекламні модулі» [Розділ 50]], 1959, <<https://www.cylaw.org/nomoi/arith/CAP050.pdf>>, дата звернення: 18 червня 2025 року
- 'Νόμος για την Οδική Ασφάλεια' Κεφάλαιο 174/1986 [«Закон про безпеку дорожнього руху» Розділ 174/1986], Кіпр, повний текст, 1986 рік, <https://www.cylaw.org/nomoi/enop/non-ind/1986_1_174/full.html>, дата звернення: 20 червня 2025 року
- Radio and Television Broadcasters Law [Закон про радіо- та телемовників Кіпру], 1998 рік, <[https://crta.org.cy/en/assets/uploads/pdfs/FINAL%20CONSOLIDATED%20LAW%20up%20to%20Amendment%20197\(I\).2021.pdf](https://crta.org.cy/en/assets/uploads/pdfs/FINAL%20CONSOLIDATED%20LAW%20up%20to%20Amendment%20197(I).2021.pdf)>, дата звернення: 14 березня 2025 року

- NOMOS ΠΟΥ ΑΝΑΘΕΩΡΕΙ ΤΟΥΣ ΠΕΡΙ ΔΗΜΩΝ ΝΟΜΟΥΣ ΤΟΥ 1985 ΕΩΣ 2022 [Закон № 52(Ι)/2022, Закон, який вносить зміни до законів про муніципальні органи за період від 1985 до 2022 року], 2022 рік, <http://www.cylaw.org/nomoi/arith/2022_1_052.pdf>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- ‘Ο περί Πολεοβομίας και Χωροταξίας Νόμος’ [«Закон про містобудування та просторове планування»], 1992 рік, остання редакція 2021 року, <<https://faolex.fao.org/docs/pdf/сyp3084.pdf>>, дата звернення: 20 червня 2025 року
- République Française, ‘What does freedom of demonstration consist of?’ [Французька Республіка, «У чому полягає свобода демонстрацій?»], 23 березня 2023 року, <<https://www.vie-publique.fr/fiches/23886-en-quoi-consiste-la-liberte-de-manifestation>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Rinaldi, G. and Wilke, P., ‘Record number of Turks vote in Germany in “fateful election” for Erdoğan’ [Рінальді Г., Вілке П., «Рекордна кількість турків проголосувала в Німеччині на “доленосних” для Ердогана виборах»], Politico, 10 травня 2023 року, <https://www.politico.eu/article/a-fateful-election-more-turks-than-ever-stream-to-the-polls-in-germany>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Rodl & Partner, ‘Plastic tax: Italy’ [Rodl & Partner, «Податок на пластик: Італія»], останнє оновлення 22 травня 2024 року, <<https://www.roedl.com/insights/plastic-tax/italy-eu-green-deal#:~:text=EU%20Plastic%20Tax-,Law%20No.,the%20closing%20of%20the%20quarter>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Romania, Law No. 60/1991 on the organization and holding of public assemblies [Румунія, Закон № 60/1991 про організацію та проведення публічних зібрань], 25 вересня 1991 року, <<https://lege5.ro/Gratuit/gm4tenzug4/legea-nr-60-1991-privind-organizarea-si-desfasurarea-adunarilor-publice>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Lege nr. 504, Legea audiovizualului [Закон № 504, Закон про аудіовізуальні засоби масової інформації Румунії], 11 липня 2002 року, <<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/37503>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Lege nr. 571 privind Codul fiscal [Закон № 571 про Податковий кодекс Румунії], 22 грудня 2003 року, <<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/48697>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Law No. 334 (**republished**) on the financing of political parties and electoral campaigns [Закон № 334 (нова редакція) про фінансування політичних партій та виборчих кампаній Румунії], 17 липня 2006 року, <<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/73672>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Lege nr. 185 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate [Закон № 185 про розміщення та ліцензування засобів реклами], 25 червня 2013 року, <<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/149533>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Legea nr. 208/2015 privind alegerea Senatului și a Camerei Deputaților, precum și pentru organizarea și funcționarea Autorității Electorale Permanente [Закон № 208/2015 про вибори до Сенату та Палати депутатів, а також про організацію та функціонування Постійної виборчої комісії Румунії], 27 липня 2015 року, <<https://lege5.ro/Gratuit/g4ztknjvge/legea-nr-208-2015-privind-alegerea-senatului-si-a-camerei-deputatilor-precum->

- [si-pentru-organizarea-si-functionarea-autoritatii-electorale-permanente>](#), дата звернення: 14 березня 2025 року
- Law No. 190 of June 28, 2022 for amending and supplementing the Audiovisual Law No. 504/2002, Audiovisual Law No. 190 [Закон № 190 від 28 червня 2022 року про внесення змін та доповнень до Закону про аудіовізуальні засоби № 504/2002, Закон про аудіовізуальні засоби № 190], 28 червня 2022 року, <<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/256901>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Slovakia, Zákon 84/1990 Zb. o zhromažďovanom práve [Словаччина, Закон 84/1990 Zb. про права на зібрання], 27 березня 1990 року (а), <<https://www.slov-lex.sk/ezbierky/pravne-predpisy/SK/ZZ/1990/84/20160701>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Zákon 369/1990 Zb. o obecnom zriadení [Словаччина, Закон 84/1990 Zb. про право на зібрання], 6 вересня 1990 року, <https://www.slov-lex.sk/ezbierky/pravne-predpisy/SK/ZZ/1990/369/20231101.html#error=login_required&state=b421d364-ff1e-4cd8-a00d-0acced038424>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Zákon č. 372/1990 Zb. Slovenskej národnej rady o priestupkoch [Закон № 372/1990 Zb. Словацької національної ради про правопорушення], 6 вересня 1990 року, <<https://www.epi.sk/zz/1990-372/znenie-20230701>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Zákon 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách) [Закон 264/2022 Z. z. про медіа-сервіси та внесення змін і доповнень до деяких законів (закон про медіа-сервіси)], 22 червня 2022 року, <<https://www.slov-lex.sk/ezbierky/pravne-predpisy/SK/ZZ/2022/264/20230101.html#poznamky.poznamka-64>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Zákon 265/2022 Z. z. o vydavateľoch publikácií a o registri v oblasti médií a audiovizie a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o publikáciách) [Закон 265/2022 Z. z. про видавців публікацій та про реєстр суб'єктів у сфері медіа та аудіовізуальної продукції та внесення змін і доповнень до деяких законів (закон про публікації)], 22 червня 2022 року, <<https://www.slov-lex.sk/ezbierky/pravne-predpisy/SK/ZZ/2022/265/20220801#poznamky.poznamka-21>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Zákon č. 372/1990 Zb. Slovenskej národnej rady o priestupkoch [Закон № 372/1990 Zb. Словацької національної ради щодо правопорушень], 22 червня 2022 року (с), <<https://www.slov-lex.sk/ezbierky/pravne-predpisy/SK/ZZ/1990/84/20160701>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Slovakia, Ministry of the Interior, 'Gathering', [Словаччина, Міністерство внутрішніх справ, «Зібрання»], дату не вказано, <<https://www.minv.sk/?zhromazdovanie>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Slovenia, Zakon o političnih strankah [Словенія, Закон про політичні партії], 8 жовтня 1994 року, <<https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO359>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Zakon o volilni in referendumski kampanji [Закон про виборчу кампанію та референдуми Словенії], 26 травня 2007 року, <<https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO4749>>, дата звернення: 14 березня 2025 року

- Spain, Ley Orgánica 9/1983, reguladora del derecho de reunión [Іспанія, Органічний закон про право на зібрання], 15 липня 1983 року, <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1983-19946>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Ley Orgánica 5/1985, del Régimen Electoral General [Іспанія, Органічний закон 9/1983, що регулює право на зібрання], 20 червня 1985 року, <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1985-11672>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Ley 34/1988, General de Publicidad [Закон 34/1988, Загальний закон про рекламу Іспанії], 15 листопада 1988 року, <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1988-26156>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Ley 13/2022, General de Comunicación Audiovisual [Закон 13/2022, Загальний закон про аудіовізуальну комунікацію], 9 липня 2022 року, <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-11311>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Sweden, Yttrandefrihetsgrundlag (1991:1469) [Швеція, Закон про свободу слова (1991:1469)], 1991 рік, <https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/ytt-randefrihetsgrundlag-19911469_sfs-1991-1469>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Ordningslag (1993:1617) [Швеція, Закон про громадський порядок (1993:1617)], 1993 рік, <https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/ordningslag-19931617_sfs-1993-1617>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Vallag (2005:837) [Швеція, Закон про вибори (2005:837)], 2005 рік, <https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/vallag-2005837_sfs-2005-837>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Radio- och tv-lag (2010:696) [Закон про радіо- та телемовлення (2010:696)], 2010 рік, <https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/radio-och-tv-lag-2010696_sfs-2010-696/#K8>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- The Federal Returning Officer (Germany), 'Election campaign advertising' [Федеральний виборчий комісар (Німеччина), «Реклама під час виборчої кампанії»], останнє оновлення 13 лютого 2023 року, <<https://www.bundeswahlleiterin.de/en/service/glossar/w/wahlwerbung.html>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- International Convention on the Protection of the Rights of All Migrant Workers and Members of Their Families [Організація Об'єднаних Націй, Міжнародна конвенція про захист прав усіх трудящих-мігрантів та членів їхніх сімей, прийнята Резолюцією Генеральної Асамблеї] 45/158 від 18 грудня 1990 року, <<https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/international-convention-protection-rights-all-migrant-workers>>, дата звернення: 14 березня 2025 року
- Wieder, T., 'Turkish elections: How Germany became a reservoir of votes for Erdogan' [Відер Т., «Вибори в Туреччині: як Німеччина стала «резервуаром» голосів для Ердогана»], Le Monde, 14 травня 2023 року, <https://www.lemonde.fr/en/international/article/2023/05/14/turkish-elections-the-turkish-vote-in-germany-a-reservoir-of-votes-for-erdogan_6026584_4.html>, дата звернення: 14 березня 2025 року

ZDF – ‘Politik von Erdoğan's Gnaden?’, Die Spur (Einzeldoku, S3 F25) [Інформаційний портал ZDF – «Політика за милістю Ердогана?», Інформаційний портал Die Spur – документальний фільм <<https://www.zdf.de/play/reportagen/die-spur-224/tuerkei-erdogan-dava-cem-oezdemir-100?q=Erdo%C4%9Fan>>, 16 жовтня 2024 року, <https://www.zdf.de/video/reportagen/die-spur-224/tuerkei-erdogan-dava-cem-oezdemir-100.html>>, дата звернення: 20 червня 2025 року]

Про авторів

Тамара Отіашвілі має великий досвід у сфері допомоги у проведенні виборів, спостереження та демократичного врядування. Раніше вона обіймала посаду спеціаліста з політичних питань у Відділі ООН з надання допомоги у проведенні виборів у Нью-Йорку. До цього вона була старшим юрисконсультом та радником з питань виборів в Бюро демократичних інститутів і прав людини (БДІПЛ) Організації з безпеки та співробітництва в Європі (ОБСЄ) у Варшаві. Тамара брала участь у численних спостережних місіях і підтримувала національні зусилля в більш ніж 30 країнах, працюючи на різних посадах, зокрема на керівних посадах, у БДІПЛ, Венеціанській комісії, Центрі Картера та Програмі розвитку ООН (ПРООН). Вона також готувала правові оцінки з питань демократичного врядування та прав людини і долучилася до написання низки тематичних статей на ці теми. Вона здобула юридичну освіту в Тбіліському державному університеті та післядипломну юридичну освіту в Університеті штату Іллінойс.

Юлія Шипілова – міжнародний експерт з питань управління та виборів з більш ніж 17-річним досвідом роботи. Вона зміцнювала потенціал органів управління виборчим процесом та нагляду за політичним фінансуванням, розробляла законопроекти та переглядала нормативно-правову базу з метою забезпечення відповідності міжнародним стандартам. Як автор та співавтор понад 150 публікацій на правову тематику, Шипілова керувала великими донорськими програмами у країнах, що розвиваються, перехідних та конфліктних середовищах, просуваючи виборчі, політичні фінанси та парламентські реформи. Вона співпрацювала з такими відомими міжнародними організаціями, як-от International IDEA, ПРООН, ОБСЄ, БДІПЛ та Міжнародна фундація виборчих систем (IFES), працюючи у 18 країнах. Вона обіймала посади від керівника програм IFES до головного технічного радника ПРООН у Вірменії та Киргизстані. Наразі вона працює керівником програми «Вибори та зміцнення парламенту» в International IDEA.

Габрієла Скулова займається допомогою у проведенні виборів та спостереженням за виборами вже понад 12 років. Габрієла спеціалізується на аналізі прозорості політичного фінансування, політичного контексту та питань, пов'язаних із політичною рекламою та дезінформаційними кампаніями в Інтернеті. Окрім дослідницьких проектів, Габрієла зосереджується на навчанні міжнародних спостерігачів, які підтримують національні громадські організації у розбудові спроможності та розробці методологічних інструментів. Свою співпрацю з цими групами вона базує на коучинговому підході, використовуючи методи особистого та командного розвитку. Габрієла співпрацювала з ЄС, ОБСЄ/БДІПЛ, Європейським партнерством за демократію (EPD), «Спостереження за виборами та підтримка демократії» (EODS) та IFES, і вона регулярно працює в Африці, Європі та Центральній Азії. Вона закінчила Sciences Po Paris за спеціальностями політологія та міжнародна економіка.

Доменіко Кастеллані — міжнародний консультант, який працює у сфері виборчих процесів та миротворчої освіти. Він розпочав свій виборчий досвід у Пакистані у 2004 році в рамках місії технічної допомоги ООН. Він брав участь у численних місіях ЄС, ОБСЄ/БДІПЛ, ООН та Міжнародного республіканського інституту (MPI) як політичний аналітик або спостерігач в Європі, Африці та Азії. Його дослідження в основному зосереджені на біополітиці та її впливі на історіографія прав людини та процеси демократизації. Доменіко працював у сфері розвитку в Африці й продовжує співпрацювати з некомерційними організаціями з питань, пов'язаних із розбудовою миру та примиренням, інтегруючи усвідомленість у свій методологічний підхід. Доменіко має університетські ступені з філософії, медієвістики, співробітництва та розвитку і міжнародних відносин. Зараз він закінчує магістерську програму з контемплативних студій в Університеті Падови, Італія.

Васіл Ващанка зараз є зовнішнім науковим співробітником Дослідницького центру держави й права при Університеті Радбод (Неймеген, Нідерланди) й займається питаннями корупції та політичного фінансування. Василь працював над питаннями верховенства права та демократизації в БДІПЛ ОБСЄ (Варшава, Польща) з 2002 по 2012 рік. З 2012 по 2014 рік він також працював у групі з виборчих процесів International IDEA (Стокгольм, Швеція). Василь регулярно виступає консультантом міжнародних організацій з правових та виборчих питань. Він брав участь у численних міжнародних місіях зі

спостереження за виборами, був автором експертних оглядів законодавства та наукових праць. Василь отримав ступінь магістра права в Центральноевропейському університеті (Будапешт, Угорщина).

Про International IDEA

Міжнародний інститут демократії та сприяння виборам (International IDEA) — це міжурядова організація з 35 державами-членами, заснована в 1995 році з метою підтримки сталої демократії в усьому світі.

ЩО МИ РОБИМО

Ми розробляємо сприятливі для політики дослідження, пов'язані з виборами, парламентами, конституціями, диджиталізацією, зміною клімату, інклюзивністю та політичним представництвом, і все це під егідою Цілей сталого розвитку ООН. Ми оцінюємо стан демократії в усьому світі за допомогою наших унікальних Глобальних індексів стану демократії та Демократичного трекера.

Ми забезпечуємо розвиток потенціалу та надаємо експертні консультації демократичним суб'єктам, включаючи уряди, парламенти, виборчі комісії та громадянське суспільство. Ми розробляємо інструменти та публікуємо бази даних, книги та посібники кількома мовами на різні теми — від явки виборців до гендерних квот.

Ми об'єднуємо державні та недержавні суб'єкти для діалогу та обміну досвідом. Ми виступаємо і висловлюємо свою позицію, щоб просувати та захищати демократію в усьому світі.

ДЕ МИ ПРАЦЮЄМО

Наш головний офіс розташований у Стокгольмі, а регіональні та національні представництва — в Африці та Західній Азії, Азії та Тихоокеанському регіоні, Європі, Латинській Америці та Карибському басейні. International IDEA є постійним спостерігачем при Організації Об'єднаних Націй та акредитована при установах Європейського Союзу.

НАШІ ПУБЛІКАЦІЇ ТА БАЗИ ДАНИХ

На нашому сайті є каталог з більш ніж 1 000 публікаціями та понад 25 базами даних. Більшість наших публікацій можна завантажити безкоштовно.

[<https://www.idea.int>](https://www.idea.int)



International IDEA
Strömsborg
SE-103 34 Stockholm
SWEDEN
+46 8 698 37 00
info@idea.int
www.idea.int

У цьому звіті представлено всебічний огляд законодавства щодо проведення кампаній за кордоном у всіх 27 державах-членах ЄС. Він об'єднує аналіз законодавства, міжнародні стандарти та інтерв'ю, щоб скласти карту правил щодо агітаційних заходів, засобів масової інформації та громадських зібрань за межами національних кордонів.

Порівнюючи підходи — від заборон до механізмів рівного розподілу — він виявляє прогалини в регулюванні та висвітлює найкращі практики. Призначений для політиків, виборчих адміністрацій, дипломатів та представників громадянського суспільства, він пропонує практичні рекомендації щодо транскордонної участі у виборчому процесі. Незалежно від того, розробляє ви законопроект, плануєте роботу з діаспорою чи консультуєтесь з питань міжнародного співробітництва, читачі знайдуть цільовий аналіз та практичні рекомендації.

ISBN: 978-91-8137-005-8 (Print)
ISBN: 978-91-7671-998-5 (PDF)