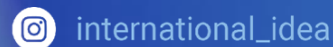
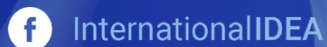
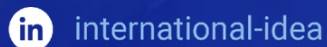




Передвиборча агітація за кордоном: правові норми та практика в країнах-членах Європейського Союзу





Передвиборча агітація за кордоном: правові норми та практика в країнах-членах Європейського Союзу

Проект звіту про дослідження – не для публічного розповсюдження



Дослідження International IDEA



Методологія дослідження

- Дослідження законодавчих баз 27 країн-членів Європейського союзу щодо мітингів та зібрань, розміщення плакатів та білбордів та реклама в ЗМІ.
- Правовий аналіз первинного та відповідного вторинного законодавства.
- Аналіз попередніх публікацій
- Інтерв'ю, проведені в деяких державах-членах з фахівцями-практиками, що мали досвід організації виборчих кампаній у рамках голосування закордоном (представники політичних партій, посольств і консульств).
- Подвійна перевірка даних з релевантними органами влади держав-членів ЄС
- Аналіз як правового регулювання, так і практики його застосування



Ілюстрація - ШІ



❑ **Відсутність уніфікованого регулювання в ЄС:**

- Хоча основні демократичні права (свобода слова, зібрань і асоціацій) гарантуються громадянам ЄС, для іноземних кандидатів і політичних партій немає єдиної правової бази.

❑ **Національна специфіка регулювання:**

- Кожна країна адаптує своє виборче законодавство до національних контекстів, що ускладнює участь іноземців у виборчій діяльності.

❑ **Обмеження політичної активності іноземців:**

- У низці держав-членів іноземцям прямо забороняється займатися передвиборною агітацією або проводити інші політичні заходи.



Розбіжності у підходах до політичної агітації:

- У Словенії забороняється агітація на виборах іншої країни.
- У Нідерландах існує тимчасове обмеження на ведення кампаній іноземцями (3 місяці до виборів).

Поєднання політичних і зовнішньополітичних обмежень:

- В Австрії право на проведення зборів може бути відхилено, якщо воно суперечить міжнародним нормам або зовнішньополітичним інтересам країни.

Виклики правової інтерпретації:

- Для розуміння, яка діяльність дозволена іноземним кандидатам, необхідна інтерпретація національних законів щодо свободи слова, зібрань і асоціацій, що створює додаткові труднощі.

Різноманітність форм агітації та доступу до ЗМІ:

- Різні підходи до дозволу використання громадських зібрань, політичної реклами, плакатів, радіо, телебачення та онлайн-ЗМІ.



- Агітація в соціальних мережах має менше обмежень ніж інші види агітації і може бути доступнішою як для кандидатів, так і для виборців.
- Однак слід переконатися, що її ведення відповідає всім зобов'язанням і принципам, закріпленим у відповідних міжнародних документах і директивах ЄС, і що доступ до Інтернету забезпечений однаковою мірою для всіх учасників.
- Це також означає, що користувачі Інтернету повинні бути в змозі використовувати будь-яку онлайн-платформу й мати доступ до будь-яких послуг та онлайн-контенту за власним вибором, якщо вони не порушують при цьому закони ЄС.

Агітація в соціальних мережах – нове законодавство ЄС



- Нещодавно ухвалені правила ЄС стосуються політичної реклами, особливо онлайнної, та встановлюють рамки для сприяння політичній рекламі в межах усього ЄС. Згідно з цими правилами, політична реклама має бути чітко позначена, а така важлива інформація як цільова аудиторія, рекламодавець, витрачена сума та її зв'язок із виборами чи референдумами має бути легкодоступною.
- Щоб протистояти іноземному втручанню в європейські демократичні процеси, нові правила забороняють фінансування реклами з-за меж ЄС упродовж трьох місяців до виборів або референдуму. Це доповнює Закон про цифрові послуги 2022 року, який зобов'язує онлайн-платформи вживати заходів проти розповсюдження незаконних товарів, послуг або контенту.

Агітація в соціальних мережах - нове законодавство ЄС



- Закон вимагає більшої прозорості та контролю над контентом, що відображається на онлайн-платформах. Ці платформи також зобов'язані інформувати користувачів про причини видалення контенту чи обмеження облікового запису.
- Обидва законодавчі акти підтримують право на свободу вираження поглядів. Правила щодо політичної реклами сфокусовані на розміщенні реклами, а не на її змісті. Крім того, ці заходи унеможливають меседжі без зазначення спонсорів і не впливають на особисті переконання, політичні погляди, комунікації, оголошення кандидатів або інформаційні кампанії з офіційних національних джерел або джерел ЄС.
- Закон про цифрові послуги додатково зобов'язує онлайн-платформи виявляти, аналізувати та ефективно пом'якшувати ризики, пов'язані з виборчими процесами та суспільним дискурсом, захищаючи при цьому свободу вираження поглядів.

Агітація в соціальних мережах – Google припиняє розміщення політичної реклами в ЄС, META пристосовується

- Google припинить розміщення політичної реклами в ЄС перед впровадженням нового регулювання у жовтні 2025 року. Крім того, платні політичні промоції, які підпадають під визначення політичної реклами згідно з новим регулюванням, більше не дозволятимуться на YouTube в ЄС.
- Наразі, Facebook та Instagram пропонує підписку без реклами в Європі. Meta знизила ціну на версії Facebook та Instagram без реклами на 40% для користувачів у ЄС, щоб відповідати регуляторним вимогам у цьому регіоні. Також розглядається припинення реклами.

An update on political advertising in the European Union

2 min read | Google will stop serving political advertising in the EU ahead of new regulation in October 2025.

 **Annette Kroeber-Riel**
Vice President, Government Affairs and Public Policy for Europe

Share



Listen to article 4 minutes



Google supports democratic elections around the world by ensuring voters have access to high-quality and reliable information, protecting our platforms from abuse and providing campaigns with best-in-class security tools and training.

We work closely with governments, advertisers and civil society organizations to support responsible political advertising across our platforms. In recent years, we have invested in industry-leading election ads programs that support user safety and promote transparency.

Передвиборча агітація за кордоном: правове регулювання у деяких країнах



- **Хорватія:** Політична реклама дозволена в Інтернеті, друкованих ЗМІ, а також у соціальних мережах. Відповідальність за зміст реклами несе виключно рекламодавець.
- **Чехія:** Політична реклама в онлайн-ЗМІ наразі не регулюється юридично та здебільшого регулюється на власний розсуд провайдерами. Проте нещодавнє рішення Конституційного суду (2020) вказує на те, що (принаймні деякі) правила, застосовні до друкованих ЗМІ та політичної реклами в них, також застосовуються per analogiam до онлайн-ЗМІ, оскільки ті виконують подібну функцію та мають навіть більше охоплення. На даному етапі судова практика не є достатньо чіткою, тож 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.
- **Данія:** Дозволено політичну рекламу в друкованих та онлайн-ЗМІ. Відповідальність за зміст реклами спільно розподіляється між “особою, яка замовила розміщення реклами, будь-якою особою, яка допомагала в цьому, та редактором ЗМІ”.

Передвиборча агітація за кордоном: правове регулювання у деяких країнах



- **Естонія:** Політична реклама дозволена в друкованих та онлайн-ЗМІ.
- **Нідерланди:** Представникам держав, які не є членами ЄС, заборонено проводити агітацію в Нідерландах упродовж трьох місяців до виборів у їхній країні.
- **Ірландія:** Закон про виборчу реформу 2022 року визначає, що “особа, яка проживає за межами держави, не має права, прямо чи опосередковано, купувати політичну онлайн-рекламу для розміщення, показу, просування чи розповсюдження в державі. Ця стаття стосується лише онлайн-реклами та, як видається, обмежує неналежний зовнішній вплив на внутрішні вибори, що також може мати наслідки для агітації за кордоном.
- **Італія:** Друковані ЗМІ та Інтернет загалом не регулюються під час виборів. У минулому регуляторний орган ініціював вказівки щодо саморегулювання, на основі яких Facebook і Google погодилися надати рівноправний доступ до своїх платформ усім учасникам виборів та чітко позначати платну політичну рекламу.
- **Польща:** Друковані та онлайн-ЗМІ не регулюються конкретно у зв'язку з виборами.



- Закон про медіасервіси забороняє політичну рекламу на телеканалах та радіостанціях, в аудіовізуальних медіасервісах на замовлення та на платформах для обміну відеоконтентом. Винятком із цієї заборони є трансляція політичної реклами кандидатів на виборах у Словаччині під час відповідних періодів виборчої кампанії.
- Політична реклама дозволена в друкованих та онлайн-ЗМІ, при цьому останні не несуть відповідальності за публікацію контенту.
- Політична реклама на соціальних платформах регулюється певною мірою, але лише для кандидатів і партій, які балотуються на виборах у Словаччині. Тож політична реклама в соціальних мережах здебільшого підпорядкована внутрішнім правилам провайдерів (Meta, YouTube, X тощо) та загальним нормам ЄС.

- Згідно зі статтею 3 Закону про політичні партії, “партія, не зареєстрована відповідно до положень цього закону, та партія, що базується за кордоном, не може діяти в Республіці Словенія. Згідно зі статтею 3.8 Закону про кампанію з виборів та з референдуму, “в Республіці Словенія не дозволяється проводити виборчу кампанію в рамках виборів в іншій країні”.



Франція забороняє агітацію онлайн на своїх виборах, але не під час виборів інших держав

- Політична реклама в мовних та онлайн-ЗМІ заборонена в будь-яких випадках.
- Дослідження виявило численні приклади організації іноземними партіями агітаційної діяльності з метою проведення національних виборів на території Франції. Це партії з Великобританії, Тунісу та Італії. Спільною рисою цих кампаній є те, що для організації агітаційних заходів ці партії покладаються на давню діаспору у Франції, більшість з якої є при цьому громадянами Франції.
- Британська Лейбористська партія має партійне відділення в Парижі. Перш ніж організувати будь-яку кампанію, вони зв'язуються з поліцією (Préfecture de police de Paris), щоб з'ясувати, які дії є допустимими.
- Існують численні приклади проведення агітації онлайн на території Франції під час проведення виборів інших держав.

Французський досвід проведення агітації закордоном

- Французька партія “Відродження” має відділення в Данії, Італії та Португалії та проводить під час французьких виборів агітаційну діяльність серед громадян Франції, які там проживають.
- Партія зазвичай фокусується на:
 - i) агітації в соціальних мережах,
 - ii) проведенні особистих зустрічей у закритих громадських і приватних місцях (муніципальних залах, барах або ресторанах), а також
 - iii) розсилці виборцям поштою партійних програм і агітаційних брошур, оскільки Посольство Франції надає політичним партіям датські поштові адреси громадян Франції, зареєстрованих у Посольстві для голосування.
- Французька партія “Відродження”, яка має численні партійні відділення в інших країнах ЄС, підтвердила, що проведення у Словенії агітаційних заходів у рамках французьких виборів є незаконним. Тож вона не проводить передвиборчу агітацію в Словенії, на відміну від багатьох інших країн



- Близько 6 відсотків населення Естонії є громадянами Росії з подвійним громадянством. Отже, вони мають право голосу на російських виборах.
- У минулому на території Естонії було організовано до 9 спеціальних виборчих дільниць для голосування цих виборців.
- Що стосується агітації, ці виборці мають регулярний доступ до російських медіа-каналів, а також споживають інформацію в соціальних мережах.
- Опитаним естонським політологам невідомо про будь-який інший вид агітаційної діяльності, яку б проводили в Естонії російські політичні партії (наприклад, жодних очних зборів чи мітингів за участю чи без участі російських політиків, жодних випадків створення партійних осередків, жодних розсилок агітаційних брошур поштою)

Агітація в соціальних мережах – замість висновків



- Крім дотримання законів і нормативних актів країни, де проводиться передвиборча агітація, критично важливо визнати вплив нормативних актів ЄС на агітацію в соціальних мережах. Ці акти слід ретельно враховувати під час планування та проведення таких кампаній.
- Деякі закони можуть не прямо забороняти іноземну виборчу діяльність.
- В тих випадках, коли проводилася агітація в соціальних мережах: агітаційні повідомлення розміщувалися через представника діаспори, який мав громадянство або проживав у країні перебування.
- Деякі держави можуть не дозволяти агітаційну діяльність іноземних громадян з політичних причин або з міркувань суверенітету та безпеки.
- Забезпечення можливості кандидатам на виборах вести агітацію за кордоном може надати перевагу правлячим або більшим і відомим політичним партіям, що може поставити в невідгідне становище невеликі партії, незалежних кандидатів та кандидатів-жінок. Забезпечення рівних умов для всіх учасників вимагало б розробки та впровадження правил ведення виборчої кампанії за кордоном

Все що Ви хотіли знати про регулювання онлайн політичної агітації в Європі, але боялися запитати



WINNING ELECTIONS THE RIGHT WAY


Online Political Advertising Rules in Europe and Selected Countries Globally








THANK YOU

idea.int

 @int_IDEA

 international-idea

 InternationalIDEA

 international_idea