



Избирательные лоббижи

Дагест

МБУК «Центральная библиотека Борисовского района»

Информационно-библиографический отдел

Центр правовой информации

Избирательные ловушки

дайджест

Борисовка

2014

Составитель: Коцарь С.Н., заведующая информационно-библиографическим отделом

Избирательные ловушки: дайджест / МБУК «ЦБ Борисовского района; Центр правовой информации. – Борисовка, 2014. – 22 с.

Для того, чтобы «раскрутить» политика - нужен неожиданный ход, продуманная система популистских акций, драматургически выстроенных и удобных для телевизионного показа, размещения в региональной или общенациональной прессе и т. д. Продуманная политическая кампания исключает «лобовое» решение, но в тоже время навязывает выбранный образ, которому иногда не помешает некоторая скандальность. И непременно выполняется главное правило — демонстрация уважения и любви к потребителю — в нашем случае к избирателю. Все это одинаково актуально для любого кандидата. В последнее же время в ходе проведения избирательных кампаний в России расширилось использование методов, противоречащих федеральному и региональному законодательству и не соответствующих устоявшимся представлениям об этике политической борьбы в цивилизованном обществе. Распространение подобных методов, получивших название "грязных технологий", приводит к подрыву доверия населения к процедуре выборов, вызывает разочарование в возможности демократическим путем повлиять на осуществление власти и, в конечном счете, подрывает стабильность в государстве. Чрезвычайно негативные последствия может иметь тот факт, что «грязные технологии» становятся одним из значимых механизмов проникновения во власть представителей криминальных структур.

Каковы же собственно «грязные» политические технологии?

«СБОР» ПОДПИСЕЙ



Сбор необходимых для регистрации кандидата подписей, да еще и в весьма сжатые сроки - дело очень хлопотное и дорогостоящее, особенно при выборах федерального уровня, которое может оказаться не по карману многим возможным кандидатам на тот или иной пост в структуре власти. Поэтому

единственным возможным вариантом для некоторых политических сил может оказаться подделка подписных листов.

АДМИНИСТРАТИВНЫЕ



К административным «технологиям» относятся установление: числа туров, границ округов, норм представительства избирателей, структуры соответствующего органа власти, ограничений по месту и продолжительности проживания, требований к заполнению подписных листов, даты выборов, порядка утверждения результатов выборов и т.д.

В целом ряде случаев использовалось прямое принуждение избирателей голосовать за того или иного кандидата. Кандидаты используют административную зависимость избирателей (сотрудников предприятия, военнослужащих, работников колхоза и т.д.) от них самих или от их сторонников, принуждая их голосовать тем или иным способом. Распространены случаи совмещения занятости журналистов ведущих региональных изданий с деятельностью в качестве сотрудников местной администрации.

Часты распоряжения местных администраций по снятию или запрету на размещение агитационной продукции (рекламные щиты, плакаты и т.д.). К давлению на конкурентов привлекаются органы налоговой полиции, милиции, пожарного и санитарно-эпидемиологического надзора. Имело место подбрасывание наркотиков представителю штаба конкурента.

Региональные органы власти использовали такие технологии, как перенос выборов, неоднократный перенос судебных заседаний (якобы в связи с болезнью судьи и т.п.). Органами власти в регионах предпринимались попытки убедить избирателей не

принимать участия в выборах под различными предложениями («результаты будут все равно отменены», «выборы незаконны», «результаты сфальсифицируют» и т.п.)

Возможны действия по срыву явки, в связи с чем выборы объявляются несостоявшимися. Среди таких технологий:

- невнесение в списки избирателей реальных изменений и, наоборот, внесение "мертвых душ", не проживающих в округе, повторение, например, одного дома в списках двух избирательных участков с целью занижить процент явки и объявить выборы несостоявшимися;

- похищение списков избирателей и бюллетеней (в т.ч. уже подсчитанных - дабы не было пересчета, если в фальсификации участвовали избирательные комиссии);

- недопущение членов избирательных комиссий и наблюдателей к передаче избирательных документов из участковых комиссий в окружные;

- порча действительных бюллетеней при подсчете голосов;

- нарушение печатей на избирательных урнах - и в связи с этим объявление результатов на данном участке недействительными (может проводиться в обход членов избирательных комиссий, со стороны наблюдателей или голосующих);

- похищение печатей избирательной комиссии (может проводиться в обход членов избирательных комиссий, со стороны наблюдателей).

При сборе подписей применяется его маскировка под осуществление «переписи избирателей», сбора заявлений о голосовании на дому и т. д. Среди других нарушений, отмечаемых на этом этапе: сбор подписей несовершеннолетних, лиц, не

проживающих в округе и т. д., прямая фальсификация подписей (с использованием различных баз паспортных данных).

С другой стороны, имели место случаи давления на избирателей (в т.ч. административно подчиненных кандидату) или их подкупа с целью добиться заявлений о подделке их подписей (на самом деле подлинных) в подписных листах кандидата-конкурента.

В ряде случаев можно ожидать фальсификаций или оказания давления на избирателей со стороны избирательной комиссии или отдельных ее членов с целью повлиять на результаты голосования. Этого можно ожидать, например, в ходе выезда членов комиссии к избирателям для проведения голосования на дому в отсутствие наблюдателей. В таких случаях повышается вероятность успешного вброса бюллетеней или "подсказок" избирателям, за какого кандидата отдать свой голос. Недобросовестными членами избирательных комиссий применяются такие механизмы, как:

- вброс недействительных или заполненных в пользу какого-либо кандидата бюллетеней;
- приписка голосов в пользу определенного кандидата или же, наоборот, лишение части голосов конкурента;
- приписывание результатов одного кандидата другому;
- невнесение в списки избирателей изменений за период, прошедший со времени прошлых выборов.

Члены избирательной комиссии (окружной по преимуществу) могут участвовать и в шантаже кандидатов. Имели место случаи, когда избирательные комиссии необоснованно отказывались принимать материалы кандидатов, ссылаясь на их несоответствие установленной форме; отказывались включить в бюллетень указание на принадлежность кандидата к политической организации. В некоторых случаях в "грязных технологиях" могут участвовать наблюдатели (напр., похищение печатей). Но такие случаи имели место достаточно редко в связи с контролем

деятельности наблюдателей со стороны избирательной комиссии и коллег-наблюдателей). Скорее, наблюдатели могут сыграть важную роль в случаях попытки фальсификаций или давления на избирателей со стороны избирательной комиссии, например, в случае выезда с урной к избирателям на дом.

ПОДКУП ИЗБИРАТЕЛЕЙ



В случаях, когда избиратели независимы от кандидата, возможно использование их подкупа в той или иной форме. Ряд кандидатов осуществляют это, работая с организациями пенсионеров, инвалидов и т.д. Избирателям (или отдельным группам их - прежде всего пенсионерам) предлагаются (бесплатно, со скидкой или по льготным ценам) продукты, услуги (врача, юриста, дворников, другие бытовые услуги) со стороны предприятия кандидата или его сторонников.

Кандидатами проводится организация чаепитий, обедов для организаций ветеранов, пенсионеров; раздача подарков, лекарств, продуктовых наборов; благотворительные акции для льготников и малоимущих. В ряде случаев для «раскрутки» кандидата его предприятие использует фамилию кандидата в своем названии или рекламе. Кандидат может использовать для оказания услуг зависимых от него лиц (например, бригады починки бытовой техники из курсантов военного училища и т.п.). Широко распространена практика организации бесплатных юридических консультаций, "горячих" телефонных линий, бюро добрых услуг: как правило, все они имеют целью привлечение симпатий пожилых людей - самой активной группы электората.

В ходе выборов активно использовалось досрочное голосование; согласившихся проголосовать за плату избирателей

организованно привозили на избирательные участки (вариант - организация экскурсий для пенсионеров с заездом на избирательный участок).

Технология, известная как «петля Мавроди» («мужик в кустах», «карусель», «голосование по цепочке»), осуществляется в день выборов и предполагает вынос за плату бюллетеня (бюллетеней) для голосования (членами избирательной комиссии или избирателями), который за пределами избирательного участка заполняется представителями команды кандидата и вручается избирателю, идущему в помещение для голосования, за плату (в случае Мавроди - бутылка водки или 5 долларов). Подкупленный избиратель опускает заполненный бюллетень в урну и выносит представителям команды кандидата чистый бюллетень, с которым проводится аналогичная процедура. Применение технологии чревато срывом выборов, т.к. возможен массированный вынос бюллетеней с участка уже тогда, когда оплачивать их перестают (закончились деньги, деятельность «мужика в кустах» пресечена и т.п.) - но избиратели об этом не знают и стремятся получить деньги за чистый бюллетень.

ТЕХНОЛОГИИ ЗАПУГИВАНИЯ.



Запугивание избирателей может быть направлено на срыв выборов путем ограничения явки, создавая видимость «бойкота выборов». В этом же направлении осуществляются действия, препятствующие работе избирательных комиссий. Это недопущение избирателей в помещения для голосования, препятствование выездам с урной и т.п. С целью запугать конкурентов используются действия вплоть до террористических, похищение членов команды, родственников кандидата или самого кандидата).

- порча агитматериалов конкурента (изображение шестиконечной звезды, надписи о принадлежности к сексуальным меньшинствам, надписи типа «вор», «бандит» и т.п.);
- публикация «заявлений в поддержку кандидата» (например, в листовках от имени С.Радуева);
- запугивание избирателей, например, "бандитами-сторонниками кандидата";

Широко распространено сравнение действий конкурента в период руководства территорией (если это бывшее или действующее должностное лицо) с действиями фашистских оккупантов на территории СССР. В ходе кампаний неоднократно выдвигались обвинения в «продаже Родины», в «участии в заговоре» против России (вариант - против региона) в интересах западных держав (вариант - московских олигархов). К «компрометирующим» материалам такого рода относятся распространявшиеся в ходе различных кампаний:

- сообщения о баснословных богатствах кандидата, которые он, естественно, наградил у народа (фотографии дач, интерьеров домов - часто переснимаемые непосредственно со страниц журналов);
- листовки от имени некоего страхового общества, предлагающие застраховаться от прихода конкурента к власти;
- распространение листовок с фотографией кандидата рядом с изображением сотового телефона (сопровождается слоганом «Оцените преимущества мобильной связи») или изысканных кушаний
- сообщение об убийстве старушки, которую якобы оттолкнули охранники кандидата;
- "аналитические" статьи о связях с мафией, крупным бизнесом;

- обвинения в бюджетных злоупотреблениях, в покупке дач, квартир;

- сообщения о дорогих банкетах в ресторанах (к тому же оплачиваемыми "мафией") - создание картины "пира во время чумы";

- сообщения о преступлениях кандидата в прошлом, в т.ч. о скрываемой судимости, указание якобы клички кандидата;

- сообщения об измененной фамилии, имени, отчестве, национальности и т.д.;

- сообщения о любовницах, брошенных женах и детях (можно ожидать возрастания компромата такого плана - интервью, видео- и аудиозаписи и т.п.);

- аудиозаписи с ненормативной лексикой якобы кандидата;

- сообщения о якобы имеющихся психических отклонениях;

- сообщения о вымогании денег у предприятий и организаций в предвыборный фонд кандидата и на его личные нужды. В прессе появлялись статьи "об историческом прошлом" региона или материалы уголовной хроники, в которой в негативном свете предстával однофамилец кандидата-конкурента.

«КЛОНИРОВАНИЕ» КАНДИДАТОВ



Тактика «растаскивания голосов» - выдвижение кандидатов с целью оттянуть часть голосов конкурента, расколоть его электоральную базу, достигаемая посредством увеличения числа кандидатов при подборе таких лиц, которые имели бы сходные с кандидатом-конкурентом характеристики или пересекающиеся электоральные базы - считается безупречной с точки зрения законодательства. Однако, репутация «грязной» закрепилась за частным случаем «растаскивания голосов» - «клонированием кандидатов» - выдвижение «двойников» - кандидатов по тому же округу с той же фамилией

«ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ» ТЕХНОЛОГИИ.

Среди «организационных» технологий следует отметить направленные на срыв встреч конкурента с избирателями и других его мероприятий, осуществляемые, например, посредством "натравливания" разозленных избирателей (пенсионеров и т.д.) на конкурента. Организация провокаций на встречах конкурента с избирателями может иметь целью и последующее распространение видеосъемки выведенного из себя кандидата, применившего силу к беспомощным старикам и т.д. Для этого могут использоваться не вполне здоровые психически люди. Имело место предъявление исков к кандидату-конкуренту (напр., А.Лебедю «от имени русских беженцев из Чечни»)

ДИСКРЕДИТАЦИЯ ОППОНЕНТА ОТ ЕГО ИМЕНИ

Для дискредитации кандидата развился целый набор технологий, связанный с использованием его имени.

От имени конкурента осуществлялся выпуск плакатов, листовок, газет (в т.ч. газет-«двойников», с точностью копирующих дизайн издания конкурента), с содержанием, вызывающим раздражение избирателя,



например, утверждающих от имени кандидата, что в годы его недавнего руководства областью (от его имени) «жители области катались как сыр в масле, а пенсии выплачивались не только без задержек, но даже с недельным опережением». Подобные «агитматериалы» содержат программу кандидата, вызывающую раздражение избирателей. Среди подобных или схожих «грязных технологий»:

- фабрикация листовок якобы от имени конкурента с призывами к доносительству;
- рассылка школьникам противозачаточных средств якобы от имени кандидата-"сторонника политики планирования семьи";
- распространение листовок от имени конкурента с заявлениями о предстоящих финансовых трудностях региона, о связях с зарубежными державами, о необходимости пожертвовать кандидату определенную сумму денег, о предстоящем сокращении зарплат и пенсий и т.п.; если конкурент - действующее должностное лицо, такие листовки могут содержать заявления о выплате всех задолженностей населению на определенное число (при этом листовка появляется после этого числа).
- приглашение на встречу с кандидатом (чаще всего - сопровождаемую раздачей "гуманитарной помощи" и т.п.), которой никогда не планировалось;

- раздача от имени конкурента некачественных продуктовых наборов и других подарков;

- демонстрация "подарков" якобы от имени кандидата, но отказ дарить их (в С.Петербурге водитель машины с "гуманитарной помощью" развернул ее обратно перед уже собранными детьми, заявив, что подарки предназначены кандидатом лишь для еврейских детей);

- ночные звонки с предложением ознакомиться с программой кандидата;

- публикация листовок с искаженными сведениями о кандидатах;

- походы «от двери к двери» пьяных лже-кандидатов или их «родственников» (сопровожаемые, например, требованием денег в долг);

- звонки с требованием внести крупную сумму в избирательный фонд кандидата (которую один из членов семьи якобы задолжал);

- личные письма якобы от кандидата на имя давно умерших людей;

- расклеивание листовок и наклеек конкурента в неподходящих местах (лобовые стекла автомашин, дверные глазки квартир и т.п.) несмываемым клеем, расписывание лозунгами конкурента домов, заборов и т.п.;

- обзвон избирателей с сообщением, что кандидат якобы снял свою кандидатуру;

- угрозы от имени конкурента (в случае поражения (или отказа поставить подпись за) которого якобы отключат воду, тепло, электричество) - данная технология, однако, может сработать с противоположным предполагавшемуся результатом в случае использования ее для малообразованных слоев населения;

- публикация «программы кандидата», вызывающей раздражение у избирателя
- открытие счета якобы от лица кандидата, что имеет целью добиться со стороны соответствующей избирательной комиссии принятия решения о снятии кандидата с дистанции за «незаконное финансирование» выборов (в рамках подобной стратегии могут быть задействованы и другие технологии из указанных выше).
- организации пикетов «сторонников» кандидата, которые могут вызывать раздражение у граждан, например группа представителей сексуальных или религиозных меньшинств (например, ваххабитов), группа бомжей и пр.

ПОВЫШЕНИЕ СОБСТВЕННОЙ ПОПУЛЯРНОСТИ КАНДИДАТА

Особое место занимают «грязные технологии», направленные на повышение собственной популярности, применяемые с целью вызвать сочувствие к «обвиненному» и негативное отношение к его конкурентам, «играющим грязно». В их числе:

- имитация покушений (т.н. «самострелы»);
- распространение ложных сообщений об угрозах кандидату;
- распространение ложных сообщений об установке прослушивающих устройств в офисе, квартире кандидата;
- распространение ложных сообщений о поддержке кандидата популярным у избирателей округа лицом;
- распространение ложных сообщений о принадлежности кандидата к популярной у избирателей округа организации (например,



КПРФ);

- распространение агитматериалов против кандидата с очевидно нелепыми обвинениями в его адрес.

На повышение популярности кандидата работают также такие методы, как публикация данных «заказных» социологических опросов, фальсификация данных опросов и т.п.

ТИПОВЫЕ СПОСОБЫ ФАЛЬСИФИКАЦИИ ВЫБОРОВ И МЕТОДЫ БОРЬБЫ С НИМИ

«Грязные» избирательные технологии используются и непосредственно в день выборов. Часто они связаны с прямой фальсификацией результатов голосования.

«Вброс» бюллетеней - нарушение на выборах, заключающееся в помещении более 1 бюллетеня одним человеком в избирательный



ящик с целью повлиять на итоги голосования. Во вбрасываемых бюллетенях проставляются отметки за кандидата, в пользу которого производится вброс. Основными предпосылками подготовки или осуществления вброса являются:

1. чрезмерная активность избирателей в определенный небольшой промежуток времени;
2. отключение света на участке;
3. всех наблюдателей одновременно приглашают пройти «к столу», расположенном в отдельном помещении;
4. при подсчете голосов, когда бюллетени вываливают на стол, часть бюллетеней лежат вложенные один в другой.

Как правило, вброс достаточно легко установить по различию в количестве выданных бюллетеней на участке и фактического

числа бюллетеней в урне. Однако даже если факт вброса установлен, практически невозможно определить брошенные бюллетени в урне. Для предотвращения вброса наблюдателю необходимо держать урну в непосредственной доступности. Однако более надёжным средством являются урны для электронного голосования КОИБ и web-камеры.

К категории вброса также относится технология «карусели». При использовании этой технологии определённая группа людей курсирует между избирательными участками на автобусе или автомобиле и голосует несколько раз. «Карусельщики» уже знают, к кому нужно подходить на избирательных участках, где и за какого человека голосовать.

Данное нарушение выявить сложнее, чем вброс, но легче пресечь.

Основными признаками этого нарушения являются:

1. автомобиль или микроавтобус, стоящий возле УИК, в котором находятся люди;

2. в паспорте «карусельщика» делается специальная наклейка, которая служит своеобразным опознавательным знаком для члена УИК.



В пресечении этого нарушения помогает информация, которая приходит из «Центра». Кроме того, можно поймать «карусельщика» по наклейке в паспорте. Конечно же, члены УИК будут всячески мешать и под разным предлогом требовать присесть на отведённое наблюдателям место. При возникновении подозрения наблюдатель может попросить сотрудника полиции проверить документы у гражданина.

К «грязным» технологиям относится также **принудительное голосование** по открепительным удостоверениям. Часто таких избирателей централизованно подвозят на автобусах.

Признаками этого нарушения являются:

1. высокий процент проголосовавших по открепительным удостоверениям;
2. очередь возле стола для голосования по открепительным удостоверениям.

Если наблюдатель видит наличие этих признаков, то необходимо связаться с мобильной группой, которая формируется одна на несколько УИК и имеет собственный транспорт. Члены мобильной группы, как правило, могут обнаружить автобус, подвозивший избирателей.

Сфальсифицировать результаты выборов можно и на последнем этапе: подсчёте голосов и внесении данных в протокол.

Существуют и другие виды нарушений законодательства о выборах в день голосования:

1. вынос избирательного бюллетеня из помещения для голосования, когда избирателю перед входом в помещение для голосования участковой избирательной комиссии дают заполненный избирательный бюллетень и предлагают вынести из помещения для голосования (из кабины для тайного голосования) незаполненный избирательный бюллетень;

2. нарушение тайны голосования или нарушение добровольности голосования (требование предъявления доказательств участия в голосовании);

3. агитация избирателей во время голосования на дому или принуждение к голосованию путем «обхода» или «обзвона» избирателей;

4. голосование по неучтенным открепительным удостоверениям или неоднократное голосование по одному открепительному удостоверению.

Перечисленные выше нарушения непосредственно искажают итоги голосования. Нарушение любых правил, закрепленных в Федеральном законе, может способствовать нарушению честности выборов

Существуют и более мелкие нарушения процедуры, которые не влияют на результаты выборов. Часто они совершаются по частичному незнанию правил процедуры голосования. В таких случаях наблюдателю достаточно лишь напомнить правила процедуры и, как правило, такие нарушения сразу же устраняются.

Список литературы

1. Антонов О.Ю. Функционирование преступной деятельности, связанной с проведением избирательных кампаний и референдумов / О.Ю. Антонов, В.И. Елинский // Рос. следователь. - 2011. - № 9. - С. 15-20
2. Бузин А. Ю. Административные избирательные технологии и борьба с ними А.Ю. Бузин – М.: Центр «Панорама», 2007. – 271 с.
3. Гринберг Т.Э. Политические технологии: PR и реклама / Т.Э. Гринберг. - М.: Аспект Пресс, 2005. – 317 с.
4. Избирательные технологии и избирательное искусство: Сборник статей / под общ. ред. Устименко С.В. - М., 2001. - 176 с
5. Ильясов Ф. Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах / Ф. Н. Ильясов. - М.: ИМА-пресс, 2000. – 200 с.
6. Малкин Е. Политические технологии / Е. Малкин, Е. Сучков. - М.: Русская панорама, 2006. – 680 с.
7. Мальцева Н.М. «Грязные» избирательные технологии: мифы и реальность. М.: ОАО "Типография "Новости", 2003. – 208 с.
8. Жуков К.Азбука избирательной кампании / К. Жуков, А. Карнышев - М.: ИМА-Пресс, 2001. - 328 с
9. Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии: учебник для студентов вузов. / А.И. Соловьев.- М.: Аспект- Пресс, 2003. - 559 с.
10. Малкин Е. Политические технологии / Е. Малкин, Е. Сучков. – М.: Русская панорама, 2006. – 680 с.
11. Мальцева Н.М. "Грязные" избирательные технологии: Мифы и реальность. - М., 2003. – 208 с.

12. Матвиенко Ю.А. Аналитическая реконструкция информационно-психологической операции против кандидата на выборную должность как один из методов противодействия нелегитимным избирательным технологиям // Информ. войны. - 2009. - № 3. - С. 69-76.

13. Мирошниченко А.А. Выборы: от замысла до победы / А.А. Мирошниченко. - М.: Центр, 2003. – 300 с.

14. Смирнов В. Аферы на выборах / В. Смирнов. - М.: Алгоритм, 2008. - 240 с.

15. Перин Р. Из дневника политтехнолога / Р. Перин. - СПб.: Изд-во ООО «АНТТ-Принт», 2007. – 147 с.

16. Лисовский С. Избирательные технологии: история, теория, практика : учеб. пособие для кандидатов и избирателей / С. Ф. Лисовский, В. А. Евстафьев . – М. : Университет, 2000 . – 319 с.

17. Сегела Ж. Национальные особенности охоты за голосами. Так делают президентов / Ж. Сегела. - М.: Вагриус, 1999. - 264 с.

18. Семенова А.А. Политическая этика и «грязные технологии» // Теоретическая и прикладная этика: традиции и перспективы : сб. ст. / под ред. В. Ю. Перова, Д. А. Гусева. — СПб. : Изд-во С.-Петербур. филос. об-ва, 2010. - С. 161-163

19. Соколова Р.И. «Технология власти» (философско-политический анализ) / Р.И. Соколова - М.: ИФ РАН, 2006. – 164 с.

20. Сорокина Е.С. Коммуникация в период избирательной кампании. Кейс стадис / Е. Сорокина; Обратная связь, агентство по связям с общественностью. - М. : Аванти, 2003. - 128 с.

21. Фаер С. Приёмы стратегии и тактики предвыборной борьбы / С. Фаер. - М.: Стольный град, 2001. – 136 с.

22. Что означают «грязные технологии» в избирательной системе современной России? / З. П. Колесниченко, А. В. Соколова // Социология и право. - 2013. - № 22. - С. 77-80