

География выборов

Международный наблюдатель на выборах Виталий Ковин — об электоральных процессах в разных странах

Рината Хайдарова

В Фестивальном доме состоялась лекция координатора Пермского представительства Ассоциации «Голос», кандидата исторических наук Виталия Ковина, который поделился опытом особенного туризма — электорального. Знания об избирательных процессах Виталий Ковин приобрёл за годы работы международным наблюдателем на выборах в различных странах — от Грузии до Шотландии. Во время лекции он рассказал, чем политическая реклама в России отличается от европейской, как выборы становятся бизнесом и могут ли избиратели стать агитаторами.

Политическая агитация

Как международный наблюдатель Виталий Ковин уверен, что за то короткое время, которое можно провести в стране во время выборов, узнать об особенностях культуры и быта населения можно куда больше, чем посещая музеи. Практики, используемые в день голосования в рамках предвыборной агитации, созданы не только из политических соображений. Многие из них связаны с особенностями национальной культуры, языка, быта, привычек тех жителей, которые голосуют на выборах.

По словам Виталия Ковина, после того как выборы проходят, во многих странах, в том числе в России, остаётся след: реклама ещё долго мелькает на улицах и портит общий вид города.

В старой Европе, например, этот вопрос решён кардинально: наглядная агитация на улицах города запрещена. «Во многих исторических городах нет рекламных конструкций, куда можно повесить баннеры. Запрещена расклейка политических объявлений. Это не столько технологическое решение, сколько политическое. Считается, что кандидаты партий должны меньше тратить деньги на рекламу и больше общаться с избирателями», — рассказывает Виталий Ковин.

Заметить рекламу, приклеенную к фонарным столбам или деревьям, в Германии практически невозможно. Там придумали специальные конструкции из двух картонных листов, крепящихся к столбам пластиковыми стяжками. Типичные билборды тоже заменены на более практичный аналог. Многоразовые конструкции, предоставляемые во время выборов муниципалитетами, выставляются на широких улицах. Кандидату необходимо лишь приклеить свой плакат к сооружению. При этом такие технологии помогают убирать политическую рекламу с улиц уже на второй-третий день после выборов.

В Финляндии и Франции используются подобные рекламные конструкции, которые устанавливаются на бетонных подставках. На них под номерами вывешиваются плакаты всех кандидатов. Интересно, что в Финляндии нумерация кандидатов начинается с №2, что исключает намёк на преференцию «первый в бюллетене — первый по жизни».

«В Европе популярны маленькие открытки, где нужно просто и ёмко изобразить не только кандидата, но и идеи из его программы. Нужно, чтобы избиратель после такой встречи ушёл «нагруженный» агитматериалами. Всё листовки стараются делать на качественной бумаге, с хорошей полиграфией, на это не скупятся. Агитационных материалов на серой бумаге не встречал», — добавляет Виталий Ковин.

На вопрос о том, что мешает конкурентам размещать агитацию не по правилам, международный наблюдатель ответил просто: «Приличие».

Агитация среди своих

Немаловажным для европейцев является создание общественного пространства, где избиратели могут пообщаться с кандидатами или партиями. Кроме стационарных штабов партий на главных улицах и площадях местные власти разрешают выставлять свои палаточные штабы. Виталий Ковин объясняет, что такая простая технология даёт каждому избирателю возможность не искать офис партии по всему городу, а в течение нескольких недель пообщаться с партиями в специально отведённом для этого месте.

Вопрос о том, может ли избиратель быть агитатором за кандидата или партию, во многих странах решён однозначно. Если у человека есть чёткая позиция, отношение к той или иной политической проблеме, он вполне может это высказывать. Виталий Ковин рассказал, что во время референдума столицы Шотландии буквально раскололась надвое. Окна Эдинбурга были оклеены плакатами «Yes» и «No», по улицам передвигались агитбайки. Люди активно выражали свою политическую позицию. Объясняется это тем, что если человек определился со своей политической позицией, он может открыто выражать её и фактически агитировать других.

Так и митинги, которые в России чаще всего проходят под видом концертов или фестивалей, в Европе не требуют вымышленной цели собрания сторонников.

Классикой современных предвыборных кампаний в мире, по мнению Виталия Ковина, стала «вечеринка для сво-



их», то есть для агитаторов, активистов, которые активно работали на компанию: «Понятно, что они и так проголосуют. Но это повод ещё раз поблагодарить людей за то, что они потратили время на волонтерских началах».

Традиционные vs современные технологии

В отличие от России есть одно важное составляющее электоральной культуры Европы — это дебаты. Существуют два основных формата: за круглым столом, где собираются все участники выборов, и между двумя главными конкурентами. «Энергетика дебатов завораживает. Не случайно это одна из самых рейтинговых программ в предвыборное время», — говорит Виталий Ковин.

Виталий Ковин, координатор Пермского представительства Ассоциации «Голос»:

— Помимо того что выборы — это политика, выборы — это ещё и бизнес, на котором можно неплохо подзаработать. Классический пример — американские выборы, когда во время кампании в супермаркетах выставлены стойки с сувенирной продукцией кандидатов. В Европе этого меньше. У нас бы это трактовалось как подкуп избирателей. В Европе и Америке не встаёт вопрос о том, что волю избирателя можно изменить, вручив ему какой-то подарок. Некоторые люди просто проходят по этим киоскам, собирают то, что дают, а голосуют за кого хотят.

Помимо традиционных технологий вовлечения избирателей в электоральный процесс всё чаще применяются современные технологии. В Германии на прошедших парламентских выборах ХДС-консерваторы создали современный digital-центр предвыборной агитации. В нём избирателю в интерактивной форме продемонстрировали достижения экономики за время правления Ангелы Меркель и будущие перспективы развития страны.

День выборов

В день голосования в Индии используются счётные машинки, чем-то напоминающие синтезатор. На них кроме имени кандидата изображён символ, за который голосует человек. Бумажные бюллетени выполнены по тому же принципу. Для идентификации личности человек после получения бюллетеня оставляет отпечаток пальца в качестве подписи.

Кроме того, всё чаще европейских избирателей призывают голосовать досрочно. В Норвегии и Финляндии пункты досрочного голосования организуют прямо в торговых центрах. Чтобы увеличить количество проголосовавших заранее, власти работают с некоторыми категориями граждан, например пенсионерами. Они могут голосовать как в пунктах голосования, так и по почте.

Тайну голосования в Европе сохраняют за счёт проглядываемых кабинок, в случае голосования по почте — двойных конвертов. В очень многих странах Европы урны для бюллетеней не прозрачные, как, например, в Сербии, Литве, России, Молдавии, что связано с доверием к выборам.

В России отметки в бюллетенях ставят ручкой, в Германии голосуют цветными карандашами, в Молдавии используют печать. Но есть страны, где в бюллетенях не требуется делать отметки. В Норвегии избирателю нужно взять соответствующий кандидату или партии бюллетень и опустить его в урну. Безотметочная система голосования, осложнённая четырьмя уровнями идентификации личности, применяется в Армении.

Принимать участие в голосовании можно преимущественно с 18 лет. В Шотландии и Великобритании голосуют с 16 лет. Кроме того, в Норвегии проходят школьные выборы, которые устанавливают предпочтения будущих избирателей. «Никто не боится, что политика в школах — это плохо», — поясняет Виталий Ковин.