

Павел Дубравский

МИССИЯ: выборы

Мосгордума 2019.
Гонзо-пособие
от политтехнолога

Опыт:

350/1000

Уровень 1

level up

Кандидат

Роман Юнеман

Связи



Политический стаж



Образование



Узнаваемость



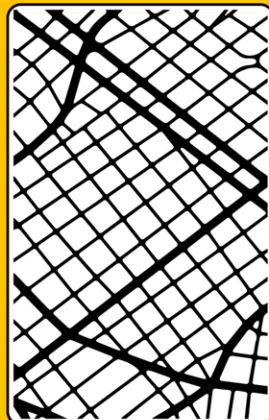
Команда



Инвентарь



Округ №30
Чертаново



Монеты:

7 870 000

Здоровье

100/100

Токсичность

0%

ПРОДОЛЖИТЬ КАМПАНИЮ





МИССИЯ: ВЫБОРЫ

Мосгордума 2019.

Гонзо-пособие

от политтехнолога

Перед вами фрагмент книги Павла Дубравского «Миссия: Выборы».

Первое в России гонзо-пособие по организации предвыборной кампании от политтехнолога. Гонзо — для тех, кто хочет знать о политике и кампании Романа Юнемана больше. Пособие — для тех, кто сам хочет стать политиком.

В книге «Миссия: выборы» политтехнолог Павел Дубравский подробно разбирает, как в условиях ограниченных ресурсов, без больших денег и поддержки крупных СМИ, вести избирательную кампанию. На примере собственных реальных кейсов, поэтапно, с цифрами, фактами, инфографикой, конкретными приёмами и даже с домашними заданиями — для тех, кто решится использовать эту книгу в деле.

Приобрести книгу можно на сайте издательства:

www.chernaya100.com

ISBN: 978-5-6043461-7-4

© Издательство «Чёрная Сотня», 2021

© Издательство книжной лавки «Листва», 2021

Павел Дубравский

Предисловие

Предисловие

Миссия: выборы

4

Меня зовут Павел Дубравский. Я политтехнолог. В 2019 году я занимался избирательной кампанией Романа Юнемана — самой яркой на выборах в Московскую городскую Думу.

К сожалению, в массовом сознании русских людей закрепился крайне странный стереотип о профессии политтехнолога. Либо это циничный демиург, с помощью грязных приёмов ведущий к власти кого угодно, хоть Гитлера. Либо какой-то бесполезный нахлебник, занимающийся имитацией бурной политической деятельности, тогда как на самом деле результаты выборов заранее predetermined.

Одна из моих задач — показать, что это не так.

Нормальные политтехнологи — не аморальные беспринципные люди без ценностей и убеждений. Мы противостоям циничному подходу к предвыборной борьбе, пресекаем чёрный пиар, честно и открыто ведём кампании, защищаем закон и право и искренне верим в своих кандидатов, разделяем их общие цели и ценности. Безусловно, как и любой профессионал, политтехнолог совмещает энтузиазм с компетентностью — и смотрит на своё ремесло изнутри, с разумной долей профессиональной отстранённости. Но это обычное дело для любого специалиста.

Нормальные политтехнологи — не бездельники, имитирующие предвыборную гонку и занимающиеся пустопорожней ерундой. Избирательная кампания — сложный процесс, в котором заняты сотни самых разных специалистов. Политтехнолог ими всеми и руководит, оставаясь за кулисами предвыборной борьбы.

Имя пользователя

Павел Дубравский

Класс

Политтехнолог

Предисловие

Миссия: выборы

5



Для кого эта книга?

Для политологов, политтехнологов и всех, кто интересуется русской политической жизнью. Всех, кто неравнодушен к тому, что происходит в стране.

Книга приоткроет вам внутреннюю кухню избирательного штаба и ведения предвыборных кампаний. Она будет полезна как опытным специалистам, так и тем, кто только мечтает начать свою первую кампанию.

Сегодня рынок политтехнологической литературы в России очень скуден. Книга в ваших руках — это максимально практичный текст, основанный на реальном избирательном кейсе. Главный редактор издательства Дмитрий Бастраков, которому я крайне благодарен, придумал интересный термин — «гонзо-пособие». Мне кажется, что точнее эту книгу и не описать.

При создании книги я ориентировался на формат современного самообучающего пособия, поэтому в конце большинства глав есть краткие итоги и задания для тех, кто хочет попробовать себя на выборах. Такая структура накладывает на текст определённые ограничения, поэтому некоторые темы, например составление сметы или отдельные особенности агитации, не были в него включены: они представляют интерес для слишком узкого круга специалистов.

Кампания Юнемана-2019 сильно отличается от типичной предвыборной кампании. У нас не было больших денег, чтобы завалить округ наглядной агитацией. Мы не могли рассчитывать на поддержку крупных СМИ и медийных лиц. У нас не было опытных профи. Не было буквально ничего. Но мы смогли совершить настоящее предвыборное чудо.

Как мы его совершили, я подробно опишу в этой книге. Вы увидите изнутри весь ход кампании — от планирования и разработки стратегии до работы наблюдателей и подсчёта голосов.

Отдельное внимание я уделю тем, кто стал залогом нашей победы. Без отважных сборщиков и агитаторов, без штабистов этой кампании бы не случилось. Залог победы оказался прост — это люди.

Эта жёлтая линейка — маскот нашей книги. Она тоже любит независимую политику и будет сопровождать вас во время чтения.



Кто такой Роман Юнеман?



- Родился в 1995 году в г. Даттельн, Германия.
- Выпускник Высшей школы экономики, факультет мировой экономики и мировой политики, специальность «Международные отношения».
- Бывший стратегический консультант компании *Boston Consulting Group*.
- Создатель и автор крупнейшего телеграм-канала о консалтинге «Большая русская тройка».
- Основатель некоммерческой общественной организации «Жилищная инициатива», которая занимается местными проблемами Чертанова и других районов Москвы.
- В 2019 году в качестве самовыдвиженца принял участие в выборах депутатов Московской городской Думы VII созыва. Занял 2 место, проиграв 84 голоса кандидату от мэрии Москвы.
- Основатель политического движения «Общество.Будущее».

справка

Особенности кампании

155 055

избирателей
зарегистрировано
в 30 округе



6 166

подписей
собрано для
регистрации
кандидатом



>10 000

личных контактов
совершил кандидат
в ходе кампании



8 млн

рублей собрано
с помощью
фандрайзинга



9 561

голос получил
кандидат в день
голосования



261

человек работал
в поле



1. Работа с имиджем и образом

Имидж и образ

Любые выборы начинаются с анализа кандидата. Есть общие методы вроде SWOT-анализа (strengths, weaknesses, opportunities, threats — сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы). Но не столь важен метод, с помощью которого вы будете оценивать кандидата. Важнее — его образ. Имидж, который вы создадите.

Миссия: выборы

10



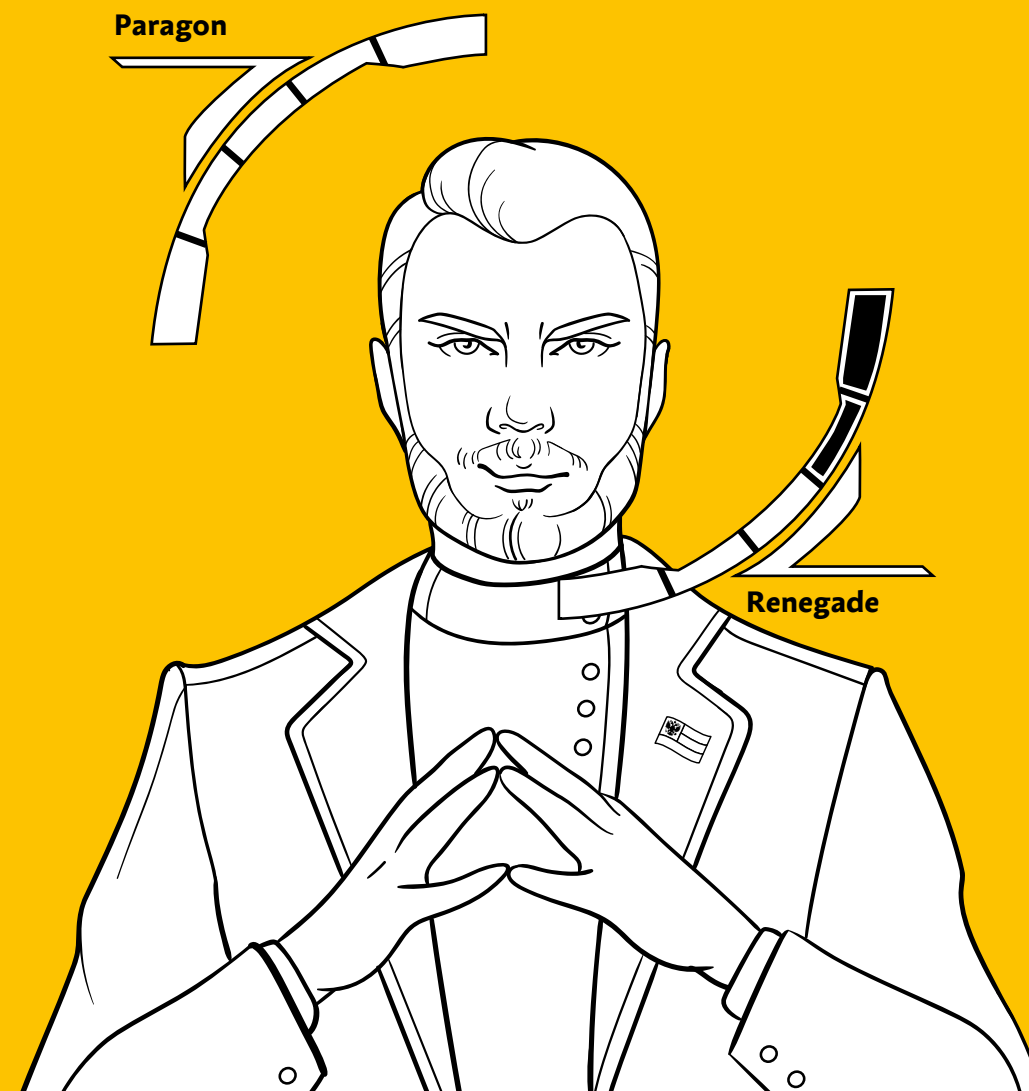
Под имиджем понимается искусственно созданное восприятие человека. Но это не значит, что он выдуман. Любой образ основывается на том, что уже есть. Вы не сможете сделать из Геннадия Зюганова молодого и перспективного политика, а из Владимира Зеленского опытного и мудрого управленца.

Мы не выдумываем нового человека, не создаём другую личность. Во-первых, это просто неэтично. Во-вторых, любой политик рано или поздно, в условиях повышенной эмоциональной нагрузки, произвольно выйдет из образа и покажет своё истинное лицо, которое увидят избиратели. Такой обман они вам никогда не простят. Для вас, как и для кандидата, это скорее всего будет означать конец карьеры. Поэтому истинное лицо политика лучше показывать сразу — конечно, подчёркивая наиболее сильные его стороны.

Имидж и образ

Миссия: выборы

11



Договоримся о терминах: понятия «образ» и «имидж» в этом тексте тождественны. В настоящей главе мы не затронем количественные методы анализа политика или работу с социальными агрегаторами для анализа образа в соцсетях. В нашем случае кандидата никто не знал, он был «ноунеймом», поэтому такие инструменты негодились. Книга посвящена одному конкретному кейсу, и в его границах мы намерены оставаться.

Первый этап — сбор всей фактуры о политике

Вы должны знать весь его карьерный, личный, политический бэкграунд, начиная от мотивации участвовать в выборах и заканчивая потенциальными угрозами и компроматом, который может на него быть. Это важно, ведь любая контрагитация¹ или чернуха² будут направлены против вашего политика с целью заменить его реальный образ на тот, который выгоден другой стороне.

Из наиболее ярких примеров — контрагитация на выборах в Московскую городскую Думу против Евгения Бунимовича, уполномоченного по правам ребёнка. Технологи кандидата подчёркивали его опыт работы в сфере защиты прав детей и тем самым удачно попадали в женскую аудиторию политика. Оппоненты использовали тему педофилии в контрагитационных листовках. Для этого они нашли неудачное фото Бунимовича с надписью «Я люблю детей по-настоящему». А на обратной стороне листовки выдуманный текст про предпочтение детей-геев и детей-лесбиянок.

¹ Контрагитация — информация, которая направлена на репозиционирование кандидата в негативном свете. Чаще вбрасывается через Интернет в формате компромата, мнения местных лидеров общественного мнения либо классически — через печатные агитационные материалы по ящикам.

² Чернуха — нарушение избирательного законодательства, которое переходит не только правовые, но и моральные нормы. Например, изрисовка подъезда кандидата непристойными выражениями, переиспользование агитационных плакатов с досок у подъездов на лобовые стёкла машин, физическое насилие и пр.

После того как вы «познакомились» с политиком поближе, узнали его историю, потенциальные угрозы, сильные стороны, хочется сразу перейти к построению имиджа. И это будет ошибкой. Для того чтобы люди верили политику, вам нужно сперва подсветить его сильные стороны. Ещё раз: не выдумать, не придумать, не делать из 24-летнего студента борца за чистоту Конституционного суда РФ с опытом революций в Бразилии, а работать строго с тем, что есть, крепко опираясь на реальные факты.

Второй этап — мотивация

Для того чтобы образ вашего кандидата был завершённым, вам нужно задать ему два вопроса:

1. Зачем/почему ты идёшь на выборы?
2. Для чего ты идёшь на выборы?



Эти, казалось бы, простые, но на деле фундаментальные вопросы помогут вам на кампании больше всего. Во-первых, они подсвечивают эмоциональную и рациональную мотивацию кандидата. Во-вторых, это питч, т. е. краткое объяснение мотивации/месседжа кандидата за 30 секунд.

Этот подход взят мною из бизнеса, когда порой у вас есть 30 секунд совместной поездки в лифте с потенциальным инвестором и вам надо рассказать ему об идее нового стартапа, чтобы получить первые вложения. За последние несколько лет я не раз сталкивался с такой ситуацией на личном опыте.

В-третьих, изучив личность политика на старте кампании, вам будет проще экстраполировать образ и посыл в будущее АПМ (агитационные пропагандистские материалы), подчёркивать этот образ и обновлять его по мере необходимости.

В результате получаем краткий ответ: «Я иду на выборы, потому что... и для того, чтобы...»

Первый вопрос «почему» — это эмоциональный аспект. Это реальная мотивация кандидата. Что подвигло его, что заставило, зачем ему вообще нужна политика. Это работа кажется простой, но вас ожидает психологический сеанс с реальным человеком, и потому не факт, что вы справитесь. Вытащить истинные цели и мотивации невероятно сложно. Тут больше аспектов, которые вам помешают, чем помогут: возраст, состоявшийся образ политика, возможное недоверие в силу непродолжительного знакомства. Если вам повезло работать со знакомым политиком, проблем не будет, но если это незнакомый человек, необходимо работать над взаимным доверием.

Помните, что политтехнолог/политконсультант — это человек, который никогда не рассказывает о кандидате посторонним то, что сам кандидат предпочитает не афишировать. Важно донести это до самого политика и откровенно поговорить.

Второй вопрос «для чего» — это содержательный, программный аспект. Что хочет поменять политик, что его не устраивает, что он планирует для этого делать. Здесь всё проще: в зависимости от уровня выборов, опыта политика вы можете получить готовый для работы ответ.

Соединив два ответа на эти вопросы, вы получите простую формулу, которая станет основой будущей кампании. Мы называем её «*питч*». Предположим, я хочу избираться на муниципальных выборах в городе Пермь, как выглядел бы мой питч?

«Я иду на муниципальные выборы, потому что меня достало отключение горячей воды на всё лето. Иду для того, чтобы раз и навсегда решить проблемы ЖКХ моего района».

Получился кандидат, чья цель — одна конкретная проблема в одном муниципальном районе.

Дальше на эту конструкцию можно наслаивать дополнительные смыслы — реформу ЖКХ, контроль деятельности чиновников, контроль над исполнением капитального ремонта и многое другое. Если это кампания уровнем выше, то и смыслы там становятся «тяжелее».

Заключительный этап — формирование имиджа

Здесь мы соединяем эмоциональную и рациональную мотивацию с биографией кандидата и получаем настоящего политика с живой и понятной историей.

Итак, поясним сказанное на примере кампании в Мосгордуму в 2019 году:

Летом 2019 года в Чертанове начал свою предвыборную кампанию человек с фамилией Юнеман. Это сразу специфически влияло на восприятие его образа — фамилия то ли еврейская, то ли немецкая.

Кратко повторим основные сведения о Романе. Студент, 1995 года рождения, выпускник ВШЭ в сфере международных отношений (специализация по экономике). Отличник, родившийся в Германии, выросший в Казахстане и переехавший в Россию, потому что любит свою страну и всегда мечтал вернуться на Родину. При этом успел поработать в международной компании в сфере стратегического консалтинга BCG (*Boston Consulting Group*).

Давайте попробуем из этого краткого описания выделить потенциальные положительные и проблемные моменты. Представим, что мы вместе проводим первую планёрку и работаем над образом кандидата.

Первое, что бросается в глаза из «проблемных» мест в биографии, — слишком молодой. Второе — приехал из Казахстана, т. е. жил не в России. Третье — работал в международной фирме. Название ни о чём не говорит большинству населения России, а что такое «стратегический консалтинг», большинство людей знать не знает. Наконец, фамилия: то ли еврейская, то ли немецкая.

Из сильных сторон: отличник, медалист, выпускник одного из самых престижных университетов России. Знает несколько языков.

В итоге получаем сразу несколько вариантов восприятия кандидата:

☹️ **Негативный.** Казахстанский карьерист с еврейской фамилией, приехавший на заработки в Россию, чтобы под эгидой межнациональной фирмы зарабатывать на русском бизнесе. С образованием в области, которая ни о чём не говорит. Медалист, отличник — значит, всё купил или купили родители. Получается образ нувориша, прагматика в плохом смысле. Человека без национальной принадлежности.

😊 **Позитивный.** Русский патриот с корнями из поволжских немцев, который поставил себе цель закончить школу с блестящими результатами, чтобы поступить в лучший университет России. Всю жизнь стремился вернуться на Родину. Поступив в университет, выбрал специальность в сфере международных отношений, чтобы лучше понимать интересы России в современных геополитических условиях. Закончил ВШЭ с «пурпурным» (без четвёрки) дипломом. Поскольку в вузе специализировался на изучении экономики, устроился работать в BIG-3 фирмы в сфере стратегического консалтинга, куда очень сложно попасть, а до финального этапа отбора доходят единицы.

При этом подчёркивается личная целеустремлённость Романа в сфере образования (школа, вуз). Причём мотивация его не столько сугубо практическая, сколько завязана на политические идеалы. Роман ассоциирует себя с русской нацией и хочет жить только в России.

Согласитесь, совершенно разные образы и, как следствие, совершенно разные люди. Заметьте: мы даже не перешли непосредственно к политическим взглядам и целям, а ещё только работаем с голой, никак не обработанной фактурой.

В моём случае удалось получить следующий образ:

Молодой студент-отличник, который всю жизнь стремился вернуться в Россию, чтобы жить на своей исторической Родине, столкнулся здесь с самыми глупыми и бытовыми проблемами. Будучи высокооплачиваемым специалистом в области страте-

гического консалтинга, т. е. человеком, разбирающимся в организации управления и модерировании процессов, он не мог банально установить новую лавочку или убедить дворников, которые посыпали клумбы под окнами жильцов реагентами, не делать этого. Жалобы, юридические запросы, даже создание некоммерческой организации по обустройству пространства вокруг — не работали. А проблемы вроде нелегальных таксистов у станции метро «Аннино» так и оставались нерешёнными, ведь на все юридические жалобы отвечали отписками.

В один день очередной отказ настолько добил кандидата, что тот решил придать всему этому процессу публичный характер. Помимо созданного НКО, он начал активно вести социальные сети, где уже публично рассказывал о том, как действуют, а вернее — бездействуют власти. Только после нескольких публичных выступлений в управе и префектуре, только после публичных постов и кооперации с местными активистами удалось впервые повлиять на одну из проблем — с нелегальными таксистами у метро. Но временно, только для видимости, власти отправили ДПС штрафовать все неправильно припаркованные машины.

Тогда Роман понял, что если и менять эту ситуацию, то только самому. Кто-то должен пинать власть и публично показывать её бездействие, требовать ответов и решений тех проблем, которые мешают жить жителям Чертанова.

Перед вами — готовая история кандидата. Живая, с личной мотивацией. Роман безрезультатно пытался решить проблемы, беспокоившие его самого и его семью. Одновременно успешно справлялся с намного более сложными задачами у себя на работе. Столкнулся с беспределом и безразличием. Разозлился и решил, что сам возьмётся за дело и будет пинать власть, пока не заставит её работать.

Заходим в округ

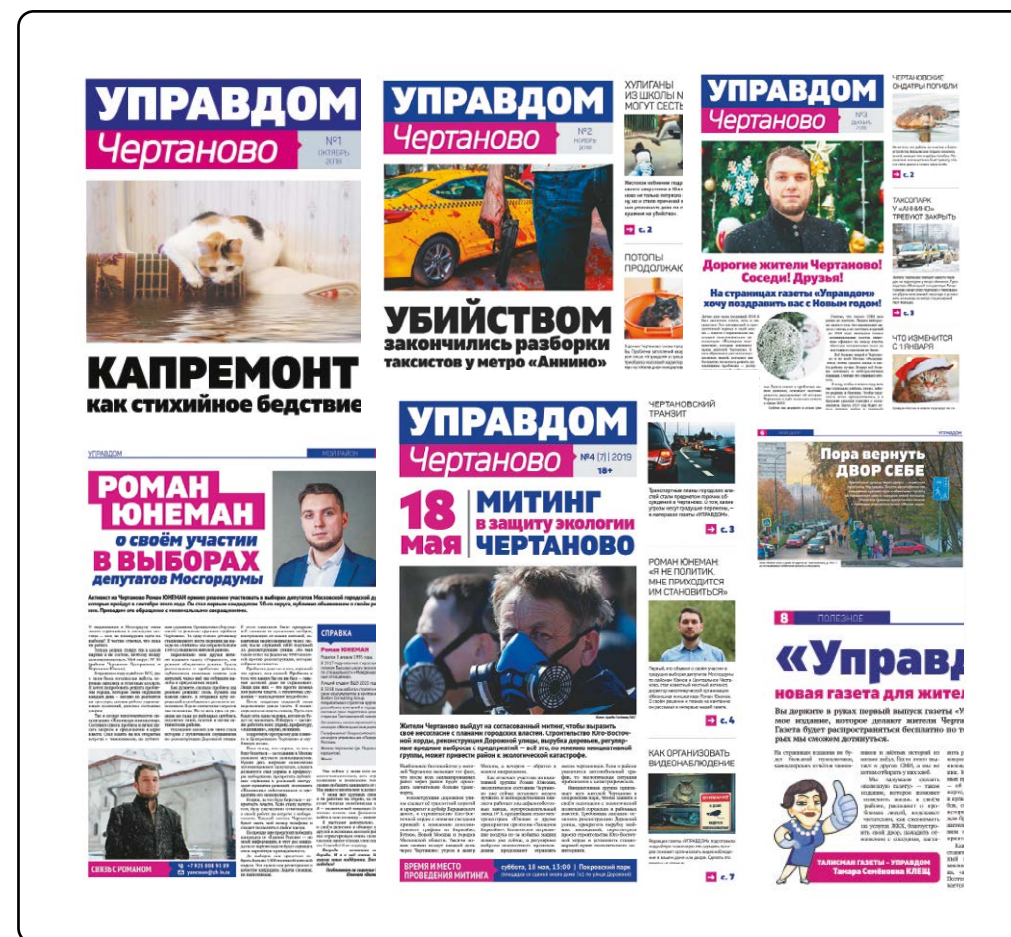
Перед тем как вообще задуматься про выборы, мы с Романом долго пытались решить все проблемы, описанные ранее. Для этого мы создали НКО (некоммерческую организацию), от чьего имени писались запросы, а также зарегистрировали СМИ «Управдом». Через него мы аккумулировали интересы жителей, узнавали их основные проблемы и писали запросы по ним в соответствующие органы. По закону СМИ должны получить ответ в течение 7 дней.

Мы создали реальное живое СМИ о проблемах жителей Чертанова. В результате задолго до выборов Роман уже был знаком избирателям и уже решал местные проблемы, а не просто появился из ниоткуда. Коммуникация с жителями формировалась через связку СМИ + НКО. Газета рассказывала о проблемах. Через НКО мы пытались их решить.

Мы наладили регулярное издание ежемесячной газеты «Управдом» тиражом 82 000 экземпляров. Темы публикаций варьировались. В основном, это были новости Чертанова и Москвы, локальные и общегородские проблемы, интервью с яркими местными жителями и представителями бизнеса, исторические зарисовки о жизни района, регулярный обзор цен в сетевых магазинах округа.

Газета была официально зарегистрирована в качестве СМИ, распространялась по почтовым ящикам жителей. С октября 2018 года по август 2019 года было выпущено 640 000 экземпляров газеты. Она попадала в каждый дом и каждый почтовый ящик. С октября 2018 по июнь 2019 чтение газеты медленно входило в привычку у местных жителей. И уже во время подписной кампании мы заметили, как часто жители на неё ссылаются.

Если вам повезло читать эту газету, то вы можете заметить, что, во-первых, она выдержана в одинаковых цветах и айден-тике, которая отличается от большинства газет города (в округе присутствовала газета другого кандидата, не получившего регистрацию). Акцент в выпусках делался именно на проблематику, но при этом мы старались разбавлять горячие темы добрыми историями — про местный театр, бизнес. Наконец,



в каждом выпуске у нас было по одному котик. Все материалы, тексты и фотографии мы делали сами. В каждом выпуске были и инструкции по решению жилищных вопросов.

Но, несмотря на яркие цвета, отличные тексты и полезные материалы, газету первые несколько месяцев долго путали с другими районными газетами, а также с окружной — «Южные горизонты». В поле часто попадались люди, которые читали «Управдом», пересказывали из него материалы слово в слово, но считали, что это была газета «Южные горизонты».

Газета со временем немного поменялась, и если первый выпуск был посвящён капитальному ремонту, то последний — выборам

в Московскую городскую Думу, так как накал страстей возрастал. Помимо этого, уже после второго выпуска мы провели социологические опросы и избавились от ненужных элементов. Так, например, я отказался от маскота газеты – Тамары Семёновны Клещ, на которой долго настаивал один из сотрудников штаба, но которая абсолютно не запоминалась жителям Чертанова.

Гипотеза заключалась в следующем: газеты читают преимущественно люди пожилого возраста, и им необходим персонаж, который мог бы иметь референс к прошлому человека, напоминающий известных персонажей советского кино. Но фокус-группы показали обратное. Вот момент с одной из них:

Посмотрите на талисман газеты «Управдом» Тамару Семеновну Клещ. Как вы можете оценить главную героиню газеты?

ДА Ужасно

ТМ И чем она хороша?

ДИ Кто она такая?

Талисман газеты «Управдом»

НА Зачем в перчатках она изображена?

ТВ Может, у неё экзема

ДИ Мне кажется, что какая-то старомодная. Надо бы между современностью и прошлым. Она совковая.

С кем она у вас ассоциируется?
С каким-нибудь прототипом из реальной жизни или из искусства?

ДИ Преподаватель

ТВ У нас не было таких страшных преподавателей.

НА Женщина с чувством юмора.

А Она клещ.

ЛЭ Я бы назвал её училка

Какого бы персонажа вы хотели бы увидеть в данной газете?

А Семёна Петровича Клещ. Они вдвоем на самом деле

НА Попугай бы сюда подошёл

А Попугай, кстати, да. И кошку. Кошку не знаю. Попугаи они очень умные

Кошки на самом деле есть на первых страницах. Кошка есть в каждом номере.

А Любая кошка — плюс 20% к просмотрам.

Наша фокус-группа окончена.

Для оценки эффективности газеты мы провели и количественный опрос на 600 респондентов после второго выпуска. Наиболее интересной темой стало ЖКХ, а больше всего газета понравилась двум категориям людей — неработающим пенсионерам и работающим людям среднего возраста, количественно в обеих группах доминировали женщины.

Домашнее задание

Строим образ:

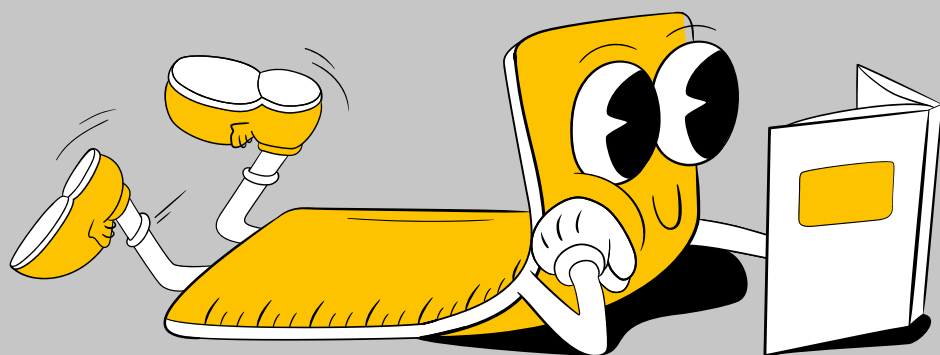
1. Собираем всю фактуру о политике. Проводим качественный и количественный анализ.
2. Мотивация. Зачем и для чего избирается? Готовим питч.
3. Формирование имиджа: объединяем мотивацию и фактуру, получаем живую историю.

Попробуйте взять 5–10 известных российских политиков и проанализировать их, «разобрать» на элементы, получив в итоге готовую историю в 2–3 абзаца про каждого.

Вам помогут:

- рациональная мотивация;
- эмоциональная мотивация;
- фактура, биография.

То же самое сделайте с зарубежными политиками.



Результаты
присылайте на почту
electionsquad@gmail.com

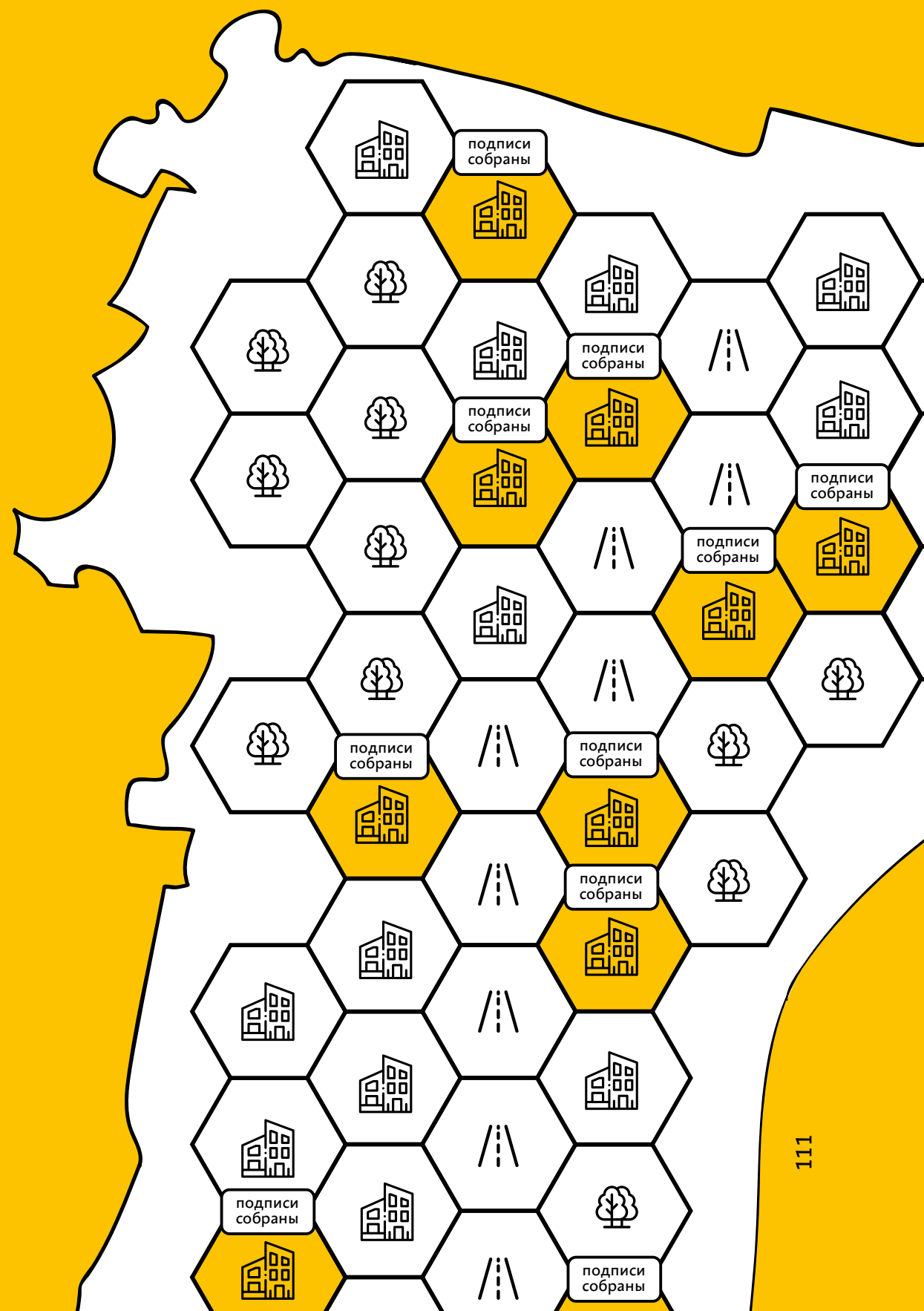
6. Сбор подписей и выдвижение кандидата

Выборы в Московскую городскую Думу — это масштабная и крайне сложная кампания. Сравниться с ней могут парламентские выборы в средней европейской стране.

Судите сами. В Москве живёт больше людей, чем в таких странах, как, например, Бельгия, Чехия или Греция. При этом в Бельгии в национальный парламент выбирают 150 депутатов, в Чехии — 200, в Греции — 300. В то же время в городском парламенте Москвы сидит всего 45 депутатов. Это один представитель на 160–170 тысяч избирателей.

Для допуска к выборам кандидат-самовыдвиженец обязан был собрать огромное количество подписей: три процента от количества избирателей, зарегистрированных на территории округа. При таком количестве избирателей это 4500–5000 подписей. Вместе с жёсткими требованиями к оформлению и в условиях противодействия конкурентов получается сложный барьер. Его легко использовать для недопуска любых независимых кандидатов, что мы и видели в Москве, где на протяжении всей кампании не утихали акции протеста из-за недопуска многих кандидатов на выборы.

Тем не менее преодолеть этот барьер возможно, особенно если нет команды сверху включать беспредел в избирательной комиссии. Мы собрали 6166 подписей за всю подписную кампанию.



Жизненный цикл подписи

ПОДПИСНОЙ ЛИСТ

Выборы депутатов Московской городской думы
"08" сентября 2019 года

Мы, нижеподписавшиеся, поддерживаем самовыдвижение кандидата в депутаты по избирательному округу №30 гражданина Российской Федерации **Юнсмана Романа Александровича**, родившегося 03 апреля 1995 года, работающего управляющим директором в Автономной некоммерческой организации содействия развития жилищно-коммунального хозяйства «Жилищная инициатива», проживающего в городе Москве.

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Год рождения (в возрасте 18 лет – дополнительно число и месяц рождения)	Адрес места жительства	Серия и номер паспорта или документа, заменяющего паспорт гражданина	Дата внесения подписи	Подпись
1						
2						

Подписной лист удостоверяю: _____

Кандидат Юнсман Роман Александрович

(фамилия, имя, отчество, подпись и дата ее внесения)

Специальный избирательный счет №40810810038009417186

Пошагово процесс сбора подписей выглядит так:

1. Пополняете избирательный счёт кандидата.
2. Заказываете через избирательный счёт подписные листы¹.
3. Выдаёте подписные листы сборщику.
4. Сборщик уходит в поле и собирает подписи.
5. Сборщик приносит заполненные подписные листы в штаб, где координатор проводит первичную проверку на соответствие формальным требованиям².
6. Через сервис «Проверки по списку недействительных российских паспортов» от МВД проверяется действительность паспорта.
7. Визуально проверяется, той ли рукой заполнены графы: все ячейки заполняет сборщик, кроме ФИО, подписи и даты внесения подписи, их ставит только избиратель. В 2019 году было по-другому, ФИО избирателя могли заполнять сборщики подписей.
8. Дальше подпись учитывается в базе и помечается как принятая (но ещё не валидная, что важно!).
9. На следующий день начинается полная доскональная проверка всех вчерашних подписей. Выявляются те подписи, которые 100% уходят в брак, и те подписи, которым требуются исправления, например, отсутствует заполненный «подвал».

Более подробно об этом писал Роман Юнсман у себя в Фейсбуке; процитирую этот пост, т. к. принимал участие в его написании:

«Все подписные листы проходят несколько фильтров тщательной проверки.

Нулевой этап. Это беглый осмотр, который проводят координаторы скаутов сразу, как только сборщики принесли в штаб листы. Координаторы смотрят очевидные ошибки: разборчиво ли написаны слова, все ли графы заполнены, не выходят ли буквы за ячейки, нет ли подписей избирателей из другого округа, не испорчена ли сама бумага. Брак либо вычёркивается, либо откладывается на исправление. Сборщикам мы платим только за „чистые“ подписи.

1 Листы не являются агитацией, поэтому их можно печатать в типографии, не заявленной на выборы.

2 Наличие всех данных, разборчивость почерка, аккуратность заполнения, соответствие адресов округу и т. д.

Первый этап. В работу вступают юристы. Они проверяют правильность оформления подписей (требований море — например, к сокращению слов), наличие всех данных, а также авторство: все ячейки заполняет сборщик, кроме двух: „Дата подписи“ и „Подпись“. Их может заполнять только сам избиратель. Если в дате подписи есть исправления, она сразу бракуется. Всё, что можно исправить, откладывается в отдельную стопку. На этом этапе один из самых сложных моментов — проверить точность адреса, не перепутал ли сборщик номер дома и не забыл ли указать корпус.

Второй этап. Проверка самих подписных листов. Внедрённый сборщик может подменить напечатанный подписной лист на точно такой же, но с незаметно внесённой ошибкой: например, изменить одну цифру в избирательном счёте или заменить букву в напечатанной фамилии кандидата. Поэтому на каждом листе перепроверяем не только заполнение, но и напечатанную часть.

Третий этап. Юристы отдадут на исправление листы с ошибками — в тех случаях, где это возможно. Все ошибки сборщик исправляет под строгим контролем юриста и заверяет фразой „Исправленному верить“ с датой.

Четвёртый этап. Чистые подписи пробиваются по базе данных МВД. Серия и номер паспорта должны „биться“ с годом рождения, паспорт должен числиться в базе как действительный. Если номер и серия не соответствуют году рождения, если у паспорта истёк срок действия или его вообще нет в базе, подпись отправляется в утиль. Таких случаев у нас было всего пять, то есть один из тысячи.

Пятый этап. Серия и номер паспорта вносятся в нашу таблицу и проверяются на предмет дублирования. Это самый удивительный момент — выяснилось, что больше 60 (!) человек оставили свою подпись дважды! А двое избирателей оставили подпись трижды! Разные сборщики об этом просто не знали, а сами люди не сказали. Естественно, все дубли уходят в утиль. Но сборщикам за эти подписи всё равно платим — они не были в курсе, что берут её по второму кругу. Из одинаковых подписей выбираем ту, которая аккуратнее заполнена.

Шестой этап. Визуальная проверка на рисовку. Это самый сложный процесс. Легко обнаружить, если сборщик сам заполнил ячейки и сразу здесь же расписался, а также поставил дату. А если разные рисовщики

ставили подписи/даты в разных бланках, меняя руку и ручки? Поэтому все подписи с малейшим подозрением рассматриваем в прямом смысле слова под лупой. Благо, двое наших сотрудников — координатор проверки подписей и начальник штаба — специально обучались навыкам графолога, чтобы выявлять подобные случаи, и уже имеют опыт такой работы. Они проводят выборочное попарное сравнение подписей, по которым были сомнения, пытаюсь выявить общие элементы почерка. Это самая кропотливая, буквально ювелирная работа.

Я написал только об этапах проверки подписей координаторами и юристами. Но мы приняли ещё целый ряд мер безопасности. Вот только некоторые из них:

— Проверка личности сборщиков. Нельзя привлекать к сбору подписей членов участковых комиссий с правом решающего голоса. Если член комиссии собирал подписи, то все они будут признаны недействительными. Поэтому мы специально опрашивали всех, кто приходил устраиваться в штаб. Но нам могли внедрить их специально, поэтому ещё отдельно гуглили ФИО и проверяли людей на наличие в списках избиркомов.

— Подготовка скаутов. Всех сборщиков мы тщательно готовили, проводили для них юридические семинары и тренинги, давали им методички, объясняли нюансы. Если бы не эта постоянная работа, процент брака был бы намного больше. Кроме того, мы предупреждали всех сборщиков, что рисовка подписей — это административная и уголовная ответственность. И никого за такое щадить не будем.

— Печать листов. Поскольку подписные листы не являются агитацией, их можно печатать в любой типографии, она не обязана заявляться в ТИК. Мы специально сделали заказ в крошечной и никому неизвестной типографии. Как показало время, это было верное решение: кандидату Илье Яшину в его типографии часть листов напечатали с браком, где в середине номера избирательного счёта переставили две цифры. Извращённая подлость, из-за которой он потерял часть подписей — хорошо хоть небольшую и некритичную в общей массе.

— Контрразведка. Звучит смешно (шпионские игры на выборах!), но мы знали, что в штабы кандидатов внедряют не только информаторов, но и „токсичных“ сборщиков, которые должны либо откровенно рисовать, либо вносить ошибки в данные. Ещё „токсичные“ сборщики могли уехать „на дачу“ в тот момент, когда нужно заверяться

у нотариуса (штаб не знает о такой подставе и неверно оценивает общее количество — все подписи сборщика, не заверенного у нотариуса, сгорают). Поэтому приняли меры контроля, буквально выстроив в штабе отдел контрразведки. Говорить о его работе не будем, но мы просчитали разные риски. Из-за угрозы провокаций пришлось пойти даже на такие меры.

— „Контрольная закупка“. Работу сборщиков мы проверяли: попросили нескольких друзей и сторонников с пропиской в округе прикинуться прохожими, „пойматься“ на улице скауту, дать ему свою подпись и, не выдавая себя, внимательно проверить его работу: спрашивает ли паспорт, тщательно ли проверяет цифры, заполняет ли все ячейки, кроме двух, своей рукой, даёт ли заполнить дату и подпись самому человеку. Несколько знакомых мы попросили сделать то же самое при поквартирном обходе. Сами сборщики об этом, конечно, не знали.

— Выборочный прозвон подписантов. У нас есть телефоны разных жителей с пропиской в Южном и Центральном Чертанове. Мы находили тех, кто оставил подпись скауту, и выборочно их прозванивали: узнавали, правда ли к ним заходили наши люди и брали у них подпись, проверяя все данные. Так можно было выявить рисовку по базе паспортов.

— Сейф. Все подписные листы находятся на постоянном контроле и хранятся в несгораемом и очень тяжёлом сейфе. Запасные ключи от сейфа спрятаны в укромном месте, о котором знаю только я и пара доверенных человек.

— Готовность к защите. Если будет принято политическое решение отказать в регистрации, мы будем до последнего отстаивать наши подписи в суде. К этому мы тоже готовимся.

Всё это может выглядеть как паранойя и безумие. Это и есть паранойя и безумие».

Ошибки сборщиков и штабов

Здесь начинается самое интересное. Юристы сталкиваются со следующими проблемами.

1. Незаполненный «подвал». Часто сборщику лень заполнять подвал (информация о самом сборщике), и он сдаёт лист без него. Если вы накопите подписных без заполненных

«подвалов», то затем замучаетесь бегать за сборщиками. Бывает, что человек уезжает на дачу, в отпуск или, например, ложится в больницу. Может случиться организационный аврал. Поэтому координаторам даётся строгое указание: не принимать подписные без заполненных подвалов. Все подвалы должны заполняться в тот же день, в момент приёмки листов.

2. Ошибки в заполнении. Разрешено вносить исправления в той части подписного, которую заполняет сборщик. Например, если вы написали не тот номер дома, его можно зачеркнуть и написать «Испр. верить» с датой и подписью сборщика, который вносил эти данные.

3. Несвоевременное заверение сборщиков. Чтобы подписной лист был действительным, сборщика нужно заверить у нотариуса. Процедура обязательная, но сделать её можно позже. Часто штабы откладывают заверение на последние дни. Это критическая, губительная ошибка. Через штаб проходит очень много сборщиков, люди приходят поработать на несколько дней и пропадают. Собрать потом всех сборщиков и довести их до нотариальной конторы — задача, которая может стать серьёзной проблемой. При этом заверение занимает время, у нотариуса могут быть очереди. Если вы отложили заверение на последние дни, то есть риск, что у вас сгорят сотни подписей. Кто-то неожиданно уехал в другой город, кто-то сменил телефон, кого-то могут даже перекупить конкуренты.

Чтобы всего этого не произошло, нужно выстроить жёсткую систему:

- С самого начала составить чёткий график выплат и доступным языком объяснить сборщику, что деньги за подписи он получит только в том случае, если «подвалы» в его листах будут заполнены, а сам он — заверен у нотариуса (это делается за счёт штаба, конечно).
- Процесс проверки подписей и процесс заверения сборщиков должны идти параллельно. Их нужно постоянно синхронизировать. Тут часто возникает вопрос: кто это должен делать — юридический отдел или полевой? Всё зависит от ваших ресурсов.

ПОДПИСНОЙ ЛИСТ
Выборы депутатов Московской городской думы
"08" сентября 2019 года

Мы, нижеподписавшиеся, поддерживаем самовыдвижение кандидата в депутаты по избирательному округу №30 гражданина Российской Федерации **Юнемана Романа Александровича**, родившегося 03 апреля 1995 года, работающего управляющим директором в Автономной некоммерческой организации содействия развитию жилищно-коммунального хозяйства «Жилищная инициатива», проживающего в городе Москве.

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Год рождения (в возрасте 18 лет – дополнительно число и месяц рождения)	Адрес места жительства	Серия и номер паспорта или документа, заменяющего паспорт гражданина	Дата внесения подписи	Подпись
1	Елена Ивановна	1956	г. Москва ул. дом кв		14.06	
2	Елена Ивановна	1956	г. Москва ул. дом кв		14.06 2019	

Подписной лист удостоверяю: Владимир Алексеевич г. Москва, ул.

Паспорт Выдан код подразделения

1999 21.06.2019
(фамилия, имя, отчество, дата рождения, адрес места жительства, серия и номер паспорта или документа, заменяющего паспорт гражданина, с указанием даты его выдачи, наименования или кода
выдавшего его органа, подписи лица, осуществлявшего сбор подписей, и дата ее внесения)

Кандидат Юнеман Роман Александрович

1999 03.07.2019
(фамилия, имя, отчество, подпись и дата ее внесения)

Специальный избирательный счет №40810810038009417186

В этом листе подпись с ошибкой вычеркнута и взята заново начисто.

ПОДПИСНОЙ ЛИСТ
Выборы депутатов Московской городской думы
"08" сентября 2019 года

Мы, нижеподписавшиеся, поддерживаем самовыдвижение кандидата в депутаты по избирательному округу №30 гражданина Российской Федерации **Юнемана Романа Александровича**, родившегося 03 апреля 1995 года, работающего управляющим директором в Автономной некоммерческой организации содействия развитию жилищно-коммунального хозяйства «Жилищная инициатива», проживающего в городе Москве.

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Год рождения (в возрасте 18 лет – дополнительно число и месяц рождения)	Адрес места жительства	Серия и номер паспорта или документа, заменяющего паспорт гражданина	Дата внесения подписи	Подпись
1	Ирина Георгиевна	1977	г. Москва ул. дом кв		08.06. 2019	
2	Наталья Ивановна	1954	г. Москва ул. дом кв		08.06.2019	

Подписной лист удостоверяю: Темур Алексеевич паспорт выдан

код подразделения 21.06.2019
(фамилия, имя, отчество, дата рождения, адрес места жительства, серия и номер паспорта или документа, заменяющего паспорт гражданина, с указанием даты его выдачи, наименования или кода
выдавшего его органа, подписи лица, осуществлявшего сбор подписей, и дата ее внесения)

Кандидат Юнеман Роман Александрович

1999 02.07.2019
(фамилия, имя, отчество, подпись и дата ее внесения)

Специальный избирательный счет №40810810038009417186

В этом листе ошибка исправлена и сделана отметка «Исправленному верить».

Я нашёл человека, который занимался только этой задачей и справился со своей работой блестяще. Это Георгий Нестеров. Он организовал постоянные походы к нотариусу, вёл систему отчётности, постоянно был на связи со сборщиками и помогал им. Делалось это в паре с замруководителя юридического отдела — Екатериной Зворыкиной.

Противодействие: «токсичные сборщики» и «токсичные избиратели»

Нужно учесть, что всеми этими ошибками и авралами штабов пользуются оппоненты. Главный приём — внедрение «токсичных сборщиков». Поскольку идейных сторонников всегда не хватает, сама по себе работа сборщиком довольно сложная, то все штабы прибегают к набору людей со стороны. Этим пользуются политтехнологи, которым нужно зарубить вашего кандидата.

Что могут делать токсичные сборщики:

1. Являться членами комиссии с правом решающего голоса. Членам участковых комиссий с ПРГ нельзя собирать подписи. Если после сдачи выявляется такой сборщик, все его подписи признаются недействительными.
2. Вносить ошибки в паспортные данные избирателя. Например, подменять одну цифру в номере паспорта. Если в штабе аврал и юридический отдел не успевает до дня сдачи проверить все подписные листы и отсеять брак, эти подписи затем могут сыграть злую шутку и стать причиной отказа в регистрации кандидата.
3. Исчезать в момент, когда нужно завериться у нотариуса. Сборщик может собрать идеальные подписи, штаб на них будет рассчитывать. Но в «час X» он просто исчезнет с радаров и не дойдёт до нотариуса. Без заверения все его подписи будут недействительными.
4. Подменить часть подписных листов. Это незаметная ловушка: изготавливается макет точно такого же подписного листа,

но в номер счёта внедряется ошибка: например, добавляется лишний ноль. Этот лист затем признаётся недействительным, даже если подписи в нём — идеальные.

5. Нарисовать подписи по базе. Самый простой и распространённый способ. Сборщик сам заполняет все ячейки, а затем другим почерком ставит дату и придуманную подпись. Проверить сложно — по базе все данные будут биться.

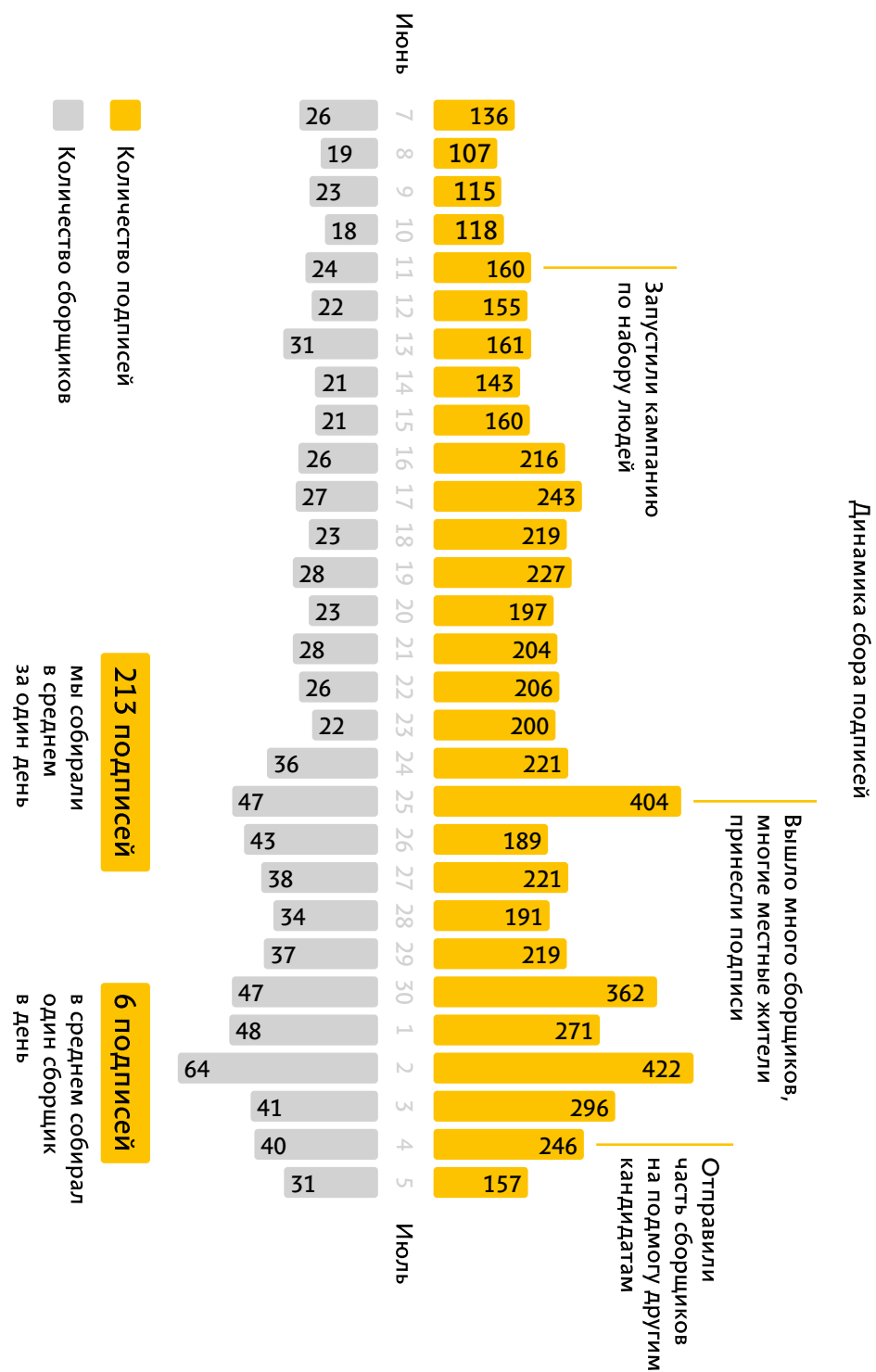
В этом году придумали и новый изощрённый приём — «токсичный избиратель». Человек подходит к сборщику и предлагает подписаться за кандидата. Когда избирателя спрашивают паспорт, он говорит, что документы оставил на даче, но с собой есть ксерокопия. Естественно, это не просто копия, а с изменёнными в фотопроцессе данными — чаще всего, меняют дату рождения. И хотя всем сборщикам строго-настрого говорилось работать только с оригиналами документов, они всё равно поддавались искушению и брали копию.

Чтобы не попасться в многочисленные ловушки, мы не только проверяли все этапы сбора подписей несколько раз и проводили самостоятельную графологическую экспертизу (попарное сравнение сомнительных строк), но и создали в штабе целый отдел контрразведки.

Контрразведка гуглила информацию о каждом новом сборщике, находила их профили в социальных сетях, держала связь с другими штабами и проверяла людей по единому реестру «токсичных сборщиков» (в частности, смотрели списки друзей уже выявленных провокаторов).

Кроме того, самих сборщиков мы постоянно проверяли: находили некоторых подписантов в социальных сетях и изучали их данные, выборочно прозванивали подписантов, чьи контакты у нас есть, делали «контрольную закупку», когда знакомый нам избиратель проверял корректность работы сборщиков, оставляя подпись.

В результате проверок мы выявили в штабе двух рисовщиков. Девушку простили и просто попрощались с ней. А вот на мужчину, который принёс в штаб больше 100 нарисованных подписей, мы подали заявление в полицию. Фальсификация подписей — это административная и уголовная ответственность.



Вы прочитали ознакомительный фрагмент книги Павла Дубравского «Миссия: Выборы».

В книге «Миссия: выборы» политтехнолог Павел Дубравский подробно разбирает, как в условиях ограниченных ресурсов, без больших денег и поддержки крупных СМИ, вести избирательную кампанию. На примере собственных реальных кейсов, поэтапно, с цифрами, фактами, инфографикой, конкретными приёмами и даже с домашними заданиями — для тех, кто решится использовать эту книгу в деле.

Приобрести книгу можно на сайте издательства:

www.chernaya100.com

Оглавление

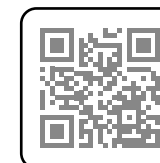
Предисловие	4
1. Работа с имиджем и образом	10
2. Знакомство с избирателем.	24
3. Первый контакт: заход в округ и общественные кампании	38
4. Структура и организация штаба.	50
5. Фандрайз и краудфандинг: работа с донорами офлайн и онлайн	70
6. Сбор подписей и выдвижение кандидата	110
7. Стратегия кампании: работа в поле, айдентика и печатные агитматериалы	132
8. Как нас пытались убить	156
9. День X: эксперимент, который не удался	176
Послесловие	198
Благодарности	200
Книжный клуб «Чёрной Сотни» и «Листвы»	202

Об издателях

«Чёрная Сотня» — издательство, основанное двумя студентами в 2013 году. Основная деятельность — издание исторической литературы, восстановление и возвращение наследия русского зарубежья и переиздание важных, но забытых работ дореволюционной России.



Сайт издательства
chernaya100.com



Telegram-канал
[@chernaya100](https://t.me/chernaya100)

Издательство книжной лавки «Листва» — дочерний проект «Чёрной Сотни», который планирует выпускать книги по трём направлениям: актуальная политика, контркультура, художественная литература.

«Листва» — общественно-политическая площадка, лекторий и интеллектуальный книжный магазин с упором на историческую и консервативную литературу.



Telegram
«Листвы»
(МСК)
[@listva_books_msk](https://t.me/listva_books_msk)



Telegram
«Листвы»
(СПБ)
[@listva_books](https://t.me/listva_books)



ЧЁРНАЯ СОТНЯ



ЛИСТВА

Павел Владимирович Дубравский

МИССИЯ: ВЫБОРЫ

дизайн и вёрстка	Никита Викторович Лукинский
иллюстраторы	Анна Андреевна Хорошева Софья Игоревна Алексеева
корректоры	Михаил Спартакович Тейкин Дарья Александровна Пинигина
литературные редакторы	Андрей Валерьевич Никитин Марк Сергеевич Братчиков-Погребисский
помощник верстальщика	Фёдор Александрович Мишутин
технический редактор	Тимур Русланович Венков
главный редактор	Дмитрий Николаевич Бастраков

Благодарим за предоставленные снимки с кампании
фотографов Вячеслава Дружинина и Татьяну Хасик.

УДК 324

ББК 66.06

Дубравский, П. В.

Д79 Миссия: выборы. — Н. Новгород: Чёрная Сотня; Листва, 2021. — 208 с.

Формат 60×90/16. Бумага офсетная 100 гр., печать офсетная.

Тираж 1500 экз.

Издательство «Чёрная Сотня»

Издательство книжной лавки «Листва»