

Кейс №1

Пример использования медийного ресурса

Как насчет гимна для
«Единой России»,
Олег?

Ой,
Борис Вячеславович,
да я с удовольствием!



Фабула:

- До начала агиткампании
- В инф-аналит. программе «Вести +»
- Признаки агитации
- Не оплачено из избирательного фонда



Противоправность

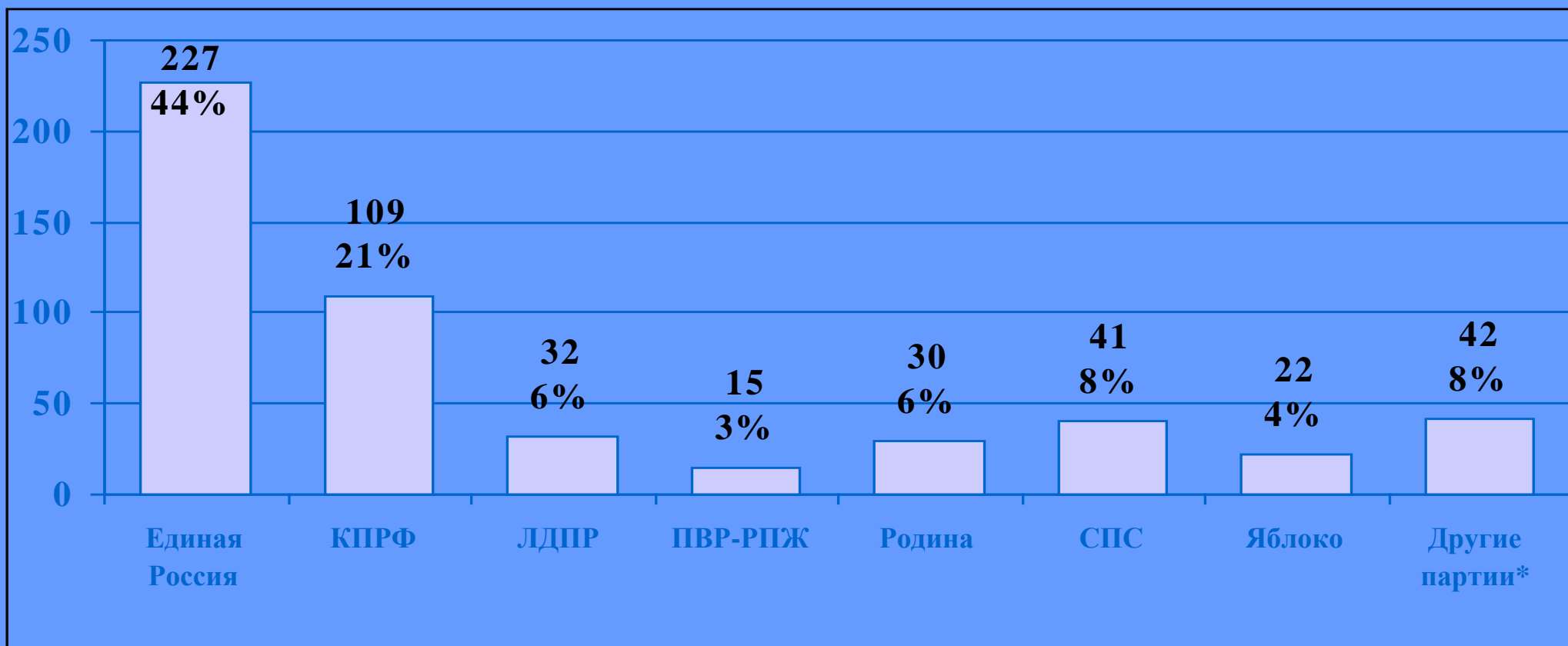
- **Тип ЗАР:** МР – преимущественный доступ к СМИ представителей проправительственных партий (Б.Грызлов – руководитель МВД).
- **ФЗ запрещает:**
 - а) проводить агитацию до начала агиткампании,
 - б) не оплачивать агитацию из средств изб. Фонда,
 - в) агитацией считается среди прочего:
 - деятельность, способствующая формированию положительного или отрицательного отношения избирателей к политической партии, выдвинувшей федеральный список кандидатов, кандидату (кандидатам);
 - «распространение информации, в которой явно преобладают сведения о какой-либо политической партии, выдвинувшей федеральный список кандидатов, каком-либо кандидате (каких-либо кандидатах) в сочетании с позитивными либо негативными комментариями»;
 - «распространение информации о деятельности кандидатов, не связанной с их профессиональной деятельностью или исполнением ими своих служебных (должностных) обязанностей».
- **Вывод:** было допущено нарушение избирательного законодательства.

Частные последствия данного кейса

- Инициатива ТИР: направление письма в ЦИК, ЕР и РТР. – Нет ответа.
- Жалобы КПРФ и СПС о диспропорциях в освещении выборов в ЦИК, МПТР, ВС РФ:
 - Юр.отдел ЦИК: есть основания для привлечения к ответственности,
 - ЦИК не обнаружил нарушений, имели место лишь «отдельные перекосы» (А.Вешняков),
 - Рассмотрение в Суде по правам человека в Страсбурге.

Общие последствия использования МР на выборах 2003 г.

- Проблема: информирование и агитация. Вопрос оплаты
- МР как основной тип используемого АР
- Данные. Распределение случаев злоупотребления МР на ТВ...



Главные исполнители

Соотношение зафиксированных случаев упоминаний политических партий и случаев злоупотребления медийным ресурсом в новостных и аналитических программах

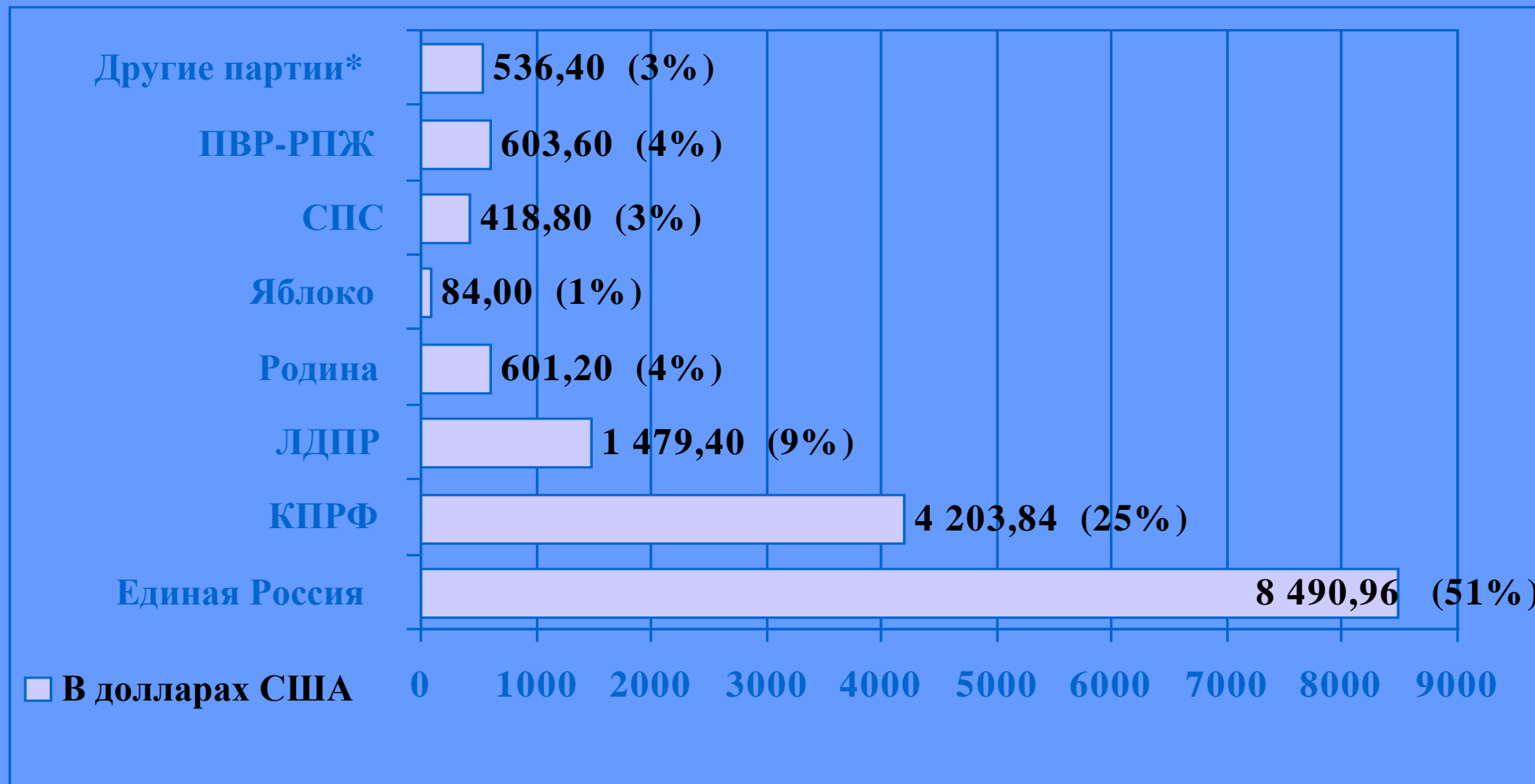


Калькуляция использования МР

Стоимость 1 мин. Полит.рекламы на ЦТ (в \$, включая НДС, 2003 г.)

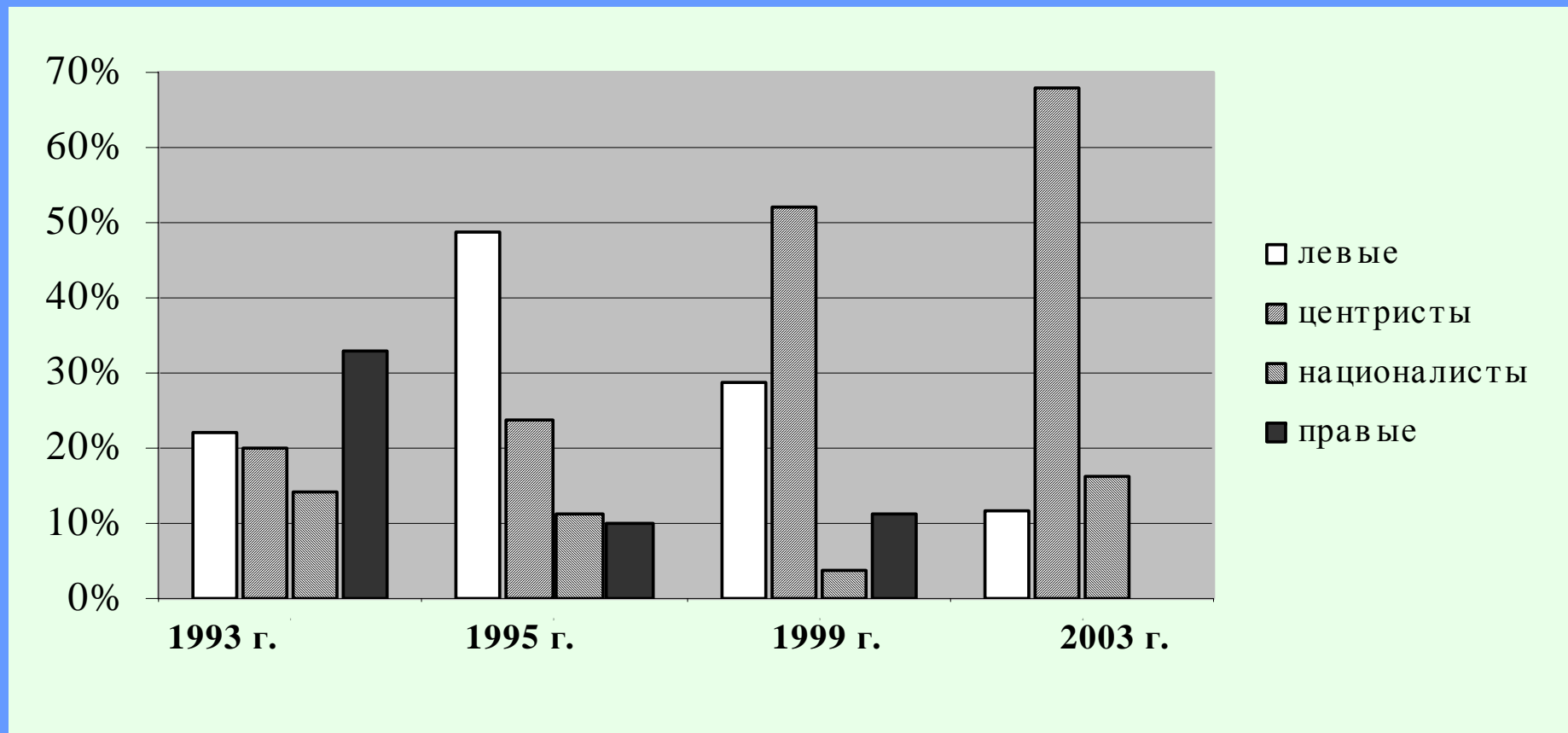
Первый канал			Россия			
Новости 18:00	Время 21:00	Время Воскресн. выпуск	Вести 20:00	Вести недели 20:00	Вести+	Вести Москва
82,800	100,800	106,200	84,000	78,000	5,880	5,880

Оценка общей стоимости злоупотреблений МР на ЦТ их частота



- Должные последствия: недействительность выборов в связи с превышением пределов расходования средств избирательного фонда более чем на 10 % и использованием преимуществ служебного положения.
(ВС РФ, Страсбург)
- **Формальный выход для исключения нарушения в будущем:**
 - Постановление ЦИК от 10.10.2003 г. № 38/354-4 «О Разъяснениях некоторых вопросов информационного обеспечения выборов депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации четвертого созыва и иных выборов в Российской Федерации».
 - *«...из статьи 57 Федерального закона о выборах депутатов следует, что агитационная деятельность может осуществляться, в том числе путем систематического распространения информации о каких-либо кандидатах, политических партиях, избирательных блоках в сочетании с позитивными или негативными комментариями, либо без комментариев, но с явным преобладанием сведений о каких-либо кандидатах, политических партиях, избирательных блоках при замалчивании информации о других...»*

Динамика партийного представительства в Госдуме



Кейс №2

Пример использования институционального ресурса



Фабула:

- Заведомо запланированное молодежное мероприятие в Самаре, организованное областными властями («Единство Молодежи – будущее России»).
- Договор ЕР с администрацией Дворца спорта на размещение печатных агитационных материалов + другие виды агитации.
- Проблема обеспечения «равных условий» для предвыборной агитации всем ПП.

Противоправность

- Тип ЗАР: институциональный ресурс – преимущественный доступ проправительственной партии к помещениям гос.предприятий и учреждений для агитационных целей.
 - ФЗ обязывает администрации гос.учреждений обеспечивать равные условия агитации для всех ПП (например, п. 6 ст. 52 ФЗОГ устанавливал: *«Предвыборная агитация и публичные выступления зарегистрированных кандидатов на мероприятии, финансируемом, организуемом или проводимом для населения органами государственной власти, органами местного самоуправления, государственными и муниципальными предприятиями и учреждениями, допускаются только в случае, если об этом мероприятии были извещены все зарегистрированные кандидаты по данному избирательному округу и им была предоставлена возможность выступить на этом мероприятии»*).
 - Другие партии извещены не были, а по их требованию помещение предоставлено не было.
-
- *PS: действующее з-во уже не содержит специальной оговорки об обязательном предупреждении других ПП, если мероприятие организуется госорганами. Однако это вытекает из общего смысла Закона (ч. 3 ст. 60 ВДГД).*

Последствия

- Жалоба РО Ассоциации «Голос» в ОИК по округу №153. Однако решение по жалобе не вынесено, хотя предварительное разбирательство имело место.
- Достигнут односторонний агитационный эффект в пользу ЕР.
- Среди основных стратегий ЗАР на выборах 2003 г. использование институционального админресурса большинство экспертов отметили как основную стратегию (вторую после полит.поддержки В.Путиным партии «Единая Россия»).