

МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
ЛУГАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВНУТРІШНІХ СПРАВ ІМЕНІ Е.О. ДІДОРЕНКА

В.Ф. Нестерович

ВИБОРЧА КАМПАНІЯ:
Словник сленгових термінів та виразів

КИЇВ
Видавництво Ліра-К
2020

УДК 342.8(477) (075.8)
Н-56

*Рекомендовано вченою радою Луганського
державного університету внутрішніх справ
імені Е.О. Дідоренка
(протокол № 2 від 24 вересня 2019 року)*

Рецензенти:

Афанасьєва Мар'яна Володимирівна, доктор юридичних наук, доцент, професор кафедри конституційного права Національного університету «Одеська юридична академія»;

Савчин Михайло Васильович, доктор юридичних наук, професор, директор НДІ порівняльного публічного права та міжнародного права Ужгородського національного університету.

Нестерович В.Ф.

Н-56 **Виборча кампанія: Словник сленгових термінів та виразів.** – Київ: Видавництво Ліра-К, 2020. – 648 с.

ISBN 978-617-7844-30-2

У виданні наведено визначення та опис основних сленгових термінів та виразів, які використовуються під час проведення виборчої кампанії. Розкрито сленгові терміни та вирази, що вживаються як в українському, так і зарубіжному досвіді проведення виборчих кампаній. Словник побудований за абетковим порядком. Науковий опис цілої низки сленгових термінів та виразів, які використовуються під час проведення виборчої кампанії, зроблено вперше. Видання розраховане на студентів, докторантів та викладачів закладів вищої освіти, а також широке коло зацікавлених читачів. Ознайомлення зі словником буде корисним для членів виборчих комісій, кандидатів, офіційних спостерігачів, виборців та інших учасників виборчого процесу.

УДК 342.8(477) (075.8)

ISBN 978-617-7844-30-2

© Нестерович В.Ф., 2020

© Видавництво Ліра-К, 2020

MINISTRY OF INTERNAL AFFAIRS OF UKRAINE
LUHANSK STATE UNIVERSITY OF INTERNAL AFFAIRS
NAMED AFTER E.O. DIDORENKO

Volodymyr Nesterovych

ELECTION CAMPAIGN:
Dictionary of Slang Terms and Expressions

KYIV
Publishing House Lira-K
2020

UDC 342.8
N-56

*Recommended by the Academic Council of the
Luhansk State University of Internal Affairs
named after E.O. Didorenko
(protocol № 2 of September 24, 2019)*

Reviewers:

Mar'yana Afanas'yeva, Doctor of Law, Associate Professor, Professor of Department of Constitutional Law, National University «Odessa Law Academy»;

Mykhailo Savchyn, Doctor of Law, Professor, Director of the Research Institute of Comparative Public Law and International Law of Uzhgorod National University.

Volodymyr Nesterovych

N-56 Election Campaign: Dictionary of Slang Terms and Expressions. – Kyiv: Publishing House Lira-K, 2020. – 648 p.

ISBN 978-617-7844-30-2

The publication defines and describes the main terms and expressions used during the election campaign. The author reveals slang terms and expressions that are used both in Ukrainian and foreign experience within conducting election campaigns. The dictionary is built up according the alphabetical order. The scientific description of a number of electoral slang terms and expressions used during the election campaign is made for the first time. The publication is provided for students, scholars and university teachers, as well as a wide range of interested readers. It will be useful for election commissions' members, candidates, observers, voters and other participants of the electoral process to get acquainted with the dictionary.

UDC 342.8

ISBN 978-617-7844-30-2

© Nesterovych V., 2020
© Publishing House Lira-K, 2020

ЗМІСТ

Передмова	7
Сленгові терміни та вирази, які використовуються під час виборчої кампанії (від А до Я).....	19
Англомовні сленгові терміни та вирази, які не мають свого терміна-еквівалента в українській мові (from A to Z).....	531
Таблиця сленгових термінів та виразів, які використовуються під час виборчої кампанії, що мають свій офіційний термін-еквівалент або формулювання у законодавстві України.....	567
Скорочення та аббревіатури, які використовуються в Україні під час виборчої кампанії.....	575
Англомовні аббревіатури та їх український переклад, які використовуються під час виборчої кампанії.....	583
Афоризми про вибори та виборчу кампанію.....	593
Список використаних літературних джерел.....	619
Список використаних електронних джерел.....	629
Список використаних художніх фільмів про вибори.....	633
Список використаних документальних фільмів про вибори.....	635
Предметний покажчик (українсько-англійський).....	636
Покажчик англомовних сленгових термінів та виразів, які не мають свого терміна-еквівалента в українській мові.....	646

CONTENTS

Preface	7
Slang terms and expressions used during the Election Campaign (Ukrainian, from A to Я).....	19
English-slang terms and expressions that do not have any equivalents in Ukrainian (from A to Z).....	531
Table of slang terms and expressions used during the Election Campaign, having its official term of equivalent or wording in the legislation of Ukraine.....	567
Acronyms and Abbreviations used in Ukraine during the Election Campaign.....	575
English Acronyms and Abbreviations and their Ukrainian translation used during the Election Campaign.....	583
Aphorisms about the Election and the Election Campaign.....	593
References	619
List of e-sources.....	629
List of films about Elections.....	633
List of documentaries about Elections.....	635
Index (Ukrainian-English).....	636
Index English-slang terms and expressions which do not have any equivalents in Ukrainian.....	646

Моїм сином Максиму та Ярославу присвячується

Передмова

Знати мову сленгу – все одно, що володіти зброєю.

Перефразований Ернст Хайне

Важливою та неодмінною складовою будь-якої виборчої кампанії є активне використання під час її проведення широкого спектру виборчих сленгових термінів та виразів. До основних причин їх виникнення та активного поширення слід віднести: по-перше, творчий, динамічний та експресивний характер виборчої кампанії, до проведення якої залучаються фахівці з різних галузей знань як точних, так і суспільних та гуманітарних наук; по-друге, виборчі штаби та кандидати за рахунок виборчих сленгових термінів та виразів намагаються спростити складну та не завжди зрозумілу пересічному виборцю офіційну виборчу термінологію; і нарешті, по-третє, виборчі штаби та кандидати напроти намагаються за рахунок вузько вживаних виборчих сленгових термінів та виразів зробити незрозумілим зміст внутрішньої інформації виборчого штабу унаслідок її витоку стороннім особам.

Під виборчими сленговими термінами та виразами слід розуміти жаргонні слова, кальки, метафори, мовні запозичення, неофіційні поняття та назви, специфічні терміни, мовні скорочення, ідіоми, фразеологізми, хештеги, емоційно забарвлені найменування, якими позначають суб'єктів, предмети, дії, явища, ситуації, закони і парадокси, що мають місце напередодні, під час та після проведення виборчої кампанії. Сукупність усіх сленгових термінів та виразів, які використовуються під час проведення виборчої кампанії, слід позначити термінами «виборчий сленг» або «виборчий жаргон». Виборчі сленгові терміни та вирази є неофіційною, живою та вкрай динамічною лексикою, яка активно використовується під час проведення виборчої кампанії. Попри

те, що виборчі сленгові терміни та вирази мають неофіційний характер, вони активно застосовуються також і в офіційних документах – у матеріалах кримінальних проваджень та судовій практиці, а деякі виборчі сленгові терміни та вирази взагалі отримали своє оригінальне закріплення у міжнародних актах та національному виборчому законодавстві.

Водночас, незважаючи на неабияке поширення та використання виборчих сленгових термінів та виразів, їх наукове вивчення та опис наразі є недостатньо розкритим та систематизованим, що й спонукало автора до дослідження цього наукового напрямку. Тому метою даного видання є наукове вивчення, опис та систематизація виборчих сленгових термінів та виразів, що дозволить більш глибоко дослідити, а найголовніше, краще зрозуміти феномен виборчої кампанії без жодних прикрас та ілюзій. Науковий опис цілої низки сленгових термінів та виразів, які використовуються під час проведення виборчої кампанії, зроблено вперше. З огляду на досить великий масив сленгових термінів та виразів, які використовуються під час проведення виборчої кампанії, їх слід класифікувати за цілою низкою критеріїв.

Аналіз сучасної виборчої практики дозволяє виділити наступні типології сленгових термінів та виразів, які використовуються під час проведення виборчої кампанії:

1. За поширенням:

а) загальноживані виборчі сленгові терміни та вирази – активно використовуються серед загалу та є зрозумілими для пересічних громадян (адміністративний ресурс, виборчі перегони, виборча урна, «день тиші», другий тур, «ніч виборів», перший тур, «проти всіх»);

б) вузьковживані виборчі сленгові терміни та вирази – використовуються у вузькому колі фахівців та зазвичай є невідомими та/або незрозумілими для пересічних громадян (вертикальний паритет, дже-рімендерінг, Ефект Шлейфа, кейджинг, «косинка», логролінг, «паровоз», розщеплення голосу, «система блискавки», спойлер, «шахматка»);

в) латентні виборчі сленгові терміни та вирази – розробляються лише для представників певного виборчого штабу для унеможливлення витоку внутрішньої інформації до конкурентів та/або недопущення документування протиправної діяльності представників виборчого штабу. Латентний виборчий сленг є зрозумілим лише представникам певного виборчого штабу.

2. За походженням:

а) виборчі сленгові терміни та вирази, які виникли від місця (Венеціанська комісія або «Венеційка», Європейська конвенція з прав людини, Європейський суд, Парадокс Алабами, Страсбурзький суд, K Street);

б) виборчі сленгові терміни та вирази, які виникли від певної особи або групи осіб (бюджетники, джерімендерінг, диванні виборці, кандидати-мажоритарники, «мертві душі», спойлер, «тітушки», хрунь);

в) виборчі сленгові терміни та вирази, які виникли від позначення певного часового проміжку виборчої кампанії («день тиші», «ніч виборів», «супервівторок», «фальстарт виборчої кампанії»);

г) виборчі сленгові терміни та вирази, які виникли за аналогією з певним явищем, предметом або процесом («Болгарський потяг», виборчий туризм, «виборці привиди», диванна партія, «карусель», «кульгава качка», «матрьошка», «мертві душі», «обертові двері», «паровоз», політичний компас, «російська рулетка», «струмочок», «ялинка»);

г) виборчі сленгові терміни та вирази, які виникли від буквального розуміння («автобуси виборців», вирівнювальне місце, «вписаний кандидат», «втрачені голоси», вимушене голосування, голосування ногами, «день тиші», диванні виборці, «доступ до тіла», «йти в Президенти», кандидати-списочники, «намалювати явку», «нарізка виборчих округів», «сімейне голосування»);

д) виборчі сленгові терміни та вирази, які запозичені з шахів (виборчий гамбіт, виборчий цугцванг, пішак, «шахматка»). Проникнення шахової термінології до виборчої лексики пов'язано з тим, що будь-яка виборча кампанія є своєрідною «шаховою партією», де вкрай важливим є не лише наявні ресурси в кандидата або політичної партії, але й тактика та стратегія вміло ними розпоряджатися;

е) виборчі сленгові терміни та вирази, які виникли від порівняння зі станом або дією тварин («вартовий пес демократії», «вовк у овечій шкірі», жовтий пес демократів, «кіт у мішку», «кульгава качка», «ослячий голос» (donkey vote), «сині собаки», «темна конячка», хрунь);

є) виборчі сленгові терміни та вирази, які були запозичені з кримінального жаргону («кинути», «кришувати», «обнал», «партійний общак», «смотрящий», «чорна бухгалтерія» або «чорна каса»). До основних причин активного використання виборчих сленгових термінів з кримінальним відтінком в українській та російській виборчій практиці

слід віднести: по-перше, на виборах балотується чимало осіб з кримінальним минулим, які доволі часто виграють вибори; по-друге, мають місце непоодинокі випадки, коли особи з кримінальним минулим так чи інакше пов'язані з кандидатами та політичними партіями, які приймають участь у виборах, а також виборними особами;

ж) зарубіжні законодавчі терміни та вирази, яких не має в національному виборчому законодавстві, але вони активно використовуються для позначення виборчих суб'єктів, процедур та дій (бургомістр, вибори мера, виборча кампанія, губернатор, другий тур, мер, незалежний кандидат, парламентські вибори, перший тур, праймеріз);

з) виборчі сленгові терміни та вирази англіцизми – запозичені з англійської мови шляхом їх натуралізації в українській мові (астротурфінг, бекграунд, джерімендерінг, екзит-пол, інсайд, кейджинг, логролінг, піар, спойлер, фактчекінг, фандрейзинг, фейк, хайп, шлейф);

и) виборчі сленгові терміни та вирази, які утворилися за рахунок злиття слова з національної мови та запозиченого іншомовного слова (ботоферма, журналістський пул, законодавчий спам, «піпл хаває» або «People хаває», політичний батл, «назва або прізвище» + «гейт» («Кучмагейт», «Українагейт»), «чорний піар» або «чорний PR»);

і) адаптовані іноземні сленгові терміни та вирази, які не відображають оригінальний контекст (агітаційна промова (англ. stump speech, дослівно «промова пеня»), політичний коментатор (англ. Pundit, за оригінальним значенням – «високоосвічений брахман»), переконлива перемога (англ. landslide victory, дослівно «лавинна перемога»));

ї) англomовні сленгові терміни та вирази, які не мають свого терміна-еквівалента в українській мові (anonymous elector, anti-incumbency, armchair voter, ballot harvesting, canvassing, carpetbagger, close election, donkey vote, down-ballot, electoral fusion, faggot vote, hardcore voter, hustings, issue voting, paper candidate, rolling elections, softcore voters, stay-at-home voter, throw-away candidate, Veepstakes).

3. За часовими межами:

а) виборчі сленгові терміни та вирази, які використовуються до початку виборчої кампанії (дочасна агітація, зловживання соціальною рекламою до початку виборчого процесу, «кульгава качка», «нульовий строк повноважень», «обнулення партійного списку», ревізія виборчого законодавства, «фальстарт виборчої кампанії»);

б) виборчі сленгові терміни та вирази, які використовуються під час виборчої кампанії (агітаційний період, адміністративний ресурс, виборчі клони, «день тиші», зняття кандидатури, контрагітація, «намалювати явку», «ніч виборів», перебалотування, штучна явка);

в) виборчі сленгові терміни та вирази, які використовуються після завершення виборчої кампанії (болото, «відбити виборчу кампанію», кишеньковий депутат, кнопкодавство, коаліціада, перші сто днів, «медовий місяць», політичний труп, поствиборчий синдром, президент першого туру, президент другого туру, «тушки»).

4. За змістом:

а) виборчі сленгові терміни та вирази позитивного змісту («Європейська виборча спадщина», «Правила чесної гри», чесний кандидат);

б) виборчі сленгові терміни та вирази нейтрального змісту (вирівнювальне місце, двотурова виборча система, довибори, партнер по виборам, переголосування, політичний компас, швидкий підрахунок);

в) виборчі сленгові терміни та вирази негативного змісту (брудна передвиборна агітація, брудні виборчі технології, ватники, джинса, нерукопотисний, продажні виборці, скуповування голосів, спойлер, тітушки, фальсифікація виборів, фейк, «чорний піар», «ялинка»).

5. За правовою природою об'єктів та предметів позначання:

а) виборчі сленгові терміни та вирази, якими позначаються виборчі процедури (другий тур, «йти в Президенти», паралельне голосування, перебалотування, переобрання, перший тур, третій тур);

б) виборчі сленгові терміни та вирази, якими позначаються легальні виборчі технології (entrance poll (вхідне опитування), екзит-пол, паралельний підрахунок голосів, швидкий підрахунок);

в) виборчі сленгові терміни та вирази, якими позначаються маніпулятивні виборчі технології (виборчий анклав, виборчі клони, дискредитація виборів, джерімендерінг, кандидати клони, політичні партії-клони, «технічна» партія, «розмити» голоси виборців, технічні кандидати);

г) виборчі сленгові терміни та вирази, якими позначаються протиправні дії («автобуси виборців», «болгарський потяг», «виборча піраміда», «виборча сітка», виборчий туризм, вкидання бюлетенів, «засіяти округ», «зігнати бюджетників», «карусель», «намалювати явку», «обнал», «печиво», продати голос, «сімейне голосування», скуповування голосів, «струмочок», «мертві душі», фальсифікація виборів).

6. За сферою застосування:

а) виключно виборчі сленгові терміни та вирази – виникли під час виборчої кампанії та переважно використовуються лише у ході проведення виборів (виборчі клони, джерімендерінг, другий тур, «йти в Президенти», закритий виборчий список, «засіяти округ», компенсаційний мандат, мажоритарка, «нарізка виборчих округів», «округ під кандидата», перший тур, технічні кандидати);

б) суміжні сленгові терміни та вирази – запозичені для використання під час виборчої кампанії з інших галузей та сфер («виборче дербі», джинса, жовта преса, інсайд, лоґролінг, «обнал», постправа, фейк, фандрейзинг, «холодильник проти телевізора», «чорний піар»).

7. За трансформацією:

а) неофіційні виборчі сленгові терміни та вирази – використовуються лише під час неформального спілкування та різного роду матеріалах, які не мають офіційного характеру («Болгарський потяг», бюлетень-«спростирадло», «виборча сітка», виборчі клони, «відтягнути» голоси виборців, «гречка», «демократична сосиска», «засіяти округ», «карусель», «качка», кандидати-списочники, кишеньковий округ, «мертві душі», «намалювати явку», «прикормлений» округ, «розкрутка» кандидата, «розмити» голоси виборців, технічні кандидати, «ялинка»);

б) виборчі сленгові терміни та вирази, які утвердилися як наукові терміни (акламація, двотурова виборча система, джерімендерінг, Закон Дюверж'є, екзит-пол, перебалотування, суфражизм, явка виборців);

в) виборчі сленгові терміни та вирази, які отримали закріплення у матеріалах судової практики¹ (у Практиці Європейського суду з прав людини: «Вартовий пес демократії» (Watchdog of Democracy), вкидання бюлетенів (ballot stuffing), «втрачені голоси» («wasted votes»), фальсифікація виборів (electoral fraud); у рішеннях судів України: агітаційна листівка, адміністративний ресурс, Венеціанська комісія, вибіркоче правосуддя, вибори депутатів Верховної Ради України, вибори мера, виборча кампанія, виборча урна, виборчий вік, виборчий штаб, відсотковий бар'єр, вкидання бюлетенів, виборчі перегони, губернатор, «день тиші», депутат Верховної Ради України, депутатські

¹ Посилання на конкретні судові рішення, в яких застосовані виборчі сленгові терміни та вирази, здійснено автором під час розкриття змісту відповідних термінів.

кошти, довибори, дострокові вибори, другий тур, екс-мер, електорат, електронні протоколи, Європейська конвенція з прав людини, жовта преса, закордонний паспорт, закриті списки, зірвати вибори, інформаційний кілер, кандидат-двійник, кандидати-мажоритарники, кандидат у депутати Верховної Ради України, «клони», контрагітація, купівля голосів, лідер виборчих перегонів, мажоритарний округ, мер, м'яке право, народний депутат Верховної Ради України, ніч виборів, паралельний підрахунок голосів, партійна дисципліна, партійна каса, партійний список, переголосування, передвиборна обіцянка, передвиборні перегони, переселенці, перший тур, підкуплені виборці, підставний кандидат, президентські вибори, прописка, протокол з мокрою печаткою, самовисуванець, скуповування голосів, Страсбурзький суд, «схема», «тітушки», «технічна» партія, технічний кандидат, фальсифікація виборів, «чорний піар», штучний позов, явка виборців).

В Україні до основних причин активного застосування суддями виборчих сленгових термінів та виразів у судових рішеннях слід віднести: 1) незнання суддями законодавчої виборчої термінології, свідченням чому є застосування ними виборчих сленгових термінів та виразів у резолютивній частині судового рішення при вирішенні справи по суті; 2) автоматичне перенесення суддями виборчих сленгових термінів та виразів до судових рішень з позовних заяв, клопотань сторін та показань свідків, де незнання законодавчої виборчої термінології демонструють вже учасники судового процесу; 3) при підготовці тексту судового рішення копіювання суддями інших судових рішень з однотипних справ, в яких вже було застосовано виборчі сленгові терміни та вирази. Уданому разі має місце запозичення суддею тексту іншого судового рішення з реєстру судових рішень, а змінюються лише імена, прізвища, назви сторін судового розгляду та відбувається незначне корегування обставин судової справи; 4) свідоме застосування суддями виборчих сленгових термінів та виразів у судовому рішенні з метою максимально точного відображення усіх обставин судової справи, а також у випадку коли наявні законодавчі терміни не дозволяють це зробити; 5) прагнення судді проявити свою ерудованість та оригінальність при підготовці тексту судового рішення шляхом застосування у судовому рішенні нових «модних» сленгових термінів та виразів, особливо які запозичені з зарубіжної судової практики;

г) виборчі сленгові терміни та вирази, які отримали закріплення у конституційному законодавстві деяких країн («вписаний кандидат», декомунізація, другий тур, за методом Брайля, компенсаційний мандат, незалежний кандидат, перевибори, перший тур, третій тур).

8. За наявністю терміна-еквівалента у законодавстві:

а) виборчі сленгові терміни та вирази, які не мають свого офіційного терміна-еквівалента у законодавстві («автобуси виборців», аномальна явка, ботоферма, виборча кампанія «під ключ», виборче дербі, вічний кандидат, «демократична сосиска», ефект Шлейфа, залізний голос, кишеньковий округ, «печиво», «паровоз», «піпл хаває», «розмити» голоси виборців, спойлер, «тепла ванна», «холодний душ»);

б) виборчі сленгові терміни та вирази, які мають свій офіційний термін-еквівалент у законодавстві (анульований виборчий бюлетень (виборчий бюлетень, що не підлягає врахуванню), вибори мера (вибори міського голови), виборча урна (виборча скринька), двотурова виборча система (мажоритарна система абсолютної більшості), довибори (додаткові вибори, проміжні вибори), дочасні вибори (позачергові вибори), другий тур (повторне голосування), йти в Президенти (балотуватися кандидатом на пост Президента), кандидати-мажоритарники (кандидати у депутати в одномандатному окрузі), «карусель» (незаконне використання виборчого бюлетеня, голосування виборцем, більше ніж один раз, підкуп виборця), корішок (контрольний талон виборчого бюлетеня), мажоритарка (мажоритарна виборча система), мажоритарники (кандидати у депутати в одномандатному окрузі, депутати, обрані у відповідному одномандатному окрузі), мер (міський голова), «нарізка виборчих округів» (утворення одномандатних виборчих округів), переголосування (повторне голосування, повторні вибори, позачергові вибори), самовисуванець (кандидат висунутий шляхом самовисування), списочники (кандидати у депутати, включені до виборчого списку партії), «чорний піар» (розповсюдження завідомо недостовірних або наклепницьких відомостей про партію – суб'єкта виборчого процесу або про кандидата у депутати). У кількісному відношенні виборчих сленгових термінів та виразів, які не мають свого офіційного терміна-еквівалента у законодавстві, в рази більше ніж сленгових термінів та виразів, які мають свій офіційний термін-еквівалент у законодавстві.

9. За складом мовної конструкції:

а) виборчі сленгові терміни (адміністративний ресурс, «виборча піраміда», виборчий туризм, «втрачені голоси», день тиші, джерімендерінг, коливаючий голос, контрагітація, мерські вибори, мобілізація виборців, «ніч виборів», «печиво», технічні кандидати, «ялинка»);

б) виборчі сленгові вирази («відбити виборчу кампанію», «Вчи матчастину», «доступ до тіла», «засяяти округ», «зберегти обличчя», «зігнати бюджетників», йти в Президенти, найменше з двох лих, «переможець отримує все», «піти, щоб залишитися», «розмити» голоси виборців, розсіювання голосів виборців, «холодильник проти телевізора», «хто прийшов першим, той і переміг»);

в) виборчі сленгові терміни та вирази у формі мовних скорочень і аббревіатур (агітпроп, адмінсуд, безвіз, виборчком, Держкомтелерадіо, інфа, Кабмін, МАГ (мобільна агітаційна група), мінімалка, Мінфін, нардеп, Окружком, партзібрання, партз'їзд, партквиток, соціалка, ТА (точка агітації), Тервиборчком, Центрвиборчком).

10. За переважною сферою використання:

а) юридичні виборчі сленгові терміни та вирази (Венеціанська комісія, вибіркове правосуддя, Європейська конвенція з прав людини, «зручний суд», кишеньковий суд, «м'яке право», паралелізм процедур, ревізія виборчого законодавства, спамити, Страсбурзький суд, судовий активізм, «телефонне право», штучний позов);

б) журналістські виборчі сленгові терміни та вирази (жорсткі новини, джинса, жовта преса, ехо-камера, інтертеймент, інфотеймент, «качка», м'які новини, «обрамлення», «паркет», постправа, «темники», «тепла ванна», фактчекінг, фейк, хайп, «холодний душ», «чорний піар»);

в) соціологічні виборчі сленгові терміни та вирази (аномальна явка, антирейтинг, базовий електорат, вибірка, виборці, які ще не визначилися, екзит-пол, електоральне поле, електоральний рейтинг, голосування ногами, мовчазна більшість, солом'яне опитування, «спіраль мовчання», штучна явка, явка виборців, entrance poll);

г) політтехнологічні виборчі сленгові терміни та вирази (виборчі клони, «відтягнути» голоси виборців, Ефект Шлейфа, Ефект Спойлера, «намалювати явку», «нарізка виборчих округів», «паровоз», «прокачка» кандидата, «розкрутка» кандидата, «розмити» голоси виборців, розсіювання голосів виборців, Спойлер, технічні кандидати);

г) внутрішньо штабні виборчі сленгові терміни та вирази («вчи матчастину», «доступ до тіла», інсайд, мобілізація виборців, «конкуруюча фірма», нерукопотисний, підвезення виборців, поквартирний обхід, польова робота, «виборча піраміда», «виборча сітка», мобілізація виборців, точка агітації (ТА), чорна бухгалтерія, «шахматка»).

11. За сучасністю:

а) застарілі виборчі сленгові терміни та вирази – історизми та архаїзми, які активно використовувалися у минулому під час підготовки та проведення виборів, але унаслідок різного роду причин вийшли з загального використання та в сучасній виборчій лексиці не вживаються. Застарілі виборчі сленгові терміни та вирази доступні для сучасників завдяки науковій, публіцистичній та художній літературі певного історичного періоду. До застарілих виборчих сленгових термінів та виразів слід віднести такі терміни та вирази як «виборча ковбаса», виборче громило, «виборча гієна», гнилі містечка (rotten boroughs), хрунь, faggot vote;

б) сучасні виборчі сленгові терміни та вирази – використовуються в теперішній час у ході підготовки та проведення виборів. Досить велика кількість сучасних виборчих термінів та виразів утверджувалася на протязі декількох століть. До сучасних виборчих сленгових термінів та виразів слід віднести такі терміни та вирази як адміністративний ресурс, бюджетники, виборчі клони, «демократична сосиска», «карусель», «косинка», ноунейм, «печиво», технічні кандидати тощо.

Опис сленгових термінів та виразів, які використовуються під час виборчої кампанії, здійснено за наступною схемою: 1) назва сленгового терміну або виразу; 2) англomовний чи іншомовний переклад сленгового терміна або виразу (за наявності); 3) етимологія сленгового терміну або виразу (за потреби); 4) характеристика суб'єкта, предмета, дії, явища, ситуації, закону, парадоксу, які позначено сленговим терміном або виразом; 5) наведення таблиці, зображення, фото, скріншоту, виборчого бюлетеню, відео, які дозволяють краще розкрити зміст сленгового терміну або виразу (за потреби); 6) джерела, в яких використовується сленговий термін та вираз; 7) географія вживання, ступінь поширення та пізнаваності сленгового терміна або виразу (за потреби); 8) взаємопов'язані сленгові терміни та вирази, які використовуються під час виборчої кампанії (за наявності).

Джерельною базою цього видання стали акти українського та зарубіжного законодавства, міжнародні документи «м'якого права», протоколи про адміністративні правопорушення на виборах, матеріали кримінальних проваджень, рішення Європейського суду з прав людини (понад 100 рішень) та національних судів (понад 5000 рішень судів України), наукові, довідкові та публіцистичні видання, виборчі документи та їх зразки, матеріали передвиборної агітації, офіційні доповіді міжнародних спостережних місій, матеріали, які розміщені в засобах масової інформації, YouTube, соціальних мережах, пісні, літературні твори, документальні та художні фільми. Значний обсяг інформації для підготовки цього видання було отримано за результатами особистого спілкування автора з членами виборчих комісій різного рівня, офіційними спостерігачами, кандидатами, представниками різних виборчих штабів, виборцями, журналістами, експертами з виборчого права, судьями, адвокатами, співробітниками правоохоронних органів, які займалися розслідуванням виборчих правопорушень, та особами, які були притягнені до юридичної відповідальності за скоєння виборчих правопорушень.

Підготовка словника виборчих сленгових термінів та виразів дозволяє сформулювати три основні висновки щодо їх використання під час виборчої кампанії:

1. Виборчі сленгові терміни та вирази є живою, вкрай динамічною та невід'ємною частиною сучасної виборчої лексики, яка найбільш швидко та точно позначає суб'єктів, предмети, дії, явища, ситуації, закони і парадокси, що мають місце напередодні, під час та після проведення виборчої кампанії. Виборчі сленгові терміни та вирази залежно від ситуації використання виконують своє функціональне призначення – спрощують або навпаки ускладнюють розуміння предметів та явищ, які мають місце під час підготовки та проведення виборів.

2. Виборчі сленгові терміни та вирази настільки щільно проникли до сучасної виборчої лексики, що досить часто навіть досвідченому фахівцю з виборчого права та виборчих технологій важко відрізнити, де використовується офіційна назва, законодавчий термін або формулювання, а де вживається виборчий сленговий термін або вираз. Більше того, низка виборчих сленгових термінів та виразів стали офіційними термінами з безпосереднім їх закріпленням у законодавстві.

3. Складні та довгі офіційні назви, законодавчі терміни і формулювання приречені на вузькогрупове обмежене використання та як правило досить швидко підміняються більш простим та зрозумілим для загалу виборчим сленговим терміном або виразом. Чим більш складною буде офіційна назва, законодавчий термін або формулювання, тим більша вірогідність, що вони будуть замінені відповідним більш зрозумілим та широковживаним виборчим сленговим терміном або виразом.

ВАЖЛИВО:

1. Метою Словника є не пропагування більш активного використання виборчих сленгових термінів та виразів, а підвищення юридичної грамотності та обізнаності суб'єктів, які приймають участь у виборчій кампанії, щодо коректності вживання виборчої термінології.

2. Опис усіх сленгових термінів та виразів, які використовуються під час виборчої кампанії, здійснений автором з намаганням максимально точно і об'єктивно відобразити їх оригінальне значення, сутність та характеристику, уникаючи при цьому суб'єктивних суджень.

3. При підготовці Словника автор свідомо уникав, наскільки це можливо, розкриття персоніфікованих сленгових термінів і виразів брутального та образливого змісту, особливо які пов'язані з українськими політиками. У випадку, якщо якийсь сленговий термін або вираз все таки когось образить, автор завчасно приносить свої вибачення.

4. Усі наведені фото та відеоматеріали в Словнику викладені лише з метою більш повного та наочного розкриття того чи іншого виборчого сленгового терміна або виразу та в жодному разі не можуть свідчити про політичні уподобання автора та розглядатися як пропагування певних ідеологій, практик чи прихована форма підтримки або не підтримки певних кандидатів, політичних партій чи посадових осіб.

5 Джерела, які були використані під час підготовки цього Словника, підбиралися за критеріями найбільшої інформативності, точності, об'єктивності та наочності при висвітленні того чи іншого виборчого сленгового терміна або виразу.

6. При роботі з QR-кодами, які наведені в цьому Словнику, необхідно щоб мобільний пристрій був підключений до мережі «Інтернет».

А

«АВТОБУСИ ВИБОРЦІВ» – сленговий термін, яким позначають спеціально замовлені автотранспортні засоби, що залучаються у межах протиправних виборчих технологій «карусель» та «струмочок» для масового перевезення виборців від однієї виборчої дільниці до іншої для здійснення цими виборцями багаторазового голосування на користь певного кандидата або політичної партії. Унаслідок такого роду дій один і той же виборець голосує на виборах за одного і того кандидата чи виборчий список політичної партії на різних виборчих дільницях багато разів. Під час проведення виборів в Україні «автобуси виборців» мали найбільш активне та масове застосування на чергових виборах Президента України 2004 року, про що було відзначено навіть у доповідях авторитетних міжнародних спостережних місій. Наприклад, у Заключному звіті Місії

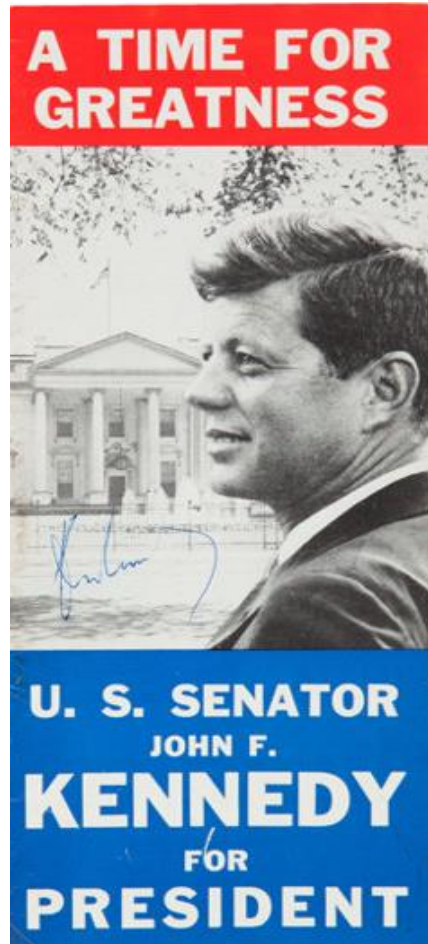
ОБСЄ/БДПЛ зі спостереження за виборами Президента України 2004 року вказується, що особливим явищем було «перевезення на автобусах» виборців від однієї виборчої дільниці до іншої, де вони голосували багато разів на підставі відкріпних посвідчень. Спостерігачі повідомили про 24 такі випадки. До них також надходила подібна інформація з інших джерел – 44 випадки. Спостерігачі Місії ОБСЄ/БДПЛ доповіли, що у виборчій дільниці 75, ТВО 136 (Одеса), розташованій у лікарні, багато голосуючих не були пацієнтами лікарні. Після того, як ці громадяни проголосували, вони організовано покинули лікарню на автобусі. «Автобуси виборців» не слід плутати з іншою схожою дією як підвезення виборців, за якої кандидатом або політичною партією, які приймають участь у виборах, замовляються автотранспортні засоби для того щоб довести виборців у

день голосування на виборах до виборчих дільниць. Див. *Багато-разове голосування, Виборчий туризм, «Карусель», Підвезення виборців, «Струмочок».*

АВТОРСЬКИЙ ЦЕХ – сленговий термін, яким у деяких виборчих штабах позначають групу осіб, що відповідають за розробку матеріалів передвиборної агітації. До авторського цеху як правило входять політтехнологи, правники, фахівці з дизайну та інші представники творчих професій. Див. *Виборчий штаб.*

АГІТАЦІЙНА ЛИСТІВКА (англ. Campaign leaflet, Election leaflet) – друкований агітаційний матеріал, який розповсюджується серед виборців під час проведення передвиборної агітації та містить інформацію з закликом голосувати або не голосувати за певного кандидата чи політичну партію на виборах. Агітаційні листівки здебільшого розповсюджуються трьома способами: 1) безпосередня роздача листівок виборцям під час проведення кандидатом або політичною партією публічних заходів передвиборної агітації; 2) розклеювання листівок у громадських місцях; 3) розсилання листівок виборцям поштою.

Агітаційна листівка кандидата в Президенти США Джона Кеннеді



Джерело: Heritage: bit.ly/2m04nQu.

Агітаційна листівка як правило складається з таких чотирьох основних частин як заголовок, зображення (фотографія кандидата,

символіка політичної партії тощо), агітаційний текст та прізвище й ім'я кандидата та/або назва політичної партії. Агітаційна листівка не має бути перевантажена текстом та зображеннями, а містити лише найголовніше, що приверне увагу виборця та переконає його голосувати саме за цього кандидата або політичну партію. Відповідно до виборчого законодавства України агітаційна листівка обов'язково має містити повні та точні відомості про установу, що здійснила друк, їх тираж, інформацію про осіб, відповідальних за випуск. Розповсюдження виборчих листівок дозволено лише у часових межах, які встановлені для проведення передвиборної агітації. Забороняється розповсюджувати виборчі листівки з часу припинення передвиборної агітації – з 24 години останньої п'ятниці, що передують дню виборів чи дню повторного голосування, а також безпосередньо у день голосування на виборах. В Україні агітаційна листівка є неофіційним терміном. Виборче законодавство України у значенні агітаційної листівки застосовує термін «виборча листівка». Попри неофіційний характер терміну «агітаційна листівка», він активно застосовується

у рішеннях судів України, які були винесені за результатами розгляду виборчих справ. Відповідно до Єдиного державного реєстру судових рішень термін «агітаційна листівка» станом на 20 серпня 2019 року було застосовано більш ніж у 450 рішень судів України. Більшість судових рішень, в яких міститься термін «агітаційна листівка», є справами про адміністративні правопорушення. Наприклад, у Постанові Оболонського районного суду м. Києва від 16 липня 2019 року (Справа № 756/9365/19) зазначено: «Як вбачається із протоколів огляду, виявлення та вилучення від 14.07.2019 року у ОСОБА_1 за участі понятих, були вилучені агітаційні листівки у кількості сім та шістнадцять штук відповідно. Оглянуті у судовому засіданні агітаційні листівки по своїй структурі є агітаційним матеріалом – двосторонніми флаєрами на лицевій стороні яких розміщено зображення кандидата у народні депутати України ОСОБА_2, її прізвище, ім'я, назва політичної партії, номер у списку, передвиборчий лозунг, а на зворотному боці – короткий виклад біографії та передвиборчої програми». Значну частину судових рішень,

в яких судом застосовано термін «агітаційна листівка» становлять справи про визнання дій проти-правними щодо розповсюдження кандидатами та представниками їх виборчих штабів виборчих листівок. Наприклад, у Рішенні Полтавського окружного адміні-стративного суду від 18 липня 2019 року (Справа № 440/2566/19) вказано: «суд не приймає вказані фотокопії як доказ розповсю-дження агітаційних листівок від-повідачем чи приналежних до нього осіб, оскільки з них не вба-чається, що саме в цій палатці були отримані агітаційні листі-вки які надані позивачем до суду».

АГІТАЦІЙНА ПРОМОВА (англ. Stump speech) – сленговий термін, яким під час виборчої кампанії позначають вид публічної промови, метою якої є схилення виборців голосувати за або проти певного кандидата чи політичну партію, які приймають участь у виборах. Агітаційні промови та-кож мають місце під час рефере-ндного процесу, коли учасників референдуму схиляють проголо-сувати за або проти певного пи-тання, яке винесене на референ-дум. Під час виборчої кампанії агітаційна промова як правило

здійснюється кандидатом, який балотуються на виборах. В агіта-ційній промові кандидат коротко оголошує план своїх дій у випадку обрання його на виборну посаду. Інколи агітаційну промову виголошують прихильники кан-дидата або політичної партії з чи-сла відомих осіб, які можуть схи-лити виборців голосувати на ви-борах саме за цього кандидата або політичну партію. Українсь-кий термін «агітаційна промова» не відображає оригінальний кон-текст відповідного американсь-кого англійського сленгового те-рміну «stump speech», який дос-лівно перекладається на україн-ську мову як «промова пеня» та широко використовується в аме-риканській виборчій лексиці. Утвердження в англійській мові агітаційної промови як «промови пеня» походить від того, що на початку американської держав-ності кандидати на виборні по-сади під час передвиборної агіта-ції їздили від одного поселення до іншого та для того щоб їх краще почув натовп виборців, вони обирали у якості природної трибуни пеньок, з якого й здійс-нювали за себе передвиборну агі-тацію. З того часу термін «про-мова пеня» надійно закріпився у значенні агітаційної промови

кандидата, який балотується на виборну посаду. В українській виборчій лексичі термін «промова пеня» не використовується, а вживається адаптований національний мовний аналог «агітаційна промова». Див. *On the stump*.

АГІТАЦІЙНИЙ АВТОБУС

(англ. Campaign bus) – спеціальний брендовий автобус, на якому розміщується ім'я кандидата, інколи портрет, назва політичної партії та основний виборчий слоган. Агітаційний автобус зазвичай використовується під час проведення кандидатом виборчих поїздок регіонами та містами, а також слугує ефективним мобільним засобом передвиборної агітації. Агітаційні автобуси також мають місце під час референдного процесу, коли на транспортному засобі нанесені інформація або зображення, які закликають учасників референдуму проголосувати за або проти певного питання, яке винесене на референдум. Уперше агітаційні автобуси під час передвиборчої агітації масово були використані кандидатами на виборах у США, після чого досить швидко були запозичені кандидатами та політичними партіями з інших держав, у

тому числі й України. У США досить поширеною є практика, коли на президентських виборах у різних штатах використовуються різного оформлення агітаційні автобуси.

Агітаційні автобуси Дональда Трампа та Майкла Пенса у різних штатах на виборах Президента США 2016 року



Джерела: CBS: bit.ly/2Xis07D.
WRCBTV: bit.ly/2IQBtd8.

В Україні політичні партії та кандидати на виборні посади з кожними новими виборами все помітніше також починають використовувати агітаційні автобуси як мобільні засоби передвиборної агітації. Див. *Виборчі гастролі, «Карнавалізація» виборчої кампанії, Campaign trail*.

АГІТАЦІЙНИЙ ПЕРІОД (англ. Campaign period) – проміжок часу, протягом якого політичним партіям та кандидатам на виборні посади дозволяється здійснювати передвиборну агітацію. Відповідно до виборчого законодавства України політичні партії та кандидати на виборні посади мають право розпочати свою передвиборну агітацію з дня, наступного за днем прийняття відповідною виборчою комісією рішення про реєстрацію кандидатів на виборні посади. Передвиборна агітація закінчується о 24 годині останньої п'ятниці перед днем голосування. Передвиборна агітація напередодні дня голосування та в день голосування забороняється. У цей же час забороняються проведення масових акцій (зборів, мітингів, походів, демонстрацій, пікетів) від імені політичної партії, кандидатів на виборні посади, розповсюдження агітаційних матеріалів, а також публічні оголошення про підтримку політичною партією чи окремими кандидатами на виборні посади проведення концертів, вистав, спортивних змагань, демонстрації фільмів та телепередач чи інших публічних заходів. У значенні агітаційного періоду виборче законодавство України

застосовує термін «період передвиборної агітації». Попри неофіційний характер терміну «агітаційний період» він застосовується у рішеннях суддів України при розгляді виборчих справ. Наприклад, в Ухвалі Київського апеляційного адміністративного суду від 3 листопада 2015 року (Справа № 357/15419/15-а) зазначено: «позивач просить визнати недійсними місцеві вибори сільського голови, визнати недійсним підрахунок голосів та призначити повторні вибори на підставі того, що вона була позбавлена агітаційного періоду».

АГІТПРОП – сленговий термін, яким позначають агітацію, що має відверто ідеологічний та пропагандистський характер. Етимологічно термін «агітпроп» утворився ще за радянських часів, де він був неофіційною та скороченою назвою Відділу агітації і пропаганди ЦК КПРС, а також вживався для позначення діяльності цієї партійної установи – «агітація та пропаганда». Згодом термін «агітпроп» почав вживатися і під час проведення виборів, у тому числі й поза межами радянських країн, для позначення заангажованої передвиборної агітації на користь як правило

провладних кандидатів та збереження існуючого курсу розвитку держави. Агітпроп під час виборчої кампанії є упередженою, односторонньою та пропагандистською формою передвиборної агітації, якою зазвичай активно користуються на виборах провладні кандидати в тоталітарних та авторитарних країнах, а також країнах, де демократичні інститути знаходяться ще на стадії становлення. Найбільшого поширення термін «агітпроп» отримав у радянських та пострадянських країнах.

АДМІНІСТРАТИВНИЙ ПРОТОКОЛ – скорочена назва, якою в Україні позначають протокол про адміністративне правопорушення. Поряд з терміном «адміністративний протокол» доволі часто вживається ще більш скорочена назва «адмінпротокол». З огляду на те, що адміністративні правопорушення, які пов'язані з порушенням виборчого законодавства України, становлять чи не найбільшу частину виборчих правопорушень, скорочені назви «адміністративний протокол» та «адмінпротокол» активно вживаються під час виборчої кампанії. Відповідно до ст. 254 Кодексу України про адміністративні правопорушення повною офіційною

назвою адміністративного протоколу буде «протокол про адміністративне правопорушення». Кодекс України про адміністративні правопорушення містить окрему главу 15-А, яка називається «Адміністративні правопорушення, що посягають на здійснення народного волевиявлення та встановлений порядок його забезпечення». Кодекс містить наступні види таких порушень: 1) порушення порядку ведення Державного реєстру виборців, порядку подання відомостей про виборців до органів Державного реєстру виборців, виборчих комісій, порядку складання і подання списків виборців та використання таких списків (ст. 212-7); 2) порушення права громадянина на ознайомлення з відомостями Державного реєстру виборців (ст. 212-8); 3) порушення порядку ведення передвиборної агітації та порядку участі в інформаційному забезпеченні виборів (ст. 212-9); 4) порушення обмежень щодо ведення передвиборної агітації (ст. 212-10); 5) ненадання можливості оприлюднити відповідь щодо інформації, поширеної стосовно суб'єкта виборчого процесу (ст. 212-11); 6) порушення права на користування приміщеннями під час виборчої