

# В ПОИСКАХ ОПОРЫ

Нормой российской политики стало избрание какого угодно кандидата «по заказу», независимо от его политической ориентации. Политическая ориентация сама является элементом пиар-стратегий кандидатов. Однако такая модель все чаще наталкивается на отчуждение избирателей. Как работать с избирателем в нынешних условиях с учетом его отношения к выборам? Мы попытались разобраться в этом, опираясь на опыт собственных предвыборных исследований, проводившихся в различных регионах России в 1989–2001 годах.

## От электората к избирателю.

Почему все-таки нужно иметь в виду избирателей не как «массу», а как конкретных людей с особым отношением к выборам? Во-первых, чтобы не строить иллюзий на их счет. Во-вторых, большинство кандидатов вовсе не выигрывают автоматически, зачастую на старте их шансы достаточно низки и для победы необходимо подобрать к избирателям свой «ключик». В-третьих, российский избиратель по натуре все больше индивидуалист, все меньше доверяет пропаганде и политикам, а также публикациям в средствах массовой информации.

Конечно, тупое обольванивание и «черный пиар» экономят усилия пиарщиков и команд кандидатов. Но они оказываются неэффективными перед лицом применения того же оружия соперниками. Эти «технологии» обычно позволяют увеличить число голосов в среднем в два–три раза, для победы же нужен прирост в пять–семь раз.

Чем отличается электорат от избирателей? Электорат в негативном значении – это скопление людей, которое реагирует на типовые повторяющиеся сигналы, подсказки, обещания, на «грязные» технологии, скандалы. Но как только представители электората начинают задумываться и активно обсуждать плюсы и минусы кандидатов, значение избрания того или другого для себя, они превращаются в избирателей. Избиратели в этом смысле и есть субъекты выборного процесса. Избиратель – это человек, которого спрашивают о его мнении, а не которому указывают.

Я несколько не идеализирую российского избирателя и не пытаюсь спекулировать тезисами о развивающейся в России гражданской культуре, демократии и т.д. Вопрос стоит по-другому: не надо недооценивать избирателя, нужно дать ему исчерпывающую информацию и он сам во всем разберется, как говорил один из первых крупных американских политтехнологов Дж. Наполитан. В этом случае к технологии манипулирования мы подключим еще и технологию мобилизации поддержки. Помимо того, чтобы ловить рыбу в мутной воде, можно еще и открытым текстом говорить то, что хотят услышать люди.

**В тревоге за будущее.** Попытаемся определить значимость выборов для простого россиянина, независимо от его возраста, места жительства, профессии и т.п. Обычно эксперты дают самые разнообразные ответы – от негативного или полностью уничтожительного до изложения мотивов и



**Сергей БАРАНОВ,**  
заведующий лабораторией  
информационно-образова-  
тельных технологий социоло-  
гического факультета  
МГУ им. М.В. Ломоносова

ожиданий от конкретных кандидатов. Ни один из них собственно не раскрывает базового мотива.

Сами избиратели, как правило, затрудняются точно определить место выборов в их жизни. Большинство из них чувствуют, что от их голоса ничего не зависит, поскольку решение массе навязывает кто-то другой.

Ответ неожиданно подсказала одна из пожилых участниц фокус-групп, проводившихся нами в Москве: «Чтобы

уверенность была, стабильность какая-то сохранилась»<sup>1</sup>.

Этот вывод подкрепляют страхи избирателей по поводу того, что их голосом «воспользуются», если они сами не проголосуют. Кто конкретно может воспользоваться их голосом, респонденты сказать не могут или не хотят. Однако важно то, что, по их мнению, это будут «нехорошие» люди, деятельность которых приведет к ухудшению ситуации. И отдать

ливают недоверие гражданам к выборам как к институту.

**Чем дальше от Москвы, тем интереснее выбирать.** Специалистам давно известно, что удельный вес выборов в жизни избирателей разных социально-географических зон России неравнозначен. При всех особенностях каждой избирательной кампании и региона, где она проводится, выборы и связанная с ними информация больше интересуют

связанных только через центральное телевидение. Как правило, это касается жителей соседних лестничных клеток в одном подъезде. В Северодвинске во время исследования попадались избиратели, которые ранее либо лично встречались с кандидатом, либо говорили с людьми, лично знакомыми с ним по работе.

Во-вторых, в Архангельске и Северодвинске, представлявших в данном исследовании «отдаленный регион», спрос на общественно-политическую информацию оказался значительно выше, а следовательно, и выше возможность принять ее на веру. То же самое можно сказать и о части жителей Люберец, которые предопределили промежуточную позицию этого города между Москвой и Архангельском.

В-третьих, исследование показало, что потеря доверия населения к предвыборной агитации – продолжающийся необратимый процесс общественного сознания, быстрее всего проходящий в информационных центрах страны, чем в других субъектах Федерации.

Следует отметить, что на периферии потеря доверия к кандидатам и инициированным ими каналам информации не сопровождается потерей интереса к самой информации, по крайней мере, в такой же степени. Это не означает, конечно, и кризиса доверия к власти.

**Активный избиратель – кто он?** Для предвыборных исследований и прогнозов стало типичным деление на пассивный и активный электорат. Расчеты и прогнозы делаются относительно активной части.

Попробуем найти ее методом исключения. Сначала определим пассивного избирателя. Известно, что 25% избирателей не интересуются выборами и вообще не принимают в них участие. В мегаполисах и крупных городах эту цифру можно смело увеличить до 30–35%. По-видимому, эти люди воспринимают выборы как досадную помеху в своей жизни. В то же время они не испытывают по поводу политики каких-либо сильных эмоций, поэтому их невозможно чем-либо завлечь.

Сравнительная таблица «*Будете ли Вы участвовать в голосовании?*» показывает, с учетом возможных погрешностей методик опросов, что многие избиратели в конце концов



**«Чтобы уверенность была, стабильность какая-то сохранилась. А что ж тогда совсем ... если на выборы не ходить?»**

(Респондентка фокус-группы, 73 года, Москва, район Печатники, октябрь 2001 г.; говорит о том, почему она ходит на выборы, несмотря на их низкую значимость для нее)

им свой голос – значит способствовать такой тенденции развития событий в районе, городе, регионе, стране. Право голоса на выборах воспринимается бедными экономными россиянами как еще одна льгота от государства, которую нельзя просто так бросить и не мешало бы на что-то обменять. Хотя бы на обещания.

Слухи о подтасовках иногда умышленно подогреваются одним или несколькими кандидатами с целью привлечь к себе внимание, создать ажиотаж, очернить соперника, повысить или понизить явку (в зависимости от того, кто из кандидатов что думает о последствиях таких слухов). В любом случае психологические последствия таких приемов уси-

живаются жителями глубинки, чем крупных городов, а также избирателей более отдаленных регионов, чем москвичей и петербуржцев<sup>2</sup>. А ведь в таких условиях живут десятки миллионов российских избирателей.

С чем это связано?

Во-первых, большую роль играет специфика Москвы, где избиратель испытывает информационную перегрузку, где никому ни до кого нет дела, в том числе и до кандидатов. Исключение составляют пенсионеры старшего возраста, которые во многом замкнуты в своем информационном мирке.

Большинство избирателей в Москве представляют собой общность изолированных друг от друга индивидов,

<sup>1</sup> Следует учитывать, что одним из важнейших мотивов участия респондентов в фокус-группах было получение вознаграждения в размере 100 рублей.

<sup>2</sup> Сравнительный анализ проводился на основе опросных данных, полученных по одинаковой методике в августе – октябре 2001 г. среди избирателей крупных индустриальных городов – Москвы (частично Южный и Юго-Западный административные округа), Архангельска и Северодвинска, Люберец Московской области.

**Будете ли вы участвовать в голосовании (в % от опрошенных)?**

| Регион                            | Люберцы<br>(Московская область) | Москва<br>(Чертановский округ) | Архангельская область<br>(Архангельский округ) | Приморский край          | Ульяновская область |
|-----------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|--|--------------------------|---------------------|
| Уровень выборов                   | Областная дума                  | Депутат Госдумы (досрочные)    | Депутат Госдумы (досрочные)                    | Губернатор (досрочные)   | Губернатор          |
| Дата опроса                       | 28.10.01                        | 30.07.01                       | 08.08.01                                       | 15.03.01                 | 14.10.00            |
| Обязательно буду                  | 36,4                            | 38,7                           | 24,6   | 43,6                     | 66,1                |
| Скорее всего, буду                | 15,8                            | 17,0                           | 22,6   | 20,7                     | 12,7                |
| Может быть, буду, может быть, нет | 12,2                            | 13,3                           | 21,2   | 11,5                     | 8,6                 |
| Скорее всего, не буду             | 6,6                             | 7,0                            | 9,1  | 6,4                      | 3,5                 |
| Точно не буду                     | 18,0                            | 20,0                           | 11,5   | 6,0                      | 5,5                 |
| Не знаю                           | 10,9                            | 4,0                            | 11,0   | 11,8                     | 3,6                 |
| Дата выборов                      | 16.12.01                        | 14.10.01                       | 07.10.01                                       | 27.05.01,<br>17.06.01    | 24.12.00            |
| Реально участвовали               | 23                              | 19,57                          | 22,14  | 1 тур – 42<br>2 тур – 36 | 56,3                |

принимают решение не идти на выборы, хотя во время опроса, за 1,5–2 месяца до дня голосования, дают положительный ответ. Эта закономерность хорошо известна экспертам-социологам, поэтому, делая прогноз явки на выборы таких уровней, они, как правило, делят сумму ответов «обязательно буду» и «скорее всего, буду» на 2 («коэффициент явки» – 0,5). Отрицательный ответ о явке на выборы дается неохотно, но его высокая вероятность прослеживается. Данная тенденция прослеживается во всех без исключения случаях, приведенных в таблице, охватывающей разнообразные регионы и предвыборные ситуации.

50% избирателей колеблются и приходят голосовать в зависимости от статуса и значимости избираемых органов и лиц (от выборов Президента РФ до повторных выборов депутатов). И только 25%, а иногда и 15–20% – это безусловно активные.

**Протестное поведение – резерв или балласт выборов?** Протестное поведение избирателей неспроста получило в современной России широкое распространение. Насчитывается около 6–7 видов явного или скрытого протестного поведения. При этом голосование за КПРФ нельзя считать протестным, за исключением разве что поддержки Геннадия Зюганова на президентских выборах 1996 г., уровень которой превысил типичный для Компартии показатель

за счет обездоленных реформами граждан. Избиратели КПРФ голосуют за «своих», а не против кого-либо или чего-либо.

Во-первых, протестный электорат – это те, кому одинаково чужды и КПРФ, и «партия власти», для кого конструктивная альтернатива вообще не существует. Поэтому на выборах протестующие ведут себя таким образом, чтобы разрушить существующую систему, иногда голосуя за кандидата, который кажется им внесистемным, например, за В.Жириновского в декабре 1993 года.

Во-вторых, протестный электорат – это часть упоминавшихся выше абсентеистов, то есть тех граждан, которые не ходят на выборы. Причем это те, которые все-таки следят за выборами, но у кого сложилось устойчиво негативное или подозрительное отношение к ним. Другую часть абсентеистов, которая выборы просто не замечает, нельзя относить к протестному электорату.

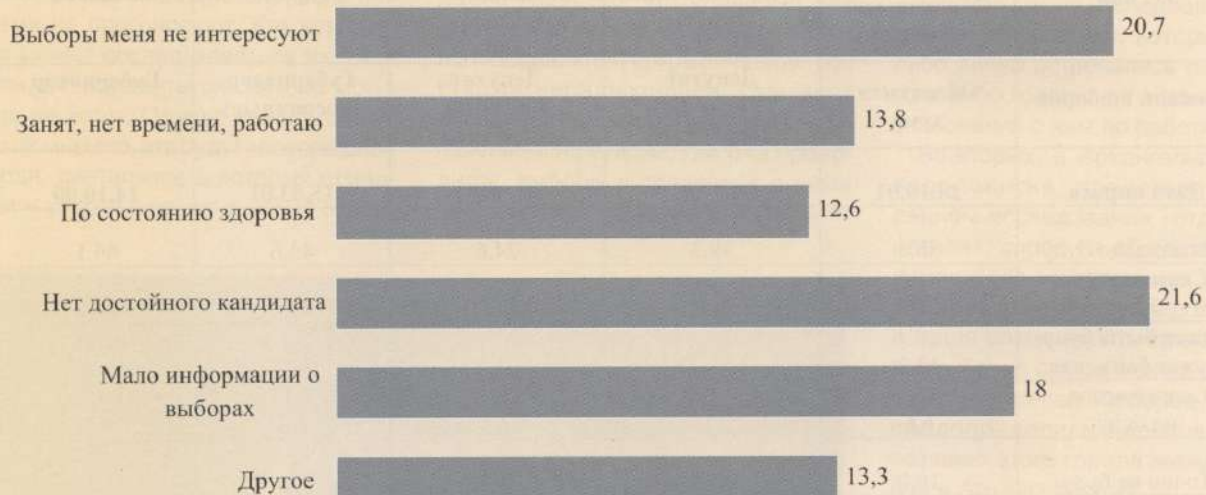
Протестный абсентеизм наглядно проявляется на досрочных и повторных выборах депутатов, возрастая до 40–50% электорального корпуса. Эта цифра получена следующим образом: стандартные 75% явки (75% участвуют хоть в каких-то выборах, а 25% не участвует ни в каких) минус необходимый уровень явки в 25%, которые обычно и приходят на досрочные выборы. Диаграмма «Мотивы неучастия в выборах (Архангель-

ский избирательный округ № 59)» демонстрирует, что как минимум 40% абсентеистов являются представителями потенциально протестного электората. Эти 40% складываются из двух позиций: «нет достойного кандидата» (21,6%) и «мало информации о выборах» (18%).

Характерными представителями «протестующих» являются алкоголики, которые иногда активно обсуждают выборы среди собутыльников, но не ходят на них из-за своеобразного «куража», чем-то напоминающего отношение к власти уголовников.

Наконец, в-третьих, к протестному поведению следует отнести такой сравнительно новый феномен, как голосование «против всех». В качестве примера можно привести голосование за кандидатов в депутаты в марте 2000 г., которое совпало с президентскими выборами. Тогда была высокая явка, и многие люди, пришедшие голосовать за В.Путина или Г.Зюганова, просто не знали кандидатов в депутаты разных уровней и, видимо, поэтому проголосовали в этих бюллетенях «против всех». В результате многие кандидаты, получившие большинство голосов, но меньше, чем «против всех», не прошли, оказавшись в своеобразной «тени» популярности В.Путина. Этот случай раскрывает мотивы голосования «против всех»: отсутствие определенности, внятных ответов кандидатов на вопросы повестки дня, информационный вакуум, что вы-

### Мотивы неучастия в выборах, в % (Архангельский избирательный округ № 59)



зывает неудовлетворенность и соответствующую реакцию. Если на президентском уровне эти вопросы были временно сняты ожиданиями, связанными с фигурой В.Путина, и важностью выборов главы государства, то они полуосознанно проявились на выборах, к примеру, в районный совет, где избиратели могли позволить себе «попротестовать» «против всех».

Самый мощный всплеск голосования «против всех» был зафиксирован на выборах губернатора Приморского края в мае 2001 года. Во втором туре против обоих кандидатов про-

голосовали 33,53% (в первом – только 8,2%). Это произошло при достаточно низкой явке: в первом туре – 42%, во втором – 36%.

По сути дела, имело место удачно отрежиссированное совпадение всех трех протестных форм поведения, что и обеспечило победу Сергею Дарькину, который еще за два месяца до дня голосования был неизвестен избирателям края. Произошло наложение статистических последствий трех протестных форм поведения друг на друга: низкая явка, высокий процент голосов «про-

тив всех», в итоге – высокий процент голосов за С.Дарькина.

Здесь виной, скорее всего, послужил не тяжелый топливно-энергетический кризис, а неопределенность среди кандидатов при ожесточенной борьбе друг с другом после вынужденного ухода губернатора Е.Наздратенко и попыток снять его преемника Дубинина. Фокус-группы, проведенные нами во Владивостоке и Артеме в марте 2001 г., зафиксировали высокий интерес к предстоящим выборам при отсутствии полной информации о реальных претендентах, особенно навязываемых Москвой (Г.Апанасенко и И.Касатов). В апреле и мае информационный и ценностный хаос вокруг кандидатов и властей Приморья заметно усилился, что явилось своеобразной информационной технологией противостояния федеральному Центру. Лидерами оказались С.Дарькин, представлявший приморскую элиту, и «непроходной» В.Черепков. Представители Москвы предпочли действовать административными методами и сняли В.Черепкова, чтобы расчистить место для Г.Апанасенко во втором туре. Естественно, это вызвало протест против неуклюжих действий Москвы. В данной ситуации победа С.Дарькина была предreshена: за него голосовали отчасти в знак протеста против диктата Центра.

На примере Приморья мы столкнулись с ярко выраженной региональной формой протестного голосования, которую можно считать отдельной разновидностью. Как видим, при умелом использовании все эти формы можно превратить из балласта в резерв избирательной кампании кандидата.



**«Не нашего роду, богатенький... Главное, взялся бы да работал!»**  
(Респондентка фокус-группы, 57 лет, Москва, район Коньково, октябрь 2001 г.; говорит о своем восприятии кандидата в депутаты Московской городской Думы по фотографии; речь идет о кандидате – кадровом военном, но в гражданской форме)

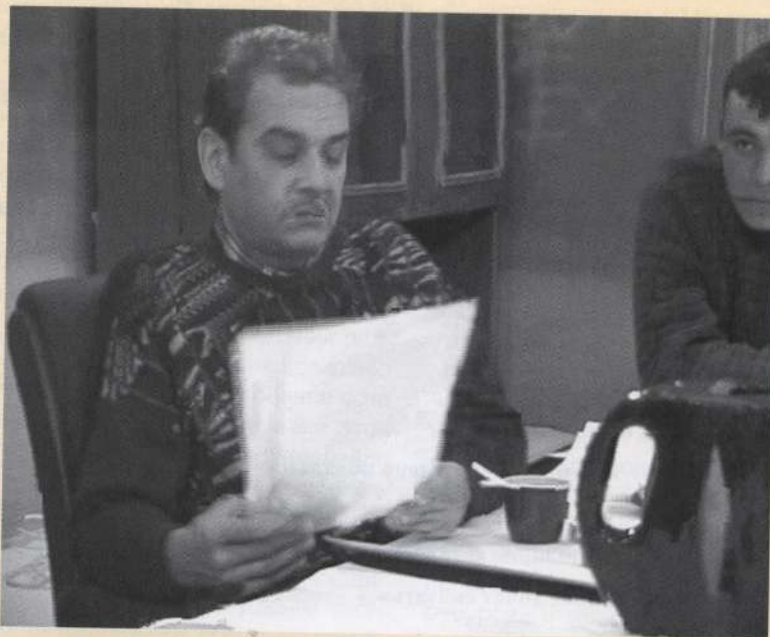
Для сравнения приведем пример выборов главы администрации Ульяновской области в декабре 2000 года. В регионе с застойной экономикой за десятилетие посткоммунистического правления Ю.Горячева накопился значительный протестный потенциал. Однако он был полностью канализирован в поддержку В.Шаманова, несмотря на то, что тот был ставленником московской «партии власти». В результате В.Шаманов сразу набрал 56,26% голосов. В данном случае выборы стали символом надежд на перемены к лучшему, прежде всего, для экономически активного населения средних возрастов, более других страдавших от застоя. Голосование за В.Шаманова несло с собой «ветер перемен». При этом избиратели обращали мало внимания на то, что возможности генерала В.Шаманова изменить что-то к лучшему в их жизни весьма ограничены (что и показал последовавший затем энергетический кризис в регионе). Процент голосов «против всех» был невысоким – 3,86% (в 10 раз ниже, чем в Приморье во втором туре), а явка, наоборот, относительно велика – 56,29%.

**«Мы» и «они».** Социальные контрасты все сильнее влияют на отношение к кандидатам, власти и выборам вообще. Население не воспринимает выборы как общее дело. Оно считает их играми элиты.

Кандидат, независимо от своего реального социального статуса, воспринимается как обеспеченный человек, человек элиты. Простые россияне в эти игры не играют. Срабатывает «эффект ореола», то есть, баллотирываясь в качестве кандидата на выборах, человек появляется в некотором ореоле власти (см. ответы респондентов).

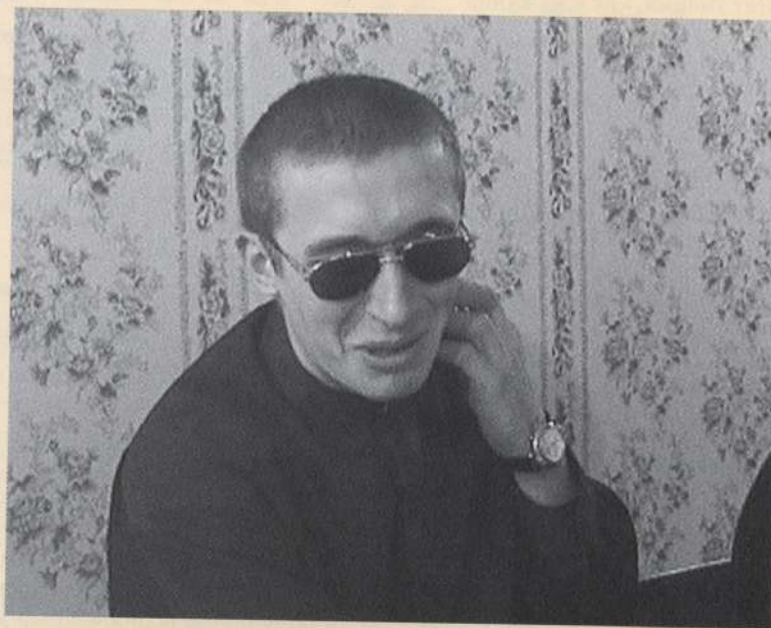
Разочарование избирателя в этом мифе чревато для кандидата подозрениями в стремлении поправить свое плохое материальное положение за счет государства и в зависимости от возможного подкупа. «Лучше тот кандидат, который уже наворовался, из тех, кто у власти, чем новый – голодный», – говорят многие респонденты. Поэтому «народных» кандидатов как имиджевого типа не существует как минимум уже десять лет, после заката инициативных демократических движений, выступавших «снизу» против номенклатуры. Могут ли они возродиться, если не в сегодняшней, то, по крайней мере, в завтрашней России?

При сравнении высказываний, приведенных в таблице «Наиболее



**«Какой-то аппаратный работник, руководитель, одним словом... Да, наверное, вторая – более удачный снимок... Это человек положительный»**

(Респондент фокус-группы, 52 года, Москва, район Коньково, октябрь 2001 г.; говорит о своем восприятии кандидата в депутаты Московской городской Думы по фотографии; речь также идет о кандидате – кадровом военном, но в гражданской форме)



**«Плюс, конечно, огромные деньжищи. Если еще десять магазинов есть, какие же там бабки крутятся! Возможно, даже я бы за него проголосовал. За счет того, что там огромные деньги крутятся, огромные возможности есть... Тот же Лужков обогатился, а потом начал вкладывать в Москву деньги»**

(Респондент фокус-группы, 20 лет, Москва, район Северное Бутово; говорит о важности места работы и профессионального статуса кандидата в качестве мотива его поддержки на досрочных выборах депутата Государственной Думы)

**Наиболее яркие характеристики фотографий кандидатов-соперников на досрочных выборах депутата Государственной Думы (фокус-группы, Архангельская область, 2001 г.)**

**ИЗВЕСТНЫЙ В ОБЛАСТИ ОППОЗИЦИОНЕР**

|   |   |
|---|---|
| «Хитрые глаза»  | «О чем-то задумался, более естественный»  |
| «Наглый, глаза сощурил»                                   | «Сидит, думает чего-то, но серьезности такой и нет»   |
| «Лучше, целеустремленный взгляд»                          | «Бизнесмен какой-то крутой»   |
| «Солидный, уверенный. Тяжеловато смотрится, взгляд тяжел» | «Как бы его выбрали, думает»  |
| «Тяжелый взгляд, прищур»                                  | «Задумался, как надуть»   |
| «Мафиози, крестный отец»                                  | «Неудачно рука, неестественно, непонятный жест. В целом нормальный, уверенный в себе человек» |
| «Такую позу занимает: вы от меня подальше»                | «В целом хорошая фотография, спокойная уверенность»   |
| «Свирепый, злобный, не хотелось бы встретить»             | «Взгляд как-то лучше, но выражение лица совершенно другое»                                    |
| «Что-то такое злое хочет сказать»                         | «Добрее взгляд»   |
| «Суровое»   | «Вызывает участие»  |
| «Колючий, холодный, нехороший взгляд»                     |   |
| «Как узнаешь, сразу не захочешь»                          |   |

**КАНДИДАТ ОТ ОБЛАСТНОЙ АДМИНИСТРАЦИИ**

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| «Завуч, если не директор школы»      | «Какой-то начальник»   |
| «Нет эмоций, как у мужчин»           | «Любит учить»  |
| «Очки в дорожной оправе»             | «Высокомерна, строга, не знаю, чем занимается»   |
| «Педагог»                            | «Комитет по делам женщин – ассоциация. Кое-что в ней нравится, а кое-что – нет»            |
| «Никакие, женщина»                   | «Слышала, что работает с молодежью, детьми. По работе не слышала, только по поздравлениям» |
| «Узнала два дня назад от знакомых»   |  |
| «Параллель с Матвеевко, что-то есть» | «Весь административный потенциал будет задействован на нее»                                |
| «Не физическим трудом, руководитель» | «В глаза не смотрит»   |

*Примечание:* курсивом выделены скорее положительные, жирным – скорее отрицательные высказывания.

яркие характеристики фотографий кандидатов-соперников на досрочных выборах депутата Государственной Думы», видно, что для избирателя севера Архангельской области (в данном случае) и оппозиционер, и представитель областной власти являются социально чуждыми лицами, хотя и вполне привычными. Чуждость в буквальном смысле «написана на лице», поскольку респондентами анализировались фотографии кандидатов.

Тотальный характер потребительского общества, зависть к богатым

и наивное стремление поставить себя на их место, не меняя систему в сторону более социально мягкой, а, главное, отсутствие политических сил, способных поддержать популиста – «своего парня» (КПРФ явно не в счет в силу отсутствия реальной альтернативности), говорят в пользу того, что «народный» тип кандидатов появится не скоро.

**Технология вовлечения или «административный ресурс»?** Как привлечь избирателей и повысить явку до приличного уровня, не прибегая при этом к противозаконным

подтасовкам с использованием «административного ресурса» разных уровней, подкупу, обману и запугиванию избирателей? Тем более, что они все менее эффективны, и нашей правоприменительной системе остался один шаг до широкого введения судебной практики признания выборов недействительными.

Проведите простой эксперимент. В отдельно взятом микрорайоне или районе подтолкните избирателей на Вашу поддержку, выпустив специальную листовку, буклет или спецвыпуск газеты со своей реакцией на их

чаяния, связанные с конкретными событиями. Не должно быть никаких банальных общих слов. После этого опросите 300–400 человек на предмет реакции на акцию. Если хотя бы половина опрошенных эмоционально и позитивно откликнулась на нее – значит, акция гарантирует успех. При этом есть риск, что «чаяния» окажутся большими мозолями кого-то из влиятельных лиц. Риск поражения или неявки избирателей будет значительно ниже, если после успешного эксперимента вы повторите ту же акцию дважды в масштабе всего избирательного округа, то есть доведете свою позицию до каждого избирателя.

Как правило, кандидаты настолько далеки по своим жизненным интересам от избирателей, что воспринимают их серьезную общественную позицию как чуждую для себя и боятся к ней апеллировать. Приведем один пример. На выборах в Московскую городскую думу в 2001 г. один из кандидатов от «четырёхстороннего блока», к тому же от «Единства»,

не захотел использовать тему межнациональных отношений, особо актуальную тогда в связи с погромами на Царицынском рынке, хотя ему грозило реальное поражение от сильного соперника (тем не менее он победил с перевесом в несколько процентов голосов). Речь, конечно, не шла о спекуляциях на бытовом национализме небогатых москвичей – предлагался всего лишь лозунг наведения порядка на рынках и в уличной торговле и создания равных условий для русских колхозников и кавказцев. Исследование ясно показывало, что активизация этой темы, кстати, хорошо ложившейся на имидж военного-афганца, повлекла бы за собой всплеск интереса и симпатий к кандидату.

Вместо этого у него с языка сходили лишь слова о недопущении экстремистских вылазок, обещания разобраться и т.д. По всей видимости, развитие национально-рыночной темы было табуировано столичными властями как крайне для них нежелательное. А именно от властей и зависело

в решающей степени прохождение данного кандидата в Мосгордуму.

Повышение роли «административного ресурса» на выборах и связанного с ним информационного давления является знаковым явлением текущего политического процесса. Это не может не сказываться на все более скептическом отношении избирателей к самому выборному институту. Вместе с тем роль «административного ресурса» часто преувеличивается по указанным выше мотивам профессиональной ограниченности, в то время как люди ждут не демонстрации пропагандистской власти и вседозволенности, а проявления подлинного интереса к их нуждам. В этом смысле можно сказать, что возможность выбора между использованием «административного ресурса» и технологиями вовлечения еще существует.



## «СМЕЯТЬСЯ, ПРАВО, НЕ ГРЕШНО...»

По страницам Интернет-сайтов

❖ ❖ ❖  
Если Лужкова изберут Президентом Российской Федерации, то через пару-тройку лет вокруг России будет отличная дорога.

❖ ❖ ❖  
Из интервью с депутатом:  
– Как вы проводите свое свободное время?  
– Вы имеете в виду в Думе или вообще?

❖ ❖ ❖  
Объявление в газете: «Вновь избранный депутат парламента продает свой голос. Цена договорная. Возможен торг».

❖ ❖ ❖  
Одному человеку очень хотелось стать депутатом Думы. Его спросили:  
– А что ты сделаешь, если станешь депутатом?  
– Это меня не беспокоит, а вот что я буду делать, если не стану депутатом – это меня очень тревожит!!!

❖ ❖ ❖  
С 17 декабря 2001 года повысилась в 1,5 раза плата за проезд в московском метро. Диктор на станциях метро регулярно повторяет:  
«Уважаемые депутаты Мосгордумы! Не подходите близко к краю платформы до прихода поезда!»

❖ ❖ ❖  
Председатель партии:  
– Прежде чем выдвинуть вас кандидатом в депутаты Думы от нашей партии, я хотел бы узнать, не склонны ли Вы врать, ловчить, воровать...  
– Нет. Но если это нужно для победы на выборах, могу быстро научиться!

❖ ❖ ❖  
Выступление на съезде: «Главная цель нашей партии – помочь населению избрать самых достойных, то есть нас с вами».