

УДК 328.123

ХЛЕБ И ЗРЕЛИЩЕ: ПРАКТИКИ ЛЕГИТИМАЦИИ ВЛАСТИ

Скиперских Александр Владимирович

НИУ «Высшая школа экономики», Пермь, Россия (614070, Пермский край, г. Пермь, ул. Студенческая, 38), доктор политических наук, профессор, pisatels@mail.ru, 8-910-354-85-92.

Автор рассуждает о том, как меняется образ процесса легитимации политической власти в период избирательных кампаний по мере развития политического процесса в современной России. По мнению автора, стандарты легитимации, задаваемые на федеральном уровне, в полной мере поддерживаются и на уровне региональной политики. Автор пытается показать, какое содержание имеют практики легитимации власти в Липецкой области. С точки зрения автора, у избирательной кампании существует два акцента, вокруг которых выстраивается её дизайн. Практики легитимации всегда варьируются между «хлебом» и «зрелищем». В современном политическом дискурсе данное взаимодействие находит метафоры «холодильника» и «телевизора».

Снижение уровня конкуренции в избирательных кампаниях, являющееся характерной чертой политического процесса в современной России, в полной мере подтверждается и кейсом Липецкой области. Снижение конкуренции на федеральном уровне и сокращение тем политической повестки не может не сдерживать активность кандидатов на уровне региона. Активность оппозиционных акторов становится менее заметной, потому как конкурировать с представителями власти становится бесперспективно. В свою очередь, кандидаты максимально удешевляют свои кампании, оказываясь от привычных для избирателя форм и методов агитации. Автор статьи подтверждает это целым рядом примеров, раскрывающих опыт федеральных и региональных кампаний на примере Липецкой области.

Ключевые слова: власть; дискурс; легитимация; выборы; Липецкая область; правящая элита; сопротивление.

BREAD AND CIRCUSES: THE PRACTICE OF LEGITIMATION POWER

Skiperskikh Aleksandr Vladimirovich

National Research University «Higher School of Economics», Perm, Russia (614070, Perm Region, Perm, ul. Studencheskaya, 38), Doctor of Political Sciences, Professor, pisatels@mail.ru, 8-910-354-85-92.

The author describes how the image of the process of political power legitimation during election campaigns is changing taking into consideration the development of the political process in modern Russia. According to the author, legitimation standards at the federal level are fully supported on the regional policy level. The author tries to show what contents the practices of legitimation of power have on the example of the Lipetsk region. From the author's point of view, the election campaign has two focuses around which the design is built. Legitimation practices always vary between "bread" and "circuses". In today's political discourse this interaction finds the metaphor "refrigerator" and "TV".

Reducing the level of competition in the election campaigns which is a feature of the political process in modern Russia is fully confirmed by the case of the Lipetsk region. Reduced competition at the federal level and the reduction of the political agenda cannot help constraining the activity of the candidates at the regional level. Activity of opposition actors becomes less noticeable because to compete with the government becomes futile. In turn, candidates reduce as possible the price of their campaigns abandoning the usual agitation forms and methods. The author confirms this by a number of examples that reveal the experience of federal and regional campaigns on the example of the Lipetsk region.

Keywords: power; discourse; legitimation; elections; Lipetsk region; the ruling elite; resistance.

Политические практики всегда предполагают постоянное взаимодействие между властью и обществом. Данное взаимодействие конструируется по-разному в зависимости от культурного контекста и типа политических режимов. И если в случаях тоталитарных (и в меньшей степени, авторитарных) режимов власти не озадачиваются поисками постоянных новых форм и способов легитимации собственных инициатив, то, наоборот, в условиях демократических режимов, власть периодически вынуждена удостоверять общество в собственной исключительности. Это связано с тем обстоятельством, что в демократических системах постоянно меняются электоральные циклы и существует чередование власти, в отличие от тоталитарных дискурсов, где правящая элита консервирует своё право на использование власти практически навсегда.

В данной статье речь пойдёт об избирательных кампаниях, в период которых активность власти значительно увеличивается. Выборы – это всегда возможность демонстрации власти своих амбиций, равно как и актуализация претензий политических акторов. Выборы представляют собой акт легитимации, поэтому вокруг избирательных кампаний всегда есть интерес потенциальных претендентов. В полной мере это касается современной России. Практики избирательных кампаний демонстрируют, что традиционно выборы являются значительным событием, приковывающим к себе интерес общественности. Данный тезис трудно оспорить. Действительно, общество, как в своё время отметил Ги Дебор «фундаментально подчинено спектаклю» [5, с. 12].

В данной статье речь пойдёт о том, как в процессе политической легитимации, в период избирательной кампании власть конструирует выборы. На наш взгляд, акценты оказываются прежними – власть в качестве аргументов выбирает и хлеб, и зрелище. Данные аргументы срабатывают пока безотказно, несмотря на определённые коррекции, связанные с изменением федеральных политических трендов. В качестве пространственного континуума автором была выбрана Липецкая область. Это сделано потому, что политические процессы в данном субъекте давно находятся в его исследовательском фокусе.

В данной статье автор попытается увидеть закономерность в постепенном изменении персонального состава Липецкого областного Совета и местных legislatures. На наш взгляд, здесь, дело в постепенной профессионализации

политики и структур, обеспечивающих её. Хотя, вопрос качества данной профессионализации вплоть до нынешнего времени пока до конца не решён. Буквально за неделю перед днём голосования в сентябре 2016 г. представители Липецкой областной избирательной комиссии разнесли избирателям пригласительные на выборы с перепутанными полосами российского флага [2].

Попробуем реконструировать избирательный процесс в Липецкой области, расставляя акценты на важных содержательных элементах избирательных кампаний и выделяя их основные этапы.

В 1990-х гг. постепенно складывалось относительно конкурентное пространство выборов, связанное с начальным этапом демократизации в России. В полной мере демократические «правила игры» на федеральном уровне были образцом для повторения и на уровне субъектов РФ. Законодательная и исполнительная власть субъекта РФ не представлялась закрытой и недоступной башней. Так и в случае Липецкой области, где с 1990-х гг. мы видим конкурентные кампании со всеми признаками демократичности. Избраться в законодательные легислатуры Липецкой области можно было достаточно просто. Власть в тот момент не была так сильно отдалена от общества и каналы инкорпорации в правящую элиту не были так обременены фильтрами и барьерами как в современной России. Отсюда, первый созыв Липецкого областного Совета депутатов был довольно мозаичным. Некоторые депутаты впервые видели друг друга и находились в прострации и неведении относительно формата своего депутатства. Они не были профессиональными политиками. Среди депутатов первого созыва Липецкого областного Совета депутатов – многие знакомые автора из сферы образования, легитимация которых определённно не была финансово затратной. Этому легко находится объяснение. В начале 1990-х гг. депутатство не было так чётко связано с лоббистскими практиками и личным обогащением, что призывало в депутатский корпус на ранних этапах демократизации по-настоящему честных и ответственных общественников.

Очень многое в тот момент времени зависело от самого кандидата, от того, насколько верно у него получится выстроить коммуникацию с избирателем. Именно 1990-е гг. появляется формат избирательной кампании «от двери к двери». Начало 1990-х гг. было временем достаточно сильных парламентов, и избирательные программы могли иметь значение для последующих перспектив кандидата. Конструируя программу, кандидат, в принципе, мог предполагать, что некоторые её тезисы могут быть реализованы. Депутатский статус мог серьёзно продвинуть профессиональные проекты кандидатов. В частности, именно поэтому первыми депутатами Липецкого областного Совета депутатов могли быть школьный завуч, предприниматель, вузовский профессор, врач поликлиники. Так, например, знакомая автора – известный буниновед, доктор филологических наук, профессор ЕГПИ Г. Климова, связывала своё депутатство с попыткой обратить внимание областной власти на проблемы д. Озёрки Становлянского района, где планировалось реконструировать родовую усадьбу Буниных. Данный пример отчётливо демонстрирует высокую миссию

депутатства, постепенно утратившуюся и вытесненную симуляциями народного избранничества. Глядя на фигуры нынешних липецких депутатов, решающих в региональном парламенте вопросы исключительно личного позиционирования и бизнеса, понимаешь, как изменились образ и содержание избирательных кампаний как в России, в целом, так и в Липецкой области.

Принципиальное отличие «ельцинского» периода от нынешних практик политической легитимации (применительно к липецким выборам), на наш взгляд, заключается в том, что решение о легитимации претенденты на депутатский мандат принимали самостоятельно, «снизу». Именно самостоятельно, оперируя личными ресурсами, они и представляли себя в публичном пространстве. Именно в этом могла состоять демократическая составляющая выборов. Функционирование административного ресурса ещё не было настроено в той мере, в какой он поддерживает практики политической легитимации «официальных» кандидатов. Ближе к 2010 г. становится понятно, что кандидатам в различные органы власти самостоятельность практически не присуща, и их решения о выдвижении перепроверяются «сверху».

В «ельцинский» период можно было увидеть и конкурентные губернаторские выборы. В 1998 г. О. Королёв победил действующего губернатора М. Наролина именно на выборах с непредсказуемым результатом.

С тех пор прошли несколько электоральных циклов. Нужно отметить, что избирательные кампании становятся менее конкурентными и заметно теряют свою привлекательность. На практически неконкурентных выборах в сентябре 2014 г. О. Королёв набрал 81,83%. Отсутствие конкуренции прямо связано со снижением эффектов от самой избирательной кампании. Её текст становится практически невыразительным. Нужно понимать, что у власти, выбравшей эконом-режим выборов, в принципе, не может быть задачи постоянно троллить общество предстоящей кампанией и всячески провоцировать интерес к ней. Это может найти объяснение и в специфических характеристиках политического пространства Липецкой области, её политического дизайна, для которого «характерен акцент на внутреннем, спокойном развитии и отсутствии каких-либо претенциозных проектов всероссийского масштаба, заставляющих заимствовать липецкий опыт» [11, с. 138]. Спокойный формат липецких выборов во многом позволял отказываться от каких-либо прорывных политических технологий манипулятивно-информационного характера [9], и позиционировать пространство в Липецкой области в качестве экспериментальной площадки для их апробации.

Развитие института демократических выборов в России традиционно было связано с очевидными экономическими и инфраструктурными изменениями в политическом пространстве. Старт избирательных кампаний всегда предполагал оживление политического дискурса, поэтому время выборов всегда связывалось с неким авралом, с форсированием темпов работ. Кандидаты подчас могли соревноваться друг с другом в бюджетах. Количество освоенных средств на выборах могло быть прямо пропорционально шансам кандидатов на политическую легитимацию. Каждый лишний вложенный рубль

в избирательную кампанию давал больше шансов кандидату на избрание в искомую легислатуру. Детские площадки, быстро отремонтированные подъезды, розданные продуктовые наборы – всё это являлось неким материальным эффектом избирательных кампаний. Некоторые люди могли жить ожиданием выборов, потому как довольно чётко выстраивали связь между голосованием и перманентным улучшением собственного экономического положения. Избиратели понимали, что удачу нужно ловить здесь и сейчас, поэтому ресурсообеспеченных кандидатов загружали как своими собственными проблемами, так и проблемами дворовых территорий и инфраструктуры. Экономические мотивы голосования довольно чётко срабатывали в тот момент времени, принося кандидатам на политическую легитимацию дополнительные шансы.

На наш взгляд, рациональный мотив выборов в полной мере срабатывает в избирательных кампаниях в Липецкой области начиная с 2000-х гг. Как раз именно в этот момент на горизонте липецких выборов появляются кандидаты – успешные бизнесмены и промышленники. Депутатский мандат всё чаще притягивает к себе новых собственников объектов крупной липецкой индустрии. В избирательных кампаниях в самом г. Липецке постоянным и влиятельным игроком становится ОАО «НЛМК», активно участвующего в конструировании состава городского Совета Липецка и влияя на кандидатуру Главы города. Статус депутата становится заманчивым для директоров карьеров, владельцев сохранившихся предприятий, руководителей строительных организаций. В качестве соискателей депутатского мандата обозначают себя директора управляющих компаний и ТСЖ, а также начальники муниципальных предприятий, концентрирующие в своих руках достаточно ресурсов для политической легитимации. Массовое пришествие во власть подобных кандидатов уже попадало в исследовательский фокус автора. Автор уже отмечал данный тренд на примере г. Ельца – второго по численности города в Липецкой области. Выдвижение в депутаты директоров муниципальных предприятий оказалось очень результативным, и в итоге городской Совет на треть был сформирован только из них, в то время, как другие кандидаты были тесным образом связаны с городской властью собственным бизнесом или другими зависимостями [12, с. 58].

В качестве важной особенности политической легитимации данных кандидатов можно отметить отсутствие каких-либо интересных решений в информационном пространстве избирательных кампаний. Энергия кандидатов уходила не в креатив, а, наоборот, в решение постоянно актуализирующих запросов и проблем избирателей.

Нужно понимать, что противостоять ресурсной машине «красных» директоров, ректоров вузов, директоров карьеров и заводов, руководителей строительных организаций и муниципальных предприятий на различных уровнях выборов было очень сложно. Это автоматически переводило активность оппозиционных кандидатов в сферу зрелища, где ещё оставались шансы на конкуренцию. Но это не могло принести ожидаемого результата по

причине того, что избирателя постепенно приучили к чёткому алгоритму – кандидат инвестирует средства в благоустройство/решение проблем избирателей, а те, в свою очередь «расплачиваются» за полученное благо своими голосами. Кроме критики конкурентов оппозиционным кандидатам было нечего предложить и это моментально ощущалось на контрасте с толстыми кошельками представителей власти и их вполне объяснимой щедростью. Общество не стремилось как-то сильно удовлетворять собственные потребности в зрелище и скандале, что постепенно понижало остроту избирательных кампаний.

Следует отметить, что 2000-е гг. должны ещё рассматриваться и как время апробации властью административного ресурса. Это было связано, как уже отмечалось нами, с появлением среди кандидатов представителей директората и администрации. Среди кандидатов в различные органы власти стали появляться ректоры вузов (а частности, В.П. Кузовлев, отработавший несколько сроков в составе Липецкого областного Совета депутатов, ректор ЕГУ им. И.А. Бунина), директора школ, заведующие детскими садами, главные врачи больниц. Всё чаще в политическом дискурсе липецких выборов начинают проявляться практики, когда кандидаты от власти прибегают к помощи административной машины, мобилирующей для легитимации конкретного кандидата солидный социальный ресурс. Образ «бюджетника», постепенно складывающийся в российском информационном пространстве, становится репрезентативным и в липецком кейсе.

Пришествие во власть представителей крупного бизнеса и административной элиты в Липецкой области погасили страсти вокруг избирательных кампаний. Традиционное оживление, связанное с выборами, стало редкостью. Но политическому процессу в Липецкой области предстояли ещё более скучные времена.

Как уже отмечалось в начале данной статьи, снижение конкуренции в региональном политическом пространстве, ставшее во многом свидетельством целенаправленной политики на федеральном уровне, сказалось и на политическом раскладе в Липецкой области. В политическом пространстве Липецкой области ожидалась отставка О. Королёва, правившего регионом с 1998 г., и представители экспертного сообщества по-своему могли комментировать и представлять слухи, приносимые из здания на Соборной площади. Тем не менее, отставки не произошло, и О. Королёв уверенно переизбрался на новый срок на прямых выборах. При этом, перед избирательной кампанией ему удалось заручиться поддержкой В. Путина, который дал липецкому губернатору весьма лестную характеристику как «человеку опытному, который много сделал» [3].

Именно выборы Главы администрации Липецкой области 2014 г., на наш взгляд, открывают новый этап конструирования избирательной кампании кандидатами. Этот этап связан с максимальной виртуализацией кампании при минимизации реальных расходов на неё. Кандидаты не инвестируют ни в хлеб, ни в зрелище, будучи вовсе не озабоченными оценкой избирателя собственных

легитимационных перспектив. Сам факт появления в списке для голосования и согласованность собственного выдвижения с липецкой властью – сами по себе являются достаточными условиями для избирательной кампании. Снижение реальной конкуренции на выборах, повышение предсказуемости исхода избирательной кампании в любом округе существенно уменьшает количество претендентов на соискание мандатов. Оппозиционные кандидаты понимают, что они не могут практически ничего противопоставить власти в способности управления результатами выборов. В руках власти находится ключ к результатам практически любой избирательной кампании. Отсюда, в прошлое уходят дорогостоящие штабы кандидатов и политтехнологи. Может показаться странным, но начиная с 2014 г. избирателя в Липецкой области уже может особенно не волновать избирательная программа. Не волнует она избирателя и на совмещённых выборах 2016 г. Кандидаты практически перестают что-либо обещать – их позиционирование сводится к максимально краткому сообщению. Изменение формата избирательной кампании сказывается на всех составляющих самой кампании.

Избирательная кампания сжимается до формата семейной политики. Именно поэтому на совмещённых липецких выборах мы можем увидеть семейные подряды, причём в разных партиях. Политика для подобных соискателей депутатского мандата становится реальной профессией, что приводит даже к парадоксальным ситуациям, когда муж и жена могут представлять конкурирующие партийные проекты. Это касается, например, Артура и Людмилы Яськовых, одновременно представляющих интересы и ЛДПР и «Российской партии пенсионеров за справедливость» [10].

Информационное общество и его структуры виртуализируют «хлеб», подогревая интерес к «зрелищу». Холодильник начинает проигрывать телевизору, получившему контроль над умами избирателей.

И если в период развития демократических процессов кандидаты были заинтересованы в постоянном контакте с избирателем, то сегодня такая необходимость уже отсутствует. На данные контакты накладывается уже масса ограничений, самым важным из которых является время. Кандидаты уже не могут себе позволить избирательную кампанию, сводящуюся к взаимодействию с избирателем в формате «от двери к двери». Контакты с избирателями становятся максимально опосредованными. Кандидат не мелочится на встречах с штучным, единичным избирателем, а, наоборот, пытается апеллировать к большой аудитории избирателей. Поэтому, для кандидатов (безусловно, выдвигаемых от власти) особым значением обладают различные торжественные мероприятия, с которыми связано максимум информационных эффектов.

Снижение общего уровня конкуренции имеет двоякую природу. С одной стороны, в этом есть посыл «сверху». Политическая активность, отсутствующая на уровне федеральной политики, не может неожиданно проявиться на уровне какого-либо российского региона. С другой стороны, этому способствует и само гражданское общество субъекта РФ, не

прилагающее каких-либо серьёзных усилий по формированию публичного пространства вместе с властью. Таким образом, некая стагнация политической жизни есть результат совместных усилий региональной власти и общества. Отсюда, выглядят вполне справедливыми данные федерального мониторинга протестной активности в Липецкой области, по результатам которого регион был признан неконфликтным, Липецкая область в данном мониторинге заняла 69 место из 85 субъектов РФ [6].

Неконфликтный характер внутри региона уже отмечался некоторыми авторами, останавливавшими своё внимание на консенсусе элит (элита администрации Липецкой области и ОАО «НЛМК»). Именно это обстоятельство и формировало оценку СМИ ситуации в Липецкой области в целом, когда «на федеральном уровне — в центральных СМИ и у массового российского потребителя новостей — Липецкая область до сих пор удерживает имидж «нескандального» региона» [13, с. 43-44]. Тем не менее, в Липецкой области периодически могут проводиться протестные акции, причём сложно выделить эпицентр их распространения. Данные акции очень раздражают областную власть и самого О. Королёва, потому как для Администрации Президента РФ большое количество протестных акций в конкретном субъекте РФ свидетельствует о том, что к работе администрации субъекта РФ есть вопросы. Это, в свою очередь, может являться достаточным поводом для последующей смены губернатора.

В избирательной кампании 2016 г. в качестве кандидатов в депутаты принимали участия известные в Липецкой области руководители и топ-менеджмент крупных организаций, предприниматели, а также профессиональные партийцы. Гораздо реже можно было увидеть общественных активистов. Высокая степень тотализации политического дискурса в регионе создаёт политическую реальность, при которой приобретение депутатского мандата выглядит формальностью.

Конкурентность, присущая выборам, утрачивает свой смысл. Шансы кандидатов оказываются неравными, чтобы можно было строить какие-то прогнозы. Весьма показательно, что признаки избирательной кампании стали проявляться только к концу августа 2016 г. В Липецкой области до этого можно было увидеть лица только двух кандидатов в Госдуму ФС РФ по 114 и 115 избирательным округам от партии «Единая Россия» - Н. Борцова и М. Тарасенко, размещённые на рекламных баннерах. Можно было увидеть и информацию о самой «Единой России», адресовавшей аудитории «сухой остаток» своей деятельности – статистические материалы о введённых в эксплуатацию детских садах и школах, о сданных квадратных метрах жилья. Высокая стоимость рекламных баннеров не явилась препятствием для правящей партии.

Что касается других форм политической агитации, то проблемы с менеджментом избирательной кампании задержали появление у избирателей агитационных материалов. Кандидаты сильно сэкономили на печатной продукции, на агитационных кубках, скроллерах и растяжках. Показательно, что

отсутствовало обсуждение выборов на различных диалоговых площадках и сколько-нибудь системное изучение общественного мнения. Только однажды автору данной статьи, старательно наблюдающему за липецким политическим процессом начиная с 1990-х гг., пришлось поучаствовать в качестве интервьюируемого по поводу сентябрьских выборов (данные опроса так и не появились в публичном пространстве).

Проблемы с политической конкуренцией были и в сфере Интернет, где, оппозиционные кандидаты могли несколько компенсировать своё отставание от кандидатов «Единой России». Но и здесь мы видим некое бессилие оппозиционных кандидатов, не сумевших выработать какой-либо креативной и запоминающейся стратегии. Липецкие выборы очень невыразительно смотрелись в социальных сетях. За исключением кандидата в Госдуму ФС РФ по избирательному округу № 114 В. Фомичёва от «Парнаса» практически ни у кого не было агитационных роликов, распространяющихся через социальные сети. В Липецкой области представителям власти не принято выделяться посредством какой-то суперактивности в социальных сетях, потому как верхом красноречия и остроумия выступает Twitter Олега Королёва. Нужно признать, что липецкий губернатор оставляет за собой право на создание некоего повода для волшебства. Возможно, что именно поэтому в губернаторской кампании 2014 г. им периодически использовался вертолёт. Сам факт использования его создавал многочисленные поводы для обсуждения в липецкой глубинке. В целом, нужно признать, что представители власти ведут себя достаточно скромно и рационально, что также снижает зрелищность коммуникации.

Информационное сопровождение кандидатов от «Единой России» и единоклассников, замаскированных самовыдвиженцами, велось с помощью местного телевидения и радио. На выборах 2016 г. существенно повышается количество скрытой рекламы и материалов, выдающих за важные новости событие какие-либо события из жизни кандидатов от «Единой России» - представителей правящего элиты региона.

Скрытую рекламу можно было часто видеть у ресурса «Липецкмедиа» - рупора официальной власти региона. В частности, достаточно абсурдно выглядят материалы, типа, что вице-спикеру Липецкого областного Совета В. Мурузову вручили удостоверение кандидата в депутаты областного Совета [1].

Подобные практики часто используются и муниципальными СМИ Липецкой области в интересах авторитетных кандидатов от власти. Так, в муниципальной газете Елецкого района «В краю родном» друг за другом следуют материалы с прямым и косвенным упоминанием кандидата в депутаты Липецкого областного совета В. Сидорцова - **начальника филиала ООО «Газпром Трансгаз Москва» Елецкое ЛПУМГ**. Так, в одном из материалов, посвященных соревнованиям по картингу, упоминается сама структура [7]. В другом материале, кандидат в депутаты вместе с Главой района О. Семенихиным поздравил ветерана. В конце материала, как будто невзначай, приводятся сказанные ветераном слова: «Я поддерживаю политику

нашего Президента Владимира Путина, нашего губернатора Олега Петровича Королева, депутатов» [14].

Конечно, подобная заинтересованность муниципальных СМИ не распространяется на оппозиционных кандидатов, вынужденных самостоятельно искать формы позиционирования перед избирателем. Отсутствие возможности обращаться к аудитории с помощью печатных средств и ТВ делает более интенсивными попытки использования Интернет-ресурсов. При этом, разумеется, нельзя сказать, что и власть не пытается обращаться к пользователям Интернет. Более того, со временем только увеличивается электронный сегмент электронных форм взаимодействия, к которому приводит расширение аудитории пользователей Интернет.

Экономичность избирательной кампании проявлялась и в отсутствии каких-либо значительных событий, предполагающих лишнее засвечивания кандидатов. На фоне отсутствия важных, праздничных дат, кандидаты от власти традиционно могли использовать любые поводы для демонстрации себя аудитории. Нужно ещё и понимать, что в условиях информационного голода в провинции, каждое мало-мальски заметное событие моментально освещается муниципальными и региональными СМИ.

Так, Н. Борцов отмечается на открытии обновлённой доски почёта «Трудовая слава Ельца», гордо отмечая при этом, «чтобы разместить фотографии всех лучших, никакой доски не хватит» [8]. А. Плаксицкий и С. Мартынов – кандидаты в депутаты Липецкой областной Думы по двум округам Ельца присутствуют на мероприятии, посвящённом велопробегу, едва попадая в фокус камеры. В свою очередь, кандидат в депутаты Липецкого областного Совета А. Плаксицкий в том же Ельце присутствует на открытии доски «Спортивная слава Ельца». Чувствуется, что кандидатам не хватает реальных информационных поводов для демонстрации себя избирателям, и они пытаются вписаться в официальный нарратив. Таким образом, в перспективе липецких выборов складывается ситуация, когда кандидаты не могут обеспечить своим избирателям ни хлеба, ни зрелища. На этом фоне разительно отличается позиционирование депутата Липецкого областного Совета и Председателя Совета директоров ОАО «Энергия» В. Архипенко, который в торжественной обстановке открыл в Ельце отель «Гранд Елец». Действительно, пример с В. Архипенко выглядит едва ли не как исключение на фоне сиюминутных информационных поводов, вряд ли уже оставляющих в памяти избирателя какую-то чёткую картинку.

Таким образом, не обеспечивающий избирателю материального и информационного удовлетворения, липецкий кейс избирательной кампании 2016 г. выглядит очень скромно. В рамках липецких выборов чувствуется постоянный дефицит события, интриги, провокативности. Практики политической легитимации в условиях избирательных кампаний сегодня выглядят довольно рутинно. Избирательная кампания теряет чёткую ассоциативную связь с праздником и карнавализацией политического пространства. Избирательные кампании, в период которых ради избирателя

делались какие-либо широкие жесты, кажется, ушли в прошлое. Праздничность выборов становится всего лишь фигурой информационного общества, и моментально забывается в наслоениях новой информации. На наш взгляд, праздник сегодня имеет гораздо меньшую продолжительность во времени, значительно проигрывая во временном измерении, скажем, советскому празднику, в рамках которого «время праздника не уходит сразу» [4, с. 15].

Созданию дефицита праздничности невольно способствовала сама власть, в интересах которой было максимально погасить интерес к выборам и предохранить себя от неожиданностей.

Таким образом, необходимо отметить, что в рамках избирательного процесса в Липецкой области начиная с 1990-х гг. можно выделить три этапа: «романтический» период начала 1990-х гг., период пришествия во власть представителей крупного бизнеса и директоров предприятий, отметивший акценты на конкретных делах и вызвавший существенное удорожание бюджетов избирательных кампаний, и, наконец, период профессиональных политиков, занимающихся вопросами личного позиционирования в рамках системных политических партий. В рамках каждого из выделенных периодов могло происходить уникальное позиционирование кандидатов в депутаты, создававшее типичный образ политической легитимации.

Список литературы

1. Василий Мурузов получил удостоверение кандидата в депутаты областного Совета шестого созыва // http://lipetskmedia.ru/news/view/71806-Vasiliii_Muruzov.html [Дата обращения: 21.08.2016].
2. В Липецкой области перепутали цвета российского флага на приглашениях на выборы // <http://gorod48.ru/news/405165/> [Дата обращения: 12.09.2016].
3. В Липецкой области пройдут досрочные выборы губернатора – URL: <http://top.rbc.ru/politics/12/05/2014/923184.shtml> [Дата обращения: 11.09.2016].
4. Воловикова М.И., Тихомирова С.В., Борисова А.М. Психология и праздник: праздник в жизни человека. М.: ПЕР СЭ, 2003. 143 с.
5. Ги Дебор. Общество спектакля. М.: Оупустошитель, 2011. 177 с.
6. Липецкая область – в числе самых неконфликтных регионов // <http://gorod48.ru/news/401394/> [Дата обращения: 19.08.2016].
7. Молодёжь рулит. – URL: <http://krai-rodnoi.ru/?p=7587#more-7587> [Дата обращения: 21.08.2016].
8. Наше главное достояние. – URL: <http://kznam.ru/?p=1916>. [Дата обращения: 13.09.2016].
9. Нестерчук О.А. Традиционные и инновационные политические технологии в информационно-психологическом противоборстве // Politbook. 2015. № 2. С. 84–103.
10. Оранжевое настроение. Неделя глазами липецких СМИ – URL: http://www.lipetskmedia.ru/news/view/38808-Oranzhyevoye_nastroyeniye_.html [Дата обращения: 11.09.2016].
11. Скиперских А.В. Губернаторские выборы в Липецкой области: местная специфика и национальные тренды // Вестник Пермского государственного университета. Серия Политология. 2014. № 4. С. 137–150.
12. Скиперских А.В. Механизм политического текста в легитимации власти // Власть. 2007. № 10. С. 55–59.

13. Смирнов Д. Липецкая область как «микромодель» России: политическая и экономическая ситуация в регионе накануне губернаторских выборов 2002 г. // Региональные выборы и проблемы гражданского общества в Центральной России [По итогам семинара, г. Тамбов, 1-2 дек. 2001 г.: Сб. ст. и докл.] М.: Московский Центр Карнеги, 2002. С. 37–45.

14. Честь – по труду и совести – URL: <http://krai-rodnoi.ru/?p=7608#more-7608> [Дата обращения: 21.08.2016].

References

1. Vasilij Muruzov poluchil udostoverenie kandidata v deputaty oblastnogo Soveta shestogo sozyva // http://lipetskmedia.ru/news/view/71806-Vasiliii_Muruzov.html [Data obrashcheniya: 21.08.2016].

2. V Lipetskoj oblasti pereputali tsveta rossijskogo flaga na priglasheniyah na vybory – URL: <http://gorod48.ru/news/405165/> [Data obrashcheniya: 12.09.2016].

3. V Lipetskoj oblasti projdut dosrochnye vybory gubernatora – URL: <http://top.rbc.ru/politics/12/05/2014/923184.shtml> [Data obrashcheniya: 11.09.2016]

4. Volovikova M.I., Tihomirova S.V., Borisova A.M. Psihologiya i prazdnik: prazdnik v zhizni cheloveka. M.: PER SEH, 2003. 143 p.

5. Gi Debor. Obshchestvo spektaklya. M.: Opustoshitel, 2011. 177 p.

6. Lipeckaya oblast' – v chisle samyh nekonfliktnyh regionov – URL: <http://gorod48.ru/news/401394/> [Data obrashcheniya: 19.08.2016]

7. Molodyozh' rulit – URL: <http://krai-rodnoi.ru/?p=7587#more-7587> [Data obrashcheniya: 21.08.2016]

8. Nashe glavnoe dostoyanie – URL: <http://kznam.ru/?p=1916> [Data obrashcheniya: 13.09.2016].

9. Nesterchuk O.A. Tradicionnye i innovacionnye politicheskie tekhnologii v informatsionno-psihologicheskom protivoborstve // Politbook. 2015. no № 2. pp. 84–103.

10. Oranzhevoe nastroyenie. Nedelya glazami lipetskikh SMI – URL: http://www.lipetskmedia.ru/news/view/38808-Oranzhyevoye_nastroyeniye_.html [Data obrashcheniya: 11.09.2016].

11. Skiperskih A.V. Gubernatorskie vybory v Lipetskoj oblasti: mestnaya spetsifika i nacional'nye trendy // Vestnik Permskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya Politologiya. 2014. no 4. pp. 137–150.

12. Skiperskih A.V. Mekhanizm politicheskogo teksta v legitimatsii vlasti - Vlast. 2007. no 10. pp. 55–59.

13. Smirnov D. Lipeckaya oblast' kak «mikromodel'» Rossii: politicheskaya i ekonomicheskaya situatsiya v regione nakanune gubernatorskih vyborov 2002 g. // Regional'nye vybory i problemy grazhdanskogo obschestva v Tsentralnoj Rossii [Po itogam seminaru, g. Tambov, 1-2 dek. 2001 g.: Sb. st. i dokl.] M.: Moskovskij Tsentr Karnegi, 2002. pp. 37–45.

14. Chest – po trudu i sovesti – URL: <http://krai-rodnoi.ru/?p=7608#more-7608> [Data obrashcheniya: 21.08.2016].