

**Городской и сельский пейзаж в политической агитации в Липецкой области
(размышления над архивом).**

Вместе они любили
сидеть на склоне холма.
Оттуда видны им были
церковь, сады, тюрьма.

Иосиф Бродский

Серьёзность притязаний на политический дискурс легко перепроверяется в период избирательной кампании, когда кандидаты активизируют имеющиеся в их распоряжении возможности в интересах политической легитимации. Наряду с административными, социальными, экономическими и правовыми ресурсами, которыми обладают претенденты на выборные должности, существуют и культурно-информационные, создающие эффекты визуализации кандидата и представляемой им политической силы. Безусловно, возможности участников избирательной кампании в использовании ресурсов сильно различаются. Но именно культурно-информационные ресурсы, объективирующиеся в политической агитации кандидата, во многом способны уравнивать его с конкурентами. Решающее значение приобретает креатив, способность нестандартной подачи себя – избирателям, в т.ч. подчёркивание устойчивой связи с тем пространством, на которое, так или иначе, и претендует кандидат. Данная особенность культурно-информационных ресурсов «работает» в случае всех субъектов РФ.

Данная глава, посвященная ситуации в Липецкой области, и во многом навеяна просматриванием личного архива. Предстоящая перед нами политическая агитация – листовки, буклеты, плакаты, календари и т.д., сопровождавшая различные избирательные кампании в Липецкой области, по сути дела, воспроизводит городской архитектурный ландшафт и меняется с учётом смещения акцентов политического курса региональной власти. Таким образом, мы имеем дело со специфическим портфолио не только самих кандидатов, но и различных объектов Липецкой области.

Политическая агитация кандидатов, легитимировавшихся в различных липецких кампаниях, во многом оказывается схожей по сюжету, равно, как и различается в этом отношении. Попытаемся концептуализировать зависимость между позиционированием самого кандидата и пейзажем, на который он притязает, и с помощью которого он пытается реализовать свои легитимационные стратегии. Рассмотрим, как различные объекты городского или сельского пейзажа используются им. Безусловно, кандидат должен как-то подчёркиваться свою связь с городом и его культурным ландшафтом, что он в итоге и старается сделать в период избирательной кампании.

В городском пейзаже есть как общие черты, свойственные многим городам, равно, как и частные, принадлежащие конкретному месту. В целом, городской пейзаж не может быть однороден, исходя из спецификаций и назначения составляющих его объектов. На наш взгляд, с некоторой долей условности, можно констатировать, что городской пейзаж составляют объекты следующих характерных типов: промышленные, социальные (объекты социальной инфраструктуры), исторические (культурные памятники), религиозные и военные. Сумма данных объектов и представляет собой город, выступающий перед нами в своей целостности, и проявляющийся в исследовательской перспективе здесь и сейчас.

Различие сфер общественной жизни, тем не менее, является интегрированным самой авторитетной и сильной сферой – политической. Все сферы общественной жизни,

несмотря на их неполитический характер, имеют политическую природу, и автоматически оказываются в сфере политического, будучи «схваченными» дискурсом власти. В своё время это было отмечено Р. Бартом в известной фигуре о «власти, гнездящейся во все дискурсах, даже если они рождены в сфере безвластия» [Барт 1989: 547].

Промышленные объекты.

Городской пейзаж Липецка сложно представить себе без силуэтов труб и доменных печей ОАО «НЛМК», территория которого занимает практически всё левобережье протекающей через город реки Воронеж. ОАО «НЛМК» является крупнейшим плательщиком в областной бюджет. В период существования относительно конкурентных региональных выборов в 1990-х гг. по всей Липецкой области были установлены рекламные баннеры с красноречивыми плакатами, говорившими о том, что 60% областного бюджета формируется с помощью ОАО «НЛМК»¹.

Липецк сложно назвать моногородом, но, численность работающих на комбинате могла достигать порядка 30 тыс. человек, практически ежедневно въезжавших в металлургическое левобережье по Петровскому мосту. В этом смысле, кажется вполне логичным, что образы ОАО «НЛМК» должны были использоваться в избирательных кампаниях различных уровней. Красноречивым свидетельством высокой степени участия комбината в социально-культурных процессах в самом Липецке могут выступать баннеры, типа «Мой муж работает на «НЛМК» (Рис. 1 [«Мой муж работает на «НЛМК» ...]), одно время довольно активно присутствовавшие в информационном поле города.



Рис. 1.

Промышленный пейзаж комбината наличествует в политической агитации практически всех выдвиженцев от ОАО «НЛМК», однако остаётся не таким уж заметным в избирательных кампаниях кандидатов, связывающих себя с командой губернатора. В Липецке исторически существует поляризация между комбинатом и остальным городом. Поэтому, например, в агитационных материалах вице-президента ОАО «НЛМК» А. Соколова, претендовавшего на должность Главы Липецка, промышленные объекты были

¹ Данные цифры сильно разнятся. Ближе к 2014 г. зависимость областного бюджета от ОАО «НЛМК» заметно снижается, в связи с попыткой областной власти добиться его диверсификации.. Появляются новые предприятия, объединённые в рамках ОЭЗ «Липецк», вокруг которой начинает выстраиваться новый промышленный дизайн Липецкой области. Но, всё равно, чувствуется, что этого ничтожно мало, чтобы преодолеть системный характер участия ОАО «НЛМК» в формировании бюджета региона. В одном из интервью, перед выборами 2014 г. О. Королёв даже называл цифру 70%. Подробнее об этом см.: [Врио губернатора Липецкой области ... 2014].

своего рода «партийным» символом (Рис. 2 [Билборд в поддержку кандидата на пост Главы Липецка А. Соколова ...]). Промышленный пейзаж ОАО «НЛМК» как бы проявляется за спиной кандидата исподволь. Избиратель всё равно прекрасно понимает, какая мощная по региональным меркам структура стоит за кандидатом.



Рис. 2.

Концепция предвыборной агитации, согласно которой кандидат позиционируется на фоне своего предприятия, может быть довольно распространена. В частности, можно привести в качестве примера А. Купцова – генерального директора одного из каменных карьеров, баллотировавшегося в Елецкий городской Совет депутатов. В качестве фона его агитационного плаката использовались разрезы карьера, Белазы, погрузчики, железнодорожные вагоны с щебнем.

Баллотирующиеся в различные органы власти железнодорожники также могут использовать в предвыборной агитации образы железной дороги, станций, локомотивов, поездов. По мере того, как выборы становятся все более предсказуемыми, представителей сообщества железнодорожников всё реже можно увидеть в региональных парламентах, хотя в Липецкой области есть муниципальные районы с довольно заметной ролью работников предприятий железной дороги. В некоторых сельских поселениях вообще негде работать кроме железной дороги, оказывающейся самым логистически близким предприятием.

В целом, следует отметить, что тренд на использование в предвыборной агитации не является в регионе слишком популярным. Видимо, причина скрывается в тривиальном отсутствии в Липецкой области крупных промышленных предприятий, за упомянутым исключением. Позирование на фоне крупных индустриальных объектов самодовольных и уверенных кандидатов – директоров, кажется, способно вызывать и раздражение у аудитории, наряду с возникающими вопросами происхождения права на собственность данных предприятий, подавляющее большинство которых было создано ещё в советский период. С другой стороны, постепенное утрачивание в муниципальных образованиях советского индустриального наследия не совсем позитивно проецируется на тех

промышленников, которые испытывают необходимость в политическом утверждении через выборы². К тому же их в регионе не так много.

Сельское производство

Периодически встречающимся сюжетом в политической агитации кандидатов в органы власти сельских муниципальных образований является позирирование кандидата на фоне спелой пшеницы. Иногда в пейзаж включаются комбайны. Тем самым подчёркивается забота об урожае, своевременность принимаемых решений, стремление быть нужным людям на земле. Понятность данного сюжета делает его довольно популярным и порождает подчас типичные решения в политической агитации. В частности, О. Семенихин и Н. Савенков - два основных конкурента на выборах Главы администрации Елецкого муниципального района (сентябрь 2013 г.) представлялись избирателям практически с одинаковым пшеничным фоном (с разницей в цветовом решении). Подобный сюжет зачастую используется и в политической агитации директоров сельскохозяйственных предприятий. В частности, метафоризации Липецкой области как яблочного края присутствуют на политической агитации «Единой России» (коллаж к кампании по выборам в Липецкий областной Совет депутатов 2011 г.)³.

Необходимо отметить, что фоном для кандидата, избирающегося в городе, как правило, не выступает природа. На наш взгляд, зелёные зоны отдыха, находящиеся в городской черте, леса, парки, сегодня, являются не совсем выгодным фоном для кандидатов, если только речь не идёт о каких-то активистах экологических движений. Ненадлежащее состояние, замусоренность, отсутствие благоустройства, «тёмные» вопросы застройки зелёных зон под многоэтажное строительство – проблемы, которые сегодня могут быть характерны для многих городов. В частности, в Ельце тема застройки послужила причиной ряда митингов с участием жителей близлежащих микрорайонов и политического перформанса, проведённого арт-группой «23:59» [Скиперских 2013а].

На наш взгляд, общероссийская тенденция постепенного ухода оппозиционных акторов от фронтального столкновения с властью в экологические проекты в меньшей степени подтверждается примером Липецкой области.

Объекты социальной инфраструктуры.

В качестве фона политической агитации некоторыми кандидатами используются и объекты социальной инфраструктуры. Активно строящиеся микрорайоны, периодический ввод в эксплуатацию школ, детских садов, бассейнов, спортивных площадок и других объектов социальной инфраструктуры служит неплохой иллюстрацией возможностей некоторых субъектов региональной политики, связанных со строительным бизнесом, инвестировать свой экономический капитал в политическое влияние. Стоит отметить, что в рейтинге наиболее влиятельных людей Липецкой области как минимум четыре человека имеют отношение к строительному бизнесу, считающемуся в регионе очень прибыльным и перспективным [Рейтинг влиятельности Липецкой области ... 2015]. Некоторые из представленных в рейтинге уже сумели реализовать и свои политические амбиции, избравшись депутатами различных уровней власти. Довольно заметно присутствие депутатов – строителей и в локальных муниципальных легислатурах. В последнее время наличие контроля над рабочей силой, строительной техникой и инфраструктурой является очень значимым фактором в политической легитимации директоров предприятий, и их моментальной инкорпорацией в политическую элиту муниципалитетов. Кстати,

² Красноречивым примером постепенного утрачивания в некоторых муниципальных районах Липецкой области советского индустриального наследия и смена индустриального пейзажа на постиндустриальный, может быть случай с долгостроем котельной в г. Ельце. Долгое время городская власть не знала, как поступить с построенным корпусом котельной, которую не могли запустить, а впоследствии такая необходимость вообще отпала. Огромную трубу котельной взорвали в 2014 г., а здание продали. Новый собственник закрыл фасад рекламными щитами, окончательно завершив постиндустриальную «модернизацию» объекта.

³ «Яблочный» коллаж отсылает избирателя к лебедянским хозяйствам и конкретно к ОАО ЭКЗ «Лебедянский» и его бывшему владельцу – депутату Госдумы ФС РФ Н. Борцову.

зависимость политического дизайна муниципалитетов от подобных раскладов начала устанавливаться в середине 2000-х гг., когда городские legislatures сильно изменились в своём социальном составе [Скиперских 2007].

Безусловно, позиционирование руководителей крупных строительных компаний неизбежно ассоциируется с масштабными стройками, равно, как и с едва ли не фантастическими проектами преобразования городской транспортной инфраструктуры (идея липецкого воздушного метро).

Тема активного строительства объектов социальной инфраструктуры эксплуатируется и главами муниципальных образований. В предвыборных программах кандидатов на должности глав муниципальных образований (как правило, речь идёт о переизбрании) всё чаще встречается информация о введённых в эксплуатацию квадратных метрах жилья, а сами инкубенты предстают перед избирателями в своих агитационных материалах на фоне построенных объектов. Строительство жилья - большая тема на всевозможных административных советах, проводимых губернатором в муниципальных районах Липецкой области.

Политическая легитимация власти в Липецкой области тесно увязывается с достижениями в строительстве. Достаточно выгодным регистром для власти является, в частности, строительство плавательных бассейнов и ледовых дворцов в муниципальных районах. Губернатор Королёв утверждает, например: «сегодня мы уже строим бассейны в районах по второму кругу. Всего в области их сейчас работает 39, а районов, к слову, 18. Взались за другой проект, который тоже может кому-то показаться несбыточным, – построить в каждом районе по ледовому дворцу» [Врио губернатора Липецкой области О. Королев ... 2014].

Впрочем, данная связь может быть свойственна не только главам муниципальных образований, но и, например, ректорам вузов. Характерным примером в данном случае является предвыборная агитация депутата Липецкого областного Совета, бывшего ректора ЕГУ им. И.А. Бунина В. Кузовлева, в течение нескольких электоральных циклов являвшегося своим избирателям на фоне нового корпуса университета (хотя университет располагает более антуражным историческим зданием бывшей женской гимназии). Например, на Рис. 3⁴ в агитационном буклете В. Кузовлев обращает внимание аудитории на новый корпус университета.

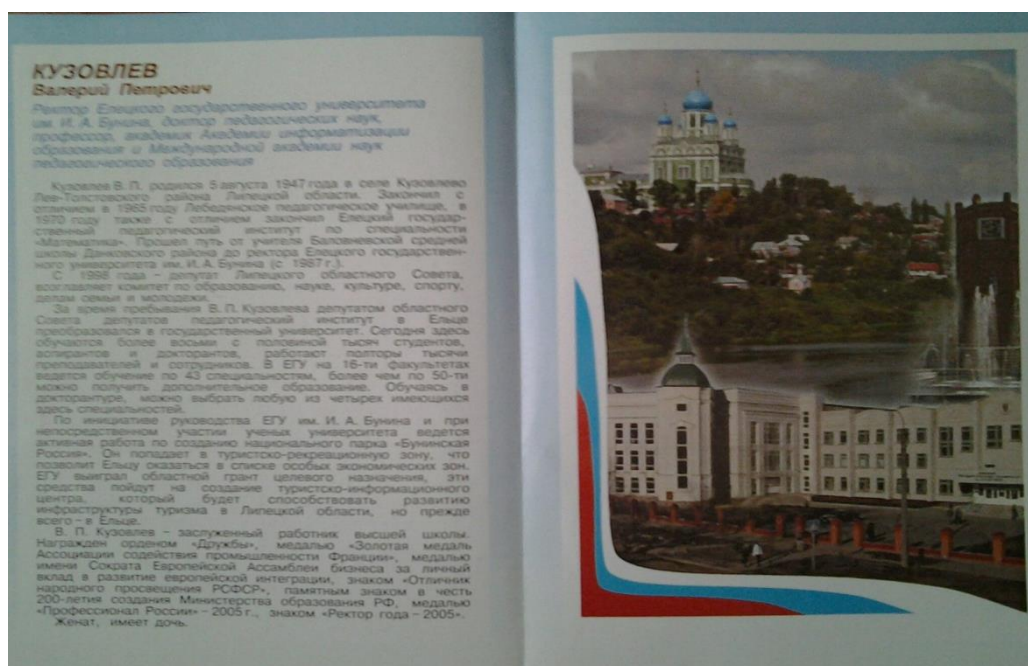


Рис. 3

⁴ Рис. 3,4,5,7 – фото автора, из личного архива автора.

Именно новый корпус университета выбрала для фона своего избирательного плаката профессор ЕГУ им. И.А. Бунина Е. Сафронова, проведя успешную кампанию в городской Совет в 2005 году (Рис. 4). На достаточно интересных выборах ей удалось обыграть действующего Председателя городского Совета депутатов г. Ельца А. Иванова.



Рис. 4.

Большим значением в выстраивании образа кандидата в его предвыборной агитации наделены и такие объекты как мосты (символическая связь берегов, попытка примирить берега), парки, спортивные объекты, дома культуры.

В целом, следует отметить, что использование в политической агитации кандидата тех или иных социальных объектов, представленных, преимущественно, в городском пейзаже, в основном, связывается с его профессиональной спецификацией.

Исторические объекты.

Липецкая область является довольно богатой на архитектурные памятники, несмотря на советскую историю образования (1954 год), и довольно слабую позицию в данном смысле самого Липецка.

В регионе есть города с ярко выраженным культурным ландшафтом, есть паломнические центры, много старых усадеб и литературных гнезд. Впрочем, насыщенный культурный текст может представлять интерес исключительно для ценителя. Что касается внимания со стороны правящей элиты, то оно вплоть до сегодняшнего времени не представлялось сколько-нибудь очевидным и старательным. В период избирательных кампаний чрезвычайно редко можно увидеть кандидатов на фоне городского пейзажа, представленного историческими объектами. Кажется, что подобный фон мог бы стать выигрышным для некоторых кандидатов (деятели культуры, ректора

вузов, общественные активисты и экологи), но, тем не менее, он продолжает оставаться практически не востребованным.

В Ельце, как в бывшем купеческом городе, активная хлебная и кожевенная торговля, формирование крупного железнодорожного узла во многом способствовали развитию городского архитектурного ландшафта. Елец не был сильно разрушен в период Великой Отечественной войны, хотя и подвергался бомбардировкам. Некоторые объекты сохранились вплоть до настоящего времени по причине того, что в них располагались официальные институты и учреждения власти. Во многом это позволило сохранить их в более или менее надлежащем виде.

Учитывая логику развития политических процессов в современной России и сильные акценты на патриотическое воспитание молодёжи и сохранение культурной и исторической памяти, такие объекты просто обязаны были стать местом притяжения интересов городской власти, и концентрацией регионального патриотизма. Например, на Рис. 5 кандидат позирует на фоне старого Каракумского моста, названного в честь легендарного пробега Москва – Каракумы (агитационный плакат с выборов в Липецкий областной Совет 2006 года). Но представители правящей элиты чаще тяготеют к «безупречному» фону, закамуфлированным фасадам, а состояние городских архитектурных памятников оставляет желать лучшего, несмотря на наличие на них охранных табличек. На наш взгляд, именно здесь нужно искать ответы непопулярности данного тренда в период избирательных кампаний.



Рис. 5.

Акценты на подобном несоответствии деклараций правящей элиты и реальным состоянием дел периодически расставляют оппозиционные политические акторы. В частности, перед выборами Главы администрации Липецкой области в областном центре комсомольцами был запланирован фотопикет, на котором предполагалось показать липчанам итоги правления О. Королёва. Организаторы пытались заострить внимание общественности на удручающем состоянии тех предприятий, которыми гордилась Липецкая область в своей 60-летней истории. Есть несомненная ирония в том, что фотопикет предполагалось назвать «Фотовыставка 60 лет Липецкой области» в то время, как параллельно с ней проходили официальные мероприятия [Комсомол проведет фотопикет ...].

Все же некоторые кандидаты и партии с разной степенью успешности периодически обращаются к историко-культурному пласту. Также на политической агитации некоторых кандидатов можно увидеть узкие улицы старых городов и антуражные фасады исторических зданий (И. Королёв, М. Спирин – выборы в Елецкий городской Совет депутатов 2006 и 2012 гг.), архитектурные памятники (водонапорная башня в Ельце - А. Купцов – выборы в Липецкий областной Совет депутатов 2011г.).

Особенностью использования исторических объектов в качестве фона политической агитации может быть апелляция к исторической и коллективной памяти аудитории избирателей. Используемые в агитации исторические объекты как бы принадлежат всему обществу, что подчёркивает стремление преодолеть существование определённого табу на эксплуатацию других объектов в политической агитации.

Религиозные объекты.

Неотъемлемой частью пейзажа ряда городов и сел Липецкой области являются православные храмы и монастыри. Данный факт не может не учитываться в период избирательных кампаний, те или иные кандидаты пытаются вмонтировать в политическую агитацию картинку с религиозным объектом, просто ввиду их «высокой концентрации» в пространстве [Скиперских 2013b: 53-54]. По нашим наблюдениям это происходит довольно часто, являясь характерной чертой избирательных кампаний в некоторых городах Липецкой области.

Так в Ельце Вознесенский собор, издали привлекающий к себе внимание, используется в политической агитации подавляющего числа кандидатов, вне зависимости от того, на какой пост они претендуют, и даже вне зависимости от их политических убеждений. Нужно понимать, что в данном случае мы имеем дело с религиозными тотальными институтами, подчиняющими себе выборы индивида, и формирующими вокруг себя смысловое поле, и являющимися, следуя мысли польского исследователя А. Боровского, характерной чертой этнопейзажа [Боровски 2011: 474]. Так, купола церквей, леса реставрируемых колоколен и храмов, монастырские стены оказываются прочно вмонтированными в елецкий этнопейзаж, выступая специфическими концептами, вокруг которых образуются туристические мифы [Завалипина, Шпакова 2014].

«Нужно сказать, что старый — на год старше Москвы — Елец невероятно красив с десятками церквей на выпуклых улочках на холмах и, скорее всего, переживет Королева с его командой, с его газетами и комиссиями», - так описал свои впечатления от елецкого этнопейзажа журналист «Новой газеты» И. Домников [Домников 1999]. В данной рефлексии сложно не разглядеть политической сатиры. Журналист как бы подчёркивает, что смыслы, которые будет пытаться искать власть для создания некоей политической идентичности в Ельце уже практически обналичены. В моменты политических кризисов у определённой части аудитории всегда есть искушение искать ответы на интересующие их вопросы вне рациональной плоскости. Интегрируясь с религиозным пейзажем власть как бы удваивается, вовлекая в себя сомневающуюся часть аудитории за счёт апелляции к сакральным смыслам. Власть выступает своеобразным интерпретатором политической ситуации, но с неизменными акцентами на волю провидения. Именно этим, на наш взгляд, следует объяснять присутствие в политической агитации рецептов постной кухни, религиозных календарей и т.д.

Религиозный этнопейзаж отличает город вне зависимости от времени суток и времени года, заставляет работать память аудитории, вызывая из прошлого сокровенные картины, провоцируя грёзу. Именно поэтому в нобелевском тексте «Жизни Арсеньева» И. Бунин напишет: «иногда по целым неделям несло непроглядными, азиатскими метелями, в которых чуть маячили городские колокольни» [Бунин 1989: 116]. (См., напр.: Рис. 6 [Города большие и малые ...] – классический этнопейзаж Ельца: разрушенные и восстанавливаемые церкви соседствуют друг с другом.)



Рис. 6

Политизация религиозного пейзажа традиционно капитализируется в период избирательных кампаний. Сюжеты с церквями и монастырями сложно узурпировать конкретным политическим силам, что и определяет их популярность в политической агитации. Религиозный пейзаж выступает довольно популярным сюжетом в агитации «красных» директоров, чьи предприятия активно задействуются в помощи епархиям строительными материалами и техникой. Именно поэтому, зачастую, в политической агитации некоторых кандидатов можно увидеть некие визуализации - напоминания о личном вкладе в благое дело – расчищенном источнике, оборудованной купальне, отреставрированном храме.

Символические объекты.

Периодически в политической агитации кандидатов используются указания на символические объекты. Кандидат подчёркивает свою связь с меметическими зонами – местами сосредоточения коллективной памяти. Символическими объектами на фоне которых позиционируется кандидат выступают памятники, стелы, монументы, бюсты и скульптуры выдающихся людей. На наш взгляд, можно отметить и тенденцию к значительному увеличению площадей, отводящихся под меметические зоны, которые используются властью всякий раз по-разному, но с неизбежной ритуальной торжественностью.

Меметические зоны - места осуществления ритуалов памяти. Равно, как и в случае с религиозными объектами, они могут использоваться практически всеми кандидатами. Чаще других, данные места используются кандидатами от «Единой России», идеологический дискурс которой абсорбирует в себя (с различной степенью успешности) достижения советского периода. Даже беглый просмотр собственного архива позволяет автору установить, что позиционирование на фоне символических объектов является очень распространённым трендом избирательных кампаний в Липецкой области (Рис. 7 - агитация кандидата в депутаты Елецкого городского Совета от КПРФ). Данный тренд регулярно повторяется в новых электоральных циклах.



Рис. 7.

Причина популярности данных мест у правящей партии ещё связывается и с тем обстоятельством, что, как правило, эти меметические зоны практически полностью контролируются муниципальной властью как сакральные объекты. Именно там проводятся митинги, патриотические мероприятия, парады и смотры, символические награждения. Данные места никогда не выделяются муниципальными администрациями оппозиционным силам, запрашивающим разрешение на проведение протестных мероприятий, и предлагающих своё пакет необходимых для этого мест.

Военные объекты.

В качестве фона политической агитации в ряде случаев могут фигурировать и военные объекты, несмотря на отсутствие каких-то распространённых милитаристических образов, связанных с Липецкой областью. В регионе нет военных городков, и военная элита никогда не претендовала на активное присутствие в политическом дискурсе. Липецкая область избежала и тотального пришествия во власть силовиков, что происходило в ряде субъектов РФ в период раннего В. Путина.

В то же время в Липецке находится учебный лётный центр, дислоцируется авиагруппа «Стрижи», Липецкие лётчики являются активными участниками многочисленных авиашоу, проходящих в Москве и других субъектах РФ. Городская топонимика включает в себя значительное количество названий, так или иначе, связанных с авиацией и космосом, выдающимися советскими лётчиками и космонавтами. И представители военной элиты Липецка в период избирательных кампаний, как правило, присутствуют в верхней части списков кандидатов от «Единой России». Их «профессиональный» и «героический» символический капитал участвует в формировании общего партийного репутационного капитала. В частности, депутатами Липецкого областного Совета являются Герои России А. Харчевский и В. Богодухов.

Среди муниципальных депутатов некоторых районов Липецкой области, конечно, тоже есть и бывшие представители силовых структур, но образы военных объектов в агитации они не использовали. Военное прошлое не скрывалось данными кандидатами, но и не навязывалось аудитории как преимущество. Однако, обращение к

милитаристическому дискурсу могло отличать тактику избирательных кампаний некоторых кандидатов и до появления «Единой России» в политическом спектре. Можно вспомнить, в частности, одну из первых кампаний по выборам Главы Ельца, и участвующего в ней военного лётчика, Героя СССР Ю. Чурилова.

В связи с тем, что конкуренции на региональных выборах становилось всё меньше, репертуар политтехнологических решений сужался, что сказывается и на политической агитации. Она постепенно переставала быть влиятельным фактором успешной политической легитимации кандидата. На нее закладывалось всё меньше средств в бюджетах избирательных кампаний. Политическая власть в России, кажется, нашла оптимальные способы собственного позиционирования, и грядущая смена электоральных циклов уже не выступает для неё каким-то серьёзным основанием для тревог и переживаний. Региональная и локальная идентичности постепенно перестают быть объектами апелляций кандидатов ввиду своей абстрактности и появления более инструментальных практик удержания избирателя вокруг конкретного политического проекта. Хотя тенденция эта может и измениться.

Библиографический список:

- Барт Р. 1989. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс. Универ.
- Боровски А. 2011. Религия, интеллигенция и власть (религиозные институты в пейзаже польских городов). // Интеллигенция в этноконфессиональном мире: пути выбора. М.: РГГУ.
- Бунин И. 1989. Жизнь Арсеньева. Повести и рассказы. М.: Правда, 1989.
- Врио губернатора Липецкой области О. Королев: "Повышение качества жизни – гарантия социального мира в обществе". 2014 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.interfax-russia.ru/Center/exclusives.asp?id=515085> (дата обращения: 28.03.2015).
- Города большие и малые. Городские фотографии. Блог Александра Карпова [Электронный ресурс]. URL: <http://voprak.livejournal.com/profile>
- Домников И. 1999. Российский бег по граблям. Новая газета. № 18 [Электронный ресурс]. URL: <http://domnikov.novayagazeta.ru/1999-18.shtml> (дата обращения 27.03.2015)
- Завалипина М., Шпакова Д. 2014. Майская экспедиция по Липецкой земле. Итоги недели. №20 (298). С. 13 – 17.
- Комсомол проведёт фотопикет. [Электронный ресурс]. URL: <http://vk.com/lksm48> (дата обращения: 26.03.2015).
- Билборд в поддержку кандидата на пост главы Липецка А.Соколова. Meo Voto (observer-1) [Электронный ресурс]. URL: <http://observer-1.livejournal.com/>
- «Мой муж работает на «НМЛК», билборд. Meo Voto (observer-1) [Электронный ресурс]. URL: <http://observer-1.livejournal.com/>
- Рейтинг влиятельности Липецкой области. 2015. Агентство бизнес-информации Abigeg.ru. 9 февраля. [Электронный ресурс]. URL: http://www.abireg.ru/print/n_44191.html (дата обращения: 26.03.2015).
- Скиперских А.В. 2007. Механизм политического текста в легитимации власти. // Власть. № 10. С. 55- 59.
- Скиперских А.В. 2013а. Политические перформансы арт-группы «23:59» в дискурсе литературных текстов. // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: История. Политология. Социология. № 2. С. 172 – 176.
- Скиперских А.В. 2013б. Политический протест в российской провинции: структура, динамика, перформансы (на примере Липецкой области). Липецк, Гравис.