

УДК 32.019

Шишканова Анастасия Юрьевна, студентка магистратуры направления подготовки «Регионоведение России» ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева (Россия, г. Саранск)

ИМИДЖ-КАРТА ГЛАВЫ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ В. Д. ВОЛКОВА

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению понятий «имидж» и «политический имидж». По схеме, предложенной российским политологом и имиджмейкером А. А. Максимовым, была составлена имидж-карта Главы Республики Мордовия В. Д. Волкова. В ней особое внимание уделялось следующим позициям: самоимидж, личностные качества, контекст политической ситуации, компоненты имиджа, продвижение имиджа, тип лидера, заповедь. Также для исследования позиционирования имиджа Главы Республики Мордовия в СМИ был использован метод контент-анализа, позволяющий объективно зафиксировать публикации в периодических изданиях и количественно их измерить.

Ключевые слова: имидж, политический имидж, политический лидер, формирование имиджа, Глава региона, Республика Мордовия.

Shishkanova Anastasia Yuryevna, magistracy student in the field of training «Regional Studies of Russia» «National Research Mordovian State University. N. P. Ogarev» (Russia, Saransk)

IMAGE CARD OF THE CHIEF OF THE REPUBLIC OF MORDOVIA V.D. VOLKOV

Abstract. The article is devoted to the concept of «image» and «political image». According to the scheme proposed by the Russian political scientist and image-maker A. A. Maksimov, an image card of the Head of the Republic of Mordovia V. D. Volkov was drawn up. It focused on the following positions: self-image, personal qualities, the context of the political situation, the components of the image, the promotion of the image, the type of leader, the commandment. Also, to

study the positioning of the image of the Head of the Republic of Mordovia in the media, the content-analysis method was used, which allows objectively fixing publications in periodicals and quantifying them.

Key words: image, political image, political leader, image formation, Head of the region, Republic of Mordovia.

Сейчас понятие «имидж» используется в различных областях – политологии, психологии, философии, социологии, экономике, юриспруденции и др. Изначально являясь характеристикой человека, имидж постепенно стал проецироваться на предметы в рамках маркетинговых исследований (имидж фирмы, имидж продуктов питания и т. п.), а затем и в политическом менеджменте, политической социологии, политической психологии (имидж государства, имидж региона, имидж города и т. п.).

В переводе с английского языка понятие «имидж» означает «образ». Латинское значение указанного термина «imitari» – «имитировать» [1, с. 589; 7, с. 575; 8, с. 244]. Толковые словари русского языка определяют имидж также по-разному. Общей тенденцией является представление имиджа как вида, облика, некоего подобия чего-либо, характера, типа, образа.

Согласно словарю В. Даля слово «образ» имеет четыре значения [4, с. 580]: 1) вещь, которая является подлинником или точный ее снимок; 2) подражание вещи, примерная вещь, как некий эталон; 3) внешность, вид, фигура; 4) подобие предмета, его очертание или изображение.

В политической сфере выделяются имидж политического лидера, имидж политической партии, имидж государства, имидж региона, имидж главы государства, имидж председателя правительства, имидж депутата. Аналогии можно проводить и дальше. Сущность имиджа в политике – в создании позитивного образа субъекта имиджевых технологий.

Актуальность исследования имиджа глав регионов обуславливается целым рядом причин.

Во-первых, текущий период развития характеризуется небывалым ростом значения массовой коммуникации в публичной политике. Современные технологии не только ускоряют процессы распространения информации в социуме, но и изменяют ее качественные параметры. Становится важной визуализация, которая делает возможным процесс выделения объекта из потоков информации, что не может не задействовать такие категории как имидж, образ, репутация. Как подчеркивает М. Кастельс, «Новая власть заключается в информационных кодах, в представительских имиджах, на основе которых общество организует свои институты, а люди строят свои жизни и принимают решения относительно своих поступков. Центрами такой власти становятся умы людей» [11, с. 5]. В свою очередь представители как федеральных, так и региональных органов государственной власти и управления не могут игнорировать имиджевые механизмы влияния на массовое сознание.

Во-вторых, стоит отметить появление новых форм коммуникации в нашем государстве. Исследователи подчеркивают, что современная политическая практика реализуется преимущественно средствами коммуникации, факт которой отражает способность или неспособность акторов поддерживать устойчивое общение, обеспечив целевым проектам ту или иную форму поддержки. Деятельность губернаторов оценивается в ежегодных рейтингах эффективности. Они ранжируются в соответствии со многими показателями социально-экономической сферы. Но большой блок оценок основывается на личных достижениях политиков, их способности формировать эффективную команду, держать под контролем проблемы регионов, выстраивать диалог с населением. Имидж, благодаря своей номинативной функции, позволяет выделить и дифференцировать личность политика, управленца, в среде других, продемонстрировать отличительные качества, подчеркнуть достоинства и скрыть недостатки.

В-третьих, значимость конструирования положительного имиджа обусловлена и изменениями в избирательном законодательстве РФ. Так, в 2012

году была восстановлена процедура прямых выборов глав регионов. Согласно Федеральному закону № 40 от 2 мая 2012 года, глава субъекта федерации избирается гражданами, проживающими на территории данного субъекта. При этом выдвижение происходит от политических партий, а регион может предусмотреть право на самовыдвижение. Новшеством стал «муниципальный фильтр», согласно которому «выдвижение кандидата должны поддержать от 5 до 10 % депутатов представительных органов муниципальных образований и (или) избранных на муниципальных выборах глав муниципальных образований субъекта Российской Федерации» [18]. Выборность должности губернатора диктует необходимость построения конструктивного диалога с населением региона, чему также способствует позитивный имидж как основа положительной репутации.

Вышеперечисленные факторы способствовали росту понимания в региональной властной и управленческой среде значимости профессионального формирования имиджа.

Имиджевая политика Республики Мордовия (РМ) не является отдельным направлением работы государственных структур и подразделений по связям с общественностью. Вместе с тем действия, направленные на создание положительного образа республики, все-таки есть. Среди основных положительных действий можно назвать публичные выступления Главы Республики Мордовия, Председателя Правительства РМ. Большую роль в этом процессе играет открытость муниципального руководства города Саранска.

Мордовия входит в лидирующую группу регионов, чьи руководители пользуются наивысшим доверием людей и где сохраняется на протяжении многих лет высокая консолидация общества.

В этом контексте следует рассмотреть имидж действующего Главы республики В. Д. Волкова, проанализировать, какова специфика его имиджа.

Имидж главы региона в данной статье будет рассмотрен по схеме, предложенной А. А. Максимовым, включающей в себя следующие позиции:

самоимидж, личностные качества, контекст политической ситуации, компоненты имиджа, продвижение имиджа, тип лидера, заповедь [6, с. 56].

Имидж-карта Главы Республики Мордовия В. Д. Волкова.

1. Самоимидж. Личностные качества.

Владимир Дмитриевич Волков родился 7 сентября 1954 года в селе Новое Аракчеево Краснослободского района (Республика Мордовия). Имеет 2 высших образования по специальностям «инженер электронной техники» и «инженер-строитель».

Первый секретарь Саранского горкома ВЛКСМ (1983–1986 гг.). Один из инициаторов создания комсомольско-молодежных отрядов. Первый секретарь Пролетарского райкома КПСС г. Саранска (1988–1990 гг.). Председатель постоянной Комиссии Верховного Совета Республики Мордовия по вопросам капитального строительства, промышленности и строительных материалов (1990–1995 гг.). Заместитель Председателя Государственного Собрания Республики Мордовия (1995 г.). Председатель Правительства Республики Мордовия (сентябрь 1995 г.). Глава Республики Мордовия (с 14 мая 2012 г.).

Награжден орденом «Знак Почета».

Женат, двое детей. Увлекается садоводством и огородничеством [3].

2. Контекст политической ситуации.

На пост Главы Республики Мордовия вместо Н. И. Меркушкина (занимал пост руководителя региона 17 лет) Президент РФ В. В. Путин назначил В. Д. Волкова, обеспечив тем самым преемственность власти.

Как отметил Полномочный Представитель Президента в ПФО М. В. Бабич, «Владимир Дмитриевич Волков – родной человек для Мордовии, здесь он родился и вырос, здесь все эти годы жил и работал, строил и созидал». При выборе кандидатуры на пост Главы Президент РФ, по словам М. В. Бабича, исходил прежде всего из оценки успехов и свершений, достигнутых республикой под руководством Н. И. Меркушкина, к которым непосредственно причастен «работавший с ним все эти годы плечом к плечу В. Д. Волков» [2].

Председатель Государственного Собрания РМ В. В. Чибиркин на инаугурации нового руководителя региона назвал Владимира Волкова опытным политиком, талантливым руководителем, который пользуется заслуженным уважением и авторитетом как в республике, так и в федеральных органах власти, хорошо знакомым с ее насущными проблемами и перспективами развития. Также он отметил, что, опираясь на созданный потенциал, а также благодаря своему высокому авторитету, компетентности и современному видению проблем, В. Д. Волков, безусловно, сумеет не только сохранить достигнутое, но и придать новый импульс развитию республики, обеспечить высокий уровень жизни наших людей [2].

3. Компоненты имиджа: поведение спокойное, одевается сдержано, классически, в своих выступлениях часто пользуется подготовленным текстом.

4. Продвижение имиджа.

Продвижение и информационное сопровождение имиджа институционально осуществляется через Пресс-службу, которая согласно положению выполняет следующие функции [9]:

- обеспечение связи Главы Республики Мордовия со средствами массовой информации;
- организация информационного обеспечения официальных визитов, рабочих поездок, встреч Главы Республики Мордовия, а также других мероприятий с участием Главы Республики Мордовия;
- предоставление средствам массовой информации сведений о деятельности Главы Республики Мордовия, об издаваемых им актах, о заявлениях, выступлениях, встречах и других мероприятиях с его участием;
- оперативное информирование Главы Республики Мордовия о позиции средств массовой информации по поводу выступлений и решений Главы Республики Мордовия, об откликах на них в прессе, на телевидении и радио, о состоянии общественного мнения.

Основной ключевой позицией в СМИ, характеризующей В. Д. Волкова, стала «успешный хозяйственник, развивающий потенциал республики», а

главными информационными темами 2015–2016 гг. выступили: «развитие инновационного потенциала (по итогам 2015 года республика заняла 17 место)», «сельское хозяйство как передовое направление развития местной экономики», «дорожное строительство» (с момента вступления в должность построено и реконструировано 865 километров дорог, отремонтировано еще 548 километров), «социальные достижения» (увеличение числа детских садов, реконструкция и открытие новых школ, повышение качества здравоохранения, поддержка многодетных родителей и др.)

В. Д. Волков довольно тесно взаимодействует с населением, ведя личные приемы граждан, в том числе и через свою виртуальную приемную (<http://www.e-mordovia.ru/reception/view/2>), в которую можно обратиться с заявлением, жалобой или предложением. Также у Главы есть свой раздел на официальном сайте Республики Мордовия, где представлена вся информация о его работе, и Twitter-аккаунт (<https://twitter.com/VolkovMordovia>), в который он активно выкладывает новости и проводит общение с населением.

Формирование имиджа В. Д. Волкова во многом зависит от личностных проявлений в его публичной деятельности. Официальные выступления, интервью, встречи фиксируются средствами массовой информации. Получая ту или иную информацию посредством пользования ресурсами СМИ, общественность формирует свое мнение о конкретном политике.

Для исследования позиционирования имиджа главы Республики Мордовия в СМИ был использован метод контент-анализа, позволяющий объективно зафиксировать публикации в периодических изданиях и количественно их измерить. Источниками для анализа послужили региональные («Известия Мордовии», «Столица С») и федеральные СМИ («Российская газета», «РИА Новости»). Временные рамки: май 2012 г. (вступление Владимира Дмитриевича в должность Главы Республики Мордовия) по май 2016 г.

Единицей анализа стали публикации о В. Д. Волкове, а оценочными категориями – положительные, нейтральные и отрицательные упоминания.

В газете «Известия Мордовии» [5] различные упоминания о Главе РМ в указанный период содержались в 2106 статьях, из них в 1403 имели нейтральный контекст: провел встречу, выразил благодарность, выступил с посланием и т. п. 703 публикации имели положительный контекст. Например, благодарность, выраженная Российским студенческим спортивным союзом за значительный вклад в развитие студенческого спорта в Республике Мордовия. Статьи, где Глава РМ упоминался с отрицательной стороны, отсутствовали.

В газете «Столица С» [17] упоминания о Владимире Волкове содержались в 382 статьях, из них 298 имели нейтральный контекст: провел встречи с другими высокопоставленными политиками, совершил деловые поездки и выступления на различных форумах (выступление в рамках деловой программы XIX Петербургского международного экономического форума на секции «Нанотехнологии – оправдались ли ожидания?», организованной компанией «РОСНАНО»), выступил с поздравлением населения с праздниками и т. п. 84 публикации имели положительный контекст. Например, Глава Республики упоминался как политик, сумевший поднять Республику на 5–6 место в рейтинге регионов России в зарубежных СМИ, составленном аналитическим агентством «Смыслография». Статьи, где он упоминался с отрицательной стороны, отсутствовали.

Проведенный анализ публикационной активности региональных СМИ в указанный период зафиксировал отсутствие отрицательных комментариев, при том, что республика занимала далеко не самые высокие позиции по многим показателям регионального развития [12–14].

В «Российской газете» [16] за изученный период о Главе РМ было опубликовано 122 статьи. Непосредственно положительные упоминания о В. Д. Волкове отсутствовали, были лишь только положительные упоминания о регионе (пример, в плане улучшения инвестиционного климата). Среди нейтральных упоминаний выделялись встречи Главы с другими политиками (например, послом Белоруссии), публикации указов и планов (создание в

Саранске центра оптоволоконной промышленности). Отрицательные упоминания отсутствовали.

В информационном агентстве «РИА Новости» [15] по запросу «Глава Республики Мордовия Волков В. Д.» было отфильтровано 136 статей. Непосредственно положительные упоминания о Главе отсутствовали, встречались упоминания о регионе. Например, активно обсуждался приезд и прописка Жерара Депардье в Саранске, а также подготовка к Чемпионату Мира по футболу в 2018 году. Стереотипным являлось огромное количество статей, повествовавших о том, что в Мордовии отбывала срок своего заключения участница скандальной панк-группы Pussy Riot Надежда Толоконникова.

Анализ публикаций в федеральных СМИ показывает отсутствие статей, в которых содержались положительные упоминания о Главе Республики Мордовия. Это свидетельствовало в данный период об отсутствии явно выраженного интереса к Республике Мордовия и к ее руководству, что было связано в том числе нехваткой ярких информационных поводов.

5). Тип лидера – «хозяйственник». Большинство экспертов отмечают схожесть манер позиционирования Владимира Волкова и Николая Меркушкина как «открытого политика». Владимир Дмитриевич постоянно совершает поездки по городу и республике, присутствуя как на масштабных республиканских мероприятиях, так и на событиях районного значения. Например, участие в митинге – концерте, посвященном второй годовщине воссоединения Крыма и города Севастополь с Российской Федерацией, посещение строительства стадиона на 45 тысяч мест к Чемпионату Мира по футболу 2018 года, для оценки подготовки объекта на данный момент, встречи с представителями разных профессий, поздравление работников и ветеранов «Лисмы» с 60-летием со дня выпуска первой лампы накаливания, встреча В. Д. Волкова с руководством футбольного клуба «Мордовия», на которой для назначения на должность главного тренера клуба был представлен Дмитрий Черышев, чествование победителей международных предметных олимпиад и их учителей, посещение животноводческих комплексов Старошайговского и

Краснослободского районов, открытие участкового пункта в поселке Тургенево Ардатовского района и т. д. [5; 17].

Жители республики воспринимают Владимира Дмитриевича через призму категории «свой», т. к. он является земляком и уже очень долгое время находится в политике.

б). Заповедь – «Мы не привыкли раздавать пустые обещания!». «С такими людьми нас ждет успех» [2].

В своих выступлениях В. Д. Волков акцентирует как свои положительные стороны как управленца, например, умение ставить задачи и решать их, а не просто «раздавать обещания», так и подчеркивает значимость населения республики.

Таким образом, В. Д. Волков продолжает развивать имидж «успешного хозяйственника, развивающего потенциал республики».

Положительные стороны имиджа Владимира Дмитриевича – близость к народу, простота общения. Отрицательные с публичной точки зрения – целенаправленно неконструируемая медийность персоны.

Для того чтобы улучшить свой имидж Главе Республики Мордовия, его команде необходимо:

- разработать яркую идейную имиджевую концепцию;
- привлекать специалистов в области PR-технологий, имиджмейкинга, политического менеджмента, спичрайтинга, ньюс-мейкерства и т. д. для создания индивидуального образа;
- системно охватывать все канал коммуникации;
- создавать больше ярких продуманных информационных поводов, что привлечет внимание федеральных СМИ как к его деятельности, так и к самой республике;
- активизировать усилия публичной дипломатии, что позволит доводить необходимую информацию до широкой общественности;
- подключать известных деятелей культуры, науки, образования к республиканским имиджевым проектам.

Резюмируя вышесказанное, необходимо отметить важность профессионального управления политическим имиджем. Имидж в современной России уже стал элементом эффективной политической коммуникации. Сложилось понимание того, что формирование имиджа политического лидера необходимо осуществлять постоянно, а не только в период избирательной кампании. Устойчивый позитивный имидж позволяет политику более продуктивно реализовывать свою деятельность, получая постоянную поддержку как со стороны населения, так и федерального центра.

Таким образом, имидж губернатора является обязательным компонентом работы управленца и его команды. Он должен быть проработанным, иметь несколько положительных линий позиционирования, систематичным в своем продвижении. Эффективность имиджа, безусловно, способствует популярности губернатора среди населения, а также со стороны федерального центра, что, в свою очередь, продлевает его политическую карьеру.

Библиографический список

1. Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб, 2014. 1536 с.
2. Владимир Волков 2 года возглавляет Мордовию // Региональное отделение партии «Единая Россия» [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://mordov.er.ru/news/2014/5/14/vladimir-volkov-2-goda-vozglavlyayet-mordoviyu> (дата обращения: 16.01.2018).
3. Глава Республики Мордовия Владимир Дмитриевич Волков // Официальный сайт органов государственной власти Республики Мордовия [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://www.e-mordovia.ru/content/view/4> (дата обращения: 16.01.20168).
4. *Даль В.* Толковый словарь живого великорусского языка. М., 2011. 2732 с.
5. Известия Мордовии [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://izvmor.ru/> (дата обращения: 17.01.2018).
6. *Максимов А. А.* Имидж политика. М., 1999. 273 с.

7. Ожегов С. И. Толковый словарь. М., 2012. 1376 с.

8. Подосинов А. Латинско-русский и русско-латинский словарь. М., 2007. 744 с.

9. Положение о пресс-службе Главы Республики Мордовия // Волга News [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://volganews.info/oblast10/terrafr/ip-kwgnwr3.htm> (дата обращения: 17.01.2018).

10. Пора запретить губернаторам траты на пиар: мнения парламентариев // REGIONS.RU [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://regions.ru/news/2551140> (дата обращения: 23.01.2018).

11. Пушкарева Г. В. Политический менеджмент. М., 2002. 398 с.

12. Рейтинг регионов по благосостоянию семей, итоги 2014 года // РИА Рейтинг [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://riarating.ru/infografika/20150525/610656207.html> (дата обращения: 16.01.2018).

13. Рейтинг Российских регионов по качеству жизни – 2015 // РИА Рейтинг [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://riarating.ru/infografika/20160225/630010958.html> (дата обращения: 16.01.2018).

14. Рейтинг социально-экономического положения регионов – 2015 // РИА Рейтинг [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://riarating.ru/infografika/20150616/610658857.html> (дата обращения: 16.01.2018).

15. РИА Новости [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://ria.ru/> (дата обращения: 17.01.2018).

16. Российская газета [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://rg.ru/> (дата обращения: 17.01.2018).

17. Столица С [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <http://stolica-s.su/> (дата обращения: 16.01.2018).

18. Федеральный закон от 2 мая 2012 г. № 40-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации законодательных

(представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» // Российская газета [Электрон. ресурс]. Режим доступа: <https://rg.ru/2012/05/04/gubernatori-dok.html> (дата обращения: 16.01.2018).