

---

## РАБОТЫ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

---

**С.В. Александрова, А.Е. Лямина, А.И. Мантрова**

*Забайкальский государственный университет*

*manifest17@mail.ru*

### **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ ИМИДЖА ГУБЕРНАТОРА ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ**

#### **Аннотация**

В статье рассматриваются стратегии формирования положительного имиджа политика в предвыборной кампании как один из ключевых моментов государственного PR. Целью работы является рассмотрение современных технологий создания имиджа представителя исполнительной власти (губернатора) в специфических условиях развития региона.

**Ключевые слова:** имидж, регион, государственный PR, выборы, губернатор, политические технологии.

Значение Public Relations для государственных структур в последние годы только возрастает. С помощью тщательно продуманных акций и хорошо подготовленных специалистов возможно успешное позиционирование, а также продвижение субъектов государственного управления среди населения.

Забайкальский край был образован в 2008 г. путем слияния двух больших федеральных субъектов – Читинской области и Агинского бурятского автономного округа. Губернатором края стал глава администрации Читинской области – Равиль Гениатулин. До принятия закона о прямых выборах глав федеральных субъектов в 2012 г. он успел побывать «у руля» 17 лет. Срок полномочий Равиля Гениатулина закончился 1 марта 2013 г., и до последнего момента оставалось интригой, кого же Президент РФ назначит временно исполняющим обязанности?

1 марта 2013 г. ВРИО губернатора Забайкальского края стал практически никому не известный ранее Константин Ильковский, депутат Государственной Думы, долгое время проработавший на территории Республики Саха (Якутия). Таким образом, актуальным является рас-

смотрение современных технологий создания имиджа руководителя исполнительной власти (губернатора края) в специфических условиях развития региона. Необходимо ответить на вопрос, – что нужно сделать Константину Ильковскому, чтобы 8 сентября на губернаторских выборах получить поддержку народа.

Забайкальский край – огромная, богатая различными ресурсами территория. Однако её социальный, экономический и инвестиционный рейтинги невысоки. Это обуславливается несколькими факторами: суровые природно-климатические условия; в рельефе преобладает изрезанность – множество хребтов и сопок переходят в озера, густую тайгу либо степь. Климат – резко континентальный, кроме того, в регионе высокая сейсмичность. Плохая транспортная инфраструктура затрудняет освоение наиболее богатого юго-востока региона. Отчасти развито сельское хозяйство, но большая часть населения работает в дочерних компаниях или отделениях крупных организаций (РЖД, Ростелеком) либо занимается частным бизнесом.

Несмотря на все недостатки, Забайкальский край обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом. На территории находятся два заповедника федерального значения, более 200 целебных источников, а также различные памятники архитектуры, археологии и геологии. Уже с 2008 г. активно ведутся работы по прокладке дороги на юго-восток и постройки двух горнообогатительных комбинатов, на которых разведаны залежи молибдена, меди, золота.

В 2012 г. бывший губернатор Равиль Гениатулин занял одну из последних позиций в рейтинге информационной открытости глав федеральных субъектов России<sup>135</sup>. Рейтинг был составлен по результатам опросов региональных СМИ. Сотрудники независимых изданий признали, что губернатор не нуждается в информационной открытости, так как «фактически все СМИ региона, так или иначе, подконтрольны администрации»<sup>136</sup>.

Стоит подчеркнуть, что имидж не постоянен, он зависит от конкретных обстоятельств, связан с состоянием общества, его традиция-

---

<sup>135</sup> Рейтинг информационной открытости глав субъектов РФ - I квартал 2012 // Институт независимых политических исследований. URL: <http://inpi.su/content/rejting-informacionnoy-otkrytosti-glav-subektov-rf-i-kvartal-2012-infografika> (дата обращения: 10.05.2013).

<sup>136</sup> СМИ Забайкалья: Гениатулину «нет необходимости быть «информационно открытым» // Чита.ру. URL: <http://www.chita.ru/info/clients/view/?r=1&sd=18.04.2012&ed=25.04.2012&d=1&s=30&id=47399> (дата обращения: 12.04.2013).

ми, представлениями. Однако имидж динамичен, потому что цели и задачи его меняются. Четко поставленные цели требуют тех характеристик, которые необходимы для их достижения. Следовательно, имидж политика со временем становится другим. Цели и задачи устанавливаются согласно интересам целевой аудитории, имидж должен соответствовать массовым ожиданиям.

Современная имиджевая стратегия кандидата, баллотирующегося на государственный пост, по мнению И.А. Василенко, включает несколько основных направлений:

1. Разработка яркой идейной концепции и популярного слогана, созвучного настроениям большинства граждан страны и отвечающего историческим и социокультурным традициям.

2. Системный охват всех каналов массовых коммуникаций – телевидения, радио, печати, интернет-ресурсов, призванных активизировать в своей работе тему продвижения позитивного имиджа государства с помощью специальных программ, разделов, интернет-порталов и т.п.

3. Оживление политических мифов, поддерживающих интерес нации к ее историческим героям и ключевым событиям политической истории, которые должны стать частью современной политической мифологии, окружающей имидж государства.

4. Имиджевые атаки с помощью личного обаяния, когда ведущие политические лидеры находятся в центре информационной кампании и с помощью харизматичных черт стараются улучшить имидж своей страны.

5. Подключение известных деятелей науки и культуры к имиджевым проектам, проведение творческих конкурсов и объявление грантов.

6. Разработка и проведение информационных имиджевых кампаний в связи с национальными праздниками, юбилеями<sup>137</sup>.

Таким образом, для создания положительного имиджа Константин Ильковский должен выбрать такую концепцию, которая отражала бы интересы населения Забайкальского края (создание рабочих мест, улучшение качества жизни, создание новых ярких разработок для раз-

---

<sup>137</sup> Василенко И.А. Формирование имиджевой стратегии России в парадигме «гибкой власти» // Мир и политика. М., 2012. URL: <http://mir-politika.ru/564-imidj-rossii.html> (дата обращения: 7.06.2013).

вития региона). На основе концепции разработать слоган, который будет на слуху у населения и будет вызывать положительные ассоциации с потенциальным кандидатом на должность губернатора, напомним, самого молодого субъекта РФ.

Взаимодействие со СМИ – важная составляющая часть в создании имиджа. Константин Ильковский должен быть «открыт» для работы с журналистами телевидения, печатных и интернет-изданий, а также радио. Это может быть создание тематических программ, блога в Сети, рубрики в газете, а также прямой эфир с жителями края. Нужно поднимать те вопросы и проблемы, которые волнуют население, и давать точные последовательные ответы.

История Забайкальского края богата легендами, имеет своих героев, много ключевых событий. Лидер должен эту историю знать и проявлять к ней уважение. В предвыборной программе Константина Ильковского важно сделать на это акцент. Возможными вариантами могут быть тематические выставки, конкурсы, облагораживание культурных достопримечательностей края. Так как он не коренной забайкалец, «варяг», местным жителям будет приятно, что он знает историю того народа, чьи интересы будет представлять и защищать на уровне государства.

Внешний вид, красивая речь, общение с населением, корректное поведение и личностные качества (харизма, мудрость, сила воли) добавят голосов на выборах.

Поддержка со стороны известных деятелей науки и культуры, а также авторитетных для населения людей придаст жителям уверенность в своем выборе. Для этого могут быть организованы концерты, конференции, творческие конкурсы в ряде предвыборных мероприятий.

При создании положительного имиджа Константин Ильковский должен обратить внимание на свое отличие от конкурентов (положительные характеристики); идентификацию с народом («свой парень»); приближение к стереотипу «идеального лидера»; ораторское искусство (вербальная и невербальная коммуникация); интерес к его персоне со стороны СМИ.

Поддержание имиджа должно быть постоянным, а не ситуативным. Это позволит реализовать деятельность и заручиться поддержкой населения.

Конечно, у Константина Ильковского есть два решающих фактора, предопределяющих его победу. Это административный ресурс и негласная поддержка действующего Президента РФ. Но всё же будущему губернатору стоит прислушаться к рекомендациям по формированию новых коммуникаций с общественностью, и в частности со СМИ.

**Aleksandrova Svetlana V., Lyamina Anastasia E.,  
Mantrova Aleksandra I.  
Current Technologies of Image-Making for the Governor  
of Zabaykalsky Krai**

**Abstract**

The article considers one of the key points of governmental PR for a politician in the pre-election campaign. The aim of the work is to discuss modern technologies to make image for a governmental executive (Governor) in the specific context of the region.

**Key words:** image, region, governmental PR, elections, governor, political technologies.

***К.В. Вольнец***

*Алтайский государственный университет  
ksyu.volynets@gmail.com*

**ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕСС-СЛУЖБЫ  
В ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТРУКТУРАХ  
НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ  
(НА ПРИМЕРЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ МИГРАЦИОННОЙ  
СЛУЖБЫ ПО РЕСПУБЛИКЕ АЛТАЙ)**

**Аннотация**

В данной статье рассмотрены цели, задачи и функции пресс-службы государственных органов власти. В частности, была проанализирована деятельность пресс-службы Федеральной миграционной службы и ее территориального подразделения – Отдела Федеральной миграционной службы по Республике Алтай (ОФМС). Особое внимание уделено правилам оптимизации официальных сайтов ведомств. В