



## Особенности формирования и продвижения имиджа главы региона: на примере Республики Мордовия (1995–2021)

Ирина Геннадьевна Напалкова  
Роман Владимирович Маньчев

*Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва,  
Саранск, Россия*

**Введение.** Конструктивный имидж территории в современном мире определяет ее конкурентоспособность и возможность различных преференций в виде дотаций федерального центра, инвестиций со стороны бизнеса, увеличивающегося туристического потока и т. п. Формирование имиджа – сложный процесс интерференции эволюционно-исторического развития и существующего бэкграунда. Визуальный облик региона и его трансформация связаны с образом главы/губернатора, выступающего одновременно субъектом и объектом имиджмейкинга.

**Материалы и методы.** В основу методологии были положены историко-эволюционный, аксиологический и герменевтический подходы, компаративный, системный и структурно-функциональный анализ. В качестве прикладного метода выступил интернет-мониторинг публикаций региональных СМИ.

**Результаты исследования и их обсуждение.** В статье рассматривается проблема эволюционирования и преемственности в формировании и продвижении имиджа главы региона на современном этапе развития государства и общества. Показана роль персонализированной составляющей в региональном имидже. В качестве кейса для анализа выбрана Республика Мордовия, которая находится в состоянии трансформации властных элит.

Проанализированы имиджевые типажии глав региона с 1995 по 2020 г., составлена имидж-карта врио Главы Республики Мордовия А. А. Здунова, в рамках которой исследованы основные линии имиджевого персоно-позиционирования, а также актуализированные им векторы продвижения территории.

**Заключение.** Авторы приходят к выводу, что в Республике Мордовия промутируется имиджевый типаж «лидер-пожарный», востребованный сложным социально-экономическим положением региона. Расширение образа осуществляется посредством дополнительного типа «хозяйственник» за счет принадлежности к партии власти и личностных характеристик. Идет активная отстройка от имиджа предыдущих руководителей региона: усиливается работа по формированию общественного мнения, демонстрируются информационная активность и оперативное реагирование на современные вызовы развития.

**Ключевые слова:** имидж, имиджология, политические технологии, регион, лидер, позиционирование, продвижение, Республика Мордовия, Глава Республики Мордовия, Н. И. Меркушкин, В. Д. Волков, А. А. Здунов

**Для цитирования:** Напалкова И. Г., Маньчев Р. В. Особенности формирования и продвижения имиджа главы региона: на примере Республики Мордовия (1995–2021) // Финно-угорский мир. 2022. Т. 14, № 3. С. 315–331. DOI: 10.15507/2076-2577.014.2022.03.315-331.

### Введение

Одним из исторических социально-управленческих феноменов России исследователи называют «оторванность власти от населения» [15, 543]. Подобный ценностный разрыв затрудняет переход процессов демократизации и консолидации на новый уровень, снижает эффективность партнерских отношений между государством и гражданским обществом. Для повышения продуктивности государственного управления власть стремится быть

более открытой для общественности, выстраивать оперативную политическую коммуникацию. Инструментами для решения этих задач являются формирование и продвижение имиджа главы региона, который во многом ассоциирован с имиджем территории. Конструктивный имидж территории – «мягкая сила», которая дает возможность повышать ее конкурентоспособность, инвестиционный потенциал, обеспечивать преференции федерально-

го центра, что позитивно сказывается на уровне социально-экономического развития, и т. д.

Изучение эволюции и специфики имиджевой региональной персонификации позволяет аккумулировать опыт и выработать рекомендации по ее коррекции.

### Обзор литературы

Современные научные разработки в области изучения имиджа политических лидеров представлены рядом исследовательских направлений.

Во-первых, теоретико-методологические исследования сущности и содержания политического имиджа, а также его соотношения со смежными понятиями «образ», «личностный бренд», «репутация», «политический стиль», «политический дизайн», «архетип» отражены в работах Е. В. Григорьева [5], К. В. Складенко [17], М. М. Темирбулатовой, Г. Б. Овчаровой [18], Л. В. Чернышовой [20] и др. Спектр коннотаций достаточно широк и зависит от детерминирующих факторов, положенных в их основу. В качестве детерминант преимущественно выступают личностные характеристики индивида, черты лидера, взятые в единстве политических, мировоззренческих качеств, резонирующих в предпочтениях электората. К таким чертам относятся физические, психофизиологические особенности, характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решений, образ мышления, речь, манера поведения и т. д. Большинство исследователей политического имиджа подчеркивают эффект его стереотипизации: «приписывание желаемых черт политическим лидерам без достаточных на то оснований», когда «люди, исходя из своих социальных ожиданий, склонны достраивать преподносимый им образ» [6, 234]. Также имидж власти эмоционально окрашен субъективными представлениями населения, «не всегда отражающими ее реальную деятельность» [15, 543].

Во-вторых, техники и технологии продвижения имиджа рассмотрены в исследованиях Э. С. Куркемовой [9], Л. Г. Мchedлидзе [11], И. В. Перепечаева, Г. Н. Немца [14] и др. Особый интерес вы-

зывает изучение опыта трансляции образа политика в социальных сетях и стратегий сетевой коммуникации, так как интернет-технологии стали значимым инструментом имиджирования, обеспечивая преимущества политическим акторам по сравнению с традиционными средствами передачи информации. Нередко публичный образ политиков строится на основе «концепции трансмедийного нарратива» [23], констатирующей преобладание информационно-развлекательной среды и размывание границ политического контента.

В-третьих, выраженным исследовательским вектором является анализ гендерной специфики политического имиджа. К вопросам интеграции мужского и женского в политику, гендерного политического дресс-кода, роли гендерного фактора в формировании властных элит обращаются Д. Бек [22], Д. Гева [24], А. Кругстад, А. Е. Сторвик [25], Т. Б. Рябова, О. В. Рябов [16] и др. Исследователи констатируют преобладание маскулинности в медийных образах женского политического руководства [22], неоднозначность восприятия женщин-политиков и наличие их стереотипного портрета [1], в который часто оказывается включена категория «некомпетентность», а также смысловые маркеры политика/семья/дети и их восприятие как несочетаемых.

В-четвертых, имидж региональных российских лидеров и личные бренды политиков актуализированы в публикациях С. А. Баркова, О. В. Дорохиной, А. В. Маркеевой, А. А. Максимова [2], А. С. Ватропина, М. С. Семиной [3], Л. А. Недыхалова [13], Н. Н. Розановой [15] и др. Исследователи отмечают, что профессиональное продвижение позитивного имиджа главы влияет на повышение доверия населения государственным институтам. Для губернаторов важно постоянно взаимодействовать с целевой аудиторией, демонстрируя открытость и осведомленность о текущих актуальных проблемах, включенность в их разрешение и урегулирование. При профессиональном подходе к персональному имиджированию складывается позитивная репутация политического актора и постепенно формируется его персональ-

ный бренд, являющийся «сильной формой социального капитала» [21, 121].

Республику Мордовия с позиции; имиджевой персонифицированной составляющей рассматривали Л. А. Зайцева [7], М. Н. Казакова, И. Г. Напалкова, К. В. Курочкина [8; 12] и др.

Несмотря на значительное число работ в области политического имиджмейкинга, данная тема остается востребованной вследствие динамичности общественно-политических процессов, требующих коррекции коммуникационных стратегий и тактических приемов личной репрезентации.

Цель данной публикации – изучение имиджевого дизайна регионального политического лидера на примере Республики Мордовия.

### Материалы и методы

Основой исследования стал историко-эволюционный подход, который дал возможность проследить особенности и закономерности имиджевого позиционирования глав региона в постсоветской Мордовии. Использовался компаративный анализ, объектом изучения которого выступает имидж как социально-коммуникативный феномен. Также применялись системный и структурно-функциональный анализ, аксиологический и герменевтический подходы, позволившие комплексно рассмотреть имидж политического лидера. Создание персоно-образа опиралось на парадигму, включающую позиции: самоимидж, контекст политической ситуации, компоненты и продвижение имиджа, тип лидера, заповедь, антиобраз и компромат [8, 84]. Наполнение позиций имидж-карты осуществлялось на основе интернет-мониторинга региональных СМИ. В частности, были проанализированы интернет-публикации за 2020–2021 гг. изданий, вошедших в топ-5 СМИ Республики Мордовия в Рейтинге СМИ Приволжского федерального округа по цитируемости в соцмедиа, составленного системой мониторинга Brand Analytics: «Столица С», «Известия Мордовии», «МордовМедиа».

<sup>1</sup> В указанный период А. А. Здунов – временно исполняющий обязанности Главы Республики Мордовия, с 29 сентября 2021 г. – официально избранный Глава РМ.

Образ Республики Мордовия тесным образом связан с имиджем главы региона, который одновременно выступает и объектом, и субъектом имиджмейкинга. С 1995 по 2012 г. данный пост занимал Н. И. Меркушкин («эпоха созидания»), с 2012 по 2020 – В. Д. Волков («период преемственности»), с 2020 г. по сентябрь 2021 г. – А. А. Здунов<sup>1</sup> («период ревизии»).

Время руководства Николая Ивановича Меркушкина ассоциировано с лозунгом «Согласие. Порядок. Созидание», поэтому в научно-публицистической литературе и информационных изданиях фигурирует апеллятив «эпоха созидания». В этот период сложились основные тематические направления имиджевого позиционирования республики, декларирующиеся и в настоящее время: «территория спорта», «этническая самобытность», «инвестиционная привлекательность», «инновационное развитие», «регион устойчивого развития сельских территорий». Линиями дополнительного имиджирования стали «публичная лояльность федеральному центру», «отсутствие острых внутриэлитных конфликтов» и «гармоничность межнациональных отношений» (что выгодно выделяло республику на фоне других национальных субъектов).

К компонентам имиджа Н. И. Меркушкина можно отнести следующие: «консервативный стиль мышления, внешне подтянут, одевается сдержанно, классические костюмы, опытный руководитель, манеры уравновешенные и обдуманные, поведение спокойное, уверенное» [8, 89]. Первоначальным имиджевым типом был «лидер-пожарный», что предопределялось сложным социально-экономическим и политическим развитием региона. После стабилизации ситуации имидж был перепозиционирован в «хозяйственника». Мифологической составляющей имиджа стал образ «героя-избавителя» (спасителя), коммутированный с легендой о Тюште. Стиль публичных выступлений – бюрократический. Продвижение имиджа

осуществлялось традиционным способом через пресс-службу Главы РМ.

В 2012 г. Президент Российской Федерации В. В. Путин назначил Н. И. Меркушкина исполняющим обязанности губернатора Самарской области. Врио Главы Республики Мордовия стал Владимир Дмитриевич Волков, который был членом команды бывшего главы, занимая в 1995–2012 гг. пост Председателя Правительства РМ. Лейтмотивом назначения явилась категория «преемственность власти». Так, полномочный представитель Президента Российской Федерации в Приволжском федеральном округе М. В. Бабич, выступая на инаугурации В. Д. Волкова, отметил, что «Владимир Путин, принимая решение о кандидатуре Владимира Волкова, исходил из... необходимости сохранения опытной команды руководителей»<sup>2</sup>.

Продвижение образа В. Д. Волкова происходило через закон сложения имиджей. Многие имиджевые характеристики, в том числе типаж «успешный хозяйственник», принадлежность к партии «Единая Россия», были сохранены. Добавочным мифологическим образом стал «профи» (Владимир Дмитриевич долго находился в политике, причем занимаемые должности позволяли ему быть специалистом в самых разных областях регионального развития, он равномерно сочетал «думанье и деланье»). Если в 2012 г. данный подход позволил В. Д. Волкову сохранить высокую степень доверия жителей к исполнительной власти региона, то постепенно, с ухудшением имиджа Н. И. Меркушкина, негатив начал также суммироваться.

Кейс 2020–2021 гг. интересен тем, что исследуемый период характеризуется сменой руководителя региона, выстраиванием нового политического поля при необходимости сохранения управляемости субъекта и поиском новых драйверов развития социально-экономической сферы.

При этом сценарий отставки В. Д. Волкова в Мордовии отличался от, например, прекращения полномочий Н. И. Меркушкина в Самарской области, В. П. Шанцева в Нижегородской области, В. Ф. Басаргина в Пермском крае, В. В. Наговицына в Республике Бурятия, где отставку предпрещали «существенные разногласия с элитами возглавляемых регионов, где против них же активно выступали местные финансово-промышленные или партийные группы»<sup>3</sup>. Официально прошение об отставке В. Д. Волкова объяснялось необходимостью «давать дорогу молодым». Однако эксперты-политологи оценивают такое решение через призму «неудовлетворенности федерального центра итогами работы уходящего руководителя», «его низкой активностью на своем посту в последние годы»<sup>4</sup>, из-за чего экономика Мордовии оказалась в кризисном состоянии и накопилась масса нерешенных проблем, прежде всего большой объем государственного долга, безработица и бедность населения. Текущий апеллатив – «период ревизии».

Впервые Президентом РФ руководителем Мордовии был назначен не ее уроженец, а «политический варяг» – А. А. Здунов. Данный феномен, как отмечает А. В. Кынев, проявляется в ослаблении влияния региональных элит и снижении политической самостоятельности самого главы региона, «лишенного в нем персональной опоры и вынужденного полагаться, прежде всего, на ресурс и легитимность назначившей его внешней силы» [10, 126]. В Мордовии таким образом был запущен механизм трансформации властной элиты, эволюция которой до недавнего времени характеризовалась как достаточно предсказуемая.

*Самоимидж.* Артём Алексеевич Здунов родился 18 мая 1978 г. в г. Казани Татарской АССР. По национальности – мордвин-эрзя.

<sup>2</sup>Госсопание Мордовии единогласно поддержало преемника Николая Меркушкина // Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/1933863> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>3</sup>Эксперты оценили эффективность руководителей регионов // Век. URL: <https://wek.ru/yeksperty-ocenili-yeffektivnost-rukovoditelej-regionov-chast-1> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>4</sup>Новая гвардия: отставка главы Мордовии не стала неожиданностью // Известия IZ. URL: <https://iz.ru/1088848/maksim-khodykin/novaia-gvardiia-otstavka-glavy-mordovii-ne-stala-neozhidannosti> (дата обращения: 22.12.2021).



В 2000 г. окончил Казанский государственный финансово-экономический институт (КГФЭИ) по специальности «Финансы и кредит», в 2004 – аспирантуру КГФЭИ, в 2011 г. – магистратуру Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации по специальности «Государственно-общественное управление». Является выпускником первого потока программы подготовки кадрового управленческого резерва государственной службы (так называемая школа губернаторов, запущенная в 2017 г. как один из проектов Высшей школы государственного управления). Кандидат экономических наук<sup>5</sup>.

Начал свою карьеру в 2000 г. специалистом по страхованию, внутренним аудитором открытого акционерного страхового общества «Промышленная страховая компания». Работал преподавателем на кафедре макроэкономики и экономической теории КГФЭИ (2004–2006 гг.), занимал должность заместителя директора по науке Центра перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан (2006–2010 гг.).

С 2010 по 2018 г. работал в Министерстве экономики Республики Татарстан (2010–2014 гг. – заместитель министра; 2014–2018 гг. – министр экономики). В это время при его участии была разработана Стратегия социально-экономического развития Республики Татарстан (проект «Татарстан-2030»), которая получила положительные отзывы экспертного сообщества и сделала возможным «прорыв в сфере туризма», хотя скептические и критические оценки также присутствовали.

В 2018 г. был переведен в Республику Дагестан на должность заместителя председателя правительства. Под его патронажем в регионе был запущен и успешно реализован кадровый конкурс «Мой Дагестан», победители которого были

включены в кадровый резерв республики, а некоторые из них заняли должности во властных структурах. В то же время данный период можно считать самым противоречивым в его управленческой карьере. Так, некоторые дагестанские СМИ отмечали, что на многие ключевые должности назначались коллеги из Республики Татарстан и заключалось множество договоров с компаниями из Татарстана<sup>6</sup>.

18 ноября 2020 г. указом Президента Российской Федерации В. В. Путина назначен на должность временно исполняющего обязанности Главы Республики Мордовия вплоть до выборов, которые состоялись 19 сентября 2021 г.

В целом профессионально-должностное продвижение А. А. Здунова можно характеризовать как поступательное вертикальное.

*Контекст ситуации.* Деятельность А. А. Здунова на посту врио Главы Республики Мордовия была определена актуальными проблемами в социально-политической и экономической жизни региона. Фоном отставки предыдущего Главы РМ В. Д. Волкова было сложное социально-экономическое положение региона:

– рост государственного долга республики. Результаты проверки формирования государственного долга Республики Мордовия Счетной палатой РФ за 2017–2019 гг. показали, что «при сокращении общего объема госдолга субъектов Российской Федерации в этот период в Республике Мордовия он увеличился на 27 %» и на 1 января 2020 г. составил 51 088,7 млн руб. В структуре государственного долга РМ преобладают бюджетные кредиты (более 50 % объема государственного долга региона), допускаются случаи несоблюдения норм Бюджетного кодекса<sup>7</sup>. По результатам данной проверки было сделано заключение, что «Мордовия не справляется с управлением госдолгом»;

<sup>5</sup> См.: Биография А. А. Здунова // Официальный портал органов государственной власти Республики Мордовия. URL: <https://e-mordovia.ru/glava-rm/biografiya> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>6</sup> См.: Трутнев будет выдавливать татарский бизнес из Дагестана // Будни Кавказа. URL: <https://kavcomment.ru/novosti/trutnev-budet-vydvavlivat-tatarskij-biznes-iz-dagestana/> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>7</sup> См.: Отчет о результатах контрольного мероприятия «Проверка формирования государственного долга Республики Мордовия и Псковской области за 2017–2019 годы» // Счетная палата Российской Федерации. 2020. URL: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/87f/87ff59821597fb245b4e7505bd5f3725.pdf> (дата обращения: 22.12.2021).

*Таблица. Позиции Республики Мордовия по отдельным показателям рейтинга регионов по качеству жизни\**

*Table. Positions of the Republic of Mordovia on individual indicators of the Rating of Regions by quality of life*

Показатели / Indicators	Место / Rating		
	2019	2017	2015
Отношение денежных доходов населения к стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг / Monetary income of the population to the cost of a fixed set of consumer goods and services	76	78	76
Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума / Share of the population with incomes below the subsistence level	73	69	71
Естественный прирост (убыль) населения / Natural increase (decrease) of the population	68	70	72
Абсолютный объем производства товаров и услуг / Absolute output of goods and services	59	61	60
Объем инвестиций в основной капитал на одного жителя / The volume of investments in fixed assets per inhabitant	62	52	32
Оборот малых и микропредприятий и индивидуальных предпринимателей в расчете на одного жителя / Turnover of small and micro enterprises and individual entrepreneurs per inhabitant	76	71	74
Суммарный оборот малых и микропредприятий и индивидуальных предпринимателей / Total turnover of small and micro enterprises and individual entrepreneurs	68	50	67
Доля автомобильных дорог общего пользования регионального или межмуниципального и местного значения, отвечающих нормативным требованиям / The share of public roads of regional or intermunicipal and local significance that meet regulatory requirements	74	74	
Число преступлений на 10 000 чел. населения / Number of crimes per 10,000 people	12	11	14

\* Таблица составлена по: Рейтинг регионов России по качеству жизни – 2019.

– неэффективность управления, допущенная в условиях пандемии. Республика испытывала нехватку в коечных местах, лекарственных средствах, каретах скорой медицинской помощи. В Мордовии в условиях пандемии не были предусмотрены дополнительные меры поддержки для физических лиц в отличие от ряда других регионов. Например, в Ульяновской области был разработан пакет мер адресной поддержки семей с детьми, который дополнил федеральный; в Санкт-Петербурге всем детям, получающим финансовую помощь из городского бюджета, выделялись дополнительные денежные средства на приобретение масок, в Мурманской области была введена ежемесячная региональная выплата на детей от 3 до 7 лет и т. д. В республике были предусмотрены меры по поддержке малого и среднего бизнеса, включающие продление сроков уплаты налогов и предоставления отчетности, за-

прет на проверки, взыскания и санкции со стороны Федеральной налоговой службы и других органов контрольно-надзорной деятельности, мораторий на налоговые санкции, снижение тарифов по страховым взносам; предоставлялись беспроцентные кредиты на выплату заработной платы, была расширена программа льготного кредитования малого и среднего бизнеса, вводилась отсрочка по взносам, кредитам и аренде и др.<sup>8</sup> Однако принятые меры, несмотря на их внушительный список, имели весьма спорный эффект, так как многие предприятия оказались на грани банкротства, особенно в условиях продления режима самоизоляции;

– отсутствие позитивных изменений и снижение уровня жизни населения региона по ряду показателей. По данным рейтингового агентства «РИА Рейтинг», в 2019 г. Мордовия занимала 51-е место среди регионов по качеству жизни<sup>9</sup>, в

<sup>8</sup> См.: Меры поддержки бизнеса в условиях сложной эпидемиологической обстановки // Минэкономики Республики Мордовия. URL: <http://mineco.e-mordovia.ru/support-measures-of-the-republic-of-mordovia/index.php> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>9</sup> См.: Рейтинг регионов России по качеству жизни – 2019 // РИА Рейтинг. URL: [http://vid1.rian.ru/ig/ratings/life\\_2019.pdf](http://vid1.rian.ru/ig/ratings/life_2019.pdf) (дата обращения: 22.12.2021).

2018 – 44-е, в 2017 – 46-е, в 2016 – 45-е, в 2015 – 48-е, в 2014 г. – 49-е. Позиции региона в 2019 г. по отдельным показателям, учитываемым при расчете данного рейтинга, представлены в таблице.

Согласно представленным данным, произошло снижение большинства позиций. Стабильно позитивные показатели фиксируются в группе «Безопасность проживания», в частности по числу преступлений на 10 000 чел. населения, низкие показатели – в группах «Уровень доходов населения», «Демографическая ситуация», «Уровень экономического развития», «Уровень развития малого бизнеса»;

– стабильно низкий уровень заработных плат в Мордовии. В 2019 г. республика занимала 82-е место в Рейтинге российских регионов по уровню зарплат (РИА Рейтинг), при этом «доля работающих с зарплатой выше 100 000 руб. в месяц» составляла 0,9 %; «доля работающих с заработной платой ниже 15 000 руб. в месяц» – 22,6; самые распространенные зарплаты в регионе варьировались в диапазоне от 15 000 до 30 000 руб.<sup>10</sup> В подобном рейтинге в 2018 г. Мордовия стояла на 80-м месте. По данным Росстата «О размере средней заработной платы» по регионам ПФО, Мордовия занимала последнюю позицию с суммой 25 888 руб. Также в число аутсайдеров вошли Саратовская область – 26 047 руб., Чувашия – 26 271 руб. и Марий Эл – 26 938 руб. Лидером оказался Татарстан, средняя заработная плата в котором составляла 34 407 руб.<sup>11</sup>;

– напряжение на рынке труда из-за коронакризиса. В 2020 г. незначительно, но увеличилось количество безработного населения: Мордовия заняла 46-е место в Рейтинге регионов по уровню безработи-

цы (РИА Рейтинг) с показателем 4,7 %<sup>12</sup>. Изменение к аналогичному периоду 2018–2019 гг. составило 0,2 пункта. Ухудшение ситуации на рынке труда в регионе, как и во многих других субъектах, было связано с пандемией COVID-19. Так, в Государственной программе развития рынка труда и улучшения условий труда в Республике Мордовия среди прочих проблем отмечается сокращение спроса на рабочую силу. Если в 2019 г. численность вакансий, заявленных работодателями в службу занятости, составляла 71,4 тыс. ед., то в 2020 г. – 58,9 тыс. ед. По сравнению с 2019 г. количество вакансий уменьшилось на 17,4 %, а численность зарегистрированных безработных с января по сентябрь 2020 г. увеличилась в 4 раза<sup>13</sup>;

– высокая миграционная убыль населения. В Демографическом рейтинге регионов – 2021 (РИА Рейтинг) Мордовия вошла в число аутсайдеров, заняв 81-е место (из 85): убыль населения за 2018–2020 гг. составила 3,2 % (за 2017–2019 гг. – 2,3 %), естественный прирост населения – 15,9 тыс. чел. (за 2017–2019 гг. – 12,6 тыс. чел.), миграционный прирост – 9,6 тыс. чел. (за 2017–2019 гг. – 5,4 тыс. чел.)<sup>14</sup>;

– проблемы, связанные с реализацией национальных проектов. Не все национальные проекты выполнялись на должном уровне. Было отмечено нецелевое использование бюджетных средств. В 2019 г. в рамках государственной программы «Развитие автомобильных дорог» и соответствующих региональных проектов в Саранске было отремонтировано несколько объектов на сумму 9 млн руб., хотя их финансирование не предусматривалось; следствием стало возбуждение уголовно-

<sup>10</sup> См.: Рейтинг российских регионов по уровню зарплат – 2019 // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20191202/1561756977.html> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>11</sup> См.: Средняя зарплата по регионам России в 2019 году // Курс денег. URL: <https://kurs.com.ru/novost/41817-srednjaja-zarplata-po-regionam-rossii-v-2019-godu> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>12</sup> См.: Рейтинг регионов РФ по уровню безработицы – 2020 // РИА Рейтинг. URL: <https://riarating.ru/infografika/20200317/630157723.html> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>13</sup> См.: Государственная программа развития рынка труда и улучшения условий труда в Республике Мордовия (в ред. Постановления Правительства Республики Мордовия от 30.04.2021 № 188) // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: <https://docs.cntd.ru/document/438849071> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>14</sup> См.: Демографический рейтинг регионов – 2021 // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20210405/naselenie-1603926231.html> (дата обращения: 22.12.2021).

го дела<sup>15</sup>. За 2020 г. по проекту «Безопасные и качественные автомобильные дороги» не было освоено 243 млн руб., данные средства были возвращены в федеральный бюджет<sup>16</sup>;

– проблемы в спортивной сфере, низкая эффективность использования наследия чемпионата мира по футболу 2018 г., в частности стадиона «Мордовия Арена». Одно из традиционных направлений позиционирования региона – «Мордовия – территория спорта». Властями предпринимались усилия по формированию спортивной инфраструктуры для популяризации массового спорта, продвигался спорт высоких достижений, практиковалось проведение разноуровневых, в том числе всероссийских и международных, спортивных соревнований. Однако негативные имиджевые факторы нивелировали данную работу. Во-первых, это допинговые скандалы в спортивной ходьбе, долгое время являвшейся символом региона, массовая дисквалификация ведущих спортсменов-ходоков и пожизненная дисквалификация заслуженного тренера России, почетного гражданина Республики Мордовия В. М. Чегина. Во-вторых, банкротство футбольного клуба «Мордовия» из-за отсутствия финансирования; команда клуба периодически выступала главным ньюсмейкером спортивной общестственности в связи с задолженностями по зарплатам футболистам. В-третьих, признание экспертами стадиона «Мордовия Арена» «самым бессмысленным зданием в России» и «неподъемным наследием ЧМ-2018», так как сооружение не смогло выйти на самоокупаемость;

– коррупционные скандалы. Рост преступлений коррупционной направленности отмечается в регионе с 2010 г. Так, если в 2005 г. Министерством внутренних дел по Республике Мордовия было выявлено 210 таких преступлений, то в 2010 – 288, в 2011 – 361, в 2012 г. – 505 [19]. В

2019 г., по данным Генеральной прокуратуры РФ, Мордовия совместно с Чувашей и Камчатским краем вошла в тройку самых коррупционных регионов России. В местных СМИ данный факт интерпретировался как свидетельство «активной и скоординированной работы правоохранительных органов по выявлению подобного рода преступлений». Однако федеральными СМИ Мордовия стала позиционироваться как «коррупционный центр страны».

Первоочередные меры врио Главы Республики Мордовия были сосредоточены на решении вопросов государственного долга: началось активное взаимодействие с федеральным центром по вопросу долговой реструктуризации, в частности прорабатывалась возможность полного рефинансирования коммерческого долга республики за счет бюджетных кредитов. Предложения А. А. Здунова были поддержаны Президентом РФ В. В. Путиным, который отметил, что «проблема [закредитованности] известна, досталась в наследство... Ограничения, которые с этим связаны, конечно, носят искусственный характер»<sup>17</sup>. Как результат – были сняты обязательства по единовременной выплате республикой 15,8 млрд руб. за нарушение бюджетного законодательства предыдущих периодов, сохранен «комфортный» график выплаты по кредитам до 2029 г., с 5,3 млрд до 3,7 млрд руб. сокращена просроченная кредиторская задолженность, с 8,5 до 5,25 % снижена ставка по части коммерческих кредитов. Были внесены изменения в государственную программу повышения эффективности управления государственными финансами в Республике Мордовия, в частности утверждены такие подпрограммы, как «Эффективное использование бюджетного потенциала», «Управление государственным долгом Республики Мордовия», «Повышение эффективности

<sup>15</sup> См.: В Мордовии из-за ремонта дорог по нацпроекту возбуждено уголовное дело // ИА REGNUM. URL: <https://regnum.ru/news/accidents/3279225.html> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>16</sup> См.: Артём Здунов отправил в отставку Правительство Мордовии // Официальный портал органов государственной власти Республики Мордовия. URL: <https://e-mordovia.ru/glava-rm/novosti/artem-zdunov-otpravil-v-otstavku-pravitelstvo-mordovii> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>17</sup> Путин пообещал помочь Мордовии решить проблему закредитованности // ТАСС. URL: <https://tass.ru/ekonomika/12160855> (дата обращения: 22.12.2021).



межбюджетных отношений», «Управление государственным имуществом Республики Мордовия».

По итогам 2020 г. доходы республики возросли с 24,0 млрд до 25,1 млрд руб. Она заняла 8-е место среди регионов России, в которых бюджет был исполнен с максимальным профицитом, составившим 1,8 млрд руб., или 3 % к доходной части. Была поставлена задача сократить в 2021 г. проценты и платежи на 30 %<sup>18</sup>.

В порядке усиления мер по защите здоровья граждан и борьбе с коронавирусной инфекцией был увеличен коечный фонд, ускорились темпы вакцинации, стабилизировалась обстановка с лекарственными средствами.

Важным направлением работы нового руководства стала оптимизация административного аппарата. 26 февраля 2021 г. указом Главы Республики Мордовия было отправлено в отставку правительство республики с формулировкой, озвученной на очередной сессии Государственного Собрания РМ: «Председатель правительства, отдельные представители профильных министерств практически самоустранились от решения накопленных проблем. Правительство республики не имеет плана выхода из создавшегося положения»<sup>19</sup>. 15 апреля 2021 г. был подписан указ об объединении Администрации Главы РМ и Аппарата Правительства РМ с целью оптимизации органов государственной власти и исключения дублирования функций.

Взято направление на обновление региональных органов власти через активизацию системы социальных лифтов. Для этого Администрацией Главы РМ совместно с платформой автономной некоммерческой организации «Россия – страна возможностей» был инициирован республиканский кадровый проект «Моя Мордовия», ориентированный на привлечение в государственное управление высокопрофессиональных кадров из разных сфер деятельности и формирование результативных управленческих команд.

40 победителей проекта составили так называемый региональный кадровый резерв, из которого производятся назначения на посты в органы исполнительной власти разного уровня. Например, министром лесного, охотничьего хозяйства и природопользования РМ был назначен А. А. Ларькин, заместителем министра юстиции РМ – А. П. Назаров и т. д.

Продолжила развиваться широкая антикоррупционная кампания, затронувшая и экс-руководителей региональных органов власти и управления, а также местного самоуправления.

Для комплексного решения проблем республики А. А. Здунов представил Президенту РФ В. В. Путину предложения по оздоровлению финансовой системы региона. Одно из них касалось совместной с Правительством РФ разработки отдельной программы социально-экономического развития по примеру Кемеровской области.

Проведена ревизия и взят курс на апгрейд традиционных направлений имиджевого позиционирования региона. Так, образ «спортивный регион» ориентирован на возрождение популярных в республике видов спорта: спидвея, футбола. Заявлено о возобновлении проведения ряда спортивных мероприятий, например малых Олимпийских игр Республики Мордовия. Предложено отказаться от «гигантомании» в строительных программах в целом и в строительстве спортивных сооружений в частности.

В развитии отраслей перспективной экономической специализации сделан акцент на развитие туризма посредством разработки туристических маршрутов для жителей республики и внешних целевых групп, отвечающих современным критериям, улучшение инфраструктуры гостеприимства, активное включение в работу органов местного самоуправления и привлечение частного капитала. Так, на территории Темниковского района республики продолжено развитие паломническо-туристического кластера

<sup>18</sup> См.: Путин согласился на новую реструктуризацию долгов регионов // РБК. 2021. 21 апр. URL: <https://www.rbc.ru/economics/21/04/2021/607fe7299a79470399740d5e> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>19</sup> Артём Здунов отправил в отставку Правительство Мордовии.

«Саранск – Темников – Санаксарь», который в 2021 г. вошел в состав действующего проекта «Арзамас – Дивеево – Саров». В Атяшевском районе за счет привлечения частных инвестиций открыт горнолыжный комплекс «Каменка». Активно ведется работа по налаживанию конструктивного взаимодействия в сфере туризма с другими регионами. В частности, в 2021 г. подписано соглашение о сотрудничестве с губернатором Нижегородской области Г. С. Никитиным.

Особое внимание уделяется привлечению внешних инвестиций в регион и созданию дополнительных рабочих мест для населения республики.

*Компоненты имиджа.* В целом имидж А. А. Здунова консервативен. Поведение спокойное, уравновешенное. Артём Алексеевич предпочитает официально-деловой стиль одежды и практичный casual: классические приталенные брюки, однотонную рубашку, пиджак, иногда галстук, черные туфли. Визитной карточкой политика стал пиджак в клетку. Речь грамотна, тщательно подготовлена. Не наблюдается существенной разницы между спланированной и спонтанной коммуникацией. Отмечается верное дикционное произношение, в речи практически не используются нелегитимные слова. В вербальной составляющей акцентируются темы деятельности во благо региона, улучшения его социально-экономического состояния, выхода из кризиса.

Имеет спортивное телосложение, любит играть в хоккей, футбол. Может выполнить нестандартное действие для политика, например провести экскурсию для школьников, поработать на комбайне, сняться в ролике для «ТикТока» с активистами Российского движения школьников и др. Также позиционируется готовность главы к диалогу с гражданским обществом, в том числе в формате «один на один».

*Продвижение и сопровождение имиджа.* Артём Алексеевич является актив-

ным пользователем социальных сетей, он имеет аккаунты в «Телеграме»<sup>20</sup>, «ВКонтакте»<sup>21</sup>, «Одноклассниках»<sup>22</sup>.

Контент аккаунта в «Телеграме» самый разноплановый: новостной, информационный, вовлекающий, эпидейктический, личный и др. Практически ежедневно выставляются посты о достижениях и успехах региона, личных встречах с другими политическими и общественными деятелями, поездках по районам и посещении различных предприятий и учреждений, проводимых мероприятиях и соревнованиях и др. Периодически публикуются фотографии с рядовыми горожанами. На телеграм-аккаунт главы подписан 2 281 пользователь<sup>23</sup>. А. А. Здунов в отличие от предшественников выступает лидером общественного мнения региона, публично озвучивая свою позицию относительно актуальных для республики тем.

В социальной сети «ВКонтакте» новости публикуются ежедневно, открыты комментарии, которые позволяют постоянно взаимодействовать с аудиторией. На страницу А. А. Здунова подписаны 4 289 пользователей. Информация дублируется в сети «Одноклассники», где у главы 257 подписчиков.

Институционально продвижением имиджа руководителя региона занимается пресс-служба, которая относится к Администрации Главы РМ и Правительства РМ. Оперативную информацию о действиях А. А. Здунова можно получить на официальном портале органов государственной власти Республики Мордовия<sup>24</sup>. В среднем на странице Главы РМ выкладывается 5–6 новостей в день (присутствуют колебания в диапазоне 13–3), что свидетельствует об информационной стабильности и регулярности. Весь контент тщательно проработан, отвечает требованиям оперативности освещения события. Дни со значимыми информационными поводами (например, рабочий визит заместителя Председателя Прави-

<sup>20</sup> <https://t.me/zdunov>.

<sup>21</sup> [https://vk.com/artem\\_zdunov](https://vk.com/artem_zdunov).

<sup>22</sup> <https://ok.ru/profile/101025516952>.

<sup>23</sup> Здесь и далее данные по социальным сетям приводятся на 1 сентября 2022 г.

<sup>24</sup> <https://e-mordovia.ru>.

тельства Российской Федерации Т. А. Голиковой) сопровождаются более частыми публикациями.

Новостная повестка довольно разнообразна: от официальных встреч с представителями федеральных органов власти и управления, до инспектирования благоустройства дворовых территорий. Благодаря этому формируется образ открытого, внимательного к проблемам республики и отдельного гражданина профессионала, которому интересны разные сферы общественной жизни.

Для анализа позиционирования врио Главы РМ в республиканских СМИ был проведен мониторинг интернет-публикаций в изданиях «Столица С»<sup>25</sup>, «Известия Мордовии»<sup>26</sup>, «МордовМедиа»<sup>27</sup>. Всего с 18 ноября 2020 г. до 18 сентября 2021 г. о деятельности А. А. Здунова было опубликовано 2 525 статей (1 427 материалов в «Столице С», 616 – в «Известиях Мордовии», 482 – в «МордовМедиа»), в среднем 60 статей в месяц, большинство из них имеют нейтрально-информационный контекст.

С руководителем региона существует обратная связь – прежде всего через интернет-приемную на официальном портале органов государственной власти Республики Мордовия<sup>28</sup>, где можно составить обращение. Также можно оставить комментарий под новостями в социальной сети «ВКонтакте». Развивается и такой механизм обратной связи, как организация прямых линий. Например, в августе 2021 г. врио Главы РМ ответил на вопросы жителей Мордовии в прямом эфире, транслируемом пабликами «Республика Мордовия» в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники». Задать вопрос можно было в личных сообщениях в официальных группах или в комментариях прямого эфира.

Таким образом, А. А. Здуновым достаточно активно используются интернет-технологии для имиджевого пози-

ционирования. Они являются хорошим политическим инструментом для его популяризации и организации связи с общественностью.

*Тип лидера.* Имидж, который создается А. А. Здунову, характеризуется как «лидер-пожарный» (по М. Херманн): он быстро реагирует на актуальные проблемы, способен действовать в сложных условиях. Это обосновано контекстом складывающейся ситуации и необходимостью оперативной работы по решению социально-экономических проблем региона. Позиционируемый лидерский стиль активно-позитивный (по Дж. Барберу). Архетип – «чудотворец», демонстрирующий способность быть защитником нуждающихся, решать практически неразрешимые вопросы, связанные, например, со снижением долговой нагрузки региона, повышением уровня жизни населения, ростом заработных плат, сокращением миграционного оттока молодежи и т. п. Это один из выигрышных для электората типажей, потому что для многих привлекательно «одномоментное светлое будущее»<sup>29</sup>. С другой стороны, неисполнение обещаний в краткосрочной перспективе приведет к разочарованию избирателей.

Расширение положительного образа осуществляется:

а) за счет личностного расширения: формируется дополнительный положительный образ «хозяйственник» (по А. Максиму), являющийся распространенным для региональных политиков;

б) через отождествление, т. е. поддержку известных персон, организаций как местного уровня, так и федерального. В качестве лидеров мнений в разное время выступали Святейший Патриарх Московский и всея Руси Кирилл, митрополит Саранский и Мордовский Зиновий, космонавт Герой Российской Федерации В. Дежуров, учредитель Фонда помощи хосписам «Вера» А. Федермессер, режиссер Т. Бекмамбетов, актер С. Дужни-

<sup>25</sup> <https://stolica-s.su>.

<sup>26</sup> <https://izvmor.ru>.

<sup>27</sup> <https://www.mordovmedia.ru>.

<sup>28</sup> <https://e-mordovia.ru/internet-priemnaya/feedback>.

<sup>29</sup> Казарин П. Зеленский – заложник имиджа «чудотворец» // Обозреватель. URL: <https://news.obozrevatel.com/politics/zelenskij-zalozhnik-imidzha-chudotvortsya.htm> (дата обращения: 22.12.2021).

ков, президент Российского футбольного союза А. Дюков, руководитель сборной России по астрономии и астрофизике Б. Эскин, футболисты Д. Аленичев и Е. Титов, мордовские борцы С. Емелин и А. Сурков и др.;

в) посредством выстраивания открытого диалога с гражданским обществом: организуются встречи, брифинги с представителями бизнеса, некоммерческих организаций, журналистами и др., в том числе неформальные;

г) за счет применения проблемно-адресного подхода: «чудотворец» решит все проблемы, потому что он знает как и умеет. В данный контекст вписывается и кандидатская степень: специалист в области экономических наук сможет профессионально разобраться в экономических проблемах региона и найти способы их решения;

д) через принадлежность к «своим»: позиционируется, что А. А. Здунов по национальности мордвин, его предки – выходцы из с. Лобаски Атяшевского района Республики Мордовия. Данное расширение подкрепляется визуальным рядом: периодически в личных аккаунтах в различных социальных сетях публикуются архивные фотографии. В выступлениях часто используется обобщения «мы», «наша республика», «наши предки», «нашим детям здесь жить» и т. п.;

е) через неполитическое расширение образа (семья, увлечения, хобби): транслируется информация об участии в различных спортивных и общественных мероприятиях, акциях, праздниках, неформальных встречах с представителями общественности, например: «вышел на “Лыжню России”», «сыграл в настольный теннис в Больших Березниках», «сыграл в футбол за сборную Мордовии в товарищеском матче с любительским клубом “Амкал”», «в День здоровья сыграл в хоккей и катался на коньках вместе со своей семьей», «принял участие во Всероссийской акции #сохранимлес», «посетил фермер-

скую ярмарку в Саранске», «на субботнике в Экопарке», «встречи за утренним кофе с экспертами клуба “Моя Мордовия”» и т. д.

В начале деятельности на посту врио Главы РМ отсутствовало политическое расширение за счет партийной принадлежности. Не транслировался ожидаемый многими сценарий принадлежности к партии власти, характерный для многих российских регионов. Однако в июне 2021 г. пресс-службой Главы РМ было распространено сообщение, что Артём Алексеевич «принял решение... возглавить список кандидатов от партии “Единая Россия” на выборах в Госсобрание»<sup>30</sup>. Таким образом появилась возможность использовать в избирательной кампании все ресурсы партии, показать, что врио главы готов к налаживанию отношений внутри политической элиты. В то же время эксперты интернет-газеты «Бизнес Online» считают, что данный факт сыграет роль в усилении фундаментализации проблемы доверия населения Мордовии власти<sup>31</sup>.

Дополнительной линией позиционирования является типаж «человек власти», который активно использовался и предыдущими руководителями региона. А. А. Здунов имеет хороший контакт с федеральным центром, в частности с Президентом РФ. Согласно закону сложения имиджей положительный имидж Президента России втянет в орбиту и усилит образ Главы Республики Мордовия.

*Миф.* Используется образ «герой-спаситель», являющийся традиционным для политической мифологии и считающийся наиболее выигрышным для политика: «борец во имя справедливости, приносящий свою жизнь в жертву во имя идеалов» [4, 52]. Через данный образ можно показать незаурядные способности хорошего управленца, высокие моральные качества, позволяющие «любить и защищать свой народ». Вспомогательным выступает архетип «слуга народа», что четко прослеживается в высказываниях А. А. Здунова:

<sup>30</sup> Врио главы Мордовии Здунов заявил, что пойдет на выборы от ЕР // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20210615/zdunov-1738300903.html> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>31</sup> См.: Хуже всех – Артёму Здунову: ждать ли сюрпризов от джоинты губернаторских выборов? // Бизнес Online. URL: <https://www.business-gazeta.ru/article/517097> (дата обращения: 22.12.2021).



«Нужно сделать так, чтобы люди ощущали чуткое отношение к себе»<sup>32</sup> и т. п.

*Антиобраз.* Основными элементами отстройки от имиджа А. А. Здунова являются «путинский ставленник», «политический варяг». Еще одной коннотацией антиобраза является слабая привязка к категории «свой». Ряд экспертов и представителей властных элит делают акцент на том, что глава не родился в Мордовии, не учился и не работал в ней до своего назначения, а потому «он не знает специфических черт региона, не знает его особенностей и колорита». Осложняет данные антиобразы эффект так называемого «кадрового гастролерства», выраженного в том, что А. А. Здунов приводит с собой собственную команду. Например, Л. Ф. Сабиров, бывший советник Председателя Правительства Республики Дагестан по вопросам здравоохранения и социальной политики, стал заместителем Руководителя Администрации Главы Республики Мордовия и Правительства Республики Мордовия; И. Р. Хайруллин, в прошлом первый заместитель министра транспорта и дорожного хозяйства Республики Татарстан, заместитель Председателя Правительства Республики Дагестан, стал исполняющим обязанности заместителя Председателя Правительства Республики Мордовия.

*Заповедь.* В высказываниях А. А. Здунов ориентирован на конкретные дела: «Делами, а не призывами, мы сможем вернуть подорванное доверие людей к власти»<sup>33</sup>. Присутствует понимание поэтапности достижений: «Высокие результаты у нас еще впереди! Мы только начинаем работать»<sup>34</sup>, проявляется ориентация на активное взаимодействие с населением: «...поближе к людям будьте... В этой жизни нет мелочей, особенно если речь идет о людях, об их комфортном проживании»<sup>35</sup>.

Персонифицированная составляющая имиджа Мордовии прежде всего связана с имиджем и деятельностью Н. И. Меркушкина, В. Д. Волкова, А. А. Здунова на посту высшего должностного лица республики. Контекст социально-экономической ситуации начала «эпохи созидания» по ряду параметров сходен с текущим моментом: проблемы в экономической сфере, дефицит бюджета, низкий уровень жизни населения и др. Похожи и типажи имиджей Н. И. Меркушкина и А. А. Здунова: «лидер-пожарный» – управленец, эффективно действующий в сложных условиях и оперативно реагирующий на вызовы и проблемы.

Позиционирование В. Д. Волкова определялось базовой установкой «пре-емственность»: «Меркушкин и Волков – одна команда». Вначале позиция имиджевого суммирования была целесообразной и гармоничной, но после широкой информационной кампании, направленной против Н. И. Меркушкина как губернатора Самарской области, данная корреляция стала восприниматься отрицательно и негативно влиять на имидж В. Д. Волкова.

Образ А. А. Здунова является оптимальным и достаточно эффективным, так как не противоречит действующим политическим мифам, сформировавшейся в обществе системе ценностей, текущим интересам и потребностям людей.

В целом формирование имиджа А. А. Здунова происходит прежде всего на основе технологий использования социально-психологического феномена «контраста»: транслируются кардинальное отличие нового лидера от предшественников и «эффект новизны» для региональной политики (активен, жесток в кадровой по-

<sup>32</sup> Артём Здунов: «Чтобы люди ощущали чуткое отношение к себе» // Комсомольская правда. Пенза. URL: <https://www.penza.kp.ru/online/news/4105727> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>33</sup> «Единая Россия» выдвинула Артёма Здунова кандидатом на пост Главы Мордовии // Известия Мордовии. URL: <https://izvmor.ru/novosti/politika/edinaya-rossiya-vydvynula-artyoma-zdunova-kandidatom-na-post-glavy-mordovii> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>34</sup> Артём Здунов: «Я – трудоголик!» // Известия Мордовии. URL: <https://izvmor.ru/novosti/obshchestvo/artyom-zdunov-ya-trudogolik/> (дата обращения: 22.12.2021).

<sup>35</sup> Артём Здунов: «Гигантомания Мордовии не по карману. И людям она не нужна!» // Известия Мордовии. URL: <https://izvmor.ru/novosti/obshchestvo/artjom-zdunov-na-soveshchani-po-stroitelnoj-otrasli-gigantomaniya-mordovii-ne-po-karmanu-i-lyudyam-ona-ne-nuzhna> (дата обращения: 22.12.2021).

литике, оперативен в принятии решений, открыт для контакта с населением, в частности через социальные сети, и др.). Кроме того, применяются разнообразные инструменты политической мобилизации: целевая аудитория гетерогенная, при этом для каждой возрастной и социальной группы используются свой PR-инструментарий и достаточно широкий спектр техник мобилизации. Наконец, персональные характеристики (в том числе внешность, возраст, активность, энергичность, темперамент,

стиль принятия решений, умение произвести впечатление сильного, уверенного в себе человека, вызвать доверие и т. п.) и символические параметры (биография, совокупность воззрений на вопросы развития региона и т. п.) ориентированы на ожидания населения региона. Все это позволило создать задел для формирования персонального бренда А. А. Здунова как «народного губернатора», нацеленного на сотрудничество с гражданским обществом.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Балакина Ю. В., Товкес М. Ю. Лингвистические средства конструирования образа женщины-политика (на материале микроблога Твиттер) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2019. Т. 16, вып. 3. С. 381–399. DOI: 10.21638/spbu09.2019.304.
2. Барков С. А., Дорохина О. В., Маркеева А. В., Максимов А. А. Династии и фамильные бренды в политической сфере постиндустриального общества // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Социология. 2020. № 4. С. 801–820. DOI: 10.22363/2313-2272-2020-20-4-801-820.
3. Вагоропин А. С., Семина М. С. Имидж главы субъекта РФ как лидера общественного мнения // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер.: Социально-гуманитарные науки. 2015. Т. 15, № 2. С. 77–80.
4. Воеводина Л. Н. Структура мифологического образа и социальная драматургия // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2012. № 1. С. 50–55.
5. Григорьев Е. В. Актуальные вопросы изучения политического имиджа: проблемы и методология // Вестник Поволжской академии государственной службы. 2012. № 2. С. 79–84.
6. Загайнов А. В. Понятие имиджа политического лидера: сущность и подходы к определению // Ученые записки Казанского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. 2007. Т. 149, кн. 3. С. 227–240.
7. Зайцева Л. А. Лидеры мнений как средство репрезентации образа Республики Мордовия (2012–2019 гг.) // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. 2020. Т. 20, № 4. С. 402–414. DOI: 10.15507/2078-9823.52.020.202004.402-414.
8. Казакова М. Н., Напалкова И. Г. Имидж главы региона как элемент имиджа территории (на примере Республики Мордовия) // Гуманитарные и политико-правовые исследования. 2019. № 2. С. 81–104.
9. Куркемова Э. С. Стратегии формирования и трансляции имиджа политиков в сети Интернет // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2021. № 1. С. 84–89. DOI: 10.21672/1818-510X-2021-66-1-084-089.
10. Кынев А. В. Феномен губернаторов-«варягов» как индикатор рецентрализации. Опыт 1991–2018 гг. // Политика. 2019. № 2.

- С. 125–150. DOI: 10.30570/2078-5089-2019-93-2-125-150.
11. Мчедлидзе Л. Г. Современные технологии «черного PR» во внутренней и внешней политике // Молодой ученый. 2018. № 26. С. 136–140.
  12. Напалкова И. Г., Курочкина К. В. Исторический и современный персоно-образ как элемент символического этнонационального капитала Республики Мордовия (2014–2019 гг.) // Финно-угорский мир. 2020. Т. 12, № 1. С. 42–61.
  13. Недыхалов Л. А. Оценка эффективности SERM-технологий в формировании имиджа и репутации (на примере губернатора Краснодарского края В. И. Кондратьева) // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2021. Т. 1, № 1. С. 170–179. DOI: 10.51965/2076-7919\_2021\_1\_1\_170.
  14. Перепечасв И. В., Немец Г. Н. Технологии разработки и продвижения имиджа как PR-продукта // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. 2019. № 8. С. 67–74.
  15. Розанова Н. Н. Приоритетные ценностные характеристики персонального бренда губернатора (на примере Смоленской области) // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Социология. 2017. Т. 17, № 4. С. 542–554. DOI: 10.22363/2313-2272-2017-17-4-542-554.
  16. Рябова Т. Б., Рябов О. В. «...Слышу речь не мальчика, но мужа»: о гендерно-возрастных стереотипах в политике // Женщина в российском обществе. 2020. № 4. С. 5–13. DOI: 10.21064/WinRS.2020.4.1.
  17. Складенко К. В. Политический имидж: к исследованию понятия // Экономика и социум. 2020. № 11. С. 1307–1311.
  18. Темирбулатова М. М., Овчарова Г. Б. Современные подходы к определению содержания понятия «политический имидж» // Теория и практика современной науки. 2017. № 4. С. 792–795.
  19. Трифонова Ю. А., Лизина О. М. Полифакторный анализ коррупции в Республике Мордовия // Контентус. 2017. № 6. С. 1–12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/polifatornyy-analiz-korrupsii-v-respublike-mordoviya/viewer> (дата обращения: 22.12.2021).
  20. Чернышова Л. В. Некоторые подходы к исследованию понятий политический имидж и сетевой имидж // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Сер.: Экономика. 2020. № 3. С. 79–84. DOI: 10.17122/2541-8904-2020-3-33-79-84.
  21. Щеглатов А. А. Изучение персонального бренда с позиции социального капитала // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). 2011. № 5. С. 120–123.
  22. Beck D. Old traps and new prospects: Gendered media images of leading female politicians in Germany as evidence for a contested modernization of gender knowledge // The Psychology of Political Communicators: How Politicians, Culture, and the Media Construct and Shape Public Discourse. London, 2018. P. 185–203.
  23. Durántez-Stolle P., Martínez-Sanz R. Politainment in the transmedia construction of the image of politicians // Communication & Society. 2019. Vol. 32, no. 2. P. 111–126.
  24. Geva D. A double-headed hydra: Marine Le Pen's charisma, between political masculinity and political femininity // NORMA. 2020. Vol. 15, no. 1. P. 26–42.
  25. Krogstad A., Storvik A. E. Reconsidering politics as a man's world: Images of male political leaders in France and Norway // Historical Reflections. 2010. Vol. 36, no. 3. P. 19–38.

Поступила 13.01.2022; одобрена 15.02.2022; принята 22.06.2022.

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

**И. Г. Напалкова** – кандидат исторических наук, доцент кафедры всеобщей истории, политологии и регионоведения Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва, [zamisi@yandex.ru](mailto:zamisi@yandex.ru), <http://orcid.org/0000-0003-3896-1600>

**Р. В. Маньчев** – научный сотрудник НОЦ «Политический анализ территориальных систем» Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва, [r.manchev@yandex.ru](mailto:r.manchev@yandex.ru), <http://orcid.org/0000-0002-7655-6721>



# Features of the formation and promotion of the image of the head of the region: on the example of the Republic of Mordovia (1995–2021)

Irina G. Napalkova  
Roman V. Manchev

National Research Mordovia State University,  
Saransk, Russia

**Introduction.** The constructive image of a territory in the modern world determines its competitiveness and the possibility of various preferences in the form of subsidies from the federal center, investments from business, an increasing tourist flow, etc. Building the image is a complex process of interference of evolutionary and historical development and the existing background. The visual appearance of the regions and its transformation are associated with the images of the head/governor who acts both as the subject and the object of image-making.

**Materials and Methods.** The methodology was based on historical-evolutionary, axiological and hermeneutic approaches, comparative, systemic and structural-functional analysis. As an applied method, the Internet monitoring of regional media publications was performed for 2020–2021.

**Results and Discussion.** The article considers the evolution and continuity in the formation and promotion of the image of the head of the region at the present stage of development of the state and society. The role of the personified component in the regional image is shown. The Republic of Mordovia, which is in a state of transformation of power elites, was chosen for a case study. It analyzed the image types of the heads of the region from 1995 to 2020 were analyzed an image map of the Acting Head of the Republic of Mordovia A. A. Zdunov was compiled, within which the main lines of image person-positioning were studied, as well as the vectors of territory promotion updated by him.

**Conclusion.** The authors come to the conclusion that the image type “leader-firefighter” is being promoted in the Republic of Mordovia, which is demanded by the difficult socio-economic situation of the region. The expansion of the image is carried out by means of a type of “business executive”, due to belonging to the party of power and personal characteristics. There is also an active detuning from the image of the previous leaders of the region. In particular, the work on the formation of public opinion has been strengthened, information activity and prompt response to modern development challenges are demonstrated.

**Keywords:** image, imageology, political technologies, region, leader, positioning, promotion, Republic of Mordovia, Head of RM, N. I. Merkusshkin, V. D. Volkov, A. A. Zdunov

**For citation:** Napalkova IG, Manchev RV. Features of the formation and promotion of the image of the head of the region: on the example of the Republic of Mordovia (1995–2021). *Finno-ugorskii mir = Finno-Ugric World*. 2022;14;3:315–331. (In Russ.). DOI: 10.15507/2076-2577.014.2022.03.315-331.

## REFERENCES

- Balakina JV, Toykes MYu. Linguistic means of constructing the image of a female-politician (on the example of the microblog Twitter). *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Iazyk i literatura = Vestnik of Saint-Petersburg University. Language and Literature*. 2019;16;3:381–399. (In Russ.). DOI:10.21638/spbu09.2019.304.
- Barkov SA, Dorokhina OV, Markeeva AV, Maximov AA. Dynasties and brand names in the political sphere of the post-industrial society. *Vestnik Rossiiskogo universiteta družby narodov. Ser.: Sotsiologiya = RUDN Journal of Sociology*. 2020;4:801–820. (In Russ.). DOI: 10.22363/2313-2272-2020-20-4-801-820.
- Vatoropin AS, Semina MS. Image of a regional governor in Russian Federation as a public opinion leader. *Vestnik Iuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Sotsial'no-gumanitarnye nauki = Bulletin of the South Ural State University. Series “Social Sciences and the Humanities”*. 2015;15;2:77–80. (In Russ.)
- Voevodina LN. The structure of the mythological image and social dramaturgy. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv = Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts*. 2012;1:50–55. (In Russ.)
- Grigoriev EV. Current issues in the study of the political image: problems and methodology. *Vestnik Povolzhskoi akademii gosudarstvennoi sluzhby = The Bulletin of the Volga Region Institute of Administration*. 2012;2:79–84. (In Russ.)
- Zagainov AV. Concept and essence of definition the image of the political leader. *Uchenye zapiski Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.:*



- Gumanitarnye nauki* = Proceedings of Kazan University. Humanities Series. 2007;149;3:227–240. (In Russ.)
7. Zaytseva LA. Public opinion leaders as a means of representing the image of the Republic of Mordovia. *Gumanitarian: aktual'nye problemy gumanitarnoi nauki i obrazovaniia* = Russian Journal of the Humanities. 2020;20;4:402–414 (In Russ.). DOI: 10.15507/2078-9823.052.020.202004.402-414.
  8. Kazakova MN, Napalkova IG. The image of the head region as an element of the image of the territory (on the example of Republic of Mordovia). *Gumanitarnye i politiko-pravovye issledovaniia* = Humanitarian, political and legal studies. 2019;2:81–104. (In Russ.)
  9. Kurkemova ET. Strategies for shaping and broadcasting the image of politicians on the Internet. *Kaspiiskii region: politika, ekonomika, kul'tura* = The Caspian Region: Politics, Economics, Culture. 2021;1:84–89. (In Russ.). DOI: 10.21672/1818-510X-2021-66-1-084-089.
  10. Kynev AV. Phenomenon of governors-“outsiders” as indicator of recentralization. Experience of 1991–2018 years. *Politiia* = Politeia. 2019;2:125–150. (In Russ.). DOI: 10.30570/2078-5089-2019-93-2-125-150.
  11. Mchedlidze LG. Modern technologies of “black PR” in domestic and foreign policy. *Molodoi uchenyi* = Young Scientist. 2018;26:136–140. (In Russ.)
  12. Napalkova IG, Kurochkina KV. Historical and modern personality and image as an element of symbolic ethnonational capital of the Republic of Mordovia (2014–2019). *Finno-ugorskii mir* = Finno-Ugric World. 2020;12;1:42–61. (In Russ.)
  13. Nedykhalov LA. Estimation of SERM technologies efficiency in the formation of the image and reputation (on the example of the Governor of Krasnodar Region V. I. Kondratiev). *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V. N. Tatishcheva* = Bulletin of the Volga University named after V. N. Tatishchev. 2021;1;1:170–179. (In Russ.). DOI: 10.51965/2076-7919\_2021\_1\_1\_170.
  14. Perepechayev IV, Nemets GN. Technologies for the development and promotion of the image as a PR product. *Nauchnye trudy Kubanskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta* = Scientific Works of the Kuban State Technological University. 2019;8:67–74. (In Russ.)
  15. Rozanova NN. Priority value characteristics of the governor’s personal brand (on the example of the Smolensk Region). *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Ser.: Sotsiologiya* = RUDN Journal of Sociology. 2017;17;4:542–554. (In Russ.). DOI: 10.22363/2313-2272-2017-17-4-542-554.
  16. Riabova TB, Riabov OV. “Not a boy, but a man”: on the gender-age stereotypes in politics. *Zhen-shchina v rossiiskom obshchestve* = Woman in Russian Society. 2020;4:5–13. (In Russ.). DOI: 10.21064/WinRS.2020.4.1.
  17. Skliarenko KV. Political image: to the study of concepts. *Ekonomika i sotsium* = Economy and society. 2020;11:1307–1311. (In Russ.)
  18. Temirbulatova MM, Ovcharova GB. Modern approaches to the definition of the content of the concept of “political image”. *Teoriia i praktika sovremennoi nauki* = Theory and practice of modern science. 2017;4:792–795. (In Russ.)
  19. Trifonova IuA, Lizina OM. Multifactor analysis of corruption in the Republic of Mordovia. *Kontentus* = Kontentus. 2017;6:1–12. (In Russ.)
  20. Chernyshova LV. Some approaches to the study of concepts political image and network image. *Vestnik UGNTU. Nauka, obrazovanie, ekonomika. Ser.: Ekonomika* = Bulletin of the Ufa State Oil Technical University. Science, education, economics. Series: Economy. 2020;3:79–84. (In Russ.). DOI: 10.17122/2541-8904-2020-3-33-79-84.
  21. Scheglatov AA. Study of personal brand from the position of social capital concept. *Izvestiia Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii (Baikal'skii gosudarstvennyi universitet ekonomiki i prava)* = Izvestiya of Irkutsk State Economic Academy (Baikal National University of Economics and Law). 2011;5:120–123. (In Russ.)
  22. Beck D. Old traps and new prospects: Gendered media images of leading female politicians in Germany as evidence for a contested modernization of gender knowledge. *The Psychology of Political Communicators: How Politicians, Culture, and the Media Construct and Shape Public Discourse*. London; 2018:185–203.
  23. Duránte-Stolle P, Martínez-Sanz R. Politainment in the transmedia construction of the image of politicians. *Communication & Society*. 2019;32;2:111–126.
  24. Geva D. A double-headed hydra: Marine Le Pen’s charisma, between political masculinity and political femininity. *NORMA*. 2020;15;1:26–42.
  25. Krogstad A, Storvik AE. Reconsidering politics as a man's world: Images of male political leaders in France and Norway. *Historical Reflections*. 2010;36;3:19–38.

Submitted 13.01.2022; reviewing 15.02.2022; accepted 22.06.2022.

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**I. G. Napalkova** – Candidate Sc. {History}, Associate Professor, Department of General History, Political Science and Regional Studies, National Research Mordovia State University, zamisi@yandex.ru, <http://orcid.org/0000-0003-3896-1600>

**R. V. Manchev** – Research Fellow, Reserach and Educational Center “Political Analysis of Territorial Systems”, National Research Mordovia State University, r.manchev@yandex.ru, <http://orcid.org/0000-0002-7655-6721>