**Содержание**

Введение

1 Теоретико – методологические основы изучения имиджа органов власти

 1.1 Имидж: понятие, виды, функции, основные составляющие

 1.2 Формирование имиджа властных структур

2 Анализ технологий имиджа местных органов власти

 2.1 Имидж органов власти в представлениях населения

 2.2 Формирование имиджа при помощи СМИ

3 Основные рекомендации и предложения по формированию имиджа главы муниципального образования

 3.1 Взаимодействие населения с местными органами власти как технология формирования имиджа

 3.2 Формирование активного имиджа главы муниципального образования

4 Программа мер по обеспечению выпускной квалификационной работы

 4.1 Обоснование социальной значимости внедряемых мероприятий

 4.2 Математическое и статистическое обеспечение выпускной квалификационной работы

 4.3 Правовое обеспечение выпускной квалификационной работы

 4.4 Социологическое обеспечение выпускной квалификационной работы

 4.5 Компьютерное обеспечение выпускной квалификационной работы

Заключение

Ссылки на использованные источники

Список использованных источников

Приложение А Виды имиджа

Приложение Б Матрица ответов на вопросы анкеты

Приложение В Качества главы муниципального образования

Приложение Г Текст интервью главного специалиста отдела по связям со средствами массовой информации и общественными формированиями Аппарата Совета муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район»

Приложение Д Отношение населения к главе муниципального образования

Приложение К Контент-анализ газет «Ленинская правда» и «Нижнекамское время» за 2004 – 2006 годы

Приложение Л Мониторинг телевизионных СМИ

Приложение М Методы воздействия местных органов власти на население через средства массовой информации

Приложение Н Положение проекта «Будем добрее друг к другу»

Приложение П Аннотация к проектам «Будем добрее друг к другу» и Местный форум

Приложение Р Положение о Местном форуме

Приложение С Предлагаемые проекты для местных органов власти

Приложение Т Анкета «Мнение населения о главе муниципального образования»

Приложение У Квотная выборка

**Введение**

*Актуальность темы.* В современных условиях трансформации российского общества имидж политического лидера представляет для исследователей особый интерес. Имидж становится одним из главных инструментов управленческого воздействия на людей. Имидж управляется не системами и технологиями, а человеком, который следует своим путем, применяя умственные способности, инстинкты и эмоции, таким человеком и является руководитель.

Проблемы, связанные с имиджем различных социальных институтов и государственных организаций России, в последнее время обсуждаются активно. Не остается без внимания и образ современного российского лидера. Использование возможностей социологического анализа применительно к имиджу лидера, является достаточно продуктивным и в то же время конструктивным способом его осмысления.

Глава районной, городской администрации является ключевой фигурой на местном уровне. Он играет огромную роль функционирования муниципального образования. Задача главы муниципального образования заключается в формировании позитивного восприятия его имиджа. Поэтому профессионализм управляющего высшего звена должен состоять в умении правильно и гармонично соотнести свои личные особенности и ценности с внешними требованиями. Это позволяет предотвратить отчуждения граждан от политического участия посредством упрочнения политической и эмоциональной связи населения с властью.

Имидж создается для населения, он служит проводником между населением и властью, то есть имидж это средство воздействия на массовое сознание. От технологий, использующих при формировании имиджа, во многом зависит принятие важных решений, а также то, как будет воспринята власть общественностью. В формировании имиджа руководителя властных структур ведущую роль играют СМИ, поскольку СМИ являются посредником между населением и местной властью, именно из средств массовой информации население получает большую часть информации о функционировании органов муниципальной власти, в результате чего у него складываются представление о качестве решений местных задач.

Имидж формируется в ходе коммуникационных процессов как результат символического взаимодействия социальных групп и самого лидера, который концентрирует социальные ожидания и находит уникальные формы их выражения.

Зачастую личность руководителя властных органов, скрыта от широкой аудитории, такая ситуация представляет возможность конструирования имиджа, с помощью наемных специалистов и средств массовой информации.

В настоящее время наметились тенденции использования целого комплекса информационных манипулятивных технологий, целью которых является внедрение установок и стереотипов в массовое сознание, подвигнуть массы на принятие необходимых решений и действий. Одна из особенностей современной техники манипулирования, в первую очередь осуществляется через печатные издания и телевидение, которые создают «имиджи» и несут оценочный характер. Использование этих технологий, направлено на создание определенного эмоционального настроя и психологических установок у аудитории.

Это послужило исследовать формирование имиджа местной власти при помощи средств массовой информации. То есть определить методы и средства формирования имиджа главы муниципального образования, а также выявить манипулятивные технологии в конструировании имиджа главы муниципального образования.

*Степень научной разработанности темы.*

Изучение данной темы повлекло комплексное исследование понимания сущности феномена «имиджа». Многие исследователи отмечают, что социальное знание об имидже правомерно соотнести с работами античных историков, однако фундаментальные исследования имиджа политического лидера начались только в XX веке. В рамках политической науки имидж используется применительно к правителям, главам государств, лидерам политических партий.

Сложность поставленной научной проблемы обусловила широкий поиск и анализ научной литературы по данной проблематике. Можно выделить три основные группы исследовательского интереса.

Первое направление научных исследований объединяет работы, характеризующие сущность феномена «имиджа». Так понимание имиджа дается в суждениях Р. Мэртона, И. Гоффмана, а также в работах А.В. Васильцевой, В.М Шепель, Е. Петрова.

Второе направление составляют работы, посвященные исследованию имиджа политических и государственных деятелей. Отметим, прежде всего, исследования таких авторов, как Г.Г. Почепцова, М.Н. Шашлова, М.В. Журавков, Н.П. Шелекасова, Д.М. Дурдин и другие. Имиджевый аспект местного самоуправления рассматривались в работах М.В. Журавкова, А. Дюка.

Третье направление составляют работы, характеризующие технологию формирования имиджа. К ним относятся: Л. Ольшанская, В.С. Комаровский, а также существенный вклад в исследование формирования имиджа средствами массовой информации внесли работы Н.В. Натаповой, Р.Н. Мингалеева.

Исследования, характеризующие манипулятивную технологию формирования имиджа внесли работы Е.Л. Доценко, Г. Грачева, И. Мельника.

Большое значение также имеют эмпирические исследования Л.И.Архиповой, Р.С. Рафиковой, Н.В. Губиной, ЦИРКОН, фондом общественного мнения, исследования, проведенные кафедрой государственного управления и социологии Нижнекамского химико-технологического института.

Завершая обзор литературы, можно отметить, что технология формирования имиджа местных органов власти является малоизученным.

*Цель выпускной квалификационной работы* заключается в исследовании технологий формирования имиджа главы муниципального образования и разработке основных рекомендаций и предложений по развитию активного имиджа местной власти.

*Объект выпускной квалификационной работы* – имидж руководителя властных структур.

*Предмет выпускной квалификационной работы* – особенности технологий формирования имиджа главы муниципального образования.

*Задачи* *выпускной квалификационной работы.* Достижение данной цели осуществляется через решение следующих задач:

– изучить теоретические и методологические основы исследования имиджа органов власти;

– проанализировать технологию формирования имиджа местных органов власти, выявить специфику данного имиджа;

– определить методы и средства формирования имиджа главы муниципального образования;

− выявить манипулятивные технологии в конструировании имиджа главы муниципального образования;

– рассмотреть отечественный опыт в формировании имиджа местных органов власти;

– разработать основные рекомендации и предложения по развитию активного имиджа главы муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район».

*Методологической базой выпускной квалификационной работы выступают* системный подход, в рамках которого применен и адаптирован к изучаемой проблематике структурно – функциональный, социологический и конструктивистский подходы, а также интеракционистская парадигма Гоффмана.

Системный подход исследования имиджа позволил рассмотреть его как многоплановое явление, выявить многообразие определений и концепций изучения имиджа.

С точки зрения интеракционистского подхода И. Гоффмана механизм формирования имиджа представляется как спектакль, где каждые из взаимодействующих сторон в коммуникативном процессе выполняют свою определенную роль.

 Структурно-функциональный анализ Мертона характеризует имидж как двойственную функцию – как положительное, функциональное явление и как негативное или дисфункциональное.

 С точки зрения конструктивистского подхода была изучена технология формирования имиджа лидера. Имидж является конструктом символической реальности и феноменом общественного сознания, то есть специфический результат целенаправленного конструирования, с постановкой цели, задач и путей формирования и методов эффективного воздействия на массовое сознание.

Социологический подход применялся для проведения социологического исследования в форме анкетирования для выявления мнения населения о главе муниципального образования. А также в форме интервьюирования и контент-анализа местных СМИ для определения методов и средств формирования имиджа главы муниципального образования, выявления манипулятивных технологий в конструировании имиджа главы муниципального образования. Вторичный анализ данных позволил изучить проблему имиджа на федеральном, региональном и местном уровне.

*Научная новизна выпускной квалификационной работы.* Обзор научных трудов и статей о технологии формирования имиджа подтверждает ее актуальность и постоянный интерес к ней исследователей и ученых, что указывает на необходимость более глубокого изучения данной темы.

Изучение особенностей формирования имиджа органов власти в научной литературе касается в целом по России. На региональном и на местном уровне недостаточно изучена технология формирования имиджа главы муниципального образования, поэтому в данной работе предпринята попытка проведения исследования, цель которой, исследовать технологию формирования имиджа главы муниципального образования, (на примере муниципального образования города Нижнекамска).

Научная новизна выпускной квалификационной работы определяется как самой научной проблемы, так и полученными результатами.

Научная новизна работы заключается в том, что:

– осуществлен комплексный подход к изучению понятия имидж;

– дано понятие активного имиджа;

– проведен опрос для выявления общественного мнения о главе муниципального образования;

– осуществлено исследование формирования имиджа местных органов власти по средствам СМИ;

– выявлены особенности формирования имиджа главы муниципального образования на примере муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район»;

– раскрыты манипулятивные технологии информационного воздействия на массовое сознание при освещении деятельности главы муниципального образования (персонализация, архетипизация, стререотипизация, тематизация).

*Практическая значимость выпускной квалификационной работы.* Данная работа вносит определенный вклад в изучение как конструктивных, так и деструктивных способов формирования имиджа местной власти. Она может быть использована в учебных целях местными органами власти для анализа и подготовки более совершенных программ по развитию активного имиджа главы муниципального образования. Также работа может послужить основой для диссертации.

Обозначенные в работе проблемы конструирования имиджа местной власти помогут заинтересованным лицам в их устранении.

 Предложенные меры по развитию активного имиджа местных органов власти могут быть реализованы местными органами власти.

*Эмпирическую базу выпускной квалификационной работы составили* материалы контент-анализа печатных средств массовой информации «Ленинская правда» и «Нижнекамское время», городских телевизионных СМИ, материалы Интернета, а также данные социологических исследований кафедры государственного управления и социологии, результаты интервью, статистические данные.

*Структура выпускной квалификационной работы.* Выпускная квалификационная работа состоит из четырех разделов, введения, заключения, списка использованных источников и приложения.

Во введении дано обоснование актуальности и значимости темы, цель, задачи, объект и предмет выпускной квалификационной работы, разработанность темы, научная новизна и вклад автора в работу.

Первый раздел называется «Теоретико-методологические основы изучения имиджа органов власти», где рассматриваются понятия, определения, виды, функции имиджа, основные его составляющие. А также формирование имиджа властных структур. Данный раздел служит теоретическим обоснованием будущих разработок, содержит общую характеристику объекта и предмета исследования.

 Второй раздел назван «Анализ технологий формирования имиджа местных органов власти», в котором имидж власти рассматривается в представлениях населения, а также проанализировано формирование имиджа при помощи СМИ.

Третий раздел – «Основные рекомендации и предложения по формированию активного имиджа главы муниципального образования» рассмотрен отечественный опыт в формировании активного имиджа местной власти и предложены основные рекомендации и предложения по развитию активного имиджа главы муниципального образования.

Четвертый раздел включает программу мер по обеспечению выпускной квалификационной работы. В нем содержатся обоснование социальной значимости внедрения разработанных мероприятий, математическое и статистическое обеспечение выпускной квалификационной работы, описание программы социологического исследования, обзор нормативно-законодательной базы по теме выпускной квалификационной работы и описание программного обеспечения, которое было использовано в процессе написания дипломной работы.

В заключении еще раз подтверждена актуальность темы с точки зрения перспектив дальнейших исследований. Здесь содержатся краткие выводы по разделам основной части выпускной квалификационной работы, оценка полноты решения поставленных во введении задач и перспективы дальнейшего исследования проблемы.

Приложения (на листах 104 – 133)содержат:

– материалы контент-анализа печатных средств массовой информации «Ленинской правды», «Нижнекамское время»;

– материалы мониторинга телевизионных средств массовой информации;

– текст интервью главного специалиста отдела по связям со средствами массовой информации и общественными формированиями Аппарата Совета муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район»;

– матрицу ответов на вопросы анкеты;

– положения проектов «Будем добрее друг к другу» и Местный форум;

– схемы, графики.

**1 Теоретико-методологические основы изучения имиджа органов власти**

**1.1 Имидж: понятие, виды, функции, основные составляющие**

Управление как целенаправленная деятельность человека включает в себя упорядоченное регулирование взаимодействия и создание условий для функционирования и развития различных объектов и процессов в природе, обществе и технике. Это особый, специфический вид профессиональной деятельности, который осуществляется во взаимодействии с людьми на государственном и муниципальном уровне. Муниципальное управление - это составная часть местного самоуправления, связанная с упорядочивающим воздействием органов муниципального управления (местного самоуправления) на муниципальное образование с целью повышения уровня и качества жизни его населения. Объектом муниципального управления является муниципальное образование как сложная социально-экономическая система, состоящая из тесно взаимодействующих и взаимосвязанных объектов населения природно-географической среды, градообразующей базы и жизнеобеспечивающей системы, обслуживающей функционирование, сохранение и развитие своего муниципального образования. Субъектом муниципального образования является глава муниципального образования, который является координирующим элементом системы муниципального управления. Таким образом, муниципальное управление – это публичная власть, которая на управленческом уровне приближена к повседневной жизни людей. Такая близость предоставляет возможность муниципальным органам власти непосредственно воздействовать на местное сообщество и наоборот. В связи с этим, именно местный уровень является наиболее притягательным для распространения манипулятивных технологий управления, ставших в последнее время основным средством реализации власти [1, с. 5].

В условиях современного мира с его явлениями глобализации и виртуализации имидж становится одним из главных инструментов управленческого воздействия на людей. Имидж управляется не системами и технологиями, а человеком, который следует своим путем, применяя умственные способности, инстинкты и эмоции, таким человеком и является руководитель. Глава районной, городской администрации является ключевой фигурой на местном уровне. Поэтому профессионализм управляющего высшего звена должен состоять в умении правильно и гармонично соотнести свои личные особенности и ценности с внешними требованиями. Важнейшей функцией лидера в сфере управления является предотвращение отчуждения граждан от политического участия посредством упрочнения политической и эмоциональной связи населения с властью. Среди ресурсов влиятельности руководителя властных структур является имидж. Имидж человека, общества зависит от общественных отношений [2, с. 35].

В условиях современных социально-экономических отношений наука об имидже – имиджелогия играет важную роль в создании демократического общества, совершенствования общения людей друг с другом, в формировании имиджа, построенного на общечеловеческих ценностях и принципах. Основой имиджелогии являются достижения философских, педагогических, психологических наук, этики, эстетики и других наук.

Становление имиджелогии как новой научно-прикладной области знания, возникает на стыке психологии, экономики, социологии, философии, культурологи, костюмологии и др., о чем свидетельствует, с одной стороны, рост научных и научно-популярных публикаций по проблемам имиджа, с другой стороны, введение категории «имидж» в понятийный аппарат различных наук.

Имидж можно изучать с разных теоретических позиций. В нашей работе мы будем использовать системный подход исследования имиджа, которое рассматривает его как многоплановое явление, позволяющее выявить многообразие определений и концепций изучения имиджа [3, с. 311].

В научном мире сложились различные мнения относительно возникновения понятия «имидж» (от англ. (image). Считается, что оно происходит от латинского слова image (образ), связанного с латинским словом imitari (имитировать). Согласно толковому словарю Вебстера, «имидж — это искусственная имитация или преподнесение внешней формы какого-либо объекта и, особенно, лица. Он является мысленным представлением о человеке, товаре или институте, целенаправленно формирующимся в массовом сознании с помощью паблисити, рекламы либо пропаганды» [4].

В словаре русского языка С.И Ожегова слово «образ» имеет несколько значений. Это «вид», «облик», «представление», «обобщенное художественное отражение», «тип», «характер», «порядок». То, что в современном англоязычном мире выражается понятием «имидж», имеет русскоязычное понятие «мнение» как «суждение, выражающее оценку чего-нибудь, отношение к чему-нибудь, взгляд на что-нибудь».

Понятие «image» в последние годы все прочнее укрепляется в словаре современного человека. Многие справочные издания раскрывают содержание понятия имидж, трактуя его как целенаправленно формируемый образ, сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ, как набор определенных качеств, которые люди ассоциируют с определенной индивидуальностью или как мысленное представление чего-то раннее видимого конкретного или абстрактного, сильно напоминающего в представлении о другом.

Таким образом, в общем виде категория «имидж» трактуется как сложившийся в сознании людей и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо. И междисциплинарный подход изучения имиджа позволяет рассмотреть его с точки зрения психологии, экономики, политологии, социологии.

С точки зрения психологической науки термин «имидж» - это не столько реальный образ человека или предмета (Ego), сколько идеальный образ (Super Ego), естественно отличающийся от реального. Это сознательное, рукотворное, придуманное с конкретной целью несоответствие и превратило имидж в главный инструмент достижения многих целей, среди которых завоевание авторитета, признания и позитивной популярности. Такая трактовка берет свое начало в 30-е годы в работах 3. Фрейда. Общепризнано, что одним из первых, кто ввел понятие «имидж» в специальную русскоязычную литературу, был О. Феофанов. В своей работе «США: реклама и общество», появившейся в 1974 г., он рассматривает имидж «как основное средство психологического воздействия» [3, с. 312].

С точки зрения политологии, имидж это - образ политического лидера, деятеля, партии, который складывается в общественном мнении и сознании, оказывая воздействие на авторитет и влияние (рейтинг) его носителя. Первые научные разработки, выполненные с прямым использованием категории «имидж», в отечественной науке были связаны с проблематикой лидерства и ориентированы преимущественно на изучение индивидуальных имиджей политиков и общественных деятелей, государственных служащих [5, с. 62].

Лидер с английского «Leader» означает «ведущий», «руководящий». Политическое лидерство представляет собой постоянное приоритетное и легитимное влияние одного или нескольких лиц, занимающих властные позиции, на все общество, организацию или группу. Так имидж лидера – это сформировавшийся у окружающих устойчивый преимущественно эмоциональный образ, имеющий характер стереотипа [6, с. 227].

С точки зрения экономики как образ делового человека, представление о нем, складывающееся у окружающих, репутация или образ товара, услуги или компании, как совокупность ассоциаций и впечатлений о них, который складывается в сознании потребителей и формирует их определенное отношение к этому товару, услуге или компании [7].

Социологическая наука определяет имидж как образ, изображение; реальный (или воображаемый) облик, стиль делового поведения человека, фирмы, предприятия, отношение к ним на основе их популярности и успеха, доверия и симпатии людей. Специалисты в области социологии определяют имидж как «искусство обаяния», «увеличительное стекло, которое обнаруживает деловые и личностные качества людей» (В.М. Шепель), как «взгляд другого, восприятие меня другим», «коммуникативное ограждение, публичное «я» человека» (Г.Г. Почепцов), «картинка снаружи, которая рекламирует то, что внутри» (Э. Сэмпсон). Это также и обещание того, что человек предоставит рекламируемые умения, компетенцию и достоинства. Причем при отсутствии реального наполнения, скрытого под имиджем, результаты его воздействия будут сведены на нет. Имидж это искусство «управлять впечатлением» (Э.Гоффман) [8, с. 73].

Более того, имидж признается частью профессионального успеха сегодня, поскольку сам по себе успех -это в некоторой степени иллюзия восприятия, в котором общество нуждается как защите от банальности и превратностей судьбы. Чем точнее избирается (строится) имидж, тем эффективнее коммуникация, поскольку имидж в концентрированной форме задает суть человека или его устремлений, является знаковым заменителем, отражающим его основные сущностные или желаемые черты. Он дает возможность передать информацию о себе, о своих истинных, глубинных (личностных и профессиональных) намерениях, устоях, идеалах, планах, деяниях.

Таким образом, Имидж это – образ, сложившийся в массовом сознании и имеющий определенные качества, с помощью которых лидер воздействует на людей. Имидж выступает в роли связующего звена между лидером и аудиторией. Он служит отражением, как интересов аудитории, так и интересов лидера и пытается совместить эти интересы [9, с. 130].

Анализ более 20 определений имиджа в современной научной литературе позволил выделить несколько основных подходов к пониманию сущности имиджа: семиотический (К.Г. Юнг, Ч,С, Пирс, Ж. Пиаже, Дж. Брунер), инте-ракционистский (Дж.Г. Мид, Дж. Морено. Т. Шибутани), социального влияния (Ф. Зимбардо), имидж как способ преодоления когнитивного диссонанса (Л. Фестингер, Т. Нькжом), как способ социального познания (Г.М, Андреева) [10, с. 64].

С точки зрения семиотики, науки о знаках, имидж рассматривается как знаковая структура, «нечто большее меня самого», который имеет прямое отношение к человеческим ценностям и аттитюдам. Символизм многовариантен. Э. Сепир выделяет два принципиально различных типа символов: референциальная символика - экономные средства обозначения и конденсационная символика - чрезвычайно сжатая форма заместительного поведения или выражения чего-нибудь, которая позволяет полностью снять эмоциональное напряжение в сознательной или бессознательной форме. Использование символов, значимых для аудитории, с сохранением их семантики дает направление для домысливания. Здесь важны психосемиотическая компетентность, рефлексия семиотических компонентов собственной экспрессии (взгляд на себя со стороны - рефлексия первого порядка, взгляд на себя глазами другого - рефлексия второго порядка), коррекция внешних технологий самоподачи, адекватная интерпретация знаков общения.

Имидж в контексте символического интеракционизма рассматривается как формирование Я-образа, связанного с Я-концепцией (У, Джемс, К, Роджерс, Р. Берне), механизма, интегрирующего поведение через выбор направления активности. Особенно интенсивно формирование Я-образа протекает в ситуациях, когда люди зависимы друг от друга.

В позиции символического интеракционизма Я-концепция есть воспринятый и усвоенный индивидом обобщенный образ его самого в восприятии социальной группы. Чтобы познать себя, составить представление о себе, человек должен объективизировать себя вовне, выразить свои субъективные состояния в символах, доступных прочтению другим людям. Сфера собственных актуальных состояний может быть символически представлена в вещах, жестах. Я-концепция включает три модальности самоустановок: реальное Я - восприятие своих актуальных способностей, ролей, актуального статуса; зеркальное Я - представление о том, как тебя видят другие; идеальное Я - представление о том, каким бы индивид хотел стать. Расхождение Я-концепции, Я-идеального и непосредственного опыта становится источником личностной дисгармонии (искажения и отрицания). Я-образ как представление о себе (когнитивная составляющая Я-концепции; самооценка - аффективная оценка этого представления, потенциальная поведенческая реакция).

Эти подходы мы не будем применять в своей работе, так как они в большей степени являются ограниченными, поскольку опираются на психологические основы.

Применяя интеракционный подход И. Гоффмана, имидж представляется как способ воздействия на людей. Политический лидер рассматривается как социальный актор, и общество всегда находится во взаимодействии, и ведет себя сообразно сложившимся социальным ситуациям. Интеракция со стороны актера (лидера, политика) рассматривается как «представление», которое конструируется с целью произвести «впечатление», чтобы воздействовать на своих партнеров, на население, которые реагируют на содержание действия актера. По мнению И. Гоффмана, люди сами создают ситуации общения, представляющие собой некий ритуал, действие, спектакль, где каждый выполняет определенную роль [11, с. 321].

И. Гоффман рассматривал театр как аналогию повседневной жизни. Социальная деятельность представляется как «спектакль», в котором социальные акторы и исполняют, и режиссируют свои роли, стремясь управлять передаваемыми другим впечатлениями.

Таким образом, подход И. Гоффмана позволяет нам рассмотреть изучаемую проблему с точки зрения спектакля, где каждые из взаимодействующих сторон в коммуникативном процессе, выполняют свою определенную роль.

В связи с этим, интеракционный подход позволяет рассмотреть лишь форму представления имиджа, он не дает знания о содержании имиджа. Для нашей темы это не достаточно, поэтому мы будем использовать другие подходы, с точки зрения социологии управления, позволяющие рассмотреть составляющие имиджа и его функции.

В рамках системного подхода целесообразно использовать метод структурно-функционального анализа Мертона, рассмотрение имиджа, как положительного − функционального явления, так и негативного – дисфункционального. Главную суть своего подхода Р.Мертон выразил комплексным понятием «функциональность». Согласно этому понятию взаимосвязь общества в целом и его отдельных частей обеспечивается самыми разнообразными и специфическими функциями, которые могут наблюдаться и многократно повторяться в конкретных объектах и фактах. Функция — это «те наблюдаемые следствия, которые служат саморегуляции данной системы или приспособлению ее к среде». Наряду с понятием функции, Мертон ввел понятие «дисфункции», т.е. заявил о возможности отклонения системы от принятой нормативной модели, что, в свою очередь, должно привлечь за собой или новый этап в приспособлении системы к существующему порядку, или определенное изменение системы норм [12, с. 28].

Таким образом, имидж в качестве негативного – дисфункционального явления являются манипуляционным процессом. В качестве манипулятивной технологией является преобразование и распространение тех или иных образов в зависимости от поставленных целей и задач. Суть которой заключается в конструировании имиджа конкретных лиц или организаций, которые, как правило, адекватно отражают реальные их характеристики и, таким образом, дезориентируют людей.

С точки зрения структурно – функционального подхода имидж представляется как сложная, многоуровневая, многогранная структура. Весь спектр характеристик, включенных в образ, целесообразно рассматривать, объединяя их в блоки. Существуют три существенные группы имиджевых характеристик – персональные, социальные и символические.

К персональным характеристикам относятся физические, психофизиологические особенности политика, его характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решений, наличие харизмы. Сюда входят манеры политического деятеля, умение производить впечатление человека сильного, уверенного в себе, вызывать доверие, симпатию, убеждать, психологически заражать людей. Важную роль играют также такие характеристики кандидата, как внешность, темперамент, биография, известность и степень их корреляции с представлениями избирателей о том, каким должен быть лидер. Многие из этих характеристик почти невозможно изменить. Но можно сформировать определенное отношение к ним, усилив достоинства, представив в виде достоинств некоторые характеристики, которые прямо к ним не относятся. Можно также привнести в образ политика черты, которыми он и не обладает, но которые востребованы аудиторией. Наличие харизмы – качества, которое делает личность неотразимой в глазах масс и позволяет осуществлять какое-то загадочное влияние на них, особенно в случаях непосредственного контакта с этими массами, – может стать определяющим фактором при избрании того или иного лидера. Харизматическая компонента образа наиболее выигрышна с точки зрения коммуникации: между массовым сознанием и лидером как бы сама собой устанавливается тесная эмоциональная, достаточно прочная связь, так что от коммуникатора не требуется никакой дополнительной связи, исчезает необходимость привлечения манипулятивных технологий. Харизматической личности не нужна также помощь института власти: эта личность способна вызывать доверие, привлекать симпатии, вести за собой массы [13, с. 48].

Важнейшее качество кандидата, относящееся к социальным характеристикам, – его способность генерировать и провозглашать объединяющие и мобилизующие идеи. Коммуникация между лидером и аудиторией осуществляется именно благодаря совпадению политических идей, которые защищает лидер, и которые в данный момент поддерживаются обществом. А поскольку таковых идей явно меньше, чем лиц, объявляющих себя их единственными защитниками и приверженцами, перед лидером стоит задача доказать свое «право» на эту идею и необоснованность подобных претензий со стороны соперников. Эту задачу можно решить путем использования различной символики и атрибутов, связанных с защищаемой идеей, «присвоением» политической истории партии, которая выдвигала когда-то эту идею, и т.д. К социальным характеристикам лидера относится также статус его личности (не только связанный с определенным официальным положением, но и с происхождением, величиной состояния и т.д.). Социальная принадлежность лидера в значительной мере определяет нормы и ценности, которых он придерживается.

Социальные характеристики – самая подвижная часть имиджа кандидата, тесно связанная с политической реальностью. Каждый раз при изменении политической ситуации они создаются вновь и вновь.

Символические характеристики – наиболее устойчивая в коммуникативном поле компонента политического имиджа. Этот блок представляет лидера носителем определенной идеологии, дает некие гарантии на то или иное будущее, на определенный курс его действий. В число символических характеристик входят мировоззрение политика, его программа, определенный набор постоянных «лидерских» черт, которые бывают, востребованы электоратом постоянно, а также набор постоянных культурных архетипов, связанных в сознании избирателей с лидерскими позициями и ролями. Также, к символическим характеристикам относится позиция лидера в вопросах, которые на данный момент социально значимы. Удовлетворить тут ожидания избирателей порой бывает весьма непросто, также особое место занимает «программа», или социально экономическая концепция (совокупность идеологических, политических воззрений, экономических намерений и т. д.), а также планы ее реализации, которые в максимальной степени должны отвечать ожиданиям электората. Лидер всегда носитель определенной идеологии, надежда на то или иное будущее, определенный курс действий. Довольно часто отличие нового политика и кандидата на лидерский пост от прежних строится на том, что он предлагает не только другую, но именно новую программу действий.

 Имидж позволяет оптимизировать социальные, профессиональные и личные достижения за счет создания образа цели, задающего внутреннюю и внешнюю установки человеку.

Это, кроме того, механизм адаптации и опредмечивания себя в социальной реальности за счет осознания и моделирования необходимых внешних признаков, символизирующих внутреннюю сущность; это механизм гармонизации, оптимального соотношения частей внутреннего и внешнего и каждой части в отдельности и достижения эстетического эффекта, апеллирующего к принципу удовольствия; это механизм трансформации, преобразования личности через моделирование необходимых эмоций и эмоциональных состояний.

По социальной роли выделяется деловой имидж, рассчитанный на людей, облеченных властью, и имидж для знакомств. По мотивации создания имиджа, классификация строится на основе человеческих потребностей (ДЖ. Роттер): статус признания (потребность чувствовать себя компетентным); защита/зависимость (потребность, чтобы кто-то оградил от неприятностей и помог достичь значимых целей); доминирование (потребность влиять на других людей); независимость (потребность принимать самостоятельные решения и достигать цели без помощи других); любовь и привязанность (потребность, чтобы вас понимали и любили другие); физический комфорт (физическая безопасность, хорошее здоровье и свобода от боли). По мере копирования другого выделяют; органический имидж (самопостроение), результирующий (копирование образца), наведенный (промежуточный к поиску себя) [10, с. 68].

Признаки, по которым складывается мнение о человеке, дают основание для следующей структуры индивидуального имиджа:

− габитарный компонент имиджа, то есть внешность, включающая в себя статические (конституция тела), среднединамические (одежда, прическа, аксессуары, запах) и экспрессивные компоненты (мимика, жесты, взгляды, походка, позы);

− вербальный компонент имиджа – что человек говорит и как говорит, что пишет и как пишет;

− кинетический компонент имиджа - характерные типичные движения (экспрессия мягкая, жесткая, вязкая) или положение в пространстве частей тела персоны;

− средовый компонент имиджа как среда обитания вещественная и социальная, включающая жилище, кабинет, автомобиль, а также ближайшее окружение, семью, коллег, друзей, основные каналы социальных контактов (членство в клубах, профессиональных сообществах, место проведения встреч, излюбленные места отдыха);

− овеществленный компонент имиджа – предметы и вещи, созданные персоной (визитка, деловое письмо, статья, книга, выступления в средствах массовой информации).

Средовый, габитарный и овеществленный компоненты имиджа составляют невербальный образ персоны. Богатство языка и средств литературной выразительности вербально подчеркнут ее социальный статус, характер и положение в обществе. Распространенный девиз удачного имиджа «в чем-то лучше, чем у всех».

Активные формы проявления сущности и содержания конкретного феномена называется функция. Можно обозначить две группы функций имиджа: ценностные и технологические. К ценностным функциям имиджа относятся: [14, с. 54]

− личностно возвышающая. Благодаря созданию вокруг личности ореола привлекательности, она становится социально востребованной, раскованной в проявлении своих лучших качеств;

− комфортизация межличностных отношений. Суть этой функции в том, что обаяние людей объективно привносит в их общение симпатии и доброжелательность, а потому нравственную меру терпимости и такта;

− психотерапевтическая. Суть её в том, что личность, благодаря осознанию своей индивидуальной незаурядности и повышенной коммуникабельности, обретает устойчивое мажорное настроение и уверенность в себе.

Таким образом, ценностные функции имиджа свидетельствуют о его бесспорном значении в выстраивании здоровой душевной организации личности. Философская связка «форма и содержание» объясняет закономерность функционирования имиджа как внешнего проявления духовного здоровья личности, состояния её биоэнергетического потенциала. Д.И. Менделеев на обложке книги «Основы химии» написал: сущность познаётся через форму. Интерпретируя это высказывание выдающегося отечественного учёного, скажем: «Посредством имиджа наиболее заметно, а потому доступно для других людей, проявляется внутренний мир конкретной личности. Вот почему так велика роль ценностных функций имиджа».

К технологическим функциям имиджа относятся:

− межличностная адаптация. Благодаря правильно избранному имиджу можно быстро войти в конкретную социальную среду, привлечь к себе внимание, оперативно установить доброжелательные отношения;

− высвечивания лучших личностно-деловых качеств. Благоприятный имидж даёт возможность зрительно представить наиболее привлекательные качества человека, позволяя соприкасающимся с ним людям познавать именно эти черты, вызывающие симпатию или доброе расположение;

− затенения негативных личностных характеристик. Посредством макияжа, дизайна одежды, аксессуаров, причёски и т.д. можно отвлечь людей от тех недостатков, которыми обладает человек;

− организация внимания. Привлекательный имидж невольно притягивает к себе людей, он импонирует им, а потому они психологически легче располагаются к тому, что он говорит или демонстрирует;

− преодоления возрастных рубежей. Искусно владея технологией самопрезентации, что конкретно проявляется в удачном выборе моделей поведения и исполнении различных ролей, можно комфортно себя чувствовать в общении с людьми разного социального положения и профессионального статуса, не сковывая себя «комплексом» собственного возраста.

Знание технологических функций имиджа предлагает широкое практическое его использование. Сошлёмся на одно из высказываний Н. Макиавели: «Я бываю то лисом, то львом. Весь секрет управления заключается в том, чтобы знать, когда следует быть тем или другим».

Таким образом, имидж – это полиметрическое явление, функционал которого разнообразен. Главное его назначение – достичь эффекта личного притяжения. Кто в полной мере владеет функциями имиджа, тому присуще такое состояние, которое называется магией расположения. Акцент на практическом значении имиджа отличает наше понимание его содержания и предназначения от зарубежных подходов.

С точки зрения структурно – функционального подхода Р. Мертона, имидж можно рассматривать как негативное явление, с помощью манипулятивных технологий. Сами манипулятивные технологии складываются из определенных сочетаний конкретных структурных элементов, по своим специфическим закономерностям. Могут быть различные сочетания этих элементов оригинальные решения последовательности и частоты их применения в конкретных информационно-коммуникативных ситуациях.

Как наиболее универсальную манипулятивную технологию, которая наиболее широко и активно используется в массовых информационных процессах, в первую очередь, целесообразно выделить формирование и распространение образов.

Суть ее в том, что в зависимости от целей и конкретных задач формируются и распространяются заранее «сконструированные» образы или имиджи конкретных лиц, фирм и организаций, идей, программ, товаров и т.п., которые, как правило, не адекватно отражают реальные существенные их характеристики и таким образом, дезориентируют людей, на которых направлено информационно-психологическое воздействие [15].

Особенностью использования такой манипулятивной технологии является персонификация власти. Свой выбор значительная часть общества и населения страны осуществляют не на основе рациональной оценки программ определенных политических движений и их лидеров или их решений и деятельности, а на эмоциональном уровне, на основе сложившегося соотношения симпатий и антипатий, степени доверия и недоверия к конкретным лидерам и организациям. Это обусловлено непосредственными контактами с властью и некоторой «зависимостью» от нее. Как отмечают отечественные исследователи социально-политических процессов в современной России «персонификация носит гипертрофированный характер: при отсутствии ясных политических программ и последовательно осуществляющих их партий приходится ориентироваться на отдельных деятелей».

В таких условиях выборные кампании развертываются по достаточно типовому сценарию: демонстрация привлекательности рекламируемого кандидата и его позитивных качеств и демонстрация негативных характеристик и качеств оппонентов.

В современных условиях в информационно-коммуникативных процессах используются не просто отдельные приемы, а специальные манипулятивные технологии.

 Таким образом, совокупность культурно-исторических, социально-экономических и политических условий объективно определяет обусловленность использования в политической борьбе психологических манипуляций в информационно-психологическом воздействии на население. В качестве ведущей манипулятивной технологии используется формирование политического имиджа - конструирование и распространение с использованием в первую очередь средств массовой коммуникации образа привлекательного политика, позитивно воспринимаемого большинством населения и как вторая сторона - распространение негативного имиджа оппонента. Соотношение акцентов между этими сторонами определяется в зависимости от конкретных условий и избранной тактики политической борьбы.

Анализ практики формирования имиджа политиков показывает, что в настоящее время используются два полярных подхода, причем все остальные можно условно расположить между ними как своеобразными полюсами. Эти подходы соответствуют двум парадигмам психологического воздействия: развивающему и манипулятивному. Соответственно мы их обозначаем как развивающий (самореализационный, интегративный) и манипулятивный (внутренне конфронтационный, дезинтегрирующий). Суть первого заключается в том, что имидж основывается на реальных сущностных, значимых политических и личностных качествах конкретного лидера, которые соответствуют предполагаемой политической деятельности и электоральным ожиданиям. Условно он может быть обозначен как «реал-имидж» - имидж, соответствующий сущности политика, его реальным качествам. Суть второго и наиболее распространенного в российских условиях в том, что он основывается на приоритете системы электоральных ожиданий и при этом неадекватно отражает политическую сущность лидера и его личность. Условно может быть обозначен как «фальш-имидж». Такой «фальш-имидж» выступает как основное средство манипулирования людьми, их выбором.

Таким образом, манипуляция в общем виде это - способ социального воздействия на людей при помощи различных средств экономических, политических, социальных средств, средств массовой информации, с целью навязывания им определенных идей, ценностей, форм поведения и т. д.

 В связи с этим имидж составляет целую отрасль в управлении общественным мнением, используется в различных сферах деятельности. Управленческая деятельность – это деятельность, проникающая во все сферы человеческой жизнедеятельности, а те, кто ею занимаются, обязаны обладать достойным имиджем. Какое-либо отступление от этого требования следует рассматривать как профессиональное несоответствие этой деятельности.

С одной стороны, имидж - результат жизнедеятельности человека, а с другой - средство управления его жизненной перспективой.

Без имиджа руководитель не может расположить к себе людей, так как имидж это эффективное психологическое средство, с помощью которого можно добиться положительных результатов в любой деятельности.

**1.2 Формирование имиджа властных структур**

Управление на муниципальном уровне осуществляется через муниципальные органы власти. Местное самоуправление – это форма осуществления народом своей власти, самостоятельное и под свою ответственность решение населением непосредственно и (или) через органы местного самоуправления вопросов местного значения исходя из своих интересов с учетом исторических и иных местных традиций [16, с. 18].

В Российской Федерации муниципальная должность понимается как профессиональная деятельность на постоянной основе в органах местного самоуправления по исполнению их полномочий. Муниципальная служба - это служба на должностях «Б» и «В», не являющихся выборными и замещаемых по трудовому договору [17]. Таким образом, глава местного самоуправления, как представитель местной власти занимает муниципальную должность категории «А», но не находится на муниципальной службе и не является муниципальным служащим. Так, глава муниципального образования является высшим должностным лицом и наделяется уставом муниципального образования.

В этой связи весьма актуальной становится проблема формирования имиджа муниципальных органов власти, главы муниципального образования. Имидж – сам по себе феномен публичный. Не будет публики и ее массового сознания, некому будет воспринимать эмоционально окрашенный образ. Но если на федеральном и региональном уровнях данному вопросу следует уделять пристальное внимание, так как население отдалено от власти, и СМИ является главным источником информирования о деятельности власти, то на муниципальном уровне наоборот, местная власть намного ближе к населению, Иными словами, чем больше дистанция между носителем образа и носителями массового сознания, тем больше времени, усилий и финансовых средств тратится на информирование населения, создание его образа. И наоборот: чем короче дистанция, тем меньше уделяется внимания созданию и коррекции собственного имиджа [18].

Та же закономерность прослеживается и в отношении научного подхода к изучению механизмов формирования имиджа представителей властных структур. Чем выше уровень государственной власти, тем лучше изучены закономерности формирования имиджа его представителей, что касается муниципального уровня, то здесь – классическая инкогнито. Представители муниципальной власти редко задумываются над необходимостью прилагать дополнительные усилия и средства, а ученые редко проявляют исследовательский интерес к муниципальным лидерам и их окружению, не выбирая их в качестве объектов исследования как по причине больших затрат, так и по причине отдаленности ряда районов от областных центров.

Между тем основная работа по формированию имиджа муниципальной власти, должна проходить постоянно. Имидж невозможно создать за один вечер – на это уходят годы. Эта работа требует большого усердия, креативности и терпения.

Системный подход формирования имиджа предполагает изучение методов и механизмов формирования имиджа. С точки зрения конструктивистского подхода Мингалеева целесообразно изучить технологию формирования имиджа лидера. Имидж – это конструкт символической реальности и феномен общественно сознания, то есть специфический результат целенаправленного конструирования, с постановкой цели, задач и путей формирования и методов эффективного воздействия на массовое сознание [2, с. 18].

Формирование имиджа руководителя может идти двумя путями: стихийно или целенаправленно. В первом случае это естественный процесс, проходящий без внешнего давления, одним из результатов которого является становление человека как индивидуальности. Руководитель выступает той личностью, которой он является на самом деле (или тем, кем ему легче всего быть). Имидж такого рода не требует изменений в том случае, если он гармонично сочетается с особенностями организационной культуры и занимаемой должности. Второй путь предполагает активное формирование, которое необходимо, если: руководитель является «чужим» по отношению к организации (в случае антикризисного управления); руководитель не имеет большого опыта управления; в системе управления персоналом есть конфликтные точки; размер организации столь велик, что сотрудники не могут составить адекватное представление о деятельности руководителя и его личности (и это приводит к снижению трудовой мотивации). Здесь создание имиджа связано с надеванием некоторой маски, и успех в этом случае обусловлен двумя основными факторами: насколько правильно выбрана маска, и насколько она близка личности самого руководителя. От правильности выбора маски зависит, насколько имидж будет соответствовать типу корпоративной культуры и, следовательно, насколько он окажется эффективным. Второй фактор влияет на скорость и легкость процесса формирования имиджа, а также является предпосылкой гармоничного встраивания маски в структуру личности руководителя [19].

Процесс искусственного формирования имиджа связан чаще всего с проведением специальных мероприятий и процедур индивидуальной и организационной работы и требует тщательного анализа внутренних условий жизнедеятельности организации [20].

 В условиях жесткой конкурентной борьбы пристального внимания заслуживает любая представительская и публичная деятельность, поэтому работа над безупречностью имиджа является фактором, обеспечивающим интенсивное процветание.

Работа по созданию имиджа ведется целенаправленно и различными средствами по каждому из каналов восприятия: визуальному, вербальному, событийному и контекстному:

− визуальное измерение формирует внешний образ: соответствие нормам деловой и официальной одежды, аксессуары, прическа, манера поведения, мимика, жесты;

− в вербальном измерении – культура общения: речь, публичные выступления, доклады, интервью, статьи, деловая переписка, умение вести беседу по телефону;

− событийное измерение – это нормативно-этическая сторона поступка, поведения, деятельности в целом, т.е. речь идет о репутации человека: динамика формирования имиджа определяется репутацией субъекта;

 − контекстное измерение рассматривают как присоединение имиджей других людей (родственники, друзья, окружение), что, также, оказывает влияние на репутацию человека и имидж в целом. Поэтому, в работе по формированию персонального имиджа, вопрос о репутации требует особого внимания.

Технология создания имиджа предполагает активное использование двух направлений:

− описательное (или информационное), представляющее образ (лидера, компании);

− оценочное, существующее как побуждающее оценки и эмоции, вызываемые информацией, различной интенсивности, несущей определенную эмоционально-психологическую реакцию.

Оценка имиджа происходит при использовании опыта, ценностных ориентаций, общепринятых норм, принципов. Оценка и образ имеют условные концептуальные различия и неразрывную связь.

Существует технология формирования имиджа руководителя и организации в целом, формирование имиджа региона, но нас интересует технология формирования имиджа политического лидера, при котором влияние лидера на последователей осуществляется, прежде всего, в результате коммуникаций между лидером и аудиторией с помощью средств массовой информации [21].

Имидж лидера формируется в результате коммуникации между политиком и аудиторией. В этой связи имеют место два важных свойства политического лидерства:

− лидер для публики выступает как сконструированный образ и поэтому может обладать практически любыми заданными характеристиками.

− для лидера значимыми становятся вопросы о том, какие личностные черты определяют его желание стать лидером. На второй план отступают традиционные проблемы психологии лидерства: выявление черт личности и характера, типа личности, требуемого в той или иной специфической ситуации.

Создание (коррекция) имиджа лидера в коммуникативном пространстве предполагает в качестве необходимого условия то обстоятельство, что образ политика не только сам является символом, но и существует в мире символов. Поэтому в процессе презентации образа необходимо создавать соответствующий фон, устанавливающий позитивное начало в восприятии политика. Имидж лидера достаточно чётко формируется в сознании населения, то есть существует определённый набор желаемых характеристик, удовлетворяющих требованиям основной части населения. Поэтому при формировании имиджа, прежде всего, необходимо добиться доверия, признания компетентности лидера. А это в свою очередь, предполагает системный характер работы имиджмейкеров, способных избежать наиболее часто встречающихся ошибок в формировании (коррекции) образа лидера. Речь идёт о том, чтобы в условиях презентации имиджа в системе коммуникативного пространства не допустить следующих ошибок: [22, с. 63].

− эффекта пессимизма. Преодоление этого явления особенно важно, поскольку пессимист винит в своих проблемах других, а оптимист сам ищет пути выхода из кризиса;

− эффект «бумеранга», когда обвинения возвращаются к тому, кто их высказывал. Именно поэтому следует опираться не на деструктивную, а конструктивную критику, которая помогает не только нейтрализовать конфликтную ситуацию, но и продемонстрировать уровень своей компетентности;

− эффект «расслабления» аудитории. Апелляция к наиболее «острым» событиям, экспромт речи, эмпатичность – вот что позволяет держать аудиторию под контролем, завоевать доверие.

Понятно, что преодоление этих и других недостатков в имиджмейкере зависит от совокупности тех правил и методик, которые выбирает или разрабатывает дополнительно. Имиджмейкер в ходе сводит работы с клиентом, поэтому обратимся к методам, которые обеспечивают наиболее высокую степень эффективности самопрезентации в сфере коммуникативного пространства. Основным методом является позиционирование. Оно пришло в имиджелогию из маркетинга и означает интерпретацию цели и назначения объекта с учётом интересов потребителя. Одним из основных проводников позиционирования является реклама, законом которой ставится первичность преимуществ над характеристиками. На первое место выходит точка зрения и ожидания электората в данном контексте. Одной из существенных целей позиционирования становится приближение к определённому эталону, востребованному на подсознательном уровне. В данном случае на первый план выступают биологические характеристики, так лидер выступает в роли сильного и агрессивного, тем самым, выполняя миссию «вожак стаи», которому отдано право руководить и наказывать.

 С помощью позиционирования можно представлять публике то или иное событие, выдвигая на первый план либо положительный, либо отрицательный аспект. Например, когда необходимо позиционировать интересующий нас объект в негативном аспекте, то образ реализуется в рамках отрицательных характеристик. [23]

Беря за основу технологию манипулирования Е.Л Доценко, манипуляция понимается как обозначение специфического общего подхода к социальному взаимодействию и управлению, предполагающего активное использование разнообразных способов и средств скрытого принуждения людей. В этом значении манипуляция, манипулирование заменяет термин «макиавеллизм» как образ политической деятельности, не пренебрегающей любыми средствами для достижения поставленной цели. Его использование применительно к средствам массовой коммуникации и политическим мероприятиям означает действия, направленные на программирование мнений, устремлений, целей масс и психических состояний населения. Конечная цель таких акций - это контроль над населением, его управляемость [24, с. 45].

Манипулятивную технологию управления муниципальных органов власти можно определить как совокупность последовательных операций и процедур, осуществляемых данными органами тайно (скрыто) для достижения собственных целей, маскируя их и выдавая за интересы местного сообщества. В качестве наиболее универсальной манипулятивной технологии является преобразование и распространение тех или иных образов в зависимости от поставленных целей и задач. Ее суть заключается в конструировании имиджа конкретных лиц или организаций, который, как правило, не адекватно отражает реальные их характеристики и, таким образом, дезориентируют людей. Примером может служить современная практика формирования имиджа муниципальной власти, где посредством средств массовой коммуникации конструируется и распространяется привлекательный образ политика.

Местные органы власти должны быть максимально приближены к народу, соответственно, информация о них (позволяющая конструировать их имидж) – полноценной [25, с. 84].

На сегодняшний день информационно-аналитические сообщения местных СМИ являются одними из основных источников передачи информации о реальных городских проблемах. От того, в какой степени они освещаются и насколько достоверна информация о них, зависит уровень осведомленности населения о деятельности местных органов власти и, соответственно образ населения о власти.

Существуют различные способы манипулирования информацией:

− *искажение* информации варьирует от откровенной лжи до частичных деформаций, таких как подтасовка фактов или смещение по семантическому полю понятия, когда, скажем, борьба за права какого-либо меньшинства подается как борьба против интересов большинства; [23, с. 52]

− *утаивание* одной из ключевых групп методов, связанная с конструированием имиджа лидера на муниципальном уровне при непосредственном общении с массами, то есть должна существовать прямая и обратная связь с населением.Способ подачиинформации нередко играет решающую роль в том, чтобы сообщаемое содержание было воспринято необходимым его отправителю образом. Например, обилие информации в сыром и/или несистематизированном виде «позволяет заполнить эфир потоками никчемной информации, еще больше осложняющей для индивида и без того безнадежные поиски смысла». Точно так же информация, поданная мелкими порциями, не позволяет ею эффективно воспользоваться. В обоих случаях, тем не менее, заранее снимается упрек в сокрытии тех или иных сведений.

 В связи с этим манипулирование информацией может привести к активности либо пассивности в зависимости от того, что необходимо манипулятору. Таким образом имидж может быть как активный, так и пассивный (смотри Приложение А).

Активность в той или иной форме проявляется через соответствующее поведение, деятельность. Не существует активности вне деятельности, но не вся деятельность является активностью. Однако именно активная деятельность позволяе достигать цели за более короткие сроки, вовремя выявлять и устранять существующие недостатки, решать проблемные ситуации. В тоже время излишнее проявление активности чревато возникновением конфликтов, открытым противоборством, физическим насилием и т.д. [26, с. 213].

Процесс формирования активности граждан может протекать стихийно, либо путем коллективной самоорганизации граждан, или целенаправленно (через воздействия, оказываемые теми или иными социальными группами, институтами, как правило, используя манипулятивные методы). В последнем случае манипуляторы для достижения запланированного результата, по мнению Доценко Е.Л., не только используют уже существующие особенности человека, воздействуя на потребности, обуславливающие его активность, но также стремятся создать новые - более удобные, легко доступные мишени, поражение которых вызывает необходимый манипулятору эффект. Такого рода воздействия выступают в качестве методов управления и в системах более высокого порядка, в том числе к сфере государственного и муниципального управления. Здесь манипуляторы осуществляют скрытую модификацию ценностей, установок, идеалов людей, меняя их мировосприятие, поведение и активность.

 Таким образом, население должно участвовать в управлении городом местная власть и местное сообщество должны взаимодействовать по прямой и обратной связи. В развитом механизме прямой связи (от властных структур) должны быть заинтересованы сами граждане, чтобы быть «в курсе всех дел», ведь, в конечном счете, все это прямо или косвенно касается каждого гражданина лично. Система обратной связи (от населения к власти) позволяет населению информировать власть о своих проблемах, проблемах территории, реагировать на действия властей, давать оценку их деятельности и предлагать свои пути решения. Таким образом, формируется активный имидж местных органов власти посредством: [27, с. 325].

− письменных обращений населения в органы муниципального управления;

− личного приема населения во властных структурах;

− организации встреч представителей власти с населением;

− периодической отчетности органов власти о проделанном и задуманном через средства массовой информации;

− проведения выборов, референдумов, а также социологических опросов общественного мнения по проблемам, волнующим население;

– пропаганды гражданской активности, возможности участия каждого в управлении муниципалитетом.

Пассивный имидж может характеризоваться отсутствием обратной связи, то есть как манипулятивное управление. Подобные методы управления руководителей властных структур, отношение к человеку как к средству удовлетворения собственных интересов не только дезорганизуют социально активную часть населения, вызывают психо - эмоциональную и социальную напряженность, но и сводят на нет институт социального контроля, как свидетельство социальной активности населения, его непосредственного участия в государственном и муниципальном управлении и гражданского контроля над ними.

Манипулирование проявляется как воздействие на толпу, где большую роль играет эффект финансового стимулирования, то есть абстрагирование от теоретического познания посредством внедрения тех или иных установок. Для достижения контроля над толпой используется эффект психологической заражённости как метод эмоционального обобществления людей, таким образом, чтобы привлечь к себе внимание массы, вызвать её живую поддержку, нет необходимости апеллировать по всем, эффективнее установить вербальный – невербальный контакт с социокритическим ядром, вызвать у него соответствующее отношение к себе.

Методы воздействия на массы: [28]

– метод социально-психологической стратификации. Поскольку в массе велик разброс по демографическим, профессиональным, культурологическим и другим характеристикам, поэтому необходимо мысленно конструировать их социально-психологические слои, то есть группировать их по признакам (слои многодетных, безработных и так далее). Хоть они находятся в разных местах можно аппелировать к настроению этих слоёв, обращаясь к актуальным для них проблемам. Обычно этот подход вызывает симпатию у людей к выступающему.

– метод «игровой приём». Чем нестандартней строятся отношения с толпой, тем больше вероятность стать её властелином. Цель этого метода – это воссоздание яркого личного имиджа, который импонирует толпе, возбуждает положительные эмоции.

Формирование привлекательного имиджа политика относится к важнейшему фактору его политического успеха, к одному из условий завоевания электората на свою сторону.

В понимании сущности имиджа необходимо учитывать следующее: политический имидж несет обобщенную и упрощенную информацию не только о реальных особенностях политического сознания и поведения лидера, но и существующие исключительно в воображении людей. Имидж политика, складываясь в массовом сознании, эмоционально окрашенного стереотипа. В нем отражаются ожидания определенных социальных групп. Отсюда задача - уловить эти ожидания и воплотить их в лозунгах, призывах, действиях.

Имидж, как сконструированный образ, может обладать практически любыми заданными характеристиками, соответствующими ее ожиданиям [29].

Главная задача - сформировать новые ассоциации уже известных и закрепившихся в сознании публики черт с новыми задачами, имиджа уже известного политика необходимо:

− подчеркнуть черты, которые наиболее привлекательны для публики;

– избегать упоминания о непривлекательных чертах лидера.

Разрабатывая технологию формирования имиджа, важно учитывать следующее:

− имидж приносит успех, если он соответствует требованиям политического рынка и социальным ожиданиям избирателей. В этих целях должна вырабатываться программа, рельефно выделяющая политика и затушевывающая его слабые стороны;

− СМИ производят огромное количество информации, и люди страдают от ее переизбытка. Поэтому при выборе политических предпочтений, население ориентируется на доступность информации, упрощающей процесс восприятия;

− необходимо свести к минимуму элементы случайности и использовать методы социально-психологического воздействия;

− поэтапное тиражирование портрета кандидата через СМИ.

Самое основное в формировании имиджа - это учитывать потребности электората, преломившиеся в его сознании и принявшие форму требований, обращаемых к политику. В силу этого, необходимо рассмотреть следующие его механизмы:

− политическая программа. В программе целесообразно отразить иерархию социально-экономических и политических проблем с точки зрения их актуальности. Для нее обязательна четкость и конкретность постановки задач, их понятность слоям электората. Предпочтения населения исходят как из текущей социально-экономической обстановки, так и из специфики национального развития, особенностей масштаба. Нужно отметить, что научно утяжеленные программные документы и лозунги трудно доступны для широкой аудитории и не обладают проникающей силой. Основные положения предвыборной программы должны легко поддаваться пропаганде и агитации. Поэтому необходима разработка технологии пропагандистко-агитационного подкрепления - внедрения лозунгов и призывов, идентифицирующих лидера с определенным курсом действий;

− соответствие имиджа политика социально-психологическим особенностям восприятия населения. Социально-психологическое восприятие личности политика последовательно проходит два этапа. На первом этапе демонстрируемый политиком набор качеств и характеристик сравнивается народом с образом «идеального» лидера, существующим в его представлении. Образ «идеального» лидера и связанные с ним представления о характере, осуществляемого им ролевого поведения, являются достаточно устойчивыми и формируются в процессе развития политической культуры, которая фиксирует типичные образцы политических лидеров. Сформированный в нашей культуре образ политического лидера ассоциируется, прежде всего, с мужчиной, демонстрирующим рациональность, компетентность, поведенческую жесткость, умение добиваться поставленных целей и т.д., то есть лидер «с жесткой рукой».

При позитивном отношении происходит последующий этап: политик должен быть воспринят населением как «один из нас». Электорат должен ощутить эмоциональную связь с кандидатом. В этом случае, в восприятии лидер выступает своеобразным агентом, в известной мере выражающим интересы народа. В имидже закрепляются моральные качества, демонстрация «покровительства» и «любви», а также доступность кандидата народу.

− осуществление политической борьбы и нейтрализация оппонентов. Эти акции являются составляющей формирования действительности лидера. Действительность - важнейшее качество лидера, центральным моментом здесь является не просто действие, но демонстрация того, что лидер видит проблемы и желает с ними справиться. Оптимизация данной базисной характеристики политика определяет умение оказывать постоянное психологическое давление на электорат. Стиль должен быть основан не на декларации ценностей, а на демонстрации того, что делается для народа.

Имидж политика нельзя рассматривать как раз навсегда данный, в нем в зависимости от ситуации могут формироваться новые грани [30, с. 73].

Реальные качества политического лидера и, прежде всего оппозиционного, далеко не всегда совпадают с его имиджем, во многом формируемым в общественном мнении СМИ. Кроме того, приверженцы и противники политического лидера по-разному расставляют акценты в его характеристиках. Политические портреты, создаваемые PR-специалистами с целью дискредитировать оппозиционного лидера, обычно страдают излишней экспрессией и эмоциональным окрасом. По большим политическим мишеням обычно ведется прицельный и массированный огонь, организуются предупреждения о «негативных» последствиях доверчивого отношения к ним. Безжалостно высмеиваются наиболее уязвимые стороны характера лидера, обнародуются наименее привлекательные его поступки из личной жизни. В СМИ периодически на смену статьям, передачам пропагандистского характера, воспевающим руководителя – бессребреника приходят заявления, сообщения, намеки, компрометирующие государственную службу, других официальных политиков и неофициальных тем более. Бесследно подобного рода публикации (передачи) не проходят. Но нельзя и преувеличивать их роль. Создать имидж «на пустом месте», наделить лидера совокупностью черт и характеристик, которым он и близко не отвечает, еще никому не удавалось. В этой связи из центральных проблем темы является соотношение в имидже реальных качеств и тех, которые ему «приписывают» СМИ, PR- специалисты.

Политический лидер практически всегда на виду, и есть серьезный соблазн действовать по принципу «казаться, а не быть». Слова, жесты, поступки, решения, выбор друзей, привязанности - все становится доступно общественному «досмотру». Различные партии, элитарные влиятельные круги, «штабные» лица делают на лидера своеобразные политические ставки и стремятся сформировать его имидж таким, который, на их взгляд, является наиболее конкурентоспособным. Это, конечно, не означает, что при этом игнорируются реальные качества и характеристики лидера. Наоборот, основу, «каркас» имиджа как раз составляют его реальные качества. Задача создания имиджа как раз в том и состоит, чтобы ярко, образно высветить реальные достоинства лидера и «заретушировать» мало привлекательные. Поэтому далеко не всегда можно говорить, что имидж – это какой-то искусственно созданный продукт, призванный привлечь наибольшее число сторонников. Наглядный пример, появление известных политических лидеров, уже обладающих ярким образом, с готовым «каркасом» имиджа, который лишь достраивался в процессе политической борьбы теми характеристиками, которые наделяют лидера дополнительными, привлекательными чертами (в равной мере сглаживая те возможные неприятные личностные черты, которые могут негативно влиять на имидж) - харизматического лидера (греч. Сharisma - милость, божественный дар, харизматический лидер – человек, наделенный в глазах его последователей авторитетом, основанным исключительно на качествах его личности). Обычно харизматическое лидерство отвечает потребностям консолидации сил, возрождения наций, преобразования социальной системы. Культивирование харизмы лидера, его реальных или мнимых заслуг, его сверх особенных одаренностей и возможностей означает стремление единомышленников и непосредственного окружения использовать для захвата или удержания власти привлекательный образ лидера и то эмоционально - иррациональное притяжение, которое испытывают к лидеру его сограждане [31].

Но при этом нужно отметить, что сам «каркас» имиджа должен оставаться практически неизменным. Радикальное изменение имиджа, это, скорее, крайняя мера, и возможна она только в процессе длительной, тщательно выверенной и просчитанной работы (не говоря уже о необходимых ресурсах, и в первую очередь финансовых, которые для этого требуется). В противном случае политический лидер рискует остаться без своих сторонников и не обрести поддержки тех, на кого он рассчитывал.

Нельзя не учитывать и необходимости обратной связи имиджа с реальностью то, что было актуально вчера, сегодня в связи с изменившейся общественно политической ситуацией, может быть не востребовано или востребовано в значительно меньшей мере [32, с. 133].

Формирование имиджа общественного политического лидера невозможно без серьезной и продуманной работы со средствами массовой информации, как минимум – это бесперспективно.

На муниципальном уровне СМИ играет значительную роль в формировании имиджа местных властей. Местные власти приближены к населению в наибольшей степени, чем на государственном уровне, поэтому у населения формируется общественное мнение о главе муниципального образования с помощью средств массовых информаций и посредством личных контактов. При взаимодействии населения и лидера можно улучшить ситуацию в городе и районе, то есть без эффективной коммуникации не будет эффективного управления. На государственном же уровне формирование происходит с помощью PR-специалистов, а также через СМИ. Здесь нужно уделять особое внимание населению, поскольку население отдалено от власти и приближено только с помощью телевизионных программ и печатных изданий и очень сложно сформировать положительный имидж государственной власти.

 СМИ же, как правило, достаточно жестко ограничены рамками собственного имиджа. Если речь идет о прессе, то можно говорить о про правительственных, оппозиционных, «красных», «левых», «умеренных», «желтых» газетах и т. п. Имидж, сформированный в сознании аудитории, во многом определяет позицию, которую занимает СМИ по отношению к тому или иному кандидату, той или иной политической силе. И это именно та позиция, которую постоянная аудитория ожидает от «своего» СМИ.

Фактически, выбирая (или постоянно «потребляя») газету, радио или телевизионную передачу определенной социальной направленности, избиратель нередко уже потенциально готов согласиться.

Политическое лидерство встроено во властную вертикаль, и какими личными качествами не обладал бы политический лидер в своей деятельности, он должен не только аккумулировать интересы большинства населения, но и соотносить свои возможности с возможностями государственных структур, осуществляющих власть с возможностями властных структур.

В научной литературе преобладает мнение, что для формирования имиджа политического лидера важны такие составляющие, как:

− степень проникновения в образ лидера, принятие его «типажа», речи, поступков, манеры держаться и т. д. ;

− степень инициативности лидера, ориентация на перспективу, модификация его замыслов и поведения. При этом известность повышает шансы политика на успех, банальность инициатив - понижает;

− степень усвоения населением его инициатив; здесь многое зависит от своевременной и неоднократной информации населения об инициативах, правдивой оценки их последствий и «цены» реализации;

− четкое определение форм и способов поддержки лидера со стороны населения и заинтересованных политических групп; при этом поощряется тактичное и умелое использование «чужой» социальной базы;

− степень противостояния другим политическим лидерам и умение быть гибким в тактике, не обострять отношения по непринципиальным вопросам, но и не «прогибаться» в принципиальных вопросах, важных для населения и собственной политической позиции.

Итак, имидж руководителя властных органов – это формируемый образ, который строится не на абстрактных понятиях, а на небольших и удивительных фактах из жизни.

Таким образом, крайне важно различать две стороны формирования имиджа лидера. С одной стороны, образ лидера есть отражение его политической деятельности, направленной на достижение конкретных результатов, а с другой - следствие специальных усилий по его формированию у населения. Вместе с тем конструирование имиджа лидера связано не только с выполнением задач по популяризации лидера у населения, пропаганде его личности, агитации в пользу его программы действий. В современном обществе этот процесс все в большей степени становится механизмом создания искусственного образа лидера для публики, замещающего в сознании людей реального политического лидера. Именно к этому сконструированному образу люди обращают свои ожидания и надежды, именно этот посредник между лидером и людьми начинает в процессе политической коммуникации выполнять некоторые важные функции лидера. Лидера пытаются «делать» политические консультанты, эксперты, средства массовой информации.

Полноценный, устойчивый, качественный имидж должен базироваться на глубокой профессиональной компетентности, богатом политическом опыте и, несмотря на то, что благодаря современным технологиям в области имиджирования рейтинг политика может быть значительно увеличен, при испытании такого политика делом вся его выверенная имиджевая конституция может рухнуть, как карточный домик. Не стоит забывать, что создание имиджа – это не только работа профессионалов в данной области, но и огромные усилия самого претендента, создание собственного имиджа требует не только мощного контроля, но и твёрдой веры в себя, в то, что он делает.

Таким образом, имидж руководителя властных структур формируется посредствам СМИ и с помощью коммуникации между населением и лидером. Также существует множество манипулятивных способов воздействия на массы с помощью психологических методов, подачи информации. Все зависит от того, какой объем и качество информации освещается в средствах массовой информации. В следующей главе целесообразно рассмотреть характер освещаемой информации о местных органах власти, в том числе о главе муниципального образования, а также выявить общественное мнение у населения города Нижнекамска об имидже главы муниципального образования.

**2 Анализ технологий формирования имиджа местных органов власти**

**2.1 Имидж органов власти в представлениях населения**

Люди, как правило, составляют мнение не о самом политике, а о его образе, предлагаемом СМИ. Соответственно, оценки данного политика – это стереотипные реакции не на него, но на экранный образ, который соответствует ожиданиям и ценностным приоритетам реципиентов. Такие оценки могут быть пристрастными, а то и просто ошибочными. Тем не менее, именно на них строится восприятие политиков и поведение избирателей [33, c 57].

Проблемы, связанные с имиджем различных социальных институтов и государственных организаций России, в последнее время обсуждаются активно. Не остается без внимания и образ современного российского лидера. Использование возможностей социологического анализа применительно к имиджу лидера является достаточно продуктивным и в то же время конструктивным способом его осмысления.

В разное время, в разных социальных контекстах имидж лидера меняется в зависимости от ряда факторов, бывая как положительным, так и отрицательным, как текущим, складывающимся на основе реальной ситуации (который впрочем, может и не отражать ее в полной мере, поскольку конструируется на основе упрощенного, стереотипического влияния), так и идеальным, то есть желаемым, содержащим в себе те характерные черты, которые считаются предпочтительными, желательными для политического лидера государственного или местного уровня.

Перед нами стоит задача проанализировать технологию формирования имиджа главы муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район». Это предполагает:

 − исследовать образ главы муниципального образования в представлении населения города Нижнекамска;

 − выявить основные качества, которыми должен обладать глава муниципального образования;

− определить методы и средства формирования имиджа главы муниципального образования;

− выявить манипулятивные технологии в конструировании имиджа главы муниципального образования.

Для того, чтобы проанализировать имидж главы муниципального образования, важно, прежде всего, проанализировать восприятие имиджа государственного лидера (политика) его гражданами. Необходимость такого анализа не вызывает сомнений, и поэтому мы решили провести исследование, которое позволяет получить некоторые наброски к портрету политика в современном массовом сознании. Сначала исследовался образ идеального политического лидера, затем изучалось мнение респондентов о лидерах.

Таким образом, население России в оценках политических лидеров отдают большее предпочтение наличию соответствующих деловых качеств, следом за которыми идут качества «нравственные», тогда как идеологические критерии отступают на задний план. Это бесспорное свидетельство наличия ценностной основы восприятия - люди обращают внимание в первую очередь не на идеологемы, которыми оперирует лидер, а на то, что он делает, и в какой мере его действия соответствуют этическим нормам. Другое общее наблюдение заключается в том, что некоторые политики заметно выделяются по числу оценок, отнесенных к той или иной конкретной категории. О В.В. Жириновском часто говорят, отталкиваясь от его личностных качеств; М.М. Касьянов, С.В. Кириенко, Ю.М. Лужков и С.Г. Шойгу слабо воспринимают в идеологическом знаковом пространстве (они - «хозяйственники»), а в образе Г.А. Зюганова весомо представлена именно идеологическая составляющая [34, с. 22].

Комплекс «деловые качества» примерно на треть состоит из указаний на активность, работоспособность, предприимчивость политика («не боятся трудностей», «болеет за свое дело, старается»). Организаторские способности также занимают заметное место в комплексе «деловые качества». Симметричные этому негативные оценки - пассивный, безынициативный. Говоря о деловых качествах политиков, опрошенные часто обращают внимание на ум, образованность, профессионализм симпатичных им деятелей (как правило «ум» занимает второе место после «активности»).

К примеру, жители Украины, считают, что лидер должен обладать такими качествами, как: порядочность, честность, доброта, целеустремленность, умение убеждать и быть сильной личностью с наличием команды и организаторскими способностями. Лидер в сознании людей – это высокоморальный человек, профессионал в своем деле, талантливый организатор, руководитель, оратор; сильная, энергичная и смелая, яркая, разносторонняя личность; внешне привлекательный, коммуникабельный и интеллигентный человек. То есть, лидер – это некий идеал, «на которого хочется равняться, которому хочется верить и за которым хочется идти». По мнению респондентов, президент Украины должен быть прирожденным лидером – харизматической личностью. Он должен обладать профессиональными и деловыми качествами, с наличием стратегического мышления и надежной командой единомышленников. Для идеального президента умение говорить и убеждать выходит на второй план. Самыми неприемлемыми характеристиками для образа лидера являются: невыполнение обещаний, лживость, высокомерие. Поэтому можно сказать, что антиподом идеального лидера является, с одной стороны, подлый, лживый политик, не выполняющий обещаний, данных народу; заботящийся только о своем благе; слабый, трусливый, непоследовательный, ограниченный человек. С другой стороны, это тиран, деспот, жестокий, невыдержанный и агрессивный политик, ставящий себя выше народа [35, с. 38].

Исследование, проведенное в городе Нижнекамске (смотри Приложение Б), показало, что ведущую роль в формировании образа главы муниципального образования играют деловые качества. С этим согласилось практически половина опрошенных горожан – 48,25 % (193 человека).

Нравственные качества, по мнению нижнекамцев, стоят на втором месте по значимости – 31,25 % (125 человек).

Личностные качества занимают третье место по важности как составляющие образ главы муниципального образования в сознании населения города Нижнекамска – 20,5 % (82 человека.).

Технология анализа базировалась на том, что такие качества, как решительный, уравновешенный, сильный, уверенный входят в личностные характеристики, в деловые: активность, работоспособность, опытность, инициативность. А в нравственные: доброта, корректность, честность, искренность.

По ответам респондентов мы выявили иерархию качеств главы, которыми он должен обладать, по мнению населения. Она может быть представлена в следующей последовательности: активность, работоспособность, опытность, честность, инициативность, корректность, решительность, искренность, уверенность, сила, уравновешенность, доброта (смотри рисунок 1).

 Рисунок 1 – Иерархия качеств главы муниципального образования

Таким образом, анализ показал, что мнения населения России, Украины, также города Нижнекамска схожи. Респонденты согласились с тем, что лидер, в первую очередь, должен обладать соответствующими деловыми качествами, на второй план отходят нравственные и личностные качества.

Кроме этих качеств, по мнению населения города Нижнекамска, немаловажную роль в образе главы играют такие характеристики, как наличие высшего образования, знания татарского языка и стиля одежды. Эти характеристики рассчитывались на основе средней величины (от 0 до 10, 10 – наиболее значимый, 0 – наименее значимый). В связи с этим, по десяти бальной шкале было выявлено, что 9 место занимает высшее образование, 7 место – знание татарского языка и стиль одежды. Это в свою очередь еще раз подтверждает актуальность деловых качеств у главы муниципального образования.

Муниципальная власть должна заботиться о своём образе всегда, как в «мирные» дни, так и в ситуации выборов. Но при этом надо иметь в виду, что часто образ власти формируется как стереотип. Образ должен соответствовать ожиданиям населения.

Так в ходе исследования, было выявлено мнение населения о качествах, которыми обладает глава муниципального образования (смотри приложение В). Данные показывают, что А. Метшин производит на население благоприятное впечатления. За короткий период своего пребывания успел себя проявить, как скромный (28%), мягкий и доброжелательный (23,25%), открытый и прямой (21,75%), честный и порядочный (10,5%). Но пока не совсем сумел показать свой ум, интеллект(2%), профессионализм, высокий уровень знаний (2,5%). Не маловажен тот факт, что 6,75 % населения ответило – «затрудняюсь ответить». Это на наш взгляд зависит от того, на сколько население информировано о деятельности местных органов власти. И здесь значительную роль играют не только СМИ, но и, конечно же, личные контакты главы с гражданами. Надеемся, что в дальнейшем глава муниципального образования проявит себя как управленец, который разрешит городские проблемы, повысит экономическое благосостояние города.

С помощью интервью (смотри Приложение Г) с главным специалистом отдела по связям со СМИ и общественными формированиями Аппарата Совета муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район» было выявлено, что «на телевидении глава муниципального образования выглядит добродушным, улыбчивым, жизнерадостным человеком, в реальности же он строгий, серьезный в принятии решений, требовательный. В его словах чувствуется сила, жесткость, конкретность».

Таким образом, СМИ формирует несколько обманчивый образ главы муниципального образования, не передавая сущностные черты главы, как это проявляется при личных контактах с главой муниципального образования.

Имидж российского президента в массовом сознании также является весьма благоприятным – отвечая на открытые вопросы о качествах В. Путина, респонденты вдвое чаще называли положительные (68%), нежели отрицательные (31%) характеристики. Он обладает такими положительными качествами как: воля, выдержка, решительность – 32 %; профессионализм, высокий уровень знаний – 21%; ум, интеллект – 22%; открытость, прямота – 20%; честность порядочность – 16%; самостоятельность – 15%. К негативным качествам респонденты относят внешность и манера поведения, манера речи, безнравственность и скрытость, мягкость, слабость [36].

Сравнивая образы исследуемых лидеров В. Путина и А. Метшина, исходя из того, что каждый из них олицетворяет собой разный тип политического лидера. Так В.Путин олицетворяет собой стабильность и мир, обладающий такими качествами, как: ум, интеллект, выдержка, решительность, профессионализм, высокий уровень знаний, а А.Метшин олицетворяет «простого отца народа», обладающего скромностью, простотой, мягкостью, доброжелательностью, открытостью и прямотой. Это зависит от качества подаваемой информации.

Согласно Г.Г. Почепцову, известного теоретика в области PR, существуют определенные имиджевые характеристики, которые пытаются войти в резонанс с системой представлений, записанных в уме среднего гражданина. В сумме это набор можно представить в следующем виде: [37, с. 85]

Таблица 1 – Имиджевые характеристики

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **тип имиджа** | **с чем резонирует** | **пример характеристики** | **пример реализации** |
| биологический | с примитивными реакциями животного происхождения | Сильный агрессивный | командирский голос, уверенная речь, режущий взмах руки и т. п. |
| коммуникативный | с особенностями канала коммуникации | Телегеничный | приятная улыбка, умение рассмешить и т. д. |
| социальный | с семейными представлениями | Доброта внимание к другим | открытость, встречи с людьми, внимательность |
| мифологический | с представлениями достаточно давнего характера | «рыцарь» | расправляется с «врагами» |
| профессиональный | с представлениями аудитории о профессии | компетентность, успех на предыдущем поприще | умеет говорить, отвечать на сложные вопросы |
| контекстный | с характеристиками оппонента | «сильный» на фоне «слабого» | отсутствие компромата |

Наиболее адекватный применительно к выборным представителям органов местного самоуправления является социальный тип имиджа, профессиональный тип также может рассматриваться в ряду позитивных имиджевых характеристик для депутатов на уровне местной власти. Гипотетически можно представить появление представителей контекстного типа имиджа органов МСУ, если на смену самой «тихой», как ее называют, муниципальной власти придут деятельные и активные депутаты.

Образ муниципальной власти может персонифицироваться, формироваться на основе отношения населения к лидеру. Фигура политического лидера выступает как символическое олицетворение власти. Эту же роль могут играть заместители глав администрации, чиновники аппарата. Взаимодействие представителей власти и населения формирует образ власти, предопределяет электоральное поведение. Причем, это взаимодействие может носить разный характер.

Чтобы адекватно проанализировать и интерпретировать оценки населения, касающихся деятельности органов МСУ, важно сначала определить, каковы вообще представления граждан о местном самоуправлении, его сущности и принципах, а также каковы общественные ожидания в отношении органов МСУ. Очевидно, что от понимания принципов МСУ и характер ожиданий в определенной мере зависит отношение населения к органам МСУ в целом и общественная оценка выполнения ими своих полномочий [38, с. 85].

Как показали результаты исследования, выражение «местное самоуправление» в настоящее время знакомо достаточно широкому кругу жителей городов, в которых проводились опросы. В большинстве из них выражение «знают» или «слышали», по словам, от 68% до 76% респондентов. Наибольшую информированность проявили жители Ядрина и Петропавловска (по 86 %), Арзамаса (81%). Наименьшую информированность проявили жители Бузулука, здесь лишь немногим более половины населения (55 %) положительно ответили на вопрос, знают ли они словосочетание «местное самоуправление». В городе Нижнекамске по результатам исследования 2006 года, проведенного кафедрой государственного управления и социологии Нижнекамского химико–технологического института, 64% знакомы с словосочетанием местное самоуправление, 23% слышали [37]. Таким образом, результаты исследования показывают, что у жителей городов, в которых проводились опросы, четкое и однозначное понимание местного самоуправления пока отсутствует: в массовом сознании представлены противоположные точки зрения о сущности МСУ – как об институте государственного управления, и как о способе народовластия, осуществляемого по инициативе граждан для решения своих проблем.

Так, за пять лет существования местного самоуправления в Санкт-Петербурге у населения муниципальных образований до сих пор не сложился образ муниципальной власти, жители не получили четкого представления о том, что такое местное самоуправление и какова его роль в жизни микрорайона. Неужели, - считают многие, - для того, чтобы установить несколько скамеек и детскую площадку во дворе - необходимы муниципальные советы? По причине недостатка информации о работе выборных представителей, отсутствия имиджевой политики органов МСУ население ставит под серьезное сомнение полезность данного уровня власти.

При разработке инструментария исследования были заложены показатели, позволяющие проанализировать общее отношение респондентов к органам МСУ: оценку их деятельности в целом и уровень доверия к ним. Кроме того, предполагалось установить, существует ли взаимосвязь между этими двумя важнейшими параметрами отношения к органам муниципального управления.

Вопрос об общей оценке работы органов местного самоуправления вызвал у респондентов достаточно большое затруднение: доли затруднившихся ответить составили 20 – 30% в разных городах (за исключением Арзамаса и Ядрина, где этот процент несколько ниже – 12 – 13%). Был выявлен уровень доверия органам власти (по пяти бальной шкале). Мэру, главе администрации города, района средний балл составил – 3,1. Губернатору области, президенту республики – 3,1. Также с помощью исследования, проведенного в городе Нижнекамске, был выявлен уровень доверия населения к местным властям (по десяти бальной шкале). Средний балл в 2004 году составил – 3,82, в 2005 – 3,88, в 2006 году – 3,30. В течение нескольких лет средний уровень доверия колеблется в одних и тех же пределах. Можно сделать вывод, что с каждым годом ситуация в городе не улучшается, уровень доверия к местным властям не увеличивается. Это говорит о том, что местная власть не ведет активную политику по взаимодействию с населением.

Наряду с общей оценкой деятельности доверие является одним из важных показателей отношения населения к тем или иным органам МСУ. Было проведено предположение о наличии взаимосвязи между общей оценкой деятельности органов МСУ и доверием к главам городских администраций. Согласно расчетам, для большинства городов данное предположение подтвердилось: уровень доверия к органам МСУ зависит от характера общей оценки их деятельности.

 В свою очередь, низкий уровень доверия приводит к негативным тенденциям, снижается уровень участия населения в решениях местных задач. Неконструктивная позиция органов местного самоуправления по привлечению населения к своей деятельности и к решению вопросов местного значения, основывается скорее всего на страхе продемонстрировать свою некомпетентность, нежелание «подставлять себя» под критику и тому подобное, а не на трезвом анализе «за» и «против». Так, по результатам опроса населения, проведенного кафедрой государственного управления и социологии Нижнекамского химико-технологического института, было выявлено, что не только местная власть отдалена от местного сообщества, но и сами люди отдалены друг от друга, это мешает местному сообществу мобилизоваться для решения местных задач. Это происходит по таким причинам как неуважение друг друга (40%), воспитание (34%), различие в культурах, религии, нации (8 %) [39]. Поэтому местным органам власти стоит подумать не только о взаимоотношении с населением, но также и о развитии культурных отношений в обществе.

Органам местного самоуправления активность жизненна, необходима, так как она не только позволяет повысить эффективность собственной деятельности (за счет постоянной обратной связи и учета потребностей своих жителей), но и обеспечивает возможность качественного решения вопросов местного значения. Только объединяя ресурсы местного сообщества, выступая его лидером и организатором, органы местного самоуправления способны обеспечить устойчивое развитие территории, повысить социальную активность и ответственность населения, разрешить внутренние конфликты, обеспечить исполняемость собственных решений, оптимизировать использование бюджетных средств и защищать права местного самоуправления во взаимодействии с органами государственной власти.

При помощи исследования, проведенного в городе Нижнекамске, было выявлено, что население одобряет деятельность главы муниципального образования, но не в полной мере. Из 400 опрошенных респондентов, 55,75% относятся к деятельности главы муниципального образования скорее положительно, чем отрицательно, 21% - положительно, 9,75% - отрицательно, 4,50% - скорее отрицательно, чем положительно, 9% - затрудняюсь ответить (смотри Приложение Д). Это позволяет говорить о достаточно серьезном ресурсе поддержки главы муниципального образования, которым он располагает в данный момент. Возможно, с течением времени, если будут решаться городские проблемы, результат будет улучшаться, либо наоборот ухудшаться в случае нарастания негативных тенденций.

Стоит отметить связь между отношением к главе муниципального образования и к средствам массовой информации. По результатам опроса населения 18,5% респондентов относятся к СМИ положительно, 60,75 – скорее положительно, чем отрицательно, 8% - отрицательно, 4,25 – скорее отрицательно, чем положительно, 8,5% - затрудняются ответить. Коэффициент корреляции между такими факторами как отношение к главе муниципального образования и к средствам массовой информации составляет 0,9. Коэффициент корреляции свидетельствует о наличии тесной связи, так как значение 0,9 близко к единице.

Таким образом, можно сделать вывод, что отношение населения к главе муниципального образования зависит от средств массовой информации. Поскольку СМИ является основным источникам передачи информации о местных органах власти. Именно от них зависит качество публикуемой информации, так как оно влияет на мнение населения о местных органах власти и средствах массовой информации.

 Положительный результат носит также и общее впечатление населения о новом главе муниципального образования А. Метшине. Большинство опрошенных - 42% ответили, что впечатление сложилось хорошее, 33,5% - впечатление еще не сложилось, 15,25% - затрудняюсь ответить. Это можно объяснить тем, что Айдар Метшин совсем недавно вступил в должность главы муниципального образования, и поэтому население еще не успело составить какое-либо впечатление о нем. Тем не менее, глава муниципального образования является главной консолидирующей фигурой для общества, с ним связаны надежды местного сообщества на преобразования к лучшему.

Стоит отметить, что формирование имиджа на государственном уровне и на местном уровне различны. Власть применяет различные технологии по конструированию своего имиджа, который основывается на приоритете системы электоральных ожидании и при этом неадекватно отражает политическую сущность лидера и его личность. Такой имидж выступает как основное средство манипулирования людьми, их выбором. Так, например, на государственном уровне применяются усиленные манипулятивные технологии по продвижению имиджа В. Путина с помощью PR - специалистов, политтехнологов, имиджмейкеров, создающих политические программы, которые направлены на улучшение жизни простого народа и базирующихся на определенных идеологических принципах, помимо этого проводятся опросы в выявлении общественного мнения. Так, опрос населения об имидже Путина проводился два раза подряд, в 1999 и 2000 году, чтобы выявить динамику изменения общественного мнения о качествах В. Путина, об отношении к нему. Также в России фондом общественного мнения проводятся исследования образов политиков, их рейтинг, что позволяет сравнить их и сопоставить их деловые, нравственные и личностные качества. Информация об исследованиях открытая, то есть любой желающий может ознакомиться с результатами исследования в журналах и на официальном сайте фонда общественного мнения.

 Местная власть тоже использует манипулятивные технологии, проводя мониторинги местных средств информации, опрос населения, но результаты ни где не публикуются, используя результаты в своих целях. Но на местном уровне, в отличие от федерального не используют средства PR – специалистов, имиджмейкеров, политтехнологов.

Так, интервью главного специалиста отдела по связям со СМИ и общественными формированиями совета Муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район» показало, что местные органы власти проводят исследования в выявлении общественного мнения, а также мониторинги печатных и телевизионных СМИ. С помощью этих исследований местная власть выявляет мнение население, и если оно будет негативным, муниципальные органы власти будут применять манипулятивные технологии по улучшению имиджа главы и власти.

Таким образом, существует специфическая особенность в формировании имиджа властных элит на федеральном уровне и местном. На федеральном и региональном уровнях в большинстве случаев давно понятно, что данному вопросу следует уделять пристальное внимание, то на муниципальном уровне мы наблюдаем прямо противоположную картину. Иными словами, чем больше дистанция между носителем образа и носителями массового сознания, тем больше времени, усилий и финансовых средств тратится на создание его позитивного образа и воздействия на систему восприятия людей. И наоборот: чем короче дистанция, тем меньше уделяется внимание созданию и коррекции собственного имиджа. Тем не менее, на местном уровне наблюдается отчуждение власти от народа. Это может быть связано с тем, что власть, для того чтобы заручиться поддержкой населения, прибегает к многочисленным манипулятивным методам управления, и это в свою очередь приводит к снижению активности населения в участии управления городом.

**2.2 Формирование имиджа при помощи средств массовой информации**

Особую роль в формировании мнения о ситуации в муниципальном образовании и образа местной власти играют средства массовой информации. В настоящее время наметились тенденции использования целого комплекса информационных манипулятивных технологий, целью которых является внедрение установок и стереотипов в массовое сознание, подвигнуть массы на принятие необходимых решений и действий. Одна из особенностей современной техники манипулирования, в первую очередь осуществляется через печатные издания и телевидение, которые создают «имиджи» и несут оценочный характер. Использование этих технологий направлено на создание определенного эмоционального настроя и психологических установок у аудитории.

Это послужило исследовать формирование имиджа местной власти при помощи средств массовой информации, то есть определить методы и средства формирования имиджа главы муниципального образования, а также выявить манипулятивные технологии в конструировании имиджа главы муниципального образования. Для этого было проведено контент – аналитическое исследование печатных средств массовой информации «Нижнекамское время» и «Ленинская правда» за три года (смотри Приложение К), а также интервью главного специалиста отдела по связям со СМИ и общественными формированиями Аппарата Совета муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район» (смотри Приложение Г).

В ходе контент – анализа печатных средств массовой информации учитывались следующие характеристики:

– источник информации;

– количество и объем информации;

– характер информации (положительная, отрицательная или нейтральная);

– тематика публикуемой информации.

Показателем заинтересованности и участия населения в политической жизни служит определение того, насколько внимательно граждане следят за общим ходом политических событий в стране в целом. Основным каналом для получения информации о работе властей сегодня являются СМИ. В процессе опроса населения города Нижнекамска было выявлено, что в основном население *предпочитает получать информацию* о деятельности органов местной власти *из таких источников* как: газеты (71,5%) и телепрограммы (65,75%). В последнее время эффективно начал работать еще один источник информации – Интернет (17,25%). Если сравнивать с 2003 годом, то только 2% узнавали о работе властей через Интернет. Совсем слабо работает наиболее эффективный канал – «живое» общение – контакт представителей городской власти и населения (напрямую обратившихся - менее 2%).

Меньше всего горожане общаются даже не с представителями администрации, а с депутатами – избранниками народа, хотя для последних встреча с избирателями является непосредственной обязанностью [27, с. 326 с. Из наиболее популярных газет население предпочитает читать «Вашу газету» (58,75%) и «Нижнекамское время» - 45,25%, так как это рекламно-информационные газеты, где освещаются городские вопросы, развлекательная информация, реклама, объявления. Население предпочитает читать и «Ленинскую правду» (35,75%), где освещается городская политическая информация. Согласно проведенному опросу население предпочитает доверять таким газетам как, «Ваша газета» - 36,75%, «Нижнекамское время» - 35,75%. «Ленинской правде» - 29%. Это говорит о том, что население склонно читать и доверять местным газетам информационно – развлекательного характера, нежели политического. Здесь можно выявить взаимосвязь между читаемыми и доверяемыми газетами. Коэффициент корреляции составляет 0,9. Это значение близко к единице, что говорит о сильной корреляции, то есть о тесной взаимосвязи между двумя переменными. Таким образом, население предпочитает читать те газеты, которым доверяет.

*Следующей характеристикой мы выделили количество и объем информации о деятельности местных органах власти*. По результатам контент – аналитического исследования печатных средств информации «Нижнекамское время» и «Ленинская правда» была выявлена динамика публикуемых статей о деятельности местных органах власти. Так, в газете «Нижнекамское время» за 2004 год суммарный объем информации о деятельности местных органов власти составил 0,1 %, в среднем от общего объема газеты, за 2005 год – 0,7%, 2006 год – 1,2%. С каждым годом информация об органов местной власти возрастает, причем в усиленном темпе. По результатам контент-анализа 2004 года газеты «Ленинская правда», суммарный объем информации о деятельности местных органов власти составил в среднем примерно 1,08%, в 2005 году -5,6%, в 2006 году – 3,9% (смотри рисунок 2).

2006 г.

2005 г.

2004 г.

Рисунок 2 – Динамика публикуемых статей о деятельности местных органов власти

На рисунке видно, что больше всего информация о деятельности местных органов власти в газете «Ленинская правда» было опубликовано в 2005 году, поскольку этот год отмечен вступлением Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления», при этом поменялась структура местной власти. В состав района вошли 7 поселений, из них 15 сельских, одно городского типа и одно городское поселение, которое возглавил Кутдусов. Ильсур Метшин был выбран главой муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район». Вся информация о деятельности депутатов, о решениях, постановлениях публикуется именно в «Ленинской правде». «Ленинская правда» - это политическая газета, здесь очень подробно и в большом объеме отражается информация о местных властях, об их деятельности, принимаемых решениях, все, что связано с здравоохранением, образованием, социальной сферой, подробно описываются Постановления, Решения главы. Здесь фокусируется внимание не только на главе муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район», но, а также на главе города Нижнекамска и Камские поляны, на Совете района и города. «Нижнекамское время» - это семейная газета, поэтому, по сравнению с «Ленинской правдой», здесь мало информации о местных органах власти. Так за три года в газете «Ленинская правда» было опубликовано 209 статей о местных органах власти, а в газете «Нижнекамское время» 121 статья. С одной стороны для «Нижнекамского времени» это достаточно для краткого освещении деятельности, поскольку основной ее задачей является информирование населения в различных сферах жизни, а специфика «Ленинской правды» заключается именно в освещение деятельности государственных и муниципальных структур.

Немаловажную роль в формировании имиджа *играет качество* *публикуемой информации*, будь она положительной, отрицательной или нейтральной. Качество подаваемой информации влияет на мнение населения. Вся публикуемая информация о деятельности местных органов власти в печатных средствах информации носит положительный характер, но иногда присутствует нейтральная информация. Так за три года в газете «Нижнекамское время» было опубликовано 105 статей положительного характера, 15 статей нейтрального характера, а в «Ленинской правде» - 165 положительного, 42 – нейтрального. Помимо информации положительного и нейтрального характера, очень редко публикуются статьи о деятельности местных органов власти отрицательного (критического) характера (смотри рисунок 3).

Рисунок 3 – Характер информация о местных органах власти за три года

За три года в газете «Нижнекамское время» была опубликована всего одна информация отрицательного характера, а в «Ленинской правде» – две. И в «Ленинской правде», и «Нижнекамском времени» одна информация носила один и тот же отрицательный характер, выражающая недовольство народа к властям. Но после долгих бесед главы с населением по вопросу о монетизации льгот, был найден компромисс, и вопрос решился в положительную сторону. В 2006 году в газете «Ленинская правда» опубликовалась тоже одна статья отрицательного характера о том, что у местных органов власти нет средств на реализацию проекта сквера имени Г. Тукая.

Проведенный контент – аналитическое исследование Н.В. Натаповой татарских средств массовой информации, показал, что материалы СМИ о главах местных администраций имеют достаточно большой спектральный разрез, но в большинстве своем материал носит апологетический характер. Таким образом, СМИ можно разделить на три группы, так в первую группу входят: «Республика Татарстан», «Казанские ведомости», «Известия Татарстан», «Зеленодольская правда», «Ленинская правда», информационно – аналитические программы «Город», «Татарстан», «Время новостей». Большинство материалов, публикуемых в этих изданиях и вещаемых по телевидению, направлены на «разъяснение» созидательных усилий в деятельности глав администрации РТ в осуществлении работы в районе, городе. Фокус внимания большинства газет и телевидения на позитивный настрой говорит о поддержке средствами массовой информации властной местной элиты. К другой группе относятся газеты: «МК» в Татарстане, «Новая Вечерка», которые формируют отрицательный и негативный имидж руководителя местного органа власти. Здесь дается редкая критика деятельности глав местных администраций РТ. К третьей группе изданий относятся газеты «Комсомольская правда», «Вечерняя Казань», информационная программа «Дела» на телеканале «Вариант», формирующие нейтральный имидж. Это группа более сдержана в своих оценках, и все-таки отрицательных и негативных материалов на страницах больше, чем положительных материалов [40, с. 143].

Таким образом, местные печатные средства информации «Ленинская правда» и «Нижнекамское время», можно отнести к одной медиа группе, которые формируют положительный имидж местных органов власти. Публикуемая здесь информация носит разъяснительный характер деятельности местных органов власти. Позитивный настрой, в свою очередь приводит к апатии населения. При отсутствии реальных событий, ее искажение, умалчивание, население не активизируется для решения местных задач. Это проблема очень актуальна, поскольку задача местного самоуправления - повышение качества жизни населения. И именно население должно решать вопросы местного значения, так как местная власть осуществляется населением через выборные органы местного самоуправления, с помощью которых должны решаться местные задачи. Если местные органы не будут позволять местным СМИ освещать проблемы, население не будет принимать в этом активное участие, а экономическая, культурная, социальная сфера не будут развиваться в лучшую сторону, и проблема не искоренится сама собой. Позитивный имидж должен быть не просто сформирован СМИ, он должен быть достигнут в совместном решении насущных проблем с населением, то есть во взаимодействии населения и местной власти, тогда будут достигнуты интересы местного сообщества, улучшится экономическое благосостояние города.

По мнению населения, среди информации о местных органах власти преобладает положительная – 81,25% . В действительности, проведенный контент – анализ за три года печатных средств массовой информации «Нижнекамское время» и «Ленинская правда» подтвердил, что зачастую содержится положительная информация, а также нейтральная информация. Опрос населения также показал, что 13,50% считают – критика есть, но мало и, 5,25% человека, что информация носит критический характер.

По результатам исследования Губиной Н.В. и Рафиковой Р.С., большинство опрошенных депутатов (60%) считают, что в СМИ преобладает положительная информация, критика абсолютно отсутствует. 40% респондентов отметили, что критика есть, но мало. Таким образом, по мнению самих представителей власти, местные СМИ отбирают из общего потока ту часть информации, которая позволяет дать позитивную оценку социально-политической действительности. Тем самым сохраняется положительный образ муниципальных органов власти, с помощью которого путь для применения манипулятивных технологий открыт. В связи с этим, можно сказать, что наше отношение к проблемам и явлениям, даже сам подход к тому, что считать проблемой или явлением, во многом предопределены теми, кто контролирует мир коммуникаций. Но при всей справедливости критики, направленной в адрес СМИ, они остаются мощнейшим каналом политической коммуникации, адекватной замены которому пока нет [41, с. 83].

Местные органы власти должны быть максимально приближены к народу, соответственно, информация о них (позволяющая конструировать их имидж) - полноценной. Однако, по результатам исследования, проведенного Губиной Н.В и Рафиковой Р.С., в городе Нижнекамске было выявлено, что около половины жителей (48%), считают, что СМИ недостаточно освещают деятельность городских властей, еще 25% ответили, что не знают (с нашей точки зрения, скорее всего, не интересуются подобного рода информацией) и лишь 26% считают, что предоставляемой информации вполне достаточно

Таким образом, сегодня широкомасштабное использование имиджевых манипулятивных технологий, сознательная установка власти на обман населения и циничное манипулирование общественными настроениями с помощью СМИ являются ключевыми характеристиками политических процессов на местном уровне.

Причина преобладания в СМИ информации положительного характера о деятельности местных органах власти в том, что местные СМИ подконтрольны местным властям, они публикуют то, что позволено. Подтверждением этому являются результаты проведенного интервью с главным специалистом отдела по связям со СМИ и общественными формированиями, которое позволило выявить этапы формирования информации о местных органах власти. Информация о местных органах власти формируется совместно со специалистом отдела по связям со СМИ и общественными формированиями и аккредитованным специалистом от местных СМИ, включающая в себя несколько этапов:

- подготовка темы;

- подготовка задаваемых вопросов;

- ознакомление главы муниципального образования;

- встреча корреспондента с главой;

- материал утверждается в местных СМИ;

- утверждается главой муниципального образования.

Это говорит о том, что СМИ не напрямую, а косвенно зависят от местных органов власти, поэтому они не могут публиковать какие-либо данные, противоречащие интересам местных властей. Также существует отсеивание информации не столь важной для города, такой, как частные вопросы жителей города (вопросы, которые озвучиваются по главному телефону). Тому подтверждением является проведенное контент – аналитическое исследование печатных средств массовой информации, которое позволяет говорить о преобладании информации положительного характера.

По словам интервьюера, информация подается в СМИ, когда есть повод, если есть актуальная проблема. Если бы власть подавала бы информацию обильно или же маленькими порциями, то в этих случаях снялся бы упрек в сокрытии тех или иных сведений, то власть была бы открыта перед обществом и им нечего было бы скрывать. При этом власть не полностью открыта перед обществом, через средства массовой информации прибегает к манипулятивным технологиям воздействия на население.

Перенасыщение положительной информации от незнания проблем, происходящих в городе, население становится пассивным. Ответственны за это местные власти, поскольку именно они контролируют местные СМИ, не позволяя им публиковать альтернативную информацию.

Так, проведенное интервью с главным специалистом отдела по связям со СМИ и общественными формированиями показало, что критическая информация о местных органах власти не публикуется, а почему не публикуется, респондент уклонился от ответа.

На сегодняшний день информационно-аналитические сообщения местных СМИ являются одним из основных источников передачи информации о реальных городских проблемах. От того, в какой степени они освещаются и насколько достоверна информация о них, зависит уровень осведомленности населения о деятельности местных органов власти, и соответственно образ населения о власти. Так, по мнению населения, СМИ освещают некоторые проблемы, но не освещают главные проблемы города (43%), причем большинство депутатов согласны с этой точкой зрения (60%). 27% опрошенного населения считают, что СМИ практически не информируют о реальных городских проблемах. Представители местной власти также поддержали население, высказав мнение о том, что СМИ не освещают деятельность муниципальных органов власти (30%). И лишь 11% населения и 10 % опрошенных депутатов отметили, что главные проблемы в СМИ освещены. Таким образом, в действительности такая технология воздействия характеризуется как утаивание информации, что в наиболее полном виде проявляется в умолчании – сокрытии определенных (острых) тем, которые могут негативно повлиять на образ местных властей. При этом используется обилие другой информации в «сыром» или несистематизированном виде, что позволяет заполнить эфир потоками «никчемной информации» и еще больше усложнить для индивида и без того безнадежные поиски смысла [27, с. 328].

О преобладании положительной информации в СМИ свидетельствует проведенный мониторинг отделом по работе со СМИ и общественными формированиями Аппарата Совета муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район» (смотри Приложение Л). Все показанные сюжеты с участием уже нового главы муниципального образования Айдара Раисовича Метшина со 2 по 28 декабря носили положительный характер. Новостные сюжеты были освещены на таких телеканалах, как: «Нижнекамская телерадиокомпания», Ведомственная телевизионная студия «Нефтехим», Нижнекамский филиал телекомпании «Эфир», ТНВ, Вести Татарстан. Больше всего сюжетов было на телеканале НТР и Эфир – 10 сюжетов. ВТС – нефтихим – 6 сюжетов.

Телекомпании НТР и Эфир освещали такую информацию как о еженедельной планерке Главы, публичные слушания, подготовка к Новому году, награды победителей конференции профессионального мастерства. К сожалению, вся информация интерпретировалась со слов корреспондентов, в редких случаях, глава сам комментировал происходящее. Также можно отметить, что такая тенденция наблюдалась с приходом Олега Власова, тогда как до него Ильсур Метшин постоянно давал интервью корреспондентам телевизионных и печатных СМИ. Это большой плюс, потому что люди, у которых нет возможности посмотреть программу, читают газеты. Тому подтверждение опрос населения города Нижнекамска, телепрограммы – 65,75% населения, газеты – 71,50%.

Таким образом, телекомпании НТР и Эфир ведут подробную работу в предоставлении информации о местных органах власти, об их деятельности. Все остальные направлены в основном на информирование определенной тематической группы.

 Проведенное исследование печатных и телевизионных СМИ показало следующее: при формировании имиджа в СМИ освещается положительная информация и очень мало отрицательной информации, к абстрактному представлению о местной власти, что приводит к низкой активности людей в участии решений городских проблем. Свидетельство тому отчет о социально – экономическом развитии города Нижнекамска за 2004, 2005 и 2006 года, который показал, что в 2004 году поступило 6576 обращений [42], 2005 году поступило 2289 письменных обращений граждан, 1047 из них в адрес главы, на личный прием пришли 1627 человек, в том числе главой администрации было принято 275 человек [43]. В 2006 году поступило более 1500 обращений [44].

Анализ обращений граждан показал, что актуальными вопросами, как и предыдущего года, являются: обеспечения жильем, приватизация квартир, выделение материальной помощи, социальной защиты, пенсионного обеспечения, коммунального хозяйства, трудоустройства, выплата заработной платы, строительства дорог, газификации, благоустройства, транспорта и связи. Авторами основного количества обращений были льготные категории граждан. В адрес главы поступили обращения от пенсионеров, инвалидов и родителей детей инвалидов, инвалидов и участников ВОВ и семей погибших военнослужащих, многодетных семей и одиноких матерей.

Можно сделать вывод, что за три года наблюдается тенденция сокращения обращений граждан в местные органы власти, можно ли сказать, что это хорошо или плохо, нельзя, поскольку либо у граждан улучшилось экономическое благосостояние с помощью проведения реформы монетизации льгот, с принятием закона о местном самоуправления, либо из-за не желания, поскольку зачастую проблемы граждан решаются в редких случаях.

 Положительный характер публикуемых статей за три года в газетах «Нижнекамское время» и «Ленинская правда» проявляется *в названиях статей и в их содержаниях.* Глядя на название статьи, можно сразу определить характер освещаемой информации о деятельности местных органов власти, потому что названия носят «кричащий характер». Так, например, «депутаты поработали эффективно», «Олег Власов: «предпочитаю проблемы обсуждать и решать»», «Олег Власов дал оценку ЖКХ», «К 2025 году Нижнекамск обретет новое лицо». Но некоторые названия носили тревожный, проблемный характер, например название статьи: «Город стареет, проблемы растут, денег становится меньше». Здесь говорилось о том, что в Нижнекамске прошел медицинский совет о подведении итогов минувшего года, на котором присутствовал О.Власов. Или такое название статьи «Зона ответственности», указывающее на то, что здесь должна присутствовать серьезная информация. Но на самом деле все выглядело иначе. Таким образом, привлекая внимание населения заголовком статьи, сама статья носит информационной характер о том, что проблемы Нижнекамска О.Власов и его коллеги обсуждали на улицах Нижнекамска, передвигаясь на автобусе. По его словам, это рабочая поездка, в которой были обозначены проблемы, определения зоны ответственности. «Видение ситуации есть – будем работать». В заключении глава пообещал, что проделанные поездки будут систематическими. Таким образом, проблемы как таковые не обсуждались, это был своеобразный пиар – ход привлечения внимания общественности, то, что власть не сидит у себя в кабинете, а вот таким образом решают городские проблемы.

Названия статей газеты «Ленинская правда» имеют отличительные особенности от газеты «Нижнекамское время». Темы статей носят «скучные» названия, например: «Постановление», «Распоряжение», «Решение», «Полномочия переданы», потому что в этот период были выборы, вступил закон «Об общих принципах организации местного самоуправления», а в газете «Нижнекамское время» используются более яркие названия статей, так как это семейная газета. В этих газетах в основном публикуются поздравления в адрес жителей, информация о местных органах власти интерпретируется со слов корреспондента, как таковые проблемы города не освещаются.

Нужно отметить немаловажный факт применения манипулятивных технологий при конструировании положительного имиджа местной власти с помощью ярких популистских заявлений. По результатам интервью было выявлено, что в формировании имиджа не используются яркие популистские заявления, эпатажная реклама. «По какому - либо вопросу глава всегда комментирует происходящее, не говорит громких слов, которые бы обнадеживали людей, говорит только факты». Однако, в 2005 году была опубликована статья с ярким и обнадеживающим его названием – «Чистая питьевая вода – это, прежде всего здоровье населения». В этой статье И. Метшин объявил, что строительство станции очистки воды будет завершена уже в 2006 году. Но факты говорят за себя. Прошло очень много времени с тех пор, когда это обещание было дано всему населению города Нижнекамска, и после того момента ни разу не публиковалось о продвижении строительства водозабора.

Это говорит о том, что, отвечая на вопросы интервьюера, главный специалист не критиковал деятельность, отвечал на вопросы позитивно, иногда уклоняясь и не признавая факты, поскольку все-таки он является непосредственным участником формирования имиджа главы муниципального образования.

Манипуляция также проявляется в тиражировании портрета главы муниципального образования. Так, Ильсур Метшин, согласно результатам исследования, любил выступать на публике. Его портреты были всегда разные, то есть фотография предоставлялась по месту действия. Олег Власов был не публичным человеком, его портрет редко публиковался в печатных средствах информации. Айдар Метшин вступил в должность главы муниципального образования только в конце 2006 года, и за этот небольшой срок в СМИ с определенной периодичностью публиковали одну и ту же фотографию. Надеемся, что он, как и его брат, будет активно участвовать в деятельности местных властей, и население узнает это не только из напечатанного текста в газете, но и увидит его в действии.

Таким образом, результаты исследований показали, что каждая газета, информационно-аналитическая программа телевидения формируют свой имидж глав местных администраций, используя определенные технологии тематизации и организации своих материалов. Необходимо отметить технологию тематизации, в соответствии с которой СМИ выделяют для обсуждения определенные темы и выдвигают их на повестку дня. Именно, в результате данной технологии, активизируются те вопросы, которые отобраны и распространяются теми или иными средствами массовой информации. Контент - аналитические исследования выявили фокус-внимание СМИ. Например, газета «Республика Татарстан» фокусирует внимание на признание заслуг глав местной администрации РТ, газета «Казанские ведомости» - на участии глав местной администрации в культурных, социально-экономических мероприятиях района/города РТ, а газета «МК» в Татарстане – на деятельности руководителя как депутата Госсовета РТ [40].

 Другая информационная технология – архетипизация. Городские и районные газеты проправительственной ориентации содержат один устойчивый архетип – образ «отца родного». Соответственно, из данного устойчивого и неизменного архетипа СМИ формируют различные мифосюжеты, где проявляется забота главы местной администрации о слабо защищенных слоях населения, занимающегося всеми хозяйственными, экономическими, сельскими вопросами района, города РТ. Все социальные, экономические и политические процессы, происходящие в районе, связаны с конкретной личностью, которая идентифицируется с данным случаем. Таким образом, преодолевается обезличенность власти района. Здесь используется технология персонализации.

Деятельность районных газет направлена преимущественно на освещение деятельности первых лиц района, что приводит к тому, что в СМИ формируется персонифицированный имидж местной власти. Еще одна технология – стереотипизация, приводящая к тому, что население теряет истинное представление о реальности и оказывается в ситуации отрыва от нее. Стереотипизация уводит массовое сознание населения в сферу абстрактности и неконкретности. Таким образом, в сознании населения создается ограниченный образ местной власти, что приводит к пассивности, тем самым происходит отчуждение власти от народа.

Для создания позитивного имиджа местной власти применяются не только средства массовой информации, но такие средства как личные контакты главы муниципального образования с населением, также главный телефон, поздравительные открытки. На планерках глава поздравляет сотрудников администрации с их успехами в работе, поощряет тех сотрудников, которые отличились, тем самым стимулирует их. То есть имидж главы муниципального образования создается не только для населения, но и для самих сотрудников, которые вместе с ним работают. Ведется работа по повышению позитивного имиджа каждого сотрудника. Тому подтверждение, проведенное интервью с главным специалистом отдела по СМИ. По ее словам, от каждого работника зависит имидж, будет ли он положительным или отрицательным, так как все сотрудники, вся местная власть старается повысить имидж всей власти в глазах населения. Но при этом у главы муниципального образования нет имиджмейкера, по словам респондента, он ему не нужен. «У него достаточно хороший имидж, уже созданный с помощью фамилии Метшин. Он всегда выглядит с хорошо подобранной одеждой. Если это какое-то официальное мероприятие, выглядит в деловом стиле, если же это мероприятие, требующее неформальной обстановки, одевается в более свободную непринужденную одежду. Ему всего скорее нужен не имиджмейкер, а политтехнолог для того, чтобы он понял всю суть общения с прессой, то, как ему нужно себя вести в определенных обстоятельствах, не бояться выражать свои мысли на публике. Ответственные в формировании имиджа главы муниципального образования – это все сотрудники администрации». Главный специалист несет непосредственную ответственность за формирование имиджа, так как в его функцию входит поддержание положительного имиджа. Он взаимодействует с местными средствами информации, то есть именно через него проходит информация от главы до СМИ.

Местные органы власти, применяя манипулятивные технологии, используют также некоторые эффекты воздействия на массы, такие как: эффект «расслабления» аудитории, то есть глава муниципального образования использует экспромт речи, простой язык общения, что позволяет держать аудиторию под контролем и завоевать доверие; эффект пессимизма, это произошло во время монетизации льгот, тогда все население протестовало, не хотело нововведений, и поэтому в роли оптимиста выступил А.Метшин, разрешив проблему, найдя компромисс.

Также существуют несколько методов воздействия на население, которые используют местные власти для повышения имиджа, то есть используются манипулятивные технологии.

− метод социально-психологической стратификации. Местная власть обращается к актуальным проблемам населения, деля их по демографическому, профессиональному и другим характеристикам, так например, уделяется внимание многодетным, малоимущим семьям, молодежи, пенсионерам, что вызывает симпатию у людей. Это проявляется особенно, когда проводятся собрания с частными предпринимателями, где обсуждаются вопросы о благотворительности в помощь уязвимым слоям населения. А также сами местные органы власти посещают различные реабилитационные центры, дошкольные, школьные учреждения, учреждения здравоохранения и т.п. не оставляя без внимания нуждающихся в помощи людей;

– метод «игровой прием». Отношение с населением строится нестандартно, используется для того, чтобы воссоздать яркий личный имидж, который импонирует толпе, приводит к положительным эмоциям. Так, например, И. Метшин выступал с торжественной речью в день выпускников. Его торжественная речь разбавлялась простонародной. Что позволяло ему привлечь максимальное внимание аудитории (смотри Приложение М).

Таким образом, по результатам исследования можно сделать вывод, что манипуляция проявляется в отсутствии альтернативных средств массовой информации, которые были бы независимыми от местных властей и освещали бы не только положительную, но и критическую информацию о местных органах власти. СМИ производит небольшое количество информации, для доступности в процессе восприятия, таким образом, происходит дозирование информации, используя скрытые манипулятивные технологии. Качество публикуемой информации носит чаще всего положительный характер, это проявляется в названиях статей и их содержаниях.

В связи с этим можно сделать вывод, что местные органы власти через СМИ используют в формировании позитивного имиджа манипулятивные технологии воздействия на аудиторию, навязывая им положительный имидж местных органов власти. От незнания насущных проблем, население не может активизироваться, мобилизоваться в решениях этих проблем. Местные СМИ финансируются местным бюджетом, что определяет их статус как материально зависимых от местных властей.

Местные газеты направлены на освещение деятельности первых лиц, что говорит о формировании персонифицированного имиджа, то есть все социальные, экономические и политические процессы, происходящие в районе, связаны с конкретной личностью, в данном случае с Айдаром Метшином. В газетах «Ленинская правда» и «Нижнекамское время», которые находятся под контролем местной власти содержат один устойчивый архетип главы муниципального образования, также как и в исследовании Н.В. Натаповой – образ «отца родного», уделяющий внимание каждой группе населения, например, поздравления с днем матери, торговли, защитника отечества, строителя и другое. Также нужно отметить, что в местных средствах информации, как печатных, так и телевизионных наблюдается ,тенденция тематизации. То есть, то, что актуально на сегодняшний день, не освещается в СМИ, а освещается только информация, носящая положительный характер.

Исследования показали, что информация, формируемая СМИ, направлена на конструирование положительного имиджа местной власти, а конкретно, главы муниципального образования. Здесь присутствуют технологии персонализации, тематизации и популяризации. Средства массовой информации подконтрольны местным властям, не освещают проблемы в полной мере, избегая критики, что позволяет говорить о применении манипулятивных технологиях воздействия на массы, таких как: яркие популистские заявления, тиражирование портрета, опрос общественного мнения, дискуссионные программы, дозирование информации, а также использование имиджа, уже созданный фамилией Метшин.

Вследствие этого целесообразно разработать рекомендации и предложения по формированию активного имиджа главы муниципального образования, по снижению применяемых манипуляций и более близкому взаимодействию населения и власти.

**3 Основные рекомендации и предложения по формированию активного имиджа главы муниципального образования**

**3.1 Взаимодействие населения с местным органом власти как технология формирования имиджа**

Активный имидж власти предполагает активное взаимодействие населения с властью. Власть должна быть максимально приближена к населению, чтобы эффективно решать вопросы местного значения. О низкой активности населения участия в управлении городом приводит власть к манипулированию обществом. То есть для власти открыт путь к манипулированию. Поэтому, чтобы снизить манипулятивные технологии, населению нужно эффективно взаимодействовать с властью, тем самым будет формироваться активный имидж местной власти.

Имидж выступает в роли связующего звена между политиком и его аудиторией. Он служит отражением, как интересов аудитории, так и интересов политика и пытается совместить эти интересы. Продвижение имиджа – это своего рода коррекция образа в соответствии с тем, что ждет от него аудитория. Найти и отразить запросы общественности, ее интересы – это искусство.

У каждой власти есть определенный имидж. Власть должна вдумчиво относится ко всему, что касается коммуникаций с общественностью. В частности, любой логотип, символ должны рассматриваться не как лист бумаги, на котором что-то изображено, а как нечто большое: что стоит за этим изображением, с чем оно идентифицируется. Например, когда люди видят здание, в котором располагается администрация, или когда они видят мэра, у них возникают определенные ассоциации. Важно, что именно люди подумают, увидев это здание или этого мэра. Многие органы власти в Великобритании выпускают огромные книги, тратят тонны бумаги для изложения своих целей, планов, перспектив, описания того, что они собираются сделать. Как в общественном сознании, так и в памяти конкретного человека отведено очень мало места на то, чтобы помнить всю информацию. Поэтому нужно выделить лишь несколько важных сообщений, которые получит и сможет воспроизвести целевая группа [45, с. 83].

Представители публичной власти должны заботиться о том, в каком виде и каким образом население хочет получить информацию. Так, в Великобритании местные органы власти взаимодействуют с населением через СМИ с помощью новостных листовок, рассылаемые в каждый дом, различных буклетов, газет местных органов власти, публичных встреч. Это своего рода манипуляция местных органов власти. При обильной информации, люди просто не смогут с ней справиться и не будут иметь точного понимания о деятельности местных властей.

Во многих городах люди не доверяют местным властям, потому что не знают, чем они занимаются. В связи с этим местная власть должна стараться подавать полезную и интересную информацию, не оставляя без внимания проблемы местного сообщества.

В Великобритании за последние пять лет органами местной власти делают многое, чтобы вовлечь людей в свою работу, стать более открытыми и подотчетными общественности. Жители принимают участие в обсуждении вопросов, связанных с преступностью, проблемами молодежи, досуга.

При проведении исследований или опросов для органа власти важно рассматривать его связи с общественностью не как линейный процесс, а как замкнутый цикл. Нужно знать, что именно важно для жителей. Выбирая приоритеты своей работы, например, улучшая качества дорог, нужно рассказать гражданам, что именно и зачем они делают. Если граждане выдвигают во время опроса невыполнимые требования, например, отказываются платить налоги, зато хотят иметь большую квартиру, можно сказать: «Простите, но мы не можем этого сделать». Но и сама власть не должна задавать вопросы, на которые не может ответить сама, по поводу которых ничего не может сделать.

Нужно отметить, что на западе имидж местных органов власти формируется с помощью имиджмейкеров, профессионалов. В России с помощью имиджмейкера формируют свой имидж власти и главы государственных органов власти. На местном уровне в России имидж формируется через средства массовой информации. Но, тем не менее, имиджмейкер корректирует образ лидера, подобно тому, как спиндоктор корректирует образ события в СМИ. И в том, и другом случае избиратель сталкивается не с самим политиком или событием, а отражением их в СМИ. Отсюда серьезная значимость требований СМИ к политику или событию. Население не имеет личных контактов с политиком, и поэтому оно должно реагировать на его символическое представление в виде имиджа, формируемый СМИ.

Продвижение имиджа с помощью коммуникативных технологий имеет целью приблизить уже сформированный образ к ожиданиям аудитории. Эффективность продвижения имиджа власти зависит как от качества субъекта политики, так и от эффективности применения всей совокупности коммуникативных технологий связей с общественностью. А именно: планирование PR-деятельности, создание, распространение и управление информацией, мониторинг общественного мнения, управление кризисными ситуациями, проведение PR- кампаний и акций и др. [46]. В 2005 году в Москве секретариатом Международной Ассамблеи столиц и крупных городов был проведен «круглый стол» под названием «Открытость власти и современные информационные технологии: взгляд в будущее». Его задачей стало повышение эффективности работы пресс-служб администраций городов, пресс-секретарей мэров, распространение опыта деятельности пресс-служб, и выработка рекомендаций по применению современных информационных технологий для достижения максимальной открытости власти. Общие для городов проблемы информирования населения о деятельности городского управления могут быть решены только объединенными усилиями - это отмечали все участники.

 Используя единое информационное пространство, в частности информационную систему с открытым доступом в сети Интернет «Электронный портал МАГ», Международная Ассамблея столиц и крупных городов стран СНГ реализует важнейшие программы и проекты: «Город - городу», «Горожане», «МАГ–Экспо», «Инфо-МАГ-Инвест», МАГ-Строй-Ипотека» и другие, направленные на решение общегородских и социальных проблем, привлечению инвестиций для развития инфраструктуры городов, организует виртуальные и выставочно-ярмарочные выставки, способствует созданию единого информационного, экономического, культурологического пространства городов, регионов, государств.

 Работники пресс-служб сегодня сталкиваются с комплексными проблемами, которые не стоят ни перед журналистами независимых СМИ, ни перед работниками городской администрации. Для такой работы необходимо отдельное обучение, подготовка и переподготовка кадрового состава пресс-служб, пресс-секретарей администраций городов.

 В целях объединения усилий пресс-служб администраций городов – членов Международной ассамблеи столиц и крупных городов, пресс-секретарь Тверской Городской Думы выдвинула идею общего межрегионального издания, выходящего в электронном и «бумажном» виде, доступное горожанам всех социальных групп, которые заинтересованы в объективной информации о работе городских властей, контактах с ними.

 Кононенко Игорь Александрович, руководитель департамента Комитета Муниципальных Образований (КМО), отмечая общность задач, стоящих перед КМО и Международной ассамблеи столиц и крупных городов (МАГ) в целях повышения уровня информированности горожан о работе администрации, предложил создать под эгидой МАГ и КМО Объединение пресс-служб городов для оперативного обмена актуальной информацией.

 Ход обсуждения поставленных вопросов продемонстрировал большой интерес представителей органов государственной власти, руководителей пресс-служб к изучению взаимного опыта и готовность к эффективному сотрудничеству в целях разъяснения местному населению действий городских властей, формирования положительного имиджа власти, преодоления бытового нигилизма, в котором может завязнуть самое благое дело.

Стоит отметить опыт города Ярославля. Для того чтобы повысить имидж местного органа власти, было необходимо создать эффективное взаимодействие населения с местной властью. Требовался такой способ общения людей с различными властными структурами, который был бы простым по форме и необременительным по затратам времени, а главное, эффективным [47].

На протяжении последних лет интенсивность взаимодействия Главной дежурной службы мэрии Ярославля с гражданами города возрастала ускоренными темпами. Так, в целом за 2003 год в эту службу обратилось 36 978 человек, тогда как в 2002 году — 20 242 человек, а в 2001 году — всего 9312 человек. Традиционно наибольшее число обращений касается вопросов тепло- и водоснабжения, особенно в отопительный сезон. Другие «популярные» темы — это работа дирекции единого заказчика и ремонтно-эксплуатационные организации, благоустройство города, функционирование общественного транспорта, обеспечение электроэнергией. Значительную часть контактов составляет консультирование граждан по различным вопросам.

Прежде традиционные системы, обеспечивающие работу с обращениями, строились, как правило, на личных контактах — например, использовались так называемые «общественные приемные», что далеко не всегда было удобно для граждан и организаций. Людям требовался такой способ общения с различными властными структурами, который был бы простым по форме и необременительным по затратам времени, но при этом непременно эффективным — по результату [48].

Автоматизация работы Главной дежурной службы обеспечивается путем использования системы управления контактами, которая функционирует в круглосуточном режиме и позволяет решать целый спектр задач:

– прием, регистрация и обработка поступающих сообщений;

– управление работой подрядных организаций, ДЕЗов, РЭУ;

– персональное упреждающее информирование граждан о состоянии дел по их обращениям;

– ведение архива журналов приема и обработки сообщений;

– аналитическая обработка результатов работы службы, подготовка разнообразных аналитических отчетов;

– интеграция с внешними информационными ресурсами мэрии (адресный справочник).

Система управления контактами разработана на базе программного продукта компании ИНКАП — операторского центра «Капелла», представляющего собой центр обработки обращений (call-center) с элементами СRM-системы и контакт-менеджера. Отличительными особенностями «Капеллы» являются:

– функционирование на базе любой автоматической телефонной станции, что решает проблемы совместимости и не требует дорогостоящих вложений в аппаратное обеспечение;

– автоматизация всего процесса обработки звонка — от момента его принятия и до ответа на вопрос (решения проблемы);

– наличие целого набора аналитических функций — мониторинг и анализ эффективности работы сотрудников, выявление потребностей и предпочтений клиентов;

– четкая регламентация всех процессов работы, что достигается за счет фиксации ролей пользователя в системе (оператор, эксперт, аналитик, администратор); роли имеют алгоритм функционирования, который обеспечивает точность передачи и сохранения информации;

– наличие базы знаний, которая содержит ответы на возможные вопросы, позволяет операторам реагировать на запросы без привлечения компетентных специалистов; база знаний самостоятельно развивается и пополняется пользователями в процессе работы;

– наличие базы данных, в которой хранится информация обо всех звонках в компанию (причем все состоявшиеся разговоры записываются); эта информация может быть использована как в маркетинговых целях, так и в целях информационной безопасности;

– интуитивный рабочий интерфейс, который понятен даже непрофессиональному пользователю компьютера;

– простота освоения и внедрения — внедрение может осуществляться с помощью «мастеров» и системы интерактивных подсказок, а документация содержит мультимедийный учебник, позволяющий легко и быстро обучить пользователей работе с операторским центром. Внедрение и расширение функциональности системы управления контактами предусматривает три этапа. На первом этапе создается информационная система, которая автоматизирует работу любой структуры, ответственной за прием и обработку обращений. На втором этапе разрабатывается система автоматизации документооборота всех подразделений, участвующих в работе с обращениями, а также создаются веб-инструменты для работы с обращениями через веб-узел. Работа системы через веб-узел позволят объединить все обращения в единую базу данных в рамках единой информационной системы и получать достоверную и оперативную картину по всем обращениям. На третьем этапе создается аналитическая система для изучения общественного мнения и проведения социологических опросов, горячих линий, прямых эфиров на телевидении, с помещением всей накопленной информации в базу данных. Эта система автоматизирует весь процесс подготовки аналитических исследований и отчетов. Это система имеет много плюсов, так как позволяет эффективно обрабатывать и решать входящие сообщения от граждан. Можно сказать, что это система формирует активный имидж власти, поскольку с помощью этой системы, местное сообщество взаимодействует с местной властью. Внедрение полнофункциональной системы управления контактами в мэрии города Ярославля состоялось 1 июля 2003 года. Этот процесс занял один месяц, причем половина времени ушла на обучение пользователей работе с операционной системой Microsoft Windows [49, с. 78].

 По словам Владимира Гогла вице-мэра Ярославля «Уже сейчас можно говорить о том, что в результате использования данной системы увеличилось количество обрабатываемых обращений, повысилось качество и скорость решения проблем граждан, связанных с работой коммунальных служб города, что в целом ведет к повышению доверия населения к органам государственной власти» - Владимир Голов вице-мэр Ярославля.

Результатом годичной эксплуатации системы стало совершенствование информационного обмена с частными лицами и организациями, упрочение контактов, использование связей с общественностью для улучшения работы управленческих, исполнительных и хозяйственных структур, анализ и контроль за общественными инициативами, учет и анализ изменений мнения населения регионов. Система также играет важную роль в проведении различных PR-акций и способствует увеличению популярности органов власти и местного самоуправления.

Организация обработки обращений до внедрения системы управления контактами не позволяла в полной мере обеспечить эффективность работы с населением (смотри рисунок 4).

Рисунок 4 – Организация обработки обращений до внедрения системы управления контактами

Но после внедрения системы управления контактами каждое входящее сообщение не оставалось без внимания (смотри рисунок 5). Это говорит о том, что власть заботится о проблемах местного сообщества и благодаря этой системе улучшается взаимодействие населения и власти, развивается при этом активный имидж местной власти. Если местная власть будет знать проблемы местного сообщества, то при совместном решении проблем улучшится обстановка в городе.

Рисунок 5 − Организация обработки обращений после внедрения системы управления контактами

Внедрение системы управления контактами позволило решать следующие актуальные задачи:

– оперативно, точно и полно обрабатывать большой поток обращений в Главную диспетчерскую службу;

– регистрировать каждое обращение, передавать его в обработку одной из ответственных служб, контролировать ход работ и фиксировать результат;

– записывать все телефонные переговоры и таким образом сохранять полную картину взаимодействия с гражданами, организациями, государственными и муниципальными службами;

– на основании накопленной информации находить верное решение в любой конфликтной ситуации;

– в любой момент времени получать оперативную картину происшествий в городе, готовить аналитические сводки и отчеты для руководства за любой период.

Благодаря регистрации всех поступающих документов, отфильтрации несодержательных звонков и повышения качества работы операторов за весь период эксплуатации системы не было выявлено ни одной просроченной или забытой заявки, тогда как ранее потери документов достигали примерно 20%. Сроки выполнения заявок сократились в 2—3 раза, а количество обрабатываемых звонков увеличилось в 2 раза. Так, за июль-декабрь 2003 года в системе было зарегистрировано 18 589 обращений (для сравнения: за весь 2002 год в Главную диспетчерскую службу поступило 20 135 обращений). В некоторые дни количество обращений достигает 250—300 звонков. И наконец, реализация систем, обеспечивающих постановку и автоматическое назначение задач подрядчикам, а также подготовку еженедельных и ежемесячных отчетов, позволила добиться того, что ни одно обращение не осталось необработанным. Большое значение здесь имело расширение полномочий по контролю над исполнителями (подрядными организациями).

«Уже сейчас можно говорить о том, что в результате использования данной системы увеличилось количество обрабатываемых обращений, повысилось качество и скорость решения проблем граждан, связанных с работой коммунальных служб города, что в целом ведет к повышению доверия населения к органам государственной власти», — подчеркивает Владимир Голов, вице-мэр города Ярославля.

С внедрением системы управления контактами была заложена платформа для построения будущей масштабируемой информационной системы в Ярославле. Так, уже в сентябре 2003 года руководство мэрии города приняло решение о необходимости расширения информационной системы и переоснащения дежурной службы в 2004 и последующих годах. Это должно способствовать повышению эффективности работы операторов службы и оперативности деятельности подрядных организаций, а также объединению ДЕЗов и РЭУ в единую информационную систему.

Реализованные в системе прикладные разработки для учета поступающих запросов и контроля над мерами реагирования могут использоваться в качестве тиражируемого решения для других органов местного самоуправления, подразделений городского хозяйства, федеральных государственных структур и их региональных представительств.

Таким образом, внедренная система управления контактами позволила местным органам власти эффективно взаимодействовать с населением и организациями, что привело к повышению качества и скорости решения проблем местного сообщества. Это позволило местным органам власти завоевать доверие, а также это способствовало развитию активного имиджа власти.

В муниципальном образовании «Нижнекамский муниципальный район» подобной системы управления контактами пока не существует. Существует только муниципальное учреждение «Информационный центр г. Нижнекамска», созданный для реализации государственной политики в сфере информатизации. За время работы на рынке информационных технологий был накоплен уникальный опыт, сформированы соответствующая техническая платформа и штат профессиональных кадров, начато освоение новых направлений. Планируется открытие и предоставление дополнительных web-сервисов и услуг по мере подключения организаций города к системе автоматизированного документооборота, в том числе коммерческих информационных ресурсов. Муниципальное учреждение «Информационный центр г. Нижнекамска» следит за развитием рынка информационных технологий, проводит экспертную оценку, консультации и обучение, обеспечивает информационно-техническую поддержку. Планируется создание автоматизированной системы управления энергохозяйством города, внедрение системы управления энергохозяйством города, внедрение систем видеонаблюдения и предупреждения чрезвычайных ситуаций и многое другое [50].

Надеемся, что в скором времени государственное учреждение «Информационный центр г. Нижнекамска» поможет создать подобную систему управления контактами для эффективного взаимодействия местной власти с населением, которая будет способствовать развитию не позитивного имиджа местных органов власти, а именно активного.

Одной из эффективных форм создания позитивного общественного мнения, и формирования корпоративной культуры является проведение традиционных коллективных праздников [51].

Стратегическая задача подобных гражданских собраний – укрепление консолидации общества, а также гармонизация и развитие отношений между руководством района и горожанами. И, кроме того, это эффективная коммуникативная стратегия по созданию и продвижению имиджа органов власти.

Проект городского собрания Химкинской Администрации 2001 года носил название «Начало века – начало славных дел!» Этот слоган, предложенный pr агентством «Имидж-Ресурс», был основан на том, что очередное собрание сограждан проводилось первым в новом столетии, а также на популяризации активной социально-экономической политики руководства района.

Подобное мероприятие способствовало установлению позитивных отношений органов власти с местной общественностью и формированию корпоративного гражданского сообщества.

Муниципальное образование «Нижнекамский муниципальный район» также проводит традиционные коллективные праздники, как «День города», «Сабантуй». Но этого не достаточно для развития активного имиджа власти. Вследствие этого целесообразно разработать основные рекомендации и предложения по улучшению взаимодействия населения и местной власти в городе Нижнекамске.

**3.2 Формирование активного имиджа главы муниципального образования**

Глава муниципального образования призван объединить вокруг себя население, служить для него определенной фигурой защиты. Лидеры нации высоко оцениваются тогда, когда они не только могут увидеть будущее, но и способны увлечь население именно туда.

Имидж – это многофакторный феномен. Он является таковым, поскольку, с одной стороны, воздействие на человека осуществляется по ряду каналов, а с другой – человек привык оперировать многослойными структурами, каждая из которых может и обрабатываться отдельно, и сосуществовать в человеческом восприятии на своей полочке. Имидж лидера должен по всем этим параметрам соответствовать ожиданиям населения. И тут дело даже не в стремлении к популярности. Можно быть любимым, но более важно для лидера, как считают западные аналитики, соответствовать духу времени, оценкам и представлениям своих избирателей.

Многие положения о пресс-службах и службах связи с общественностью начинаются с заявления о том, что эти службы создаются «для информирования общественности». Такая изначальная установка на «информирование» сразу снижает коммуникационный потенциал этих структурных подразделений организации. Правильнее считать формирование не целью, а средством. Цель здесь иная. Назначение всякого рода коммуникационных служб — движение взаимопонимания и сотрудничества организации со своей общественностью.

Именно от такого рода взаимоотношений должен, в первую очередь, беспокоиться любой орган власти, каждая организационная структура, взаимодействующая с различными группами населения. Для того, чтобы добиться взаимопонимания и сотрудничества организации со своей общественностью, необходимо выполнить как минимум три условия.

Во-первых, обеспечить широкое и адекватное информирование, как всей общественности, так и отдельных специализированных групп.

Во-вторых, организовать эффективную обратную связь с информируемыми группами.

В-третьих, привлечь общественность к участию в процессе обсуждения и принятия решений, связанных с интересами различных социальных групп [52].

Власть должна понимать, что людям важно то, что им интересно. И не забывать, что в российском характере нелюбовь и недоверие к власти. Мы привыкли, что власть нас обманывает. И отсутствие информации со стороны власти, ее закрытость, или, что еще хуже, избирательность рупоров, только провоцирует, инициирует эти нелюбовь и недоверие, причем не только у обычных людей, а и у тех самых элит, с которыми в первую очередь власти необходимо ладить и работать.

На наш взгляд, для того, чтобы местные задачи решались эффективно, нужно внести дополнения в положение об отделе по связям со СМИ и общественными объединениями аппарата Главы муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район». Новое положение будет предусматривать не только поддержание положительного имиджа главы муниципального образования, но и формирование активного имиджа, который предусматривает эффективное взаимодействие главы и населения.

Задачами отдела по связям со СМИ и общественными формированиями будут являться:

– подготовка и организация встреч главы муниципального образования с населением;

Это должно происходить не в формальной обстановке, а на улице, например, возле Вечного огня. СМИ должны заранее проинформировать население. С помощью таких встреч местная власть и население будут сближаться. Местное сообщество будут свободно себя вести в непринужденной обстановке. Не каждый житель может прийти на личный прием к главе муниципального образования. Зачастую на личный прием приходит уязвимое население с личными проблемами. Поэтому, чтобы не оставить без внимания общегородские проблем, нужно создать массовые встречи:

- подготовка и организация встреч главы муниципального образования со средствами массовой информации

Проблемы населения должны освещаться в средствах массовой информации. СМИ должны здесь играть как «представители» местного сообщества. Другими словами, должны устраиваться пресс-конференции.

Можно заимствовать опыт Олега Власова, когда он и его коллеги обсуждали на улицах Нижнекамска городские проблемы, передвигаясь на автобусе. Это своего рода хороший шаг на пути к эффективному взаимодействию населения и власти. Если власть будет информировать о своих действиях, о выявленных проблемах, и пути их решения, то манипуляция будет снижена. Власть при этом будет открыта перед обществом.

Местные органы власти должны разрабатывать проекты по улучшению жизни населения, то есть помочь активизироваться населению в решении местных проблем. Например, создать такой проект под названием «Будем добрее друг к другу». На первое место в этом проекте нужно поставить человеческое достоинство, когда каждому в равной степени предоставлены условия для полноценного развития. Основополагающими его принципами будет – предоставление действенной поддержки нуждающимся, добровольная и бескорыстная помощь, и готовность сотрудничать с разными слоями общества.

Этот проект предполагает выявление фигурантов из незащищенных и малообеспеченных слоев населения, у которых нет возможности приобрести дорогие медикаменты и различные препараты, детей, которые находятся в реабилитационных центрах, детских домах. Также выявление людей, которые не могут развивать свои творческие способности из-за финансового недостатка.

Основная цель проекта – активизация благотворительной деятельности организаций, учреждений, предприятий всех форм собственности, частных лиц по поддержке детских домов, школ-интернатов для детей-сирот, домов ребенка, социальных приютов, учреждений здравоохранения, социальной защиты населения, культуры, образования, спорта, молодежи; общественных организаций; инвалидов, ветеранов; других категорий, требующих социальной поддержки. А также возрождение и развитие лучших традиций благотворительности, формирование и пропаганда новых форм оказания благотворительной помощи нуждающимся в поддержке, систематизация и популяризация лучшего опыта.

Таким образом, одной из основных задач проекта «Будем добрее друг к другу» является активизация благотворительной деятельности у населения, нахождение спонсоров-меценатов из числа местных предпринимателей, которые бы оказали помощь в приобретении различного рода оборудования для лечения больных, а также обеспечение вещами первой необходимости. Способствует возрождению и развитию лучших традиций благотворительности, формирование и пропаганда новых форм оказания благотворительной помощи нуждающимся в поддержке, систематизация и популяризация лучшего опыта.

 Проект «Будем добрее друг к другу» послужит укреплению консолидации местного сообщества, побудит обеспеченных горожан к добровольной и бескорыстной помощи малообеспеченным людям, что, безусловно, способствовало созданию добрососедских отношений в нашем общем доме и, следовательно, - улучшению социального климата.

Проект «Будем добрее друг к другу» схож с проектом «Год благотворительности». Однако наш проект будет отличаться тем, что он будет действовать всегда и реализован на территории муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район» и будет проводиться местной властью. Этот проект предполагает не только привлечение успешных предпринимателей, но и обычных людей, которые хотят помочь окружающим людям, оказать моральную и материальную помощь. Это проект не будет обязательным для всех, а будет являться свободным, непринужденным. Что позволит сделать жизнь других людей более радостной и счастливой.

Реализация проекта «Будем добрее друг к другу» предполагает создание Положения, который будет регламентировать процесс его организации. В Положение войдут такие разделы как: общие положения, участники проекта, организация и реализация проекта освещение деятельности в СМИ (смотри Приложение Н).

В целях организации, подготовки и проведения проекта будет создан оргкомитет из числа членов местных органов власти. Задача оргкомитета - проводить работу по привлечению к благотворительности широкого круга общественности, созданию при учреждениях образования, здравоохранения, социальной защиты населения, попечительских советов, заключению договоров (соглашений) о сотрудничестве.

Аналогичная работа проводится оргкомитетами, созданными в управлениях образования, культуры, социальной защиты населения, департаменте здравоохранения, комитете по физкультуре и спорту местной власти.

Оргкомитет также будет подводить итоги, готовить и предоставлять средствам массовой информации годовые и квартальные отчеты

Каждый год, с 20 декабря по 8 января проводить новогодние и рождественские благотворительные встречи, для сбора средств на новогодние и рождественские подарки и их вручение детям, находящимся в детских домах и школах - интернатах, в социальных приютах и домах ребенка, организация и проведение новогодних и рождественских праздников для детей - сирот. Проведение проекта «Будем добрее друг к другу» будет освещаться местными и районными газетами и другими средствами массовой информации муниципального образования (по согласованию). В средствах массовой информации также будет сообщаться о достижениях проекта «Будем добрее друг к другу». Предполагается ежегодное издание бюллетеня с указанием всех участников благотворительности.

Таким образом, этот проект позволит улучшить взаимоотношения населения и власти. Население будет помогать друг другу, развивая при этом активный имидж. Однако одним проектом нельзя добиться развития активного имиджа местной власти. Следует разработать проект Местного форума на официальном сайте города Нижнекамска, где будут освещаться проблемы местного сообщества и будет возможность получить ответ на вопрос от местной власти, а также у местного сообщества будет возможность общаться друг с другом по актуальным вопросам города (смотри приложение П).

Местный форум является общественным объединением, объединяющим граждан, общественные организации и объединения некоммерческих организаций в целях дальнейшего сохранения и укрепления социальной стабильности в районе, укрепления принципов социального партнерства, демократизации власти, упрочения институтов гражданского общества и привлечения общественных объединений к более активному участию в реализации социально – значимых программ в жизни муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район».

Прежде всего, Местный форум должен показать населению, что:

– диалог гражданских организаций с властью реален и приводит к конкретному результату;

– позиция власти (и обслуживающих ее структур) неоднородна и неоднозначна, сводить ее к манипулированию и «показной» акции - равно как к «гражданскому братанию» с народом;

– гражданские организации способны к конструктивному диалогу, то есть, готовы поддерживать шаги власти (вернее, конкретных ее представителей) к открытости и блокировать любые попытки манипулировать мнением граждански неактивной части местного сообщества.

Во-вторых, к сожалению, большинство граждан индифферентно к любым формам общественной активности. Существование столь обширной аудитории, не имеющей достаточного представления о предмете разговора, является, главным фактором риска, предпосылкой к мифотворчеству и недобросовестному манипулированию. Местный Форум нужно использовать как информационный повод для того, чтобы помочь самым широким кругам местного сообщества разобраться в проблеме, осознать, что такое гражданская активность, и что гражданская и политическая активность - это не одно и то же.

В-третьих, главная и основная (если отвлечься от привходящих моментов) задача форума - это сделать шаг в выработке механизма диалога между властью и обществом. Достичь результата в этом процессе и зафиксировать результат - чтобы каждая гражданская организация, каждая заинтересованная в диалоге с общественностью властная структура могли в дальнейшем использовать этот механизм.

У местного сообщества откроется возможность изложить свои взгляды по вопросам развития социальной и экономической сферы города, также и по интересующим авторов конкретным проблемам.

Тем самым, с помощью Местного форума и публичных встреч, есть вероятность того, что население будет активизироваться в участии, в управлении городом. Местная власть и население сблизится.

Местный форум и публичные собрания оцениваются как возможность налаживания диалога между властью и обществом. Реальный диалог необходим. Это почти единственная демократическая форма взаимодействия между властью и местным сообществом, почти единственный приводной ремень, позволяющий корректировать решения так, чтобы они учитывали интересы не только властной элиты, но и общества.

Также у местного сообщества будет возможность активно взаимодействовать с местной властью, решая совместно городские проблемы, то есть, с помощью Местного форума может осуществляться опрос общественного мнения, о каком – либо местном вопросе. Власть сможет выявить более актуальные проблемы населения, а также выявить способы их решения. Нельзя оставить без внимания дискуссионную программу, которая проводится на местном телевидении, а также отдел, который занимается обращениями граждан. Все это тоже позволяет власти взаимодействовать с населением. Однако эти формы взаимодействия уже несколько устарели, на наш взгляд, местный форум и публичные собрания будут более эффективными, поскольку есть вероятность того, что с помощью этого может привлечься максимальное количество людей в управлении городом.

Местный форум не предполагает создания отдельного отдела, который занимался бы его организацией. Этим может заниматься отдел по связям со СМИ и общественными формированиями, отдел с обращениями граждан и муниципальное учреждение «Информационный центр г. Нижнекамска», поскольку его задачей является внедрение информационных технологий, а также обеспечение информационно-технической поддержкой сайта города Нижнекамска.

Руководящим органом Местного форума будет являться Совет, созданный из числа сотрудников отдела по связям со СМИ и общественными формированиями, из муниципального учреждения «Информационный центр г. Нижнекамска», а также из отдела с обращениями граждан. Задачей Совета – взаимодействие с населением, общественными и некоммерческими объединениями. Совет форума может проводить заседания по мере необходимости. Заседание считается правомочным, если на нем присутствует более половины членов Совета.

Решения Совета принимаются простым большинством голосов присутствующих членов Совета. Заседание Совета оформляется протоколом, который ведет ответственный секретарь. По итогам работы Местного форума раз в год готовится отчет.

Деятельность Местного форума осуществляется в соответствии с перспективными и текущими планами работ, определяющими основные направления деятельности, отражающими организационные формы решения поставленных задач, содержащими перечень основных мероприятий.

Один раз в квартал Местный Форум совместно с местным органом власти проводит обсуждение наиболее актуальных проблем на различных дискуссионных площадках.

Для того, чтобы Местный форум функционировал, необходимо создать Положение о местном форуме муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район». В него войдут такие разделы, как: общее положение, цели и задачи Местного форума, структура Местного форума, регламент работы, изменение и прекращение форума, права участников Форума (смотри Приложение Р).

 Местный форум образуется на основе добровольного участия в его деятельности граждан, общественных объединений, некоммерческих организаций без образования юридического лица, который руководствуется в своей деятельности настоящим Положением.

Права участников Форума заключается в следующем:

– принимать участие во всех мероприятиях, проводимых Форумом и его структурами, вносить предложения по повестке для заседаний и рекомендации по улучшению работы Форума;

– информировать членов форума о личной позиции, а также позиции представляемого им общественного объединения, социальной группы населения по актуальным вопросам, вносить предложения;

– принимать участие в голосовании с правом решающего голоса в работе Форума.

Основными целями и задачами Местного форума будут являться:

– всестороннее и комплексное рассмотрение актуальных вопросов и проблем общественной жизни муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район»;

– выработка механизма формирования атмосферы толерантности, общественного согласия;

– организация взаимодействия и партнерства различных секторов общества, социальных групп населения муниципального образования;

– разработка предложений, принципов и механизмов формирования системы работы местной власти с лидерами социальных, общественных и профессиональных объединений граждан;

– осуществление общественной экспертизы принимаемых управленческих решений, планов и программ устойчивого социально-экономического и общественно-политического развития области;

– прямое и непосредственное информирование общественности о деятельности местных властей, вовлечение лидеров и авторитетных представителей различных сфер общества в реализацию приоритетных задач общественного развития;

– выявление актуальных общественных инициатив, разработка предложений по их реализации;

– организация мониторинга общественно-политической ситуации на территории муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район».

Изменение деятельности Местного форума (дополнения, исключения, новая редакция) может быть осуществлено только в рамках концепции настоящего Положения.

Прекращение деятельности Местного форума может быть осуществлено по следующим основаниям:

– исчерпание (реализация) целей и задач, определенных настоящим Положением;

– неоднократное выполнение функций, не отвечающих целям и задачам, определенных настоящим Положение

Таким образом, с помощью одной технологии нельзя добиться успеха, необходимы систематические действия со стороны местных властей (смотри Приложение С). Активный имидж местной власти строится именно во взаимодействии с населением. Если власть заручится доверием у населения, и население будет принимать активное участие в развитии города, в решении городских проблем, то имидж власти будет носить положительный характер. Тем самым муниципальное образование будет идти по пути демократизации. Решения будут приниматься населением через выборные органы. Главное в формировании активного имиджа –это взаимодействие с населением, на второстепенный план выходит внешний вид, но также значительную роль играют деловые и личностные качества главы муниципального образования, и поэтому нужно уделять внимание развитию этих качеств, а также развитию коммуникативных качеств, потому что основным залогом успеха является правильная трактовка своих мыслей общественности, поскольку у главы муниципального образования нет политтехнолога.

Хотелось бы отметить, что успех в работе зависит от компетентности делового человека, его профессионализма, активности и многих других факторов. Некоторые из них влияют на достижение желаемого результата прямо и непосредственно - знание дела и опыт. Косвенные факторы также влияют на успех и внешний облик делового человека - именно тот фактор, который тоже определяет эффективность деловых связей, успех в деловых контактах и способствует созданию необходимой рабочей атмосферы.

Чем быстрее население активизируется в принятии решений городских проблем, тем быстрее социальное и экономическое благосостояние города и района улучшится.

**4 Программа мер по обеспечению выпускной квалификационной работы**

**4.1 Социальная значимость внедрения разработанных мероприятий**

Для создания и развития активного имиджа местной власти, нужно разработать создание проекта под названием «Будем добрее друг к другу». Этот проект предполагает выявление фигурантов из незащищенных и малообеспеченных слоев населения, у которых нет возможности приобрести дорогие медикаменты и различные препараты, детей, которые находятся в реабилитационных центрах, детских домах. Также выявление людей, которые не могут развивать свои творческие способности из-за финансового недостатка. Проект «Будем добрее друг к другу» послужит укреплению консолидации местного сообщества, побудит обеспеченных горожан к добровольной и бескорыстной помощи малообеспеченным людям, что безусловно, способствует созданию добрососедских отношений в нашем общем доме и, следовательно, - улучшению социального климата.

Для создания и развития активного имиджа местной власти, нужно разработать создание на официальном сайте города Нижнекамска Местного форума, где будут освещаться проблемы местного сообщества и будет возможность получить ответ на вопрос от местной власти, а также у местного сообщества будет возможность общаться друг с другом по актуальным вопросам города.

У местного сообщества откроется возможность изложить свои взгляды по вопросам развития социальной и экономической сферы города, и по интересующим авторов конкретным проблемам.

Но у некоторых жителей нет возможности вступить в контакт с местной властью через Интернет с помощью данного Местного форума, и поэтому целесообразно устраивать один раз в квартал дискуссионные встречи с главой муниципального образования или с его представителями. Тем самым, с помощью Местного форума и публичных встреч, есть вероятность того, что население будет активизироваться в участии управления городом. Местная власть и население сблизятся. Местный форум и публичные собрания оцениваются как возможность налаживания диалога между властью и обществом. Реальный диалог необходим. Это почти единственная демократическая форма взаимодействия между властью и местным сообществом, почти единственный приводной ремень, позволяющий корректировать решения так, чтобы они учитывали интересы не только властной элиты, но и общества. Таким образом, с помощью одной технологии нельзя добиться успеха, необходимы систематические действия со стороны местных властей. Активный имидж местной власти строится именно во взаимодействии с населением. Если власть заручится доверием у населения, и оно будет принимать активное участие в развитии города, в решении городских проблем, то имидж власти будет носить положительный характер. Тем самым муниципальное образование будет идти на пути демократизации. Решения будут приниматься населением через выборные органы. Результатом проведения предложенных мероприятий станет активизация местного сообщества в процессе управления территорией муниципального образования. Реализация всех предложенных автором мероприятий послужит эффективному построению гражданского общества, и будет способствовать более динамичному развитию территории муниципального образования.

**4.2 Математическое и статистическое обеспечение выпускной квалификационной работы**

При помощи исследования, проведенного в городе Нижнекамске, было выявлено, что население одобряет деятельность главы муниципального образования, но не в полной мере. Из 400 опрошенных респондентов, 55,75% относятся к деятельности главы муниципального образования скорее положительно, чем отрицательно, 21% - положительно, 9,75% - отрицательно, 4,50% - скорее отрицательно, чем положительно, 9% - затрудняюсь ответить. Стоит отметить связь между отношением к главе муниципального образования и к средствам массовой информации. По результатам опроса населения 18,5% респондентов относятся к СМИ положительно, 60,75 % – скорее положительно, чем отрицательно, 8% - отрицательно, 4,25% – скорее отрицательно, чем положительно, 8,5% - затрудняются ответить. В качестве оценки коэффициента корреляции используется коэффициент корреляции Браве–Пирсона, который вычисляется по следующей формуле (1):

 (1)

где – средние значения функций x и y.

Диапазон изменения коэффициента r = [-1;1], при этом, чем ближе его абсолютное значение к единице, тем теснее взаимосвязь двух процессов.

Расчет корреляционной зависимости между отношением населения к главе муниципального образования и средствами массовой информации представлены в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Корреляционный анализ показателей отношения населения к главе муниципального образования и к средствам массовой информации

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *xi* |  |  | *yi* |  |  |  |
| 21 | -1 | 1 | 18,50 | -1,5 | 2,25 | 1,5 |
| 55,75 | 35,75 | 1278,06 | 60,75 | 40,75 | 1660,56 | 1456,81 |
| 9,75 | -10,25 | 105,06 | 8 | -12 | 144 | 123 |
| 4,50 | -15,5 | 240,25 | 4,25 | -15,75 | 248,06 | 244,125 |
| 9 | -11 | 121 | 8,50 |  -11,5 | 132,25 | 126,5 |

Согласно формуле (1) выборочный коэффициент линейной корреляции между такими факторами как отношение к главе муниципального образования и к средствам массовой информации составляет 0,99. Коэффициент корреляции свидетельствует о наличии тесной связи, так как значение 0,9 близко к единице.

Таким образом, можно сделать вывод, что отношение населения к главе муниципального образования зависит от средств массовой информации. Поскольку СМИ является основным источникам передачи информации о местных органах власти. Именно от них зависит качество публикуемой информации, так как качество публикуемой информации влияет на мнение населения о местных органах власти и средствах массовой информации.

Еще одну взаимосвязь можно выявить в таких вопросах, как читаемы и доверяемые газеты. Из наиболее популярных газет население предпочитает читать «Вашу газету» (58,75%) и «Нижнекамское время» - 45,25%, «Ленинскую правду» (35,75%), «Туган як» (12%). Согласно проведенному опросу население предпочитает доверять таким газетам, как «Ваша газета» - 36,75%, «Нижнекамское время» - 35,75%. «Ленинской правде» - 29%, «Туган як» - 13,75%. Расчет корреляционной зависимости между читаемыми и доверяемыми газетами представлены в таблице 4.2

Таблица 4.2 – Корреляционный анализ показателей читаемых и доверяемых газет

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *xi* |  |  | *yi* |  |  |  |
| 35,75 | -2,1875 | 4,78 | 29 | -0,25 | 0,0625 | 0,54 |
| 58,75 | 20,8125 | 433,16 | 36,75 | 8 | 64 | 166,5 |
| 45,25 | 7,3125 | 53,47 | 35,75 | 7 | 49 | 51,1875 |
| 12 | -25,9375 | 672,75 | 13,75 | -15 | 225 | 389,0625 |

Согласно формуле (1) выборочный коэффициент линейной корреляции rxy ≈ 0,96. Это значение близко к единице, что говорит о сильной корреляции, то есть о тесной взаимосвязи между двумя переменными. Таким образом, население предпочитает читать те газеты, которым доверяет.

Для определения степени значимости для главы муниципального образования таких характеристик, как наличие высшего образования, знание татарского языка, и стиля одежды, применялся статистический метод средней величины (от 1 до 10, 10 – наиболее значимый, 1 – наименее значимый).

Высшее образование: для ряда (0, 3, 6, 4, 8, 10,18, 30, 66, 255) ранг будет составлять ≈ 9,13. Расчет средней величины представлен в следующем виде: сначала каждый ранг был умножен на количество ответов (1\*0, 2\*3, 3\*6, 4\*4, 5\*8, 6\*10, 7\*18, 8\*30, 9\*66, 10\*255), затем полученные значения сложились. Полученный ответ 3652 разделили на количество опрашиваемых (3652/400)=9,13. Таким образом высшее образование занимает девятый ранг. Таким же способом рассчитывались такие характеристики как знание татарского языка и стиля одежды.

Знание татарского языка: для ряда (25, 12, 14, 19, 36, 37, 25, 32, 52, 148) ранг составляет ≈ 7,37.

Стиль одежды: для ряда (18,7,13,14,38,42,28,62,44,134) ранг ≈ 7,49.

Это подтверждает значимость деловых качеств для главы муниципального образования.

**4.3 Правовое обеспечение выпускной квалификационной работы**

В данной работе были рассмотрены и проанализированы особенности формирования имиджа главы муниципального образования. В этой связи необходимо указать, какие именно правовые документы использовались.

В работе использовался закон «О муниципальной службе в Российской Федерации» №-25 от 7 февраля 2007 года, который устанавливает должности на муниципальной службе.

**4.4 Социологическое обеспечение выпускной квалификационной работы**

**Программа социологического исследования особенностей формирования имиджа главы муниципального образования**

*Обоснование проблемы исследования.*

Административная реформа и формирование полноценных органов местного самоуправления нуждаются в новом типе управленца-менеджера, способного принимать нестандартные решения, готового к инновациям, умеющего заручиться поддержкой населения. В связи с этим весьма актуальным является вопрос об имидже местных властей и имидже главы муниципального образования. В условиях современного мира с его явлениями глобализации и виртуализации имидж становится одним из главных инструментов управленческого воздействия на людей. Имидж управляется не системами и технологиями, а человеком, который следует своим путем, применяя умственные способности, инстинкты и эмоции, таким человеком и является руководитель.

Глава районной, городской администрации является ключевой фигурой на местном уровне. Он играет огромную роль в функционировании муниципального образования. Задача главы муниципального образования заключается в формировании позитивного восприятия его имиджа. Поэтому профессионализм управляющего высшего звена должен состоять в умении правильно и гармонично соотнести свои личные особенности и ценности с внешними требованиями. Это позволяет предотвратить отчуждения граждан от политического участия посредством упрочнения политической и эмоциональной связи населения с властью. Имидж создается для населения, он служит проводником между населением и властью, то есть имидж – это средство воздействия на массовое сознание.

От технологий использующих при формировании имиджа, во многом зависит принятие важных решений, а также то, как будет воспринята власть общественностью. СМИ играют ведущую роль в формировании имиджа руководителя властных структур, поскольку СМИ являются посредником между населением и местной властью, именно из средств массовой информации население получает большую часть информации о функционировании органов муниципальной власти, в результате чего у него складывается представление о качестве решений местных задач.

Имидж формируется в ходе коммуникационных процессов как результат символического взаимодействия социальных групп и самого лидера, который концентрирует социальные ожидания и находит уникальные формы их выражения.

В последнее время все больше руководителей осознают необходимость работы над собственным имиджем. Безусловно, глава муниципального образования может самостоятельно совершенствовать свой имидж, пытаться устранить его недостатки.

Зачастую личность руководителя властных органов скрыта от широкой аудитории, такая ситуация представляет возможность конструирования имиджа, с помощью наемных специалистов и средств массовой информации.

Местные органы власти должны быть максимально приближены к народу, соответственно, информация о них (позволяющая конструировать их имидж) - полноценной.

 На федеральном и региональном уровнях в большинстве случаев давно понятно, что данному вопросу следует уделять пристальное внимание, то на муниципальном уровне мы наблюдаем прямо противоположную картину. Иными словами, чем больше дистанция между носителем образа и носителями массового сознания, тем больше времени, усилий и финансовых средств тратится на создание его позитивного образа и воздействия на систему восприятия людей. И наоборот: чем короче дистанция, тем меньше уделяется внимания созданию и коррекции собственного имиджа.

От того, в какой степени СМИ освещают информацию и насколько она достоверна, зависит уровень осведомленности населения о деятельности местных органов власти, и соответственно образ муниципальной власти, складывающийся у населения.

Однако на местном уровне отсутствуют независимые СМИ, а являются подконтрольные, которые не позволяют им освещать информацию, уязвляющую положение местных властей. Таким образом, отсутствие критической информации приводит к навязыванию гражданам положительного образа.

Так, местные СМИ могут создавать у населения пристальное, заинтересованное отношение к новостям и событиям, связанных с созидательной деятельностью местных властей, а вопросы критического содержания практически отсутствует. Такое отсутствие критической информации способствует созданию ограниченного образа, что позволяет говорить о конструировании манипулятивного имиджа. При использовании таких технологий граждане не активизируются в принятии управленческих решений местной власти, что не позволяет привлекать потенциал местного сообщества и приводит к апатии.

Использование с помощью деконструктивных (манипулятивных технологий) способов является актуальной проблемой и требует проведения социологического исследования.

*Цель* исследования заключается в анализе технологий формирования имиджа главы муниципального образования (на примере муниципального образования города Нижнекамска)

 *Объектами* исследования являются:

−население города Нижнекамска, которое является источником информации о главе муниципального образования;

− главный специалист отдела по связям со СМИ и общественными формированиями, функция которого заключатся в формировании и поддерживании положительного имиджа главы района;

− печатные средства информации «Нижнекамское время», «Ленинская правда», содержащие официальные материалы о деятельности муниципальных органов власти, оперативную информацию и статьи по актуальным общественно-политическим, производственным и другим вопросам, рекламу.

− результаты социологических исследований, проведенные по всей России фондом «Общественное мнение», в Республике Татарстан, в городе Нижнекамске.

*Предметом* исследования выступает

*−* мнение населения об имидже главы муниципального образования;

− средства и методы формирования имиджа местными средствами массовой информации и главным специалистом отдела по связям со СМИ и общественными формированиями.

*Основная гипотеза исследования:* при конструировании имиджа главы муниципального образования используется деструктивные (манипулятивные) технологии, через дозирование и конструирование информации.

*Дополнительные гипотезы:*

− в представлениях населения не сложился устойчивый образ о главе муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район»

− отсутствие устойчивого представления у городского сообщества о главе муниципального образования и его деятельности связано с незначительным объемом информации.

*Задачи исследования:*

− исследовать образ главы муниципального образования в представлении населения города Нижнекамска;

− выявить основные качества, которыми должен обладать глава муниципального образования;

− определить методы и средства формирования имиджа главы муниципального образования;

− выявить манипулятивные технологии в конструировании имиджа главы муниципального образования.

 Таблиц 4.3 – Логический анализ основных понятий

|  |  |
| --- | --- |
| Интерпретация понятий | Операционализация понятий |
| **Глава муниципального образования -** высшее должностное лицо муниципального образования и наделяется уставом муниципального образования в соответствии собственными полномочиями по решению вопросов местного значения | 1) представляет муниципальное образование в отношениях с органами местного самоуправления других муниципальных образований, органами государственной власти, гражданами и организациями; 2) подписывает обнародует и издает нормативные правовые акты. |
| Интерпретация понятий | Операционализация понятий |
|  | Глава муниципального образования подконтролен и подотчетен населению и представительному органу муниципального образования. |
| **Качество -** среднее свойство или принадлежность, все что составляет сущность лица или вещи. | Количество означает счет, вес и меру, деловых, личностных и нравственных качеств  |
| **Газета -** периодическое газетное издание, выходящее через краткие промежутки времени, содержащее официальные материалы, оперативную информацию и статьи по актуальным общественно- политическим, научным, производственным и другим вопросам, а также рекламу | Виды газет:«Нижнекамское время», «Ленинская правда» издающаяся и распространяющаяся на территории города и района  |
| **Средства массовой информации -** средство распространения информации | К средствам массовой информации относятся: - пресса, радио, телевидение; - видеотекст, телетекст, рекламные щиты и панели; |
| **Формирование имиджа -** процесс, в ходе которого создается некий спланированный образ на основе имеющихся ресурсов | Технология формирования имиджа происходит через средства массовой информации и с помощью коммуникации между населением и местными органами власти(личные встречи), а также специалиста отдела по связям со СМИ и общественными формированиями |
| **Манипулятивные технологии -** совокупность способов и механизмов регулирования и управления, осуществляющих при использовании манипуляций как основного рычага воздействия на объект в интересах определенного субъекта | Искажение информации, ее утаивание. Методы воздействия на массы: 1. Метод социально-психологической стратификации. 2. Метод игровой приём. |

*Методы исследования.* Основными методами сбора информации послужили такие методы как:

− контент-анализ местных печатных средств информации (газеты «Нижнекамское время» «Ленинская правда»);

− сбор первичной социологической информации, при помощи опроса населения методом анкетирования (смотри Приложение Т) и интервьюирование главного специалиста отдела по связям со СМИ и общественными формированиями;

− вторичный анализ данных исследования проведенные фондом «Общественное мнение»: «Образы политиков в представлениях россиян», «Оценка гражданами личности лидера», «Образ В.Путина», «Твердая рука? (Имидж В.Путина)»; а также вторичный анализ данных исследований, проведенных в Республике Татарстан «Формирование имиджа главы местной администрации средствами массовой информации» Н.В. Натапова, в Нижнекамске: «Имидж муниципальных органов власти как инструмент манипулирования» Н.В. Губина, Р.С. Рафикова.

*Определение выборочной совокупности*. Данное исследование было проведено в городе Нижнекамске в виде опроса населения города. По данным паспорта города Нижнекамска за 2006 год, численность города Нижнекамска составляет 226 928 человек [3]. Для исследования при помощи квотной выборки было отобрано 400 человек (смотри Приложение У). Квота рассчитывалась пропорционально по полувозрастному составу и социальному положению.

Таблица 4.4 − Рабочий план исследования

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование мероприятий** | **Сроки исполнения** | **Ответственный за исполнение** | **Примечание** |
| 1 Написание и утверждение программы социологического исследования | 26.01.07-05.02.07 | дипломант | Совместно с научным руководителем |
| 2 подготовка методологического инструментария | 5.02.07-14.02.07 | дипломант | Тиражирование анкет 400 экземпляров |
| 3 Проведение пилотажного исследования | 14.02.07-1.03.07 | дипломант | Население города Нижнекамска |
| 4 проведение контент - анализа | 28.02.07-10.03.07 | дипломант | Газета «Нижнекамское Время» |
| 5 проведение интервью | 28.02.07 –30.02.07 | дипломант | Специалист отдела по связям со СМИ и общественными формированиями  |
| **Наименование мероприятий** | **Сроки исполнения** | **Ответственный за исполнение** | **Примечание** |
| 6 обработка социологической информации | 1.03.07-8.03.07 | дипломант |  |
| 7 Анализ результатов исследования | 8.03.07-15.03.07 | дипломант |  |
| 8 Составление и оформление отчета о проведении исследования | 15.03.08-20.03.08 | дипломант |  |
| 9 обсуждение результатов исследования | 20.03.07 –01.04.07 | дипломант | Совместно с научным руководителем |

Таблица 4.5 - Логическая структура анкеты

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Операционное понятие** | **Тип шкалы** | **Индикатор** | **Номер вопроса анкеты** |
| Отношение населения к главе муниципального образования и СМИ | Отношение населения | ранговая | 1 |
| Степень значимости характеристик для главы муниципального образования | Ранговая оценка | ранговая | 2 |
| Качества, которыми должен обладать глава муниципального образования | Иерархия качеств | ранговая | 3 |
| Качества, которыми обладает глава муниципального образования | Оценка качеств главы муниципального образования | номинальная | 4 |
| Впечатление о главе муниципального образования за последнее время | Отношение населения к главе муниципального образования | номинальная | 5 |
| **Операционное понятие** | **Тип шкалы** | **Индикатор** | **Номер вопроса анкеты** |
| Чтение и доверие популярных газет | Читаемые газеты и доверие к ним | номинальная | 6 |
| Преобладание информации о главе муниципального образования А. Метшина в СМИ | Характер информации | номинальная | 7 |
| пол | пол | номинальная | 8 |
| возраст | возраст | интервальная | 9 |
| Место работы | Место работы | номинальная | 10 |

**Бланк контент- анализа**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи | Рубрика | Дата выхода | Особенность | Характер информации | Площадь |
|  |  |  |  |  |  |

**Бланк интервьюирования**

1. Как формируется информация о главе муниципального образования?
2. Существует ли отсеивание информации?
3. Какими способами подается информация в СМИ? (обильно или мелкими порциями).
4. Используется ли в формировании имиджа яркие популистские заявления, эпатажная самореклама, всевозможные рейтинги и опросы общественного мнения?
5. Проводят ли муниципальные органы власти исследования в выявлении общественного мнения?
6. Какие меры, способы применяются для создания позитивного имиджа? (контакты с людьми, через СМИ, телефон главы, стиль поздравительных открыток)?
7. Есть ли у главы муниципального образования имиджмейкер? Если нет, то, по вашему мнению, он необходим в формировании имиджа? И кто ответственен в формировании позитивного имиджа?
8. Предоставляет ли местным СМИ критическая информация о главе муниципального образования?
9. Ведется ли тиражирование портрета главы муниципального образования в печатных СМИ?
10. Ведутся ли дискуссионные программы с участием главы муниципального образования?
11. Что Вы можете сказать о главе муниципального образования?

**4.5 Компьютерное обеспечение выпускной квалификационной работы**

В наше время компьютерные технологии проникают все глубже во все сферы научной и производственной деятельности человека.

Операционная система Windows XP Professional представляет собой новейшую версию операционной системы Windows. Основанная на технологии Windows NT, Windows 2000 включает многие черты Windows 98, в том числе внешний вид и набор функций. Помимо этого, Windows XP Professional предлагает новые функции, упрощающие взаимодействие с сетью и Интернетом, и более эффективную защиту данных. Windows XP Professional успешно работает как на компьютерах, подключенных к сети, так и автономных, и совместима с большинством программ, ориентированных на Windows 2000, Windows 98.

Интерфейс Windows XP содержит новый экран с понятным интерфейсом, упрошенное меню и многое другое. Windows XP Professional превращает работу с персональным компьютером в удовольствие. Мощность, быстродействие, сверх новый вид, множество справочных данных, доступных при первой необходимости. Windows XP Professional обладает всеми этими качествами, а также непревзойденной надежностью и безопасностью. Возможно, организовать совместный доступ к файлам, фотографиям, музыке, принтерам и даже подключение к Интернету.

Windows XP Professional предлагает мощную справочную систему, которая включает контекстно-ориентированный поиск, раздел справки (новые возможности Windows, музыка, видео, игры и фотографии, основы работы Windows XP, работа в сети и Интернете, настройка компьютера, устранение неполадок, отправка отзывов в Майкрософт), а также запрос о поддержке и выбор задания. С помощью этих инструментов можно найти ответ на любой вопрос, касающийся функционирования Windows, например, почему не работает CD-ROM.

Интерфейс Windows XP Professional можно легко настроить на собственный вкус – расположить меню, панель инструментов, панель задач, папки так, как удобнее.

В рамках программного обеспеченья ВКР предусматривается использование [53] :

– возможностей интегрированного офисного пакета Microsoft Office 2003

В данную версию набора входят: MS Excel 2003, MS Word 2003, MS Power Point 2003. Данные программы позволяют реализовать сложные задачи, эффективно организовывать обмен информаций.

С помощью электронных таблиц MS Excel 2003 можно легко и эффективно подготовить отчет, провести анализ текущего финансового положения или составить прогноз на будущее. Электронные таблицы представляют собой мощную систему с графическим интерфейсом, средствами сопряжения с базами данных, функциями формирования отчетов и работы с деловой графикой. В программе имеется 400 математических, статистических и других функций.

Текстовый редактор MS Word 2003 - одна из самых популярных программ на сегодняшний день. Текстовый редактор позволяет вводить, выводить, редактировать, форматировать, импортировать текстовые файлы, осуществлять автоматическую орфографическую проверку текста, подчеркивая слова с ошибками и предлагая варианты возможных замен непосредственно в процессе набора текста; автоматизировать процесс форматирования документов (рамки, заголовки, списки, шрифты и цвета, соответствующие выбранному стилю, появляются во время набора); выделять текс разными цветами и т.д.

Презентационная программа MS Power Point 2003 представляет собой слайд-шоу и позволяет комбинировать звук, анимацию и видео.

MS Power Point 2003 имеет хорошо продуманный интерфейс, все необходимое меню и инструментальные средства, благодаря чему можно добиться текст, графику, дать плавное появления и исчезновения надписей, картинок, сопровождать текст звуковыми эффектами. Возможно также использование элементов мультипликации и видеоклипов. Редактирование презентации осуществляется при помощи мыши: «перетаскивая» слайды с места на место, можно получить последовательность кадров, в которых могут быть таблицы, графики, текст, изображения и многое другое. Готовую презентацию можно наблюдать на мониторе, а также изготовить в печатном виде, содержащем слайды и пояснительный текст.

Поскольку информация практического плана подвержена частным изменениям, целесообразно использование в выпускной квалификационной работе материалов Internet-порталов.

Глобальная компьютерная сеть ИНТЕРНЕТ предоставляет возможность общения, передачи и поиска необходимой информации по всему миру. С помощью браузера Microsoft Internet Explorer можно получить доступ ко всем ресурсам Интернета, будь то электронная почта, хранилища файлов, Web-страничка, базы данных или другое. Microsoft Internet Explorer является зарегистрированной торговой маркой компании Microsoft. Это программа предназначена для работы в сети, в частности для просмотра электронных досок объявлений (страниц сети) в интерактивном графическом режиме.

Использование поисковых систем Yandex, rambler, Apport в глобальной сети позволяет определить направление исследовательской работы, осуществить подбор и сбор материала.

**Заключение**

В условиях современного мира с его явлениями глобализации и виртуализации имидж становится одним из главных инструментов управленческого воздействия на людей. Имидж управляется не системами и технологиями, а человеком, который следует своим путем, применяя умственные способности, инстинкты и эмоции, таким человеком и является руководитель. Глава районной, городской администрации является ключевой фигурой на местном уровне. Поэтому профессионализм управляющего высшего звена должен состоять в умении правильно и гармонично соотнести свои личные особенности и ценности с внешними требованиями. Важнейшей функцией лидера в сфере управления является предотвращение отчуждения граждан от политического участия посредством упрочнения политической и эмоциональной связи населения с властью. Среди ресурсов влиятельности руководителя властных структур является имидж. Имидж человека, общества зависит от общественных отношений [2, с. 35].

В общем виде категория «имидж» трактуется как сложившийся в сознании людей и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо.

Более того, имидж признается частью профессионального успеха сегодня, поскольку сам по себе успех -это в некоторой степени иллюзия восприятия, в которой общество нуждается как защите от банальности и превратностей судьбы. Чем точнее избирается (строится) имидж, тем эффективнее коммуникация, поскольку имидж в концентрированной форме задает суть человека или его устремлений, является знаковым заменителем, отражающим его основные сущностные или желаемые черты. Он дает возможность передать информацию о себе, о своих истинных, глубинных (личностных и профессиональных) намерениях, устоях, идеалах, планах, деяниях.

Таким образом, Имидж это – образ, сложившийся в массовом сознании имеющий определенные качества, с помощью которых лидер воздействует на людей. Имидж выступает в роли связующего звена между лидером и аудиторией. Он служит отражением, как интересов аудитории, так и интересов лидера и пытается совместить эти интересы [9, с. 130].

Образ муниципальной власти может персонифицироваться, формироваться на основе отношения населения к лидеру. Фигура политического лидера выступает как символическое олицетворение власти. Взаимодействие представителей власти и населения формирует образ власти, предопределяет электоральное поведение. Причем, это взаимодействие может носить разный характер.

Результаты исследования в выявлении общественного мнения о главе муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район», показали, что глава муниципального образования в первую очередь должен обладать соответствующими деловыми качествами, на второй план отходят нравственные и личностные качества. Кроме этих качеств, по мнению населения города Нижнекамска, немаловажную роль в образе главы играют такие характеристики как наличие высшего образования, знания татарского языка и стиля одежды.

 Люди, как правило, составляют мнение не о самом политике, а о его образе, предлагаемом СМИ. Соответственно, оценки данного политика – это стереотипные реакции не на него, но на экранный образ, который соответствует ожиданиям и ценностным приоритетам реципиентов. Такие оценки могут быть пристрастными, а то и просто ошибочными. Тем не менее, именно на них строится восприятие политиков и поведение избирателей [31, c 57].

Особую роль в формировании мнения о ситуации в муниципальном образовании и образа местной власти играют средства массовой информации. В настоящее время наметились тенденции использования целого комплекса информационных манипулятивных технологий, целью которых является внедрение установок и стереотипов в массовое сознание, подвигнуть массы на принятие необходимых решений и действий. Одна из особенностей современной техники манипулирования, в первую очередь осуществляется через печатные издания и телевидение, которые создают «имиджи» и несут оценочный характер. Использование этих технологий направлено на создание определенного эмоционального настроя и психологических установок у аудитории.

По результатам исследования можно сделать вывод, что манипуляция проявляется в отсутствии альтернативных средств массовой информации, которые были бы независимыми от местных властей и освещали бы не только положительную, но и критическую информацию о местных органах власти. СМИ производит небольшое количество информации для доступности в процессе восприятия, таким образом, происходит дозирование информации, использование скрытых манипулятивных технологий. Качество публикуемой информации носит чаще всего положительный характер, это проявляется в названиях статей и их содержаниях.

Местные органы власти, применяя манипулятивные технологии, используют также некоторые эффекты воздействия на массы, такие как: эффект «расслабления» аудитории, то есть глава муниципального образования использует экспромт речи, простой язык общения, что позволяет держать аудиторию под контролем и завоевать доверие; эффект пессимизма, это произошло во время монетизации льгот, тогда все население протестовало, не хотело нововведений, и поэтому в роли оптимиста выступил А.Метшин, разрешив проблему, найдя компромисс.

Также существуют несколько методов воздействия на массы, которые используют местные власти для повышения имиджа, то есть используются манипулятивные технологии.

− метод социально-психологической стратификации. Местная власть обращается к актуальным проблемам населения, деля их по демографическому, профессиональному и другим характеристикам, так например, уделяется внимание многодетным, малоимущим семьям, молодежи, пенсионерам, что вызывает симпатию у людей. Это проявляется особенно, когда проводятся собрания с частными предпринимателями, где обсуждаются вопросы о благотворительности в помощь уязвимым слоям населения. А также сами местные органы власти посещают различные реабилитационные центры, дошкольные, школьные учреждения, учреждения здравоохранения и т.п. не оставляя без внимания нуждающихся в помощи людей;

– метод «игровой прием». Отношение с населением строится нестандартно, используется для того, чтобы воссоздать яркий личный имидж, который импонирует толпе, приводит к положительным эмоциям. Так, например, И. Метшин выступал с торжественной речью в день выпускников. В его торжественной речи использовались простонародные слова. Что позволяло ему завоевать максимальное внимание аудитории.

В связи с этим можно сделать вывод, что местные органы власти через СМИ используют в формировании позитивного имиджа манипулятивные технологии воздействия на аудиторию, навязывая им положительный имидж местных органов власти. От незнания насущных проблем, население не может активизироваться, мобилизоваться в решениях этих проблем. Местные СМИ финансируются местным бюджетом, что определяет их статус как материально зависимых от местных властей.

Местные газеты направлены на освещение деятельности первых лиц, что говорит о формировании персонифицированного имиджа, то есть все социальные, экономические и политические процессы, происходящие в районе, связаны с конкретной личностью, в данном случае с Айдаром Метшином. Газеты «Ленинская правда» и «Нижнекамское время», которые находятся под контролем местной власти, содержат один устойчивы архетип главы муниципального образования, также как и в исследовании Н.В. Натаповой – образ «отца родного», уделяющий внимание каждой группе населения, например, поздравления с днем матери, торговли, защитника отечества, строителя и другое. Также нужно отметить, что в местных средствах информации, как печатных, так и телевизионных, наблюдается тенденция тематизации. То есть, то, что актуально на сегодняшний день не освещается в СМИ, а освещается только информация, носящая положительный характер.

Информация, формируемая СМИ, направлена на конструирование положительного имиджа местной власти, а конкретно, главы муниципального образования. Здесь присутствуют технологии персонализации, тематизации и популяризации. Средства массовой информации подконтрольны местным властям, не освещают проблемы в полной мере, избегая критики, что позволяет говорить о применении манипулятивных технологиях воздействия на массы таких, как: яркие популистские заявления, тиражирование портрета, опрос общественного мнения, дозирование информации, а также использование имиджа уже созданного фамилией Метшин.

Для того, чтобы повысить имидж местного органа власти города Ярославля, было необходимо создать эффективное взаимодействие населения с местной властью. Требовался такой способ общения людей с различными властными структурами, который был бы простым по форме и необременительным по затратам времени, а главное, эффективным [45].

Внедренная система управления контактами в городе Ярославле позволила местным органам власти эффективно взаимодействовать с населением и организациями, что привело к повышению качества и скорости решения проблем местного сообщества. Это позволило местным органам власти завоевать доверие, а также это способствовало развитию активного имиджа власти.

Органам местного самоуправления активность жизненна, необходима, так как она не только позволяет повысить эффективность собственной деятельности (за счет постоянной обратной связи и учета потребностей своих жителей), но и обеспечивает возможность качественного решения вопросов местного значения. Только объединяя ресурсы местного сообщества, выступая его лидером и организатором, органы местного самоуправления способны обеспечить устойчивое развитие территории, повысить социальную активность и ответственность населения, разрешить внутренние конфликты, обеспечить исполняемость собственных решений, оптимизировать использование бюджетных средств и защищать права местного самоуправления во взаимодействии с органами государственной власти.

Местные органы власти должны разрабатывать проекты по улучшению жизни населения, то есть помочь активизироваться населению в решении местных проблем, например, создать такой проект под названием «Будем добрее друг к другу». На первое место в этом проекте нужно поставить человеческое достоинство, когда каждому в равной степени предоставлены условия для полноценного развития. Основополагающими его принципами будет – предоставление действенной поддержки нуждающимся, добровольная и бескорыстная помощь, и готовность сотрудничать с разными слоями общества.

Этот проект предполагает выявление фигурантов из незащищенных и малообеспеченных слоев населения, у которых нет возможности приобрести дорогие медикаменты и различные препараты, детей, которые находятся в реабилитационных центрах, детских домах. Также выявление людей, которые не могут развивать свои творческие способности из-за финансового недостатка.

Таким образом, одной из основных задач проекта «Будем добрее друг к другу» является активизация благотворительной деятельности у населения, нахождение спонсоров-меценатов из числа местных предпринимателей, которые бы оказали помощь в приобретении различного рода оборудования для лечения больных, а также обеспечение вещами первой необходимости. Способствует возрождению и развитию лучших традиций благотворительности, формирование и пропаганда новых форм оказания благотворительной помощи нуждающимся в поддержке, систематизации и популяризации лучшего опыта.

Проект «Будем добрее друг к другу» послужит укреплению консолидации местного сообщества, побудит обеспеченных горожан к добровольной и бескорыстной помощи малообеспеченным людям, что, безусловно, способствовало созданию добрососедских отношений в нашем общем доме и, следовательно, - улучшению социального климата.

Однако одним проектом нельзя добиться развития активного имиджа местной власти. Следует рассмотреть проект Местного форума на официальном сайте города Нижнекамска, где будут освещаться проблемы местного сообщества и будет возможность получить ответ на вопрос от местной власти, а также у местного сообщества будет возможность общаться друг с другом по актуальным вопросам города.

Местный форум является общественным объединением, объединяющим граждан, общественные организации и объединения некоммерческих организаций в целях дальнейшего сохранения и укрепления социальной стабильности в районе, укрепления принципов социального партнерства, демократизации власти, упрочения институтов гражданского общества и привлечения общественных объединений к более активному участию в реализации социально – значимых программ в жизни муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район».

Таким образом, с помощью одной технологии нельзя добиться успеха, необходимы систематические действия со стороны местных властей. Активный имидж местной власти строится именно во взаимодействии с населением. Если власть заручится доверием у населения, и оно будет принимать активное участие в развитии города, в решении городских проблем, то имидж власти будет носить положительный характер. Тем самым муниципальное образование будет идти по пути демократизации. Решения будут приниматься населением через выборные органы. Главное в формировании активного имиджа – это взаимодействие с населением, на второстепенный план выходит внешний вид, но также значительную роль играют деловые и личностные качества главы муниципального образования. И поэтому, нужно уделять внимание развитию этих качеств, а также развитию коммуникативных качеств, потому что основным залогом успеха является правильная трактовка своих мыслей общественности, поскольку у главы муниципального образования нет политтехнолога.

Хотелось бы отметить, что успех в работе зависит от компетентности делового человека, его профессионализма, активности и многих других факторов. Некоторые из них влияют на достижение желаемого результата прямо и непосредственно - знание дела и опыт. Косвенные факторы также влияют на успех и внешний облик делового человека - именно тот фактор, который тоже определяет эффективность деловых связей, успех в деловых контактах и способствует созданию необходимой рабочей атмосферы.

Чем быстрее население активизируется в принятии решений городских проблем, тем быстрее социальное и экономическое благосостояние города и района улучшится.

Таким образом, в данной работе удалось достичь поставленной цели, раскрыть которую помогло решение всех исследовательских задач.

**Ссылки на использованные источники**

1 Зотов, В.Б., Макашева, З.М. Муниципальное управление : учебник для вузов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 279 с.

2 Мингалеев, Р. Н. Конструирование имиджа региона российскими СМИ : (на примере Респ. Татарстан) : автореф. дис. ... канд. социол. наук / Мингалеев Рустем Наильевич ; [Казан. гос. технол. ун-т]. - Казань, 2004. - 21 c. Шифр РНБ: 2004-4/37323.

3 Васильцева, А.В. Имидж: определение центрального понятия имиджелогии // Социально-гуманитарные знания. − 2005. − № 4. − С. 311 − 317.

4 Имиджелогия как наука [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.allimag.netphp?art\_id=52

5 Петрова, Е. Имиджелогия : первые шаги в России // Стандарт и качество. – 2004. – № 2. – С. 62 – 63.

6 Пугачев, В.П. Соловьев А.И. Введение в политологию : учебник для вузов. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 477с

7 Экономический словарь [Электронный ресурс] – режим доступа : http://dic.academic.ru/library.nsf/econ\_dict/

8 Ковальчук, А.С. Основы имиджелогии и делового общения : учебное пособие для высших учебных заведений / А.С. Ковальчук. – Ростов на Дону : Феникс, 2003. – 230 с.

9 Шелекасова, Н.П. Безсознательные аспекты имиджа политического лидера // Политические исследования. − 2000. − № 4. − С. 130

10 Горчакова, В. Внутренний образ. Экспресс методика глубинного имиджирования // Управление персоналом. – 2005. – № 20. – С. 64 – 70.

11 Мисбахова, Ч.А. Интеракционный подход и. Гоффмана к изучению проблемы коммуникаций президента и общества : сборник научных статей и сообщений / Казан. гос. технолог. ун-т; Казань : КГТУ, 2003. – 488 с.

12 Какушина, М.Ю. Парадигмы в социологии. – М. : Фонд «Новое тысячелетие», 2005. – 74 с.

13 Лисовский, С.Ф Структура политического имиджа. – М. : ИВЦ «Маркетинг», 2000. – 125 с.

14 Шепель, В.М Введение в имиджелогию. – М. : Народное образование, 2002. – 130 с.

15 Грачев, Г., Мельник И. Манипулирование личностью [Электронный ресурс]. / Г. Грачев, И. Мельник. – Режим доступа : http://library.cjes.ru/online/?a=con&b\_id=193

16 Грицюк, Т.В. Система государственного и муниципального управления: учебник для вузов. – М. : Издательство РДЛ, 2004. – 592 с.

17 О муниципальной службе в Российской Федерации : Федеральный закон РФ от 07.02.07 №-25 // Закон. – 2007. – С. 73-74.

18 Журавков, М.В. Имиджевый аспект местного самоуправления [Электронный ресурс]. / М.В Журавков. – Режим доступа : http://wwintellect.ru/forum\_pub/vestnik\_4.asp

19 Имидж политического лидера [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.mytests.ru/articles/294.html

20 Ольшанская, Л. Технология формирования имиджа [Электронный ресурс]. / Л. Ольшанская. – Режим доступа : http://adv.new-articles.ru/comment\_1152424147.html

21 Имидж политического лидера и национальная безопасность страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.sovetnik.ru/pressclip/more/?id=16544

22 Комаровский, В. С. Государственная Служба и СМИ. – Воронеж. Издательство ВГУ, 2003. С. 98

23 Почепцов, Г. Имиджелогия. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Рефл-бук, 2006. - 576

24 Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – СПб. : Речь, 2003. – 304 с.

25 Архипова, Л.И., Рафикова Р.С. Имидж муниципальных органов власти как инструмент манипулирования / Л.И. Архипов, Р.С. Рафикова // Материалы межвузовской научно – практической конференции студентов и аспирантов, посвященной 40 – летию города Нижнекамска. – Казань, 2006. – С. 125 – 126.

26 Манипулирование активностью населения как метод управления на муниципальном уровне: сборник материалов I всероссийской научно – практической конференции / Р.С. Рафикова. – Пенза РИОПГСХА, 2005. – 325 с.

 27 Управленческая активность граждан в резерве современного управления: вторичный анализ : сборник научных статей и сообщений / Р.С Рафикова. – Казань : КГТУ, 2003. – 488 с.

28 Имидж политического лидера [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://repeople.ru/human/image\_of\_the\_political\_leader/m/43

29 Шашлов, М.Н Политический имидж как актуальный предмет исследования [Электронный ресурс]. / М.Н Шашлов. – Режим доступа : http://humanities.edu.ru/db/msg/64475

30 Комаровский, В.С. Связи с общественностью в политике и государственном управлении. – М. : РАГС, 2001. – 520 с.

31 Техника конструирования имиджа и его воздействия на СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.33333.ru/public/imagemake.php?st=2

32 Дурдин, Д.М. Образ политического лидера и возможности его изменения // Политические исследования. – 2000. – № 2. – С. 133 – 151.

33 Шестопал, Е.Б.Оценка личностных качеств российских политических лидеров // Политические исследования. – 2000. – №6 – С. 63 – 67.

34 Климова С.Г., Якушева Т,В. Образы политиков в представлении россиян // Политические исследования. – 2002. – №6. – С. 66 – 73.

35 Бандурович О.Ю., Стегний А.Г., Чурилов Н.Н., Образ лидера: представления и предпочтения жителей Украины // Социологические исследования. – 2003. – №3 – С. 48 –52.

36 Имидж В. Путина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http:// bd/fom.ru/report/map/о906701

37 Дюк, А. Технологии работы с общественным мнением на уровне МСУ // Городское управление – 2003. – №8. – С. 85 – 89.

38 Исследовательская группа «Циркон» Граждане оценивают местное самоуправление // Городское управление – 2003. – №10. – С. 73 – 82.

39 Исследования кафедры государственного управления и социологии Нижнекамского химико – технологического института за 2006 год.

40 Натапова Н.В Конструирование имиджа главы местной администрации татарскими СМИ (по результатам контент-анализа) : сборник научных статей и сообщений / Н.В. Натапова. – Казань : КГТУ, 2003. – 488 с.

41 Рафикова Р.С. Манипулятивные воздействия на активность населения. Вестник научных трудов Нижнекамского филиала Московского гуманитарно-экономического института: Профессиональные знания. – Нижнекамск, Нижнекамский филиал МГЭИ, 2005. – С. 83 – 97

42 Отчет социально-экономического развития Нижнекамского муниципального района за 2004 год.

43 Отчет социально-экономического развития Нижнекамского муниципального района за 2005 год.

44 Отчет социально-экономического развития Нижнекамского муниципального района за 2006 год.

45 Муниципальная власть // Связи с общественностью: мифы и проблемы. – 2005. – – №2. – С. 83-87.

46 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.e-gorod.ru/documents/meropr/ro\_tab\_310305.htm

47 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.microsoft.com/Rus/Casestudies/CaseStudy.aspx?id=286

48 Коммуникации и отношение общественности к власти [Электронный ресурс] – Режим доступа : www.capella.ru/home/branches/government.html

49 Белякова, А. Система управления контактами с населением мэрии города Ярославля // Городское управление. – 2004. – № 11. – С. 78 – 84.

50 Официальный сайт города Нижнекамска [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.e-nkamsk.ru

51 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.pr-resurs.ru/portfolio/pr/gorodskoe-sobranie

52 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://nwapa.spb.ru/ftxt/0275/g62.html

53 Выпускная квалификационная работа по специальности «Государственное муниципальное управление» : учебно – методическое пособие. – Казань : РИЦ «Школа», 2007. – 104 с.

**Список использованных источников**

1 О муниципальной службе в Российской Федерации : федеральный закон РФ от 07.02.07 №-25 // Закон. – 2007. – С. 73-74.

2 Отчет социально-экономического развития Нижнекамского муниципального района за 2004 год.

3 Отчет социально-экономического развития Нижнекамского муниципального района за 2005 год.

4 Отчет социально-экономического развития Нижнекамского муниципального района за 2006 год.

5 Исследования кафедры государственного управления и социологии Нижнекамского химико – технологического института за 2006 год.

6 Архипова, Л.И., Рафикова Р.С. Имидж муниципальных органов власти как инструмент манипулирования / Л.И. Архипов, Р.С. Рафикова // Материалы межвузовской научно – практической конференции студентов и аспирантов, посвященной 40 – летию города Нижнекамска. – Казань, 2006. – С. 125 – 126.

7 Бандурович О.Ю., Стегний А.Г., Чурилов Н.Н., Образ лидера: представления и предпочтения жителей Украины // Социологические исследования. – 2003. – №3 – С. 48 –52.

8 Белякова, А. Система управления контактами с населением мэрии города Ярославля // Городское управление. – 2004. – № 11. – С. 78 – 84.

9 Васильцева, А.В. Имидж: определение центрального понятия имиджелогии // Социально-гуманитарные знания. − 2005. − № 4. − С. 311 − 317.

10 Выпускная квалификационная работа по специальности «Государственное муниципальное управление» : учебно – методическое пособие. – Казань : РИЦ «Школа», 2007. – 104 с.

11 Горчакова, В. Внутренний образ. Экспресс методика глубинного имиджирования // Управление персоналом. – 2005. – № 20. – С. 64 – 70.

12 Грачев, Г., Мельник И. Манипулирование личностью [Электронный ресурс] / Г. Грачев, И. Мельник. – Режим доступа : http://library.cjes.ru/online/?a=con&b\_id=193

13 Грицюк Т.В. Система государственного и муниципального управления : учебник для вузов. – М. : Издательство РДЛ, 2004. –592 с.

14 Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. - СПб. : Речь, 2003. – 304 с.

15 Дурдин, Д.М. Образ политического лидера и возможности его изменения // Политические исследования. – 2000. – № 2. – С. 133 – 151.

16 Дюк, А. Технологии работы с общественным мнением на уровне МСУ // Городское управление – 2003. – №8. – С. 85 – 89.

17 Журавков, М.В. Имиджевый аспект местного самоуправления [Электронный ресурс] / М.В Журавков. – Режим доступа : http://wwintellect.ru/forum\_pub/vestnik\_4.asp

18 Зотов, В.Б., Макашева, З.М. Муниципальное управление : учебник для вузов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 279 с.

19 Имиджелогия как наука [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.allimag.netphp?art\_id=52

20 Имидж политического лидера [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.mytests.ru/articles/294.html

21 Имидж политического лидера и национальная безопасность страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.sovetnik.ru/pressclip/more/?id=16544

22 Имидж политического лидера [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://repeople.ru/human/image\_of\_the\_political\_leader/m/43

23 Имидж В. Путина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http:// bd/fom.ru/report/map/о906701

24 Исследовательская группа «Циркон» Граждане оценивают местное самоуправление // Городское управление – 2003. – №10. – С. 73 – 82.

25 Исследования кафедры государственного управления и социологии Нижнекамского химико – технологического института за 2006 год.

26 Какушина, М.Ю. Парадигмы в социологии. – М. : Фонд «Новое тысячелетие», 2005. – 74 с.

27 Ковальчук, А.С. Основы имиджелогии и делового общения : учебное пособие для высших учебных заведений / А.С. Ковальчук. – Ростов на Дону : Феникс, 2003. – 230 с.

28 Комаровский, В. С. Государственная Служба и СМИ. – Воронеж.. : ВГУ, 2003. – 98 с.

29 Комаровский, В.С. Связи с общественностью в политике и государственном управлении. – М. : РАГС, 2001. – 520 с.

30 Климова С.Г., Якушева Т,В. Образы политиков в представлении россиян // Политические исследования. – 2002. – №6. – С. 66 – 73.

31 Лисовский, С.Ф Структура политического имиджа. – М. : ИВЦ «Маркетинг», 2000. – 125 с.

32 Манипулирование активностью населения как метод управления на муниципальном уровне: сборник материалов I всероссийской научно – практической конференции / Р.С. Рафикова. – Пенза РИОПГСХА, 2005. – 325 с.

33 Мингалеев, Р. Н. Конструирование имиджа региона российскими СМИ : (на примере Респ. Татарстан) : автореф. дис. ... канд. социол. наук / Мингалеев Рустем Наильевич ; [Казан. гос. технол. ун-т]. - Казань, 2004. - 21 c.

34 Мисбахова, Ч.А. Интеракционный подход И. Гоффмана к изучению проблемы коммуникаций президента и общества: сборник научных статей и сообщений / Казан. гос. технолог. ун-т; Казань : КГТУ, 2003. – 488 с.

35 Муниципальная власть // Связи с общественностью: мифы и проблемы. – 2005. – №2. – С. 83 – 87.

36 Натапова Н.В Конструирование имиджа главы местной администрации татарскими СМИ (по результатам контент-анализа) : сборник научных статей и сообщений / Н.В. Натапова. – Казань : КГТУ, 2003. – 488 с.

37 Ольшанская, Л. Технология формирования имиджа [Электронный ресурс]. / Л. Ольшанская. – Режим доступа : http://adv.new-articles.ru/comment\_1152424147.html

38 Официальный сайт города Нижнекамска [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.e-nkamsk.ru

39 Петрова, Е. Имиджелогия : первые шаги в России // стандарт и качество. – 2004. – № 2. – С. 62 – 63.

40 Почепцов, Г. Имиджелогия. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Рефл-бук, 2006. – 576

41 Пугачев, В.П. Соловьев А.И. Введение в политологию : учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 477с

42 Рафикова Р.С. Манипулятивные воздействия на активность населения. Вестник научных трудов Нижнекамского филиала Московского гуманитарно-экономического института: Профессиональные знания. – Нижнекамск, Нижнекамский филиал МГЭИ, 2005. – С. 83 – 97

43 Техника конструирования имиджа и его воздействия на СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.33333.ru/public/imagemake.php?st=2

44 Управленческая активность граждан в резерве современного управления: вторичный анализ : сборник научных статей и сообщений / Р.С Рафикова. – Казань : КГТУ, 2003. – 488 с.

45 Шашлов, М.Н Политический имидж как актуальный предмет исследования [Электронный ресурс] / М.Н Шашлов. – Режим доступа : http://humanities.edu.ru/db/msg/64475

46 Шелекасова, Н.П. Безсознательные аспекты имиджа политического лидера // Политические исследования. − 2000. − № 4. − С. 130

47 Шепель, В.М Введение в имиджелогию. – М. : Народное образование, 2002. – 130 с.

48 Шестопал, Е.Б.Оценка личностных качеств российских политических лидеров // Политические исследования. – 2000. – №6 – С. 63 – 67.

49 Экономический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://dic.academic.ru/library.nsf/econ\_dict/

50 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.pr-resurs.ru/portfolio/pr/gorodskoe-sobranie

51 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://nwapa.spb.ru/ftxt/0275/g62.html

52 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.e-gorod.ru/documents/meropr/ro\_tab\_310305.htm

53 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.microsoft.com/Rus/Casestudies/CaseStudy.aspx?id=286

**Приложение Б**

**Матрица ответов на вопросы анкеты**

Таблица Б.1 - Матрица ответов на вопросы анкеты

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название вопроса | Варианты ответов | Количество (в процентах) |
| Как Вы относитесь к деятельности главы муниципального образования? | а) положительноб) скорее положительно, чем отрицательнов) отрицательног) скорее отрицательно, чем положительнод) затрудняюсь ответить | 21,0055,759,754,509,00 |
| Как Вы относитесь к деятельности средств массовой информации? | а) положительноб) скорее положительно, чем отрицательнов) отрицательног) скорее отрицательно, чем положительнод) затрудняюсь ответить | 18,5060,758,004,258,50 |
| Определите степень значимости для главы муниципального образования А. Метшина следующих характеристик (от 1 до 10) 1 – наименее значимый, 10 – наиболее значимыйНаличие высшего образования | 12345678910 | 0364810183066255 |
| Название вопроса | Варианты ответов | Количество (в процентах) |
| Знание татарского языкаСтиль одежды | 1234567891012345678910 | 25121419363725325214818713143842286244134 |
| Проранжируйте качества муниципального образования в порядке их значимости для Вас | активность, работоспособность, опытность, честность,инициативность, корректность, решительность, искренность, уверенность,сила, уравновешенность, доброта | 14,0012,0011,5010,2010,709,206,507,205,505,203,204,50 |
| Какими из перечисленных качеств, по Вашему мнению, в наибольшей степени обладает Метшин как глава муниципального образования? | Воля выдержка, решительность;Ум, интеллект;Окрыость, прямота;Профессионализм, высокий уровень знаний;Честность, порядочность; | 3,252021,752,5010,50 |
| Название вопроса | Варианты ответов | Количество (в процентах) |
| (не более 5 ответов) | Скромность, простота;Слабохарактерность, нерешительность;Ограниченность;Закрытость, не откровенность;Непрофессионализм, низкий уровень знаний;Нечестность, непорядочность;Несамостоятельность;Мягкость, доброжелательность;Высокомерие;ДругоеЗатрудняюсь ответить; | 028,007,201,250,7550200,5023,251,750 6,75 |
| Практически каждый день телевидение, радио, пресса сообщают о действиях А. Метшина. Если взять последние недели, то в целом какое у Вас сложилось впечатление о А. Метшине – хорошее или плохое? | а) впечатление еще не сложилосьб) хорошеев) плохоег) затрудняюсь ответитьд) другое | 33,5042,009,2515,250 |
| Какие из наиболее популярных газет Вы читаете, и каким доверяете? | «Ленинская правда»«Ваша газета»«Нижнекамское время»«Туган як» |

|  |  |
| --- | --- |
| Читаю | Доверяю |
| 35,75 | 29,00 |
| 58,75 | 36,75 |
| 45,25 | 35,75 |
| 12.00 | 13,75 |

 |
| Какая информация, по Вашему мнению, преобладает в средствах массовой информации о главе муниципального образования? | а) в основном положительнаб) критика есть, но малов) преобладание критической | 81,2513,505,25 |

**Приложение В**

**Качества главы муниципального образования**

Рисунок Б.1 – Качества главы муниципального образования Айдара Метшина

**Приложение Г**

**Текст интервью главного специалиста отдела по связям со СМИ и общественными формированиями Аппарата Совета муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район»**

*Интервьюер:* Как формируется информация о главе муниципального образования?

*Респондент:* Информация о главе муниципального образования формируется совместно со специалистом отдела по связям со СМИ и общественными формированиями и аккредитованным специалистом от местных СМИ.

Этапы подготовки информации:

- подготовка темы

- подготовка задаваемых вопросов

- ознакомление главы муниципального образования

- встреча корреспондента с главой

- материал утверждается в местных СМИ

- утверждается главой муниципального образования

*Интервьюер:* Существует ли отсеивание информации?

*Респондент:* Существует отсеивание информации не столь важных для города, такие как частные вопросы жителей города (вопросы которые озвучиваются по главному телефону)

*Интервьюер:* Какими способами подается информация в СМИ? (обильно или мелкими порциями).

*Респондент*: Информация подается когда есть повод, если есть актуальная проблема. В работе администрации нет активной PR-компании, которая бы пропагандировала имидж местной администрации.

*Интервьюер:* Используется ли в формировании имиджа яркие популистские заявления, эпатажная самореклама, всевозможные рейтинги и опросы общественного мнения?

*Респондент:* В формировании имиджа не используются яркие популистские заявления, эпатажная реклама. По какому либо вопросу глава всегда комментирует происходящее. Не говорит громких слов, которые бы обнадеживали людей, говорит только фаты. На торжественных мероприятиях использует яркие вступительные слова.

*Интервьюер:* Проводят ли муниципальные органы власти исследования в выявлении общественного мнения?

*Респондент*: администрация проводит исследования в выявлении общественного мнения, а также мониторинг печатных и телевизионных СМИ.

*Интервьюер:* Какие меры, способы применяются для создания позитивного имиджа? (контакты с людьми, через СМИ, телефон главы, стиль поздравительных открыток )

*Респондент:* Личные контакты с населением, через СМИ, телефон главы, поздравительные открытки. На планерках глава поздравляет сотрудников администрации с их успехами в работе, поощряет тех сотрудников которые отличились, тем самым стимулирует их.

*Интервьюер:* Есть ли у главы муниципального образования имиджмейкер? Если нет, то, по вашему мнению, он необходим в формировании имиджа? И кто ответственен в формировании позитивного имиджа?

*Респондент:* Главе не нужен имиджмейкер. У него достаточно хороший имидж, уже созданный с помощью фамилии Метшин, всегда выглядит с хорошо подобранной одеждой. Если это какое то официальное мероприятие, выглядит в деловом стиле, если же это мероприятие, требующее неформальной обстановки, одевается в более свободную непринужденную одежду. Ему всего скорее нужен не имиджмейкер а политтехнолог, для того чтобы он понял всю суть общения с прессой, то как ему нужно себя вести в определенных обстоятельствах, не боятся выражать свои мысли на публике.

*Интервьюер:* Предоставляет ли местным СМИ критическая информация о главе муниципального образования?

*Респондент:* Нет

*Интервьюер:* Ведется ли тиражирование портрета главы муниципального образования в печатных СМИ

*Респондент:* ведется, если он дает интервью, или если есть информация о его деятельности.

*Интервьюер:* Ведутся ли дискуссионные программы с участием главы муниципального образования?

*Респондент:* да, ведутся, прямая связь на НТР 2 -3 раза в год.

*Интервьюер*: Что вы можете сказать о главе муниципального образования А. Метшине?

*Респондент:* На телевидении он выглядит добродушным, улыбчивым, жизнерадостным человеком, а на практике он строгий серьезный в принятии решений, требовательный. В его словах чувствуется сила, жесткость, конкретность.

**Приложение Д**

**Отношение населения к главе муниципального образования**

Рисунок Г.1 - Отношение населения к главе муниципального образования Айдару Метшину

**Приложение К**

**Контент-анализ газет «Ленинская правда» и «Нижнекамское время» за 2004– 2006 годы**

 **Таблица К.1 - «Ленинская правда»**

**2004 год**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
| 27.11.2004г | Дорогие женщины! | Глава | + | 59,5 | Поздравление с Днем Матери. |
| 13.11.2004г | Дорогие нижнекамцы! | Глава | + | 68,75 | Поздравление с праздником – Ураза-байрам. |
| 06.11.2004г | Дорогие нижнекамцы! | Глава | + | 66 | Поздравление с Днем Конституции Республики Татарстан. |
| 06.11.2004г | Уважаемые работники милиции и ветераны правоохранительных органов | Глава | + | 60 | Поздравление с Днем российской милиции. |
| 30.10.2004г | Уважаемые работники автомобильного транспорта! | Глава | + | 47,5 | Поздравление с праздником. |
| 26.10.2004г | Рубль добавили | И.Минкин | 0 | 71,25 | Исполняющий обязанности главы администрации, первый зам. Главы города и района И.Минкин 22 октября 2004 года подписал постановление №744 «Об изменении тарифов на проезд и стоимость проездных билетов на городском пассажирском транспорте». |
| 16.10.2004г | И новые производства, и новый музей | Глава | + | 572 | Открытие городского музея. |
| 13.10.2004г | ПОСТАНОВЛЕНИЕ | Глава | + | 816 | От 27.09.2004г. №683 «О порядке финансирования предприятий за счет средств бюджета г.Нижнекамска и Нижнекамского района в форме бюджетного кредита». |
| 09.10.2004г | Правительственная телеграмма (г.Москва) | Глава | + | 52,25 | Поздравление с победой во Всероссийском конкурсе на звание «Самый благоустроенный город России за 2003г.» |
| 06.10.2004г | ПОСТАНОВЛЕНИЕ | Глава | + | 1775 | От 02.07.2004г. №483 «О мерах по обеспечению поступления в местный бюджет доходов от использования муниципального имущества» |
| 05.10.2004г | Дорогие учителя! | Глава | + | 57 | Поздравление с Днем учителя. |
| 01.10.2004г | Дорогие ветераны! | Глава | + | 74,25 | Поздравление с Международным днем пожилых людей. |
| 04.09.2004г | Об утверждении Условий эмиссии и обращения. | Глава | 0 | 905,25 | Условия эмиссии и обращения первого городского облигационного (внутреннего) займа г. Нижнекамска и Нижнекамского района с постоянным купонным доходом. |
| 28.08.2004г | Дорогие нижнекамцы! | Глава | + | 112,5 | Поздравление с Днем города. |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
| 18.08.2004г | На столетие – телевизор в подарок | Глава | + | 147,25 | Поздравление со столетним юбилеем Евдокию Яковлевну. |
| 07.08.2004г | Уважаемые строители! | Глава | + | 88 | Поздравление с днем строителя. |
| 24.07.2004г | Уважаемые работники торговли! | Глава | + | 94,5 | Поздравление с профессиональным праздником. |
| 19.06.2004г | Уважаемые работники здравоохранения! | Глава | + | 76 | Поздравление с профессиональным праздником. |
| 02.06.2004г | Уважаемый Хамза Азалович! | Глава | + | 128 | Поздравление коллектива завода с 25-летним юбилеем. |
| 29.05.2004г | Дорогие нефтехимики! | Глава | + | 76,5 | Поздравление с профессиональным праздником. |
| 19.05.2004г | С Днем печати Республики Татарстан! | Глава | + | 67,5 | Поздравление с Днем печати. |
| 08.05.2004г | Дорогие ветераны Великой Отечественной войны! Уважаемые нижнекамцы! | Глава | + | 115,5 | Поздравление с Днем Победы. |
| 01.05.2004г | Дорогие нижнекамцы! | Глава | + | 49,5 | Поздравление с 1 мая! |
| 30.04.2004г | Уважаемые сотрудники и ветераны пожарной службы! | Глава | + | 94,25 | Поздравление с профессиональным праздником. |
| 10.04.2004г | Дорогие нижнекамцы! | Глава | + | 54 | Поздравление со святой Пасхой. |
| 09.04.2004г | Лучший город в РТ | Глава | + | 155 | Вручение Диплома Правительства РТ и премии городу. |
| 20.03.2004г | Уважаемые работники ЖКХ и бытового обслуживания населения! | Глава | + | 93 | Поздравление с профессиональным праздником. |
| 13.03.2004г | Дорогие нижнекамцы! | Глава | + | 83,25 | Обращение главы к населению за день до выборов Президента России и депутатов в Госсовет. |
| 12.03.2004г | Вклад в будущее города | Глава | + | 357 | На состоявшемся недавно заседании штаба стройки, в котором участвовал И.Метшин. Разговор начался с обсуждения строящегося корпуса роддома. |
| 06.03.2004г | Милые женщины! | Глава | + | 60 | Поздравление с Днем 8 марта. |
| 06.03.2004г | Осенью мечеть заиграет новыми красками | Глава | + | 320 | Речь идет о косметическом ремонте мечети. |
| 04.03.2004г | Пусть за себя скажут цифры | Глава | + | 2625 | Отчетный доклад на 27 сессии объединенного Совета главы администрации Ильсура Метшина. |
| 23.02.2004г | Дорогие нижнекамцы! | Глава | + | 63 | Поздравление с Днем защитника Отечества. |
| 31.01.2004г | Дорогие нижнекамцы! | Глава | + | 60 | Поздравление с праздником Курбан байрам. |
| 06.01.2004г | Дорогие нижнекамцы! | Глава | + | 59,5 | Поздравление с праздником Рождеством Христовым. |
| 01.01.2004г | Дорогие нижнекамцы! | Глава | + | 200 | Поздравление С Новым, 2004 годом. |

**2005 год**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 17.12.2005г | Депутаты назвали исполнителя | Представи-тельный орган МО | + | 120 | Избрание на заседании руководителя исполнительного комитета МО «Город Нижнекамск»  |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
| 21.12.2005г | Решение представительного органа | Глава | + | 170 | №17 от 13.12.05 г. «Об уставе МО «НМР»№17 от 14.12.05 г. «Об уставе МО «Город Нижнекамск». Решение принятие Устава, направление на гос. регистрацию, опубликование.  |
| 16.12.2005г | Основа самоуправления заложена | Представи-тельный орган МО | + | 190 | Заседание представительного органа МО «НМР» с учетом замечаний и предложений на публичных слушаниях единогласным голосованием утвердили Устав на 5 лет, тем самым заложили основу местного самоуправления. |
| 23.12.2005г | Своими глазами с чистого листа | Глава | + | 170 | Объезд и оценка объектов МО главы: станции водоочистки, гор.больницы, горэлектротранспорта, культурного центра, драматического театра. Встреча с руководителями района. О.Власов подтвердил, что здоровье, экология и благополучие населения приоритетные направления программы. |
| 23.12.2005г | Цыплят считают по осени, солдат по зиме | Глава | + | 135 | Глава города и района подписал Постановление №676 от 26 ноября«О проведении первой постановки на воинский учет граждан 1989 г. и старших возрастов, ранее не поставленных в январе-марте 2006г» |
| 07.12.2005г | Готовимся жить по-новому | Представи-тельный орган МО | + | 235 | Публичные слушания по проекту Устава МО. Самыми активными участниками оказались студенты (кроме депутатов). На то и публичные, что принять в них участие может каждый. |
| 03.12.2005г | После раскопок должен быть порядок | Администрация города | + | 55 | На заседании административной комиссии при администрации города рассмотрено 19 протоколов экологической направленности и наложено штрафов на 10 тыс. руб. |
| 02.12.2005г | Мы с Вами | Администрация города | + | 60 | В международный день инвалидов администрация города проводит благотворительную акцию. |
| 30.11.2005г | Дорогие нижнекамцы | Глава | + | 62 | Поздравление главы города с Днем матери. |
| 30.11.2005г | Что ни город, то новые тарифы | Администрация города | 0 | 333 | Администрация города и района утвердила новые тарифы на ЖКХ для населения. Интервью с директором управляющей компании ЖКХ А.Егоровым: «На фоне других районов нижнекамцы находятся в выгодном положении, в городе тарифы на ЖКХ самые низкие по РТ. В среднем увеличение по Нижнекамску на |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
|  |  |  |  |  | 16%, по Республике на 20%. Растет инфляция, заработная плата, закономерен рост платежей за ЖКУ. |
| 30.11.2005г | О налогах | Представитель-ный орган МО «Город Нижнекамск» | + | 145 | Депутаты установили и ввели в действие земельный налог, обязательный к уплате на территории МО «Город Нижнекамск» |
| 30.11.2005г | Решение | Заместитель главы МО «Город Нижнекамск» | + | 300 | Решение от 28 ноября 2005 г. « О налогах на имущество физических лиц»Решение «О земельном налоге» |
| 30.11.2005г | Постановление | И.о. главы И. Минкин | + | 770 | Постановление «Об утверждении тарифов на ЖКХ услуги для населения на 2006 г. от 28.11.2005 г. №681.Тарифы на ЖКХ услуги для населения г. Нижнекамска |
| 29.11.2005г | Монетизация изменила жизнь | местные органы власти | 0 | 212 | Состоялся 9 пленум ветеранской организации на котором присутствовали органы местной власти УСЗ, здравоохранения, представители администрации города о моральном и материальном положении пенсионеров после выхода ФЗ - №122. Все зависящее от местных органов власти сегодня выполняется». Начальник УСЗ Г. Ямалеева: «достоинство социальной реформы, что она направлена на адресное оказание социальной помощи населению, которое в этом нуждается».  |
| 25.11.2005  | Дорогие нижнекамцы | Глава | + | 110 | Выступление И. Метшина об уходе с поста главы |
| 25.11.2005  | Полномочия переданы | Представитель-ный орган | 0 | 140 | И. Метшин снял полномочия с поста главы и предложил внести в бюллетень кандидатуру О. Власова. Единогласно поддержали. На пост главы МО «Город Нижнекамск» назначен Ф. Кутдусов. |
| 25.11.2005  | Бесплатно счетчики и котлы | Глава | + | 195 | Инициатором Федеральной программы соц. поддержки льготной категории пенсионеров и пожилых людей (установка водосчетчиков), чьи доходы не превышают 2 тыс. руб. выступил И. Метшин. Установка позволит пожилым гражданам значительно сократить расходы на оплату коммунальных услуг. |
| 25.11.2005  | Решение | Представи- |  |  | Решение представительного органа МО «НМР» №12 от 11.11. 05 г. |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
|  |  | Тельный орган | + | 433,5 | Приложение к Решению «О введении в действие системы налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности» |
| 22.11.2005  | И. Метшин: «Все лучшее было здесь» | Глава | + | 800 | Интервью журналистов с И. Метшиным |
| 15.11.2005  | Формируются рабочие органы | Представитель-ный орган | + | 120 | Решение организационных вопросов по формированию рабочих органов. Была организована рабочая группа по разработке проекта решения представительного органа. |
| 04.11.2005  | Дорогие нижнекамцы | Глава | + | 80 | С Днем Конституции РТ. День Народного единства. |
| 04.11.2005  | Дорогие нижнекамцы | Глава | + | 65 | Поздравление с Ураза –Байрам. |
| 01.11.2005  | Первая сессия новой власти | Представитель-ный орган | + | 220 | Первая сессия представительного органа, решение организационных вопросов. Избрание тайным голосованием главу, заместителя МО. |
| 01.11.2005  | Решение | Представитель-ный орган | + | 3-5 стр. | Решение представительного органа МО от 29 октября 2005 г. «О проведении конкурса на замещение должности руководителя исполнительного комитета МО» |
| 01.11.2005  | Решение | Представитель-ный орган | + | 5-15 стр. | Решение представительного органа МО от 29 октября 2005 г. «О проекте Устава МО» |
| 25.10.2005  | Все под номером 1 | Представитель-ный орган  | + | 268 | Первая сессия представительного органа МО «ГН» 25 депутатов решали организационные вопросы (избрание главы, избрание председателя в предст. орган, Устав, создание постоянных комиссий) |
| 25.10.2005  | Решение | Представитель-ный орган | + | 1-3 стр. | Решение представит. органа МО «ГН» о проведении конкурса на замещение должности руководителя исполкома МО «ГН». |
|  | Решение | Представитель-ный орган | + | 3-11 стр. | Решение представит. органа МО «ГН» «О проекте Устава МО «ГН». |
| 18.10.2005  | Жест доверия | Глава | + | 537 | Явка избирателей на выборах составила 74,5по городу и 82 % по району – самый высокий показатель по РТ. Такой показатель говорит о доверии к власти, о легитимности избранной местной власти. |
| 08.10.2005  | Век борьбы за право  | местные органы власти | + | 572 | 25 сентября 85 лет профсоюзам РТ. Взаимодействие органов власти с профсоюзами города и района особо отчетливо проявилось в дни подготовки к 60-летию Победы. Было заключено соглашение на период 2005 -2007 г. |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
| 08.10.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 70 | Харьковский И. по избирательному округу №3 |
| 08.10.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 80 | Егоров А.Ю. по избирательному округу №19 |
|  08.10.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | + | 902,7 | Информация о фин. отчетах, зарплатах кандидатов |
| 07.10.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 100 | Хусаинов Р. Р. по избирательному округу №8 |
| 07.10.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 50 | Лученок Н.В. по избирательному округу №2 |
| 05.10.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 80 | Мустафин Р.по избирательному округу №7 |
| 05.10.2005  | Дорогие учителя | И.о. главы | + | 50 | Поздравление с международным днем учителя |
| 04.10.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 100 | Махмутов Рустем по избирательному округу № 1 |
| 04.10.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 97,5 | Рильданов Дамир по избирательному округу № 7 |
| 04.10.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 50 | Мересева Р.Ф. по избирательному округу № 12 |
| 01.10.2005  | Дорогие ветераны | И.о. главы Минкин | + | 33,25 | Поздравление с Днем пожилых людей. |
| 01.10.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | + | 45 | 16 октября состоятся выборы депутатов в представительные органы МО «Город Нижнекамск» и МО сельских поселений Нижнекамского района. |
| 01.10.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 97,5 | Филлипов В. по избирательному округу № 11 |
| 01.10.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 100 | Мутагиров Ю. по избирательному округу № 14 |
| 01.10.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 50 | Метшин И. по избирательному округу № 23 |
| 28.09.2005  | Хороших дорог стало больше | местные органы власти | + | 65 | ЖКХ не раз подвергались критике со стороны горожан, что ухудшаются дороги. Администрация города приняла программу капитального ремонта магистральных дорог. |
| 27.09.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 63 | Григорьев М.А. по избирательному округу № 21 |
| 27.09.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 42 | Шуйский В. по избирательному округу № 23 |
| 23.09.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 105 | Кагарманов М.Ш. по избирательному округу № 14 |
| 23.09.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 50 | Хусаинов Р.Р. по избирательному округу № 8 |
| 23.09.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 50 | Махмутов Р.Ф. по избирательному округу № 1 |
| 23.09.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 42 | Пискарев Ю. по избирательномуокругу № 17 |
| 16.09.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 50 | Кузнецов В.В. по избирательному округу № 16 |
| 21.09.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 65 | Шуйский В.Н. по избирательному округу № 23 |
| 21.09.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 50 | Мустафин Р. по избирательному округу № 7 |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
| 21.09.2005  | К призыву будь готов | Глава | + | 142,5 | Глава издал постановление №523 «О подготовке и проведении призыва граждан 1978-1987 гг. на военную службу осенью 2005 г. от 29 августа» |
| 20.09.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 50 | Палагина Е. по избирательному округу № 16 |
| 20.09.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 50 | Ефимов С.П. по избирательному округу № 22 |
|  17.09.2005  | Кострам в городе не место | местные органы власти | + | 48,3 | Административная комиссия при администрации города рассмотрела 40 протоколов экологической направленности и наложила штраф на сумму 12 тыс. руб. |
| 17.09.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 50 | Манапова Н.С. по избирательному округу № 19 |
| 14.09.2005  | Выборы 2005 | кандидаты в депутаты | 0 | 2700 | Сведения о кандидатах в депутаты представительных органов. |
| 30.08.2005  | Постановление | Глава | + | 842,5 | Постановление Главы Нижнекамского района и города Нижнекамска от 25 августа 2005 г. №519 «Об избрании участков по муниципальным выборам» |
| 27.08.2005  | Дорогие нижнекамцы и гости города | Глава | + | 96 | Поздравление с Днем города! |
| 30.07.2005  | Уважаемые работники торговли | Глава | + | 47,5 | Поздравление с Днем торговли! |
| 27.07.2005  | Что обсуждают депутаты | Депутаты | + | 522,5 | Сессия представительного органа МО. Обсуждались вопросы экологии. Министр экологии сказал: «Как работаете, так и живете, а живете вы плохо». И. Метшин признал, что экологическая ситуация имеет почву для критики, и стоит на первом месте в поле зрения местной власти.Обсуждались вопросы развития, культуры, искусства, а также приняли на сессии программу реформирования и модернизации ЖКХ. |
| 19.07.2005  | За коня на газоне ответит владелец | Администрация города | + | 50 | По словам заместителя административной комиссии М. Сарварова на недели было рассмотрено около 200 протоколов экологической направленности и наложен штраф около 7 тыс. руб. |
| 16.07.2005  | Камские Поляны новая визитка города | Китанов | + | 300 | Поселок Камские Поляны признан самым благоустроенным населенным пунктом РТ по итогам 2004 г. По мнению Китанова победа стала возможной благодаря планамерной и упорной работе. |
| 06.07.2005  | По Уставу жизнь и власть | Администрация города | + | 145 | С 1 января жизнь поселений начинается в соответствии с Уставом.  |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
| 29.06.2005  | Сами правим | зам. председателя Гос. Думы А.Салихов | + | 330 | Комментарии по вопросам реформирования МСУ: муниципальная реформа является базовой по отношению к другим. Люди привыкли, что многое решается за них, МСУ есть механизм, власть приближена к людям, к их позициям, потребностям. Чем более развито МСУ тем сильнее гражданское общество. |
| 22.06.2005  | Уважаемые работники здравоохранения | Глава | + | 115 | Поздравление с профессиональным праздником мед. работника! |
| 22.06.2005  | Постановление | Глава | + | 1805,7 | Постановление главы от 22.03.2005 г. №232 «О мерах адресной социальной поддержки отдельных категорий граждан Нижнекамск. района и г. Нижнекамска по вопросам транспортного обеспечения»«О мерах по упорядочиванию рекламной деятельности в Нижнекамск. районе и г. Нижнекамске от 12.05.2005 г. №357. |
| 18.06.2005  | Сегодня Сабантуй | Глава | + | 54 | Поздравление с Сабантуем! |
| 18.06.2005  | С праздником | Депутат Гос. Думы | + | 24 | Поздравление с Сабантуем! |
| 17.06.2005  | Лас-Вегас местного разлива | Администрация города | + | 420 | Администрация города объявила войну игровым автоматам: «Мы выдвигаем жесткие рамки, требования к помещениям, оснащенность видеонаблюдением, удаленность от учебных заведений».  |
| 15.06.2005  | Пусть леса сияют чистотой | Глава | + | 100 | Распоряжение главы от 25 мая 2005 г. пригодные массивы были прикреплены за более 40 предприятиями и организациями. |
| 08.06.2005  | Нуждается в серьезной подписке | Депутаты | + | 87,5 | На очередной сессии депутатов обсуждали состояние культуры. Проект управление культурой утвердили на 2005-2008 гг. Упор сделан на создании условий для полного удовлетворения нравственных и духовных потребностей населения. |
| 28.05.2005  | С Днем химика | Глава | + | 66 | Поздравление с Днем химика! |
| 30.04.2005  | Дорогие нижнекамцы | Глава | + | 50 | Поздравление Святой Пасхи! |
| 30.04.2005  | Дорогие нижнекамцы | Депутат Гос. думы | + | 34,8 | Поздравление с 1 Мая! |
| 06.04.2005  | У вас все еще впереди, тогда мы идем к вам. | Глава | + | 550 | Пресс- конференция И. Метшин особо выделяет 2 проблемы: сохранность имущества и соблюдения порядка в садовод. массивах; вторая связана с чиновничий бюрократией – очереди в организациях должны |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
|  |  |  |  |  | исчезнуть. «Бюрократическая волокита порой доходит до абсурда, из-за таких недоработок социальное раздражение выливается в общее негативное отношение к власти. Ради улучшения социального климата, мы будем расставаться с такими. |
| 12.03.2005  | К сведению Народных депутатов | Депутаты | 0 | 50 | Состоится сессия. |
| 05.03.2005  | С 8 Марта | Глава | + | 84,2 | Поздравление с 8 Марта! |
| 22.02.2005  | С Днем защитника Отечества | Глава | + | 72,8 | Поздравление с Днем защитника Отечества! |
| 03.02.2005  | Решение | Представительный орган | + | 1904,7 | Решение сессии №27 от 27.12.2004 г. «О бюджете Нижнекамского района и г. Нижнекамска на 2005 г. |
| 14.01.2005  | Трамваи могут сдать назад, а правительство? | Мезикова И.Х.,местные органы власти | \_ | 625 | «Заберите деньги, верните льготы!» - с таким требованием обратились нижнекамцы к властям, собравшиеся у здания музея, устроили митинг.Мезикова И.Х.: «местная власть лишь исполняет принятые правительствами РФ и РТ законы, глава встретиться с вами 17 января».Стоит задуматься нужно ли прибегать к радикальным мерам, в результате чего частично парализована жизнь половины города, администрация не отказывается от диалога с жителями, лишь минуя массовые беспорядки, переносим дату переговоров. |
| 01.01.2005  | С Новым годом | Глава | + | 89,4 | Поздравление с Новым годом! |

**2006 год**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 01.01.2006  | Дорогие нижнекамцы | Глава | + | 99 | Поздравление с Новым годом. |
| 01.01.2006  | Дорогие нижнекамцы | Депутат Гос. ДумыСалихов А. | + | 55 | Поздравление с Новым годом. |
| 06.01.2006  | Дорогие нижнекамцы | Глава | + | 45 | Поздравление с Рождеством. |
| 06.01.2006  | Дорогие нижнекамцы | Глава | + | 35 | Поздравление с Курбан-байрам. |
| 06.01.2006  | Играть так играть | Депутаты | + | 42,5 | О высшем республиканском уровне обсуждался вопрос об игровом бизнесе. Первый шаг: закрытие и запрет игровых автоматов в торговой сети и учреждениях культуры. |
| 12.03.2005  | К сведению Народных депутатов | Депутаты | 0 | 50 | Состоится сессия. |
| 05.03.2005  | С 8 Марта | Глава | + | 84,2 | Поздравление с 8 Марта! |
| 22.02.2005  | С Днем защитника Отечества | Глава | + | 72,8 | Поздравление с Днем защитника Отечества! |
| 03.02.2005  | Решение | Представительный | + | 1904,7 | Решение сессии №27 от 27.12.2004 г. «О бюджете Нижнекамского район» |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
| 14.01.2005  | Трамваи могут сдать назад, а правительство? | Мезикова И.Х.,местные органы власти | \_ | 625 | «Заберите деньги, верните льготы!» - с таким требованием обратились нижнекамцы к властям, собравшиеся у здания музея, устроили митинг.Мезикова И.Х.: «местная власть лишь исполняет принятые правительствами РФ и РТ законы, глава встретиться с вами 17 января».Стоит задуматься нужно ли прибегать к радикальным мерам, в результате чего частично парализована жизнь половины города, администрация не отказывается от диалога с жителями, лишь минуя массовые беспорядки, переносим дату переговоров. |
| 01.01.2005  | С Новым годом | Глава | + | 89,4 | Поздравление с Новым годом! |

**2006 год**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 01.01.2006  | Дорогие нижнекамцы | Глава | + | 99 | Поздравление с Новым годом. |
| 01.01.2006  | Дорогие нижнекамцы | Депутат Гос. ДумыСалихов А. | + | 55 | Поздравление с Новым годом. |
| 06.01.2006  | Дорогие нижнекамцы | Глава | + | 45 | Поздравление с Рождеством. |
| 06.01.2006  | Дорогие нижнекамцы | Глава | + | 35 | Поздравление с Курбан-байрам. |
| 06.01.2006  | Играть так играть | Депутаты | + | 42,5 | О высшем республиканском уровне обсуждался вопрос об игровом бизнесе. Первый шаг: закрытие и запрет игровых автоматов в торговой сети и учреждениях культуры. |
| 06.01.2006  |  | ДепутатыГлава | + | 85,5 | Вопросы бюджета города по расходам и доходам. Решением сессии было Совет народных депутатов вышел из состава учредителей редакции Газет «ЛП» и «ТЯ», передав права и обязанности учредителя Агентству по массовой коммуникации РТ . Подводились итоги по реализованным программам. |
| 17.01.2006  | Новое назначение | Глава | 0 | 19 | Распоряжение главы администрации от 31 декабря 2005 г. В.М. Суханов назначен на должность начальника государственного учреждения «ДЕЗ» |
| 17.01.2006  | Новое назначение | Глава | 0 | 19 | Распоряжение главы администрации от 31 декабря 2005 г. В.М. Суханов назначен на должность начальника государственного учреждения «ДЕЗ» |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
| 27.01.2006  | Власть в лицах | Представитель-ный орган | 0 | 55 | Ответ на вопросы жителей города о кадровых перестановках в сфере местной власти сообщают, что первым заместителем главы МО стал Муллин Р., второе кресло свободно. Далее фамилии и должности. Сегодняшний аппарат состоит из восьми отделов, в составе исполнительного комитета 12. |
| 08.02.2006  | Каким будет Герб города | Глава | + | 25 | Эскизы по разработке герба переданы в комиссию, председателем назначен заместитель главы Минуллин Р., предполагается, что горожане смогут коллегиально обсудить каким будет герб. |
| 08.02.2006  | График | Депутаты | 0 | 900 | График прима избирателей депутатами Совета Нижнекамского муниципального района, Нижнекамского городского совета на 2006 г. |
| 23.02.2006  | Дорогие нижнекацы | Глава | + | 36,8 | Поздравление с Днем защитника Отечества! |
| 23.02.2006  | Уважаемые нижнекамцы и гости города | Депутат Госдумы | + | 39,1 | Поздравление с Днем защитника Отечества! |
| 28.02.2006  | Решение Совета МО «НМР» РТ | Совет МО «НМР» РТ | + | 3542 | Решение Совета МО «НМР» РТ №21 от 29 декабря 2005 г. «О бюджете МО «НМР» РТ на 2006 г. |
| 10.03.2006  | Шагнуть вперед оглянувшись назад | Городской Совет, местные органы власти | + | 665,39 | Заседание городского Совета РТ, вопросы местного значения по всем сферам, отчеты, доклады. |
| 10.03.2006  | Больше информации лучше результат | Депутаты, руководители НМР | + | 203,2 | Диалог жителей города с депутатами. Кутдусов Ф.: прежде чем принимать законы, нужно их согласовать с народом и опробовать хотя бы в одном из регионов. У нас же принимается, а потом вносятся коррективы Чем больше замечаний поступит от населения, тем конкретнее будет работа правительства РТ |
| 14.03.2006  | Решение Нижнекамского городского совета | Глава МО «ГН»Представитель-ный орган | + | 52,5 | Решение Нижнекамского городского Совета от 2.03.06 г. №9 «Об внесении изменений и дополнений в решение представительного органа МО «ГН» №14 «О земельном налоге» от 28 ноября 2005 г. |
| 14.03.2006  | Обратная связь заработала | местные органы власти | + | 357 | Заявление главы О. Власова на совещании с руководителями СМИ: Особое внимание уделить жалобам и предложениям населения, руководство района будет следить за устранением |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
|  |  |  |  |  | претензии». Претензии жителей и отчеты местных органов власти о устранении неполадок (вопросы ЖКХ). Опубликованы лишь те, которые были услышаны и устранены (7). |
| 17.03.2006  | Трудности переходного периода | Глава МО «ГН» | + | 45 | Встреча с главой МО «ГН» и руководителями служб города с со старшими по домам и подъездам. Обсуждались вопросы реформа ЖКХ, о становлении местного самоуправления и о трудностях переходного периода, выслушал замечания и предложения. |
| 17.03.2006  | Итоги в цифровом формате | ГлаваПредставитель-ный орган | + | 739,5 | Заседание Совета Нижнекамского муниципального района о нововведениях, связанных с Законом о местном самоуправлении, об итогах социально-экономического развития города, о промышленных организациях города, о бюджете. Итоги и показатели. продолжается строительство станции очистки воды, работы выполнены на 90 %, положение о статусе депутатов. |
| 21.03.2006 | Поздравление  | Глава | + | 55 | Поздравление с праздником работники жилищно-коммунального хозяйства и бытового обслуживания |
| 24.03.2006  | Распоряжение | Глава | + | 55 | Распоряжение главы МО «НМР» РТ от 23.03.06 г. «О созыве 7 заседания Совета МО «НМР» |
| 24.03.2006  | Город станет только краше | Администрация | + | 180 | Совещание, посвященное празднованию 40-летия города. План подготовки мероприятий., реконструкция памятника Г. Тукая и открытие новых объектов. |
| 29.03.2006  | Игорный бизнес Ане поселка | Глава МО «ГН» | + | 534,75 | Вопрос размещения объектов игорного бизнеса на территории МО «ПГТ Камские Поляны» на заседании Совет МО 27 марта |
| 24.03.2006  | Функции фонда расширяются | Депутаты | + | 112,5 | О работе филиала №11 регионального отделения фонда социального страхования РФ по РТ в плане обеспечения льготной категории населения санаторными путевками |
| 4.04.2006  | Изучить и доложить | Глава МО «ГН» | + | 74,7 | Изучить и доложить – такую задачу поставил глава на совещании, вопрос «О мерах по профилактике и и борьбы с преступностью в городе и районе» |
| 15.04.2006  | Все готово | Глава | + | 137,5 | Глава МО «НМР» подписал постановление №19 от 30 марта 2006 г. «О подготовке и |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
|  |  |  |  |  | проведении призыва граждан 1979-1988 г.р на военную службу весной 2006 г. |
| 15.04.2006  | О порядке управления муниципальной собственностью | совет МО «НМР» | + | 369,75 | Совет МО «НМР» решает вопрос О порядке управления муниципальной собственностью, решение №10 от 10 марта 2006 г. |
| 18.04.2006  | Памятник Тукая обновят | Администрациягорода | - | 60 | Средств на реализацию проекта сквера имени Г. Тукая у администрации нет. Планируется только произвести реконструкцию памятника и прилегающей к нему территории. |
| 22.04.2006  | Поздравление | Глава | + | 110 | С праздником Пасхи, уважаемые православные христиане. |
| 26.04.2006  | Отключение приостановлено, но только временно |  Глава | + | 80 | Отключение горячей воды приостановлено после переговоров с главой администрации О. Власовым из неплатежей за коммунальные услуги жителей города. |
| 28.04.2006  | Национальное достояние Душа татарского народа | Кутдусов,Мезикова | + | 225 | Кутдусов, Мезикова побывали на городском празднике поэзии. |
| 09.05.2006  | Дорогие ветераны | Глава | + | 78 | Поздравление ветеранов ВОВ, тружеников тыла с Днем Победы. |
| 16.0520.06  | Сохранить самобытность родного языка | местные органы власти (главы, исполком, заместитель руковод. испол) | + | 80 | Заседание Нижнекамского отделения исполкома Всемирного Конгресса татар о проблемах выполнения закона РТ о двух государственных языках. |
| 19.05.2006  | Как решить проблемы самоуправления | начальник управления по взаимодействию с органами местного самоуправления | 0 | 312,5 | интервью с Г. Китановым о создании новой общественной организации «Самоуправление в России», ее функционирование в нашем городе позволит формировать и решать вопросы местного значения напрямую с представителями власти, вносить поправки и изменения в существующее законодательство, представлять интересы общественности. Главная проблема реализации закона о местном самоуправлении остается финансирование МО, такой силой должна стать организации «Самоуправление в России». |
| 24.05.2006  | Как экономить и на чем | администрация города |  | 55 | Презентация технического проекта «АСУ-город», направленная на контроль энергосберегающих ресурсов. Это второй этап работы прежней администрации – оснастить город автоматической системой оповещения.  |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
| 27.05.2006  | Уважаемые работники нефтехимической промышленности | Глава | + | 56 | Поздравление с Днем Химика. |
| 06.06.2006  | Созыв | Глава | 0 | 55 | О созыве восьмого заседания Совета МО «НМР» |
| 06.06.2006  | Созыв | Глава МО «ГН» | 0 | 50 | О созыве шестого заседания Нижнекамского городского Совета. |
| 17.06.2006  | Дорогие нижнекамцы | Глава | + | 72,27 | Поздравление с праздником Сабантуй! |
| 04.07.2006  | Решение | Совет МО «НМР» РТ | + | 1800,75 | Решение №20 от 9 июня 2006 г. «Об исполнении бюджета МО «НМР» РТ за 1 квартал (Приложения)Решение №22 от 9.06.06 г. «О внесении изменений и дополнений в решение представительного органа МО «НМР» от 14 ноября 2005 г.»12 «О введение в действие системы налогооблажения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности.Решение «25 от 9 июня 2006 г. «О гербе МО «НМР» РТ.Решение о флаге МО «НМР» РТРешение №24 от 9 июня 2006 г. О повышении заработной платы работникам организации, финансируемых из бюджета МО «НМР»Решение № 31 от 9 июня 2006 г. Об образовании комиссии по восстановлению прав реабилитированных жертв политических репрессий.Решение №35 от 9 июня 2006 г. Об установлении предоставления земельных участков для индивидуального жилищного строительства и ведения личного подсобного хозяйства. |
| 07.07.2006  | Встреча главы | Глава | + | 247,5 | О.Власов встретился с победительницей по дзюдо по первенству Европы. |
| 21.07.2006. | Пост принят | Депутаты  | + |  26,7 | На сессии Совета местного самоуправления МО «ПГТ Камские Поляны» депутаты обсудили кандидатуру претендентов на должность руководителя исполкома. |
| 22.07.2006  | Решение | Глава | + | 109,5 | Решение №1/1 от 18 июля 2006 г. О назначении дополнительных выборов депутатов в Нижнекамский городской Совет |
| 11.08.2006  | Город встречает 40-летие | местные органы власти | + | 31,5 | Празднование 40-летия города. празднование 30 августа, в День Республики. |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
| 19.08.2006  | Энтузиазм через песни и танцы | местные органы власти | + | 48,41 | В период с 22 августа по 22 сентября будут проводится большое количество мероприятий, посвященных 40-летию города. |
| 29.08.2006  | Постановление | руководитель исполнительного комитета | + | 2700 | Постановление руководителя исполнительного комитета г. Нижнекамска и Нижнекамского муниципального района РТ от 18.08.2006 г. «Об избрании участков по дополнительным выборам в Нижнекамский городской Совет» |
| 30.08.2006  | Дорогие нижнекамцы | Глава | + | 110 | С Днем Республики. С 40-летием города. |
| 05.09.2006  | Распоряжение | Хусаинов Р. | + | 290 | Распоряжение от 26.07.06 г. №719-расп.ИР О создании комиссии по приемке в эксплуатацию газораспределительных систем на территории МО «НМР» РТ.Приложение 2 План по подготовке и проведению выставки цветочного оформления и ландшафтного дизайна «Юбилею любимого города посвящвется».  |
| 06.09.2006  | Зарегистрированы кандидатами | местные органы власти | + | 114 | Избирательная комиссия МО №20 от 4 сентября зарегистрировала кандидатов в депутаты в Нижнекамский городской Совет. |
| 12.09.2006  | Главный телефон | Глава | + | 68,6 | В Доме Советов появится главный телефон, на котором каждый может оставить свое сообщение для главы. Успешное развитие зависит не только от властей, но и личной заинтересованности каждого жителя.  |
| 12.09.2006  | Решение | Совет МО «НМР» | + | 3602,72 | Решение №23 от 9 июня 2006 г. О внесении изменений и дополнений в решение Совета МО «НМР» РТ от 29 декабря 2005 г. №21 «О бюджете МО «НМР» РТ на 2006 г. |
| 15.09.2006  | Решение  | ГлаваРуководитель аппарата | + | 875 | Решение №25 от 9.06.06 г. «О гербе МО «НМР» РТ (приложение)Решение №28 от 9.06.06 г. «О флаге МО «НМР». |
| 15.09.2006  | Слова не расходятся с делом | Кандидат в депутаты | 0 | 590 | Кандидат в депутаты в городской Совет Миндубаев А.Ф. по избирательному округу №19 |
| 16.09.2006  | Ставка сделана | Исполнительный комитет МО | + | 51 | Подписано соглашение между компаниями ОАО «Тателеком», ОАО «ТРК» «ТВТ» и исполнительным комитетом МО о перспективе внедрения в городе инфокоммуникационной сети.  |
| 19.09.2006  | Дополнительные выборы 2006  | Кандидат в депутаты | + | 352,5 | Кандидат в депутаты Гилязов Н.Н. по избирательному округу №3 |
| 20.09.2006  | Дополнительные выборы 2006  | Кандидат в депутаты | + | 357,5 | Кандидат в депутаты Ямкова В.В.  |
| Дата выхода | Название статьи | Власть | Знак | Площадь | Особенность |
| 22.09.2006  | Слова не расходятся с делом | Кандидат в депутаты | 0 | 344,5 | Кандидат в депутаты в городской Совет Миндубаев А.Ф. по избирательному округу №19 |
| 22.09.2006  | Сведения об имуществе зарегистрированных кандидатов в депутаты в Нижнекамский городской Совет | Кандидаты в депутаты | 0 | 437,5 | Сведения об имуществе зарегистрированных кандидатов в депутаты в Нижнекамский городской Совет |
| 23.09.2006  | Дорогие нижнекамцы | Глава | + | 96,03 | Поздравление с 40-летним юбилеем. |
| 23.09.2006  | Внеочередное заседание | Совет депутатов | + | 76,23 | Внеочередное заседание Совета МО «НМР» и «ГН». Были утверждены Положение о муниципальной службе МО, реестры муницип. должностей. |
| 23.09.2006  | Дополнительные выборы 2006. | Кандидат в депутаты | 0 | 331,84 | Кандидат в депутаты Багманов Х.А. по округу № 21 |
| 26.09.2006  | Тема дня Тепло | Глава | + | 50 | Состоялось еженедельное совещание руководителей организаций и учреждений, глава города заявил: жилой сектор получит тепло до конца недели. |
| 26.09.2006  | Дополнительные Выборы 2006. | Кандидат в депутаты | 0 | 375 | Кандидат в депутаты Беликов В. по избирательному округу №19 |
| 27.09.2006  | Дополнительные Выборы 2006. | Избирательная комиссия | 0 | 320 | Информация о финансовых отчетах зарегистрированных кандидатов в депутаты Нижнекамского городского Совета от 25.09.2006 г. |
| 29.09.2006  | Выборы 2006. | Кандидат в депутаты | 0 | 341,55 | Кандидат в депутаты Багаев В.П. по избирательному округу №3 |
| 30.09.2006  | Дорогие нижнекамцы | Глава | + | 79,8 | С днем пожилых людей. |
| 04.10.2006  | Дополнительные Выборы 2006. | Кандидат в депутаты | 0 | 341,55 | Кандидат в депутаты нугманов Р.Н. |
| 06.10.2006  | Уважаемые учителя | Глава | + | 68,7 | Поздравление с Днем учителя |
| 06.10.2006  | Человек слова и дела | Кандидат в депутаты | + | 495,3 | Кандидат в депутаты Багманов Х.А. по округу № 21 |
| 06.10.2006  | Дополнительные Выборы 2006. | Кандидат в депутаты | + | 351,67 | Кандидат в депутаты Гафиятов И.З.. |
| 11.10.2006  | Распоряжение | Глава | + | 124,46 | Распоряжение главы МО «НМР» РТ «О созыве 10 заседания совета МО «НМР». №158-р от 10.10.2006г. |
| 11.10.2006  | Распоряжение | Глава МО «ГН» | + | 45,08 | Распоряжение председателя городского Совета –главы МО «ГН» №5-р от 10.10.2006 г. «О созыве 8 заседания Нижнекамского городского Совета» |
| 11.10.2006  | Постановление | Глава | + | 328,6 | Постановление 20.09.06 г. №67-Пост.ТР. «О проведении первоначальной постановке на воинский учет граждан 1990 г.р. и старших возрастов, ранее не поставленных на учет в январе-марте 2007 г. |
| 18.09.2006  | Деньги есть ремонт будет | Глава | + |  | Глава МО «НМР» выделил средства на реконструкцию детского сада в селе Сухарево. |
| 21.10.2006  | Дорогие нижнекамцы | Глава | + |  98,94  | С праздником Ураза Байрам |
| 28.10.2006  | Уважаемы работники и ветераны | Глава | + | 55,29 | Уважаемы работники и ветераны автомобильного транспорта поздравляю с профессиональным праздником. |
| 28.10.2006  | Решение | Депутатыглава | + | 3616,96 | №43 от 13 октября 2006 г. Решение «Об исполнении бюджета Нижнекамского района и города. Исполнение бюджета.Решение №50 от 13 октября 2006 г. «Об утверждении положения о конкурсе о замещении вакантной муниципальной должности муниципальной службы МО «НРМ» РТ, Положение |
| 24.11.2006  | Уважаемые труженики сельского хозяйства | Глава | + | 75 | Уважаемые труженики сельского хозяйства, работники нефтеперерабатывающей промышленности поздравление с праздником |
| 24.11.2006  | Распоряжение | Глава | + | 51 | №180-р от 23.11. 06 г. Распоряжение о созыве 11 заседания Совета МО «НМР». |
| 25.11.2006  | Дорогие наши женщины | Глава | + | 108 | Поздравление с днем матери! |
| 01.12.2006  | Решение | Совет МО | + | 3600 | Проект Решения Совета МО «НМР» РТ «О бюджете МО «НМР»РТ на 2007 г. |
| 08.12.2006  | Проведение публичных слушаний | Совет МО | + | 47,25 | извещение о проведении публичных слушаний по проекту решения Совета МО «О бюджете МО «НМР» РТ на 2007 г. |
| 08.12.2006  | Идет Декада инвалидов | Главазаместители руков. исполкома | + | 130,2 | Глава А.Метшин с заместителями руководителя исполкома побывал соц. учреждениях. Осмотрев, пообещал помощь в ремонте с привлечением предприятий города. |
| 08.12.2006  | Решение | Совет МО | + | 2700 | Решение №52 «Об исполнении бюджета МО НМР за 9 месяцев 2006 г. от 28.11.06 г.».Приложение «Об исполнении доходов и расходов»Решение №55 от 28.11.06 г. «О нормах площади жилья при постановке на учет и предоставление гражданам по социальному найму и государственным жилищным программам в городе Нижнекамске |
| 27.12.2006  | Бюджет приняли | Совет МО «НМР» | + | 95 | На заседании Совета МО «НМР» был утвержден бюджет на 2007 г. |

**Таблица К.2 – «Нижнекамское время»**

**2004 год.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи | Рубрика | Дата выхода | Особенность | Знак | Площадь |
|  | Дайджест новостей | 29 декабря | Награду главе администрации Метшину за эффективную работу по внедрению  | + | 16 |
| Название статьи | Рубрика | Дата выхода | Особенность | Знак | Площадь |
|  |  |  | индустриальных технологий по возделыванию сахарной свеклы вручил лично Минтимир Шаймиев. |  |  |
| Гарант процветания | Юбилей | 29 декабря | На совещание представителей транспортных предприятий республики и страны присутствовал Ильсур Метшин | нейтрально | 300 |
| Денис Калин: «Нынешний год был удачным для нас» | Прямая связь | 15 декабря | Калинкин заместитель главы администрации города и района отвечал на вопросы корреспондентов на тему торговли, программы адресной социальной помощи нуждающимся. | + | 900 |
| Ильсия Мезикова: «Помощь будем оказывать тем , кто в ней нуждается». | Прямая связь | 1 декабря | Мезикова заместитель главы администрации отвечает на вопросы по темам: образование, здравоохранение, культура, социальная защита населения, УДО и УДМиС. | + | 900 |
| Легендарному Лемаеву - 75 | Город | 17 ноября | Его память почтили на митинге сотни нижнекамцев, среди которых был и Ильсур Метшин | + | 144 |
| Григорий Китанов: «Закон для всех один!» | Прямая связь | 10 ноября | Китанов отвечал на вопросы корреспондентов на тему социальная сфера района, призывная комиссия и комиссия по восстановлению прав жертв политических репрессий. | + | 900 |
| Нижнекамск получает рейтинг доверия | Финансы | 10 ноября | Администрацией города Нижнекамска и района образовано новое государственное учреждение «Инвестиционное агентство г.Нижнекамска и Нижнекамского района»  | + | 900 |
|  | Дайджест новостей | 27 октября | Постановлении о создании при нижнекамской администрации координационного совета подписал Ильсур Метшин. В его задачу входит: помогать воинам, служащим в горячих точках, и их семьям. | + | 28 |
| У истории города новый дом | Картина дня | 20 октября | На открытие музея приехали гости из республики, а также И.Метшин поздравил нижнекамцев с появлением нового культурного объекта. | + | 450 |
|  | Дайджест новостей | 13 октября | И. Метшин принял участие в совещание по развитию детского хоккея, которое состоялось в Муелюмово | + | 24 |
|  | Дайджест новостей | 13 октября | Городские власти подвергли резкой критики работу председателей садоводо-дачных массивов Нижнекамска. | + | 18 |
| Здравствуйте, бывшие дети | Картина дня | 13 октября | Ильсур Метшин был на празднике посвященному 30 летию школы № 11. Он выразил слова благодарности директору школы и учителям. | + | 450 |
| Деньги под ногами | Финансы | 13 октября | На республиканском семинаре-совещании по вопросу энергоснабжения в жилищно – коммунальном хозяйстве РТ присутствовал заместитель главы администрации Иршат Минкин | + | 450 |
| Время учить корейский | Картина дня | 29 сентября | В Нижнекамске предполагается открытие нового предприятие – ОАО «Татаро-корейская нефтехимическая компания». Глава И. Метшин считает , что это знак качества и признание большого потенциала нижнекамской нефтехимии. Залог того, что будут новые рабочие места.  | + | 470 |
| Название статьи | Рубрика | Дата выхода | Особенность | Знак | Площадь |
|  | Дайджест новостей | 22 сентября | Первый заместитель главы администрации Иршат Минкин стал заслуженным работником жилищно-коммунального хозяйства республики. | + | 18 |
| Получить и удержать | Картина дня | 22 сентября | Ильсур Метшин комментирует победу в престижном конкурсе «Самый благоустроенный город России».  | + | 330 |
| Мы с тобой Беслан | Картина дня | 15 сентября | Почтить память погибших пришли жители Нижнекамска к «Джалилю». Зам главы администрации Григорий Китанов, выступил со скорбной речью. | + | 450 |
| Им нет пощады | Картина дня | 8 сентября | Григорий Китанов высказал свое мнение по поводу того как накажут террористов | + | 450 |
| Нужна ли единая форма учителям | На неделе | 1 сентября | В доме народного творчества прошла конференция на тему «Проблемы взаимодействия общего и профессионального образования». Перед собравшимися выступил И. Метшин. В своем докладе он проанализировал финансовое состояние промышленности за первое полугодие 2004 год | + | 2004 |
| Ваш подарок просто сказка | 1 сентября | 1 сентября | Глава администрации выделил 600 тысяч руб. для оказания помощи малообеспеченным. Ильсия Мезикова поздравила юных нижнекамцев с первым их в жизни учебным годом, и пожелала здоровья, успехов в учебе. | + | 300 |
| Дасаев в детстве о таком поле и не мечтал | Событие | 11 августа | Ильсур Метшин получил медаль за огромный Влад в развитие физкультуры и спорта в городе и районе | + | 450 |
| Успеть собрать урожай | Картина дня | 11 августа | Ильсур Метшин анализировал сбор зерновых культур | + | 325 |
|  | Дайджест новостей | 4 августа | И. Метшин занимает второе место в рейтинге популярных политиков в нашей республике. | + | 27 |
| Как попасть на прием к главе? | Власть | 30 июня | И. Метшин: «проблемы с которыми приходят граждане – это необходимые условия для работы руководителя. Ведь это обратная связь, понимание реального положения вещей». | + | 900 |
| Рыцари эфира вернутся в Нижнекамск | Эхо Эфира | 23 июня | В июне состоялся фестиваль «культура в эфире». И. Метшин приветствовал гостей со всей России. Выступил с речью. | + | 900 |
| Голливуд отдыхает | Выпуск 2004 | 23 июня | И. Метшин поздравил выпускников с окончанием школы. И. Метшин: «Судя по количеству журналистов, операторов и фотографов, собравшихся здесь по случаю вашего праздника, - Голливуд отдыхает. | + | 900 |
|  | Дайджест новостей | 21 апреля | Красный ключ приведут в порядок, об этом заявил И. Метшин. | + | 18 |
| «Романтики»: 30 лет ни минуты покоя | Юбилей | 21 апреля | Ансамбль «Романтики» отметили свой 30 летний юбилей. И. Метшин попробовал себя в роли участника группы. | + | 900 |
| Жить будет Легче? | Дела житейские | 21 апреля | Депутаты объединенного Совета народных депутатов готовились предстоящей сессии, тема для обсуждения: «Адресная помощь незащищенным слоям населения». | + | 625 |
| Общий дом | победы | 14 апреля | И. Метшин прокомментировал звание полученное Нижнекамском во второй раз, как самый благоустроенный город. | + | 275 |
| Название статьи | Рубрика | Дата выхода | Особенность | Знак | Площадь |
| Лучший архитектор России | Победы | 14 апреля | Фирдавис Ханов получил первое место в Всероссийском конкурсе мастерства архитекторов.  | + | 312,5 |
|  | Дайджест новостей | 17 марта | Исполнилось шесть лет как должность главы администрации занимает И. Метшин. | нейтрально | 18 |
| Пусть за себя | Итоги | 10 марта | Отчет доклада главы администрации И. Метшина на 27 сессии объединенного совета народных депутатов. | + | 1800 |
| Хорошие руки стоят дорого | Республика | 25 февраля | В Нижнекамске состоялось совещание «Социальное партнерство как основа развития начального профессионального образования». На нем присутствовали И. Метшин, Р. Минниханов. | + | 300 |
| Продлите добрым делом жизнь людей | Золотое сердце | 3 февраля | И. Метшин выступил с речью на конкурсе «Человек – золотое сердце», где приняло участие 150 человек (руководители предприятий) | + | 900 |

**2005 год.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи | Рубрика | Дата выхода | Особенность | Знак | Площадь |
| Назначение | город | 6 декабря | Олег Власов представил нового военного комиссара города Нижнекамска.  | нейтрально | 25 |
| Власть меняется | Город | 15 ноября |  На вторая сессия представительного органа муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район» был утвержден состав постоянных комиссий. | + | 136 |
| Первая награда красного ключа | Город | 8 ноября | Святой ключ стал обладателем на третьего места на международном фестивале «Зодчество 2005». Фирдавис Ханов отметил достоинства Красного ключа, а также говорил о планах строительства города на будущее. | + | 206,25 |
| За здоровье Нижнеамцев и экологию возьмутся всерьез | Город | 1 ноября |  В минувшую субботу состоялась первая сессия представительного органа муниципального образования «Нижнекамский муниципальный района», на которой выбирали главу муниципального района, им стал Ильсур Метшин, а также его заместителей. Обсуждался план приобретения системы экологического мониторинга.  | + | 432 |
| Первая сессия состоялась. Впереди выборы руководителя исполнительного комитета | Город | 25 октября | Состоялась первая сессия представительного органа , на которой 25 избранных горожанами депутатов решали организационные вопросы. - принятие проект Устава муниципального образования «Город Нижнекамск»; - избрание главы муниципального образования «Город Нижнекамск»; - голосование за кандидатуры заместителей. | + | 368 |
| Это не просто победа, это фурор | Город | 18 октября | Оценка Ильсура Метшина итогов выборов | + | 753,75 |
| Чистая питьевая вода – это прежде всего, здоровье населения | Выборы | 4 октября | Ильсур Метшин отметил, что строительство станции очистки воды будет завершена уже в 2006 году. | + | 375 |
| Название статьи | Рубрика | Дата выхода | Особенность | Знак | Площадь |
| Плату не повысят | Город | 20 сентября | Заместитель главы администрации Ильсия Мезикова посоветовала заведующим детских садов наладить контакты с частными предпринимателями | нейтрально | 32 |
| Чип уже трижды поменял имя и подружился с любимцем Путина | Город | 6 сентября | Глава администрации города и района Ильсур Метшин подарил от имени всех горожан Президенту России двухлетнего карликового мини-хорса. | + | 480 |
| Сестренка Наташа уже первоклашка | Город | 30 августа | Праздник посвященный первоклассника. Местные власти помогли малоимущим, многодетным семьям, семьям бюджетникам собрать детей в школу. | + | 214,5 |
| Казань – как много в этом слове | Казань тысячелетняя | 30 августа | Меры Татарстана в том числе и Ильсур Метшин по обеспечению безопасности торжеств в столице Татарстана были приняты просто беспрецедентные. | + | 936 |
| Построим бассейн «Палестра» | К вашему сведенью | 19 июля | Конкурс дипломных работ и проектов на премию главы администрации города и района. В качестве жюри была заместитель главы администрации Ильсия Мезикова | + | 450 |
| Наш город в наших руках  | Картина дня | 12 июля | Работники жилищно – коммунальной сферы города отмечают свой профессиональный день совмещая его с сабантуем. Григорий Китанов зам главы администрации и Виктор Суханов, советник главы администрации поздравили с праздником. | + | 629 |
| Рожать будут больше | К вашему сведенью | 5 июля | В городе открылся новый родильный дом. На котором присутствовали гости и глава администрации города Ильсур Метшин. | + | 256 |
| В добрый путь, выпускник | Молодым дорога | 28 июня | Ильсур Метшин вручил медалистам медали и часы. | + | 315 |
|  | Дайджест новостей | 31 мая | Глава администрации Нижнекамска и района Ильсур Метшин награжден золотой медалью «Петра Великого» за самоотверженный труд на благо России | + | 21 |
| За забором огорода захламленная природа | Дачные безобразия | 31 мая | Ильсур Метшин посетил дачные массивы. | нейтрально | 900 |
| Ильсур Метшин: «Оба моих деда воевали» | 60 – летие победы | 5 мая | На благотворительной акции – благотворительный марафон «Свет Победы», присутствовал Ильсур Метшин. Он рассказал о своей семье, которая соприкоснулась с Великой Отечественной историей. | + | 408 |
| Пусть память говорит | 60- летие победы | 5 мая | На праздничном концерте, посвященный 60 – летию Победы в Великой отечественной войне присутствовала заместитель главы администрации Ильсия Мезикова. | + | 600 |
| Кадровые перестановки | Город | 15 марта | Коллективу водоканала глава администрации Ильсур Метшин представил нового начальника. | нейтрально | 180 |
| Название статьи | Рубрика | Дата выхода | Особенность | Знак | Площадь |
| Фарид Мухаметшин: «Нижнекамск может стать хорошим полигоном для развития республики» | Сессия | 22 марта | Состоялась 32 отчетная сессия объединенного Совета народных депутатов, на которой были поведаны итоги прошлого года. Анализируя итоги социально-экономического развития города и района, Ильсур Метшин, отметил, что прошедший год оказался благоприятным и созидательным. | + | 900 |
|  | Дайджест новостей | 8 марта | В хирургическом отделении третьей городской больницы будет сделан ремонт, об этом говорил Ильсур Метшин на совещании. | + | 35 |
|  | Дайджест новостей | 8 марта | К следующему отопительному сезону в хозяйствах Нижнекамского района будут обновлены отельные, об этом сообщил Ильсур Метшин. | + | 28 |
|  | Дайджест новостей | 29 марта | Нижнекамские власти решили навести порядок в рекламном бизнесе. | + | 14 |
| Дорогие ижнекамцы и гости нашего города | Город | 23 февраля | Ильсур Метшин поздравил с Днем защитника отечества, пожелал успеха, крепкого здоровья, счастья и благополучия. | + | 77 |
|  | Дайджест новостей | 16 февраля | В администрации прошло заседание комиссии по военно – патриотическому воспитанию молодежи. | + | 16 |
| Вездеход и счетчики воды для бюджетников | Приятная новость | 16 февраля | Ильсур Метшин отвечал на вопросы корреспондентов по поводу новой форме кредитования бюджетников для установки счетчиков воды, а также проездных для работников бюджетной сферы. | + | 450 |
| Вынужденная мера? | Картина дня | 19 января | Состоялась встреча пенсионеров горда с главой администрации, на которой обсуждались вопросы об монетизации льгот. | - | 900 |
| Что ждет нижнекамцев в 2005 году? | Прямая связь | 5 января | Ильсур Метшин прокомментировал ситуацию направленную на стабилизацию социальной обстановке в городе в том числе и монетизацию льгот. | + | 900 |

**2006 год**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название статьи | Рубрика | Дата выхода | Особенность | Знак | Площадь |
| Депутаты поработали эффективно | Город | 3 января 2006 | 27 декабря состоялся последнее заседание народных депутатов. Муллин отметил, что депутаты позитивно и грамотно решали все вопросы для улучшения социально-экономического состояния Нижнекамска и Нижнекамского района. Перед собранием выступил глава администрации и района Олег Власов. Как житель города он поблагодарил депутатов за шестилетнюю активную плодотворную работу. Совет народных депутатов сменит представительный орган муниципального образования и Нижнекамского муниципального района. | + | 160 |
|  | Дайджест новостей | 3 января | 30 декабря прошла традиционная елка администрации. На конкурсе «Будущее Нижнекамска в новом году» Олег Власов отметил 10 лучших работ.  | + | 36 |
| Название статьи | Рубрика | Дата выхода | Особенность | Знак | Площадь |
| Олег Власов: «предпочитаю проблемы обсуждать и решать». | Разговор с мэром | 10 января | Олег Власов отвечал на вопросы корреспондента:: с какими мыслями пришел, надолго ли, что собирается менять. Он говорил о своей семье и об отношении его к окружающему миру. Его реплики: «Если ты будешь думать о том, что о тебе подумаю, то никогда не сможешь сделать ничего нужного», «О чем думаешь тем и становишься» | + | 2625 |
|  | ГородДайджест новостей | 24 января 2006 | Глава муниципального района Олег Власов совместно с городским управление культуры объявил конкурс «Меня еще раз вдохновит мой юный город». | + | 63 |
| Олег Власов дал оценку работе ЖКХ Нижнекамска | Город | 24 января | Коммунальные службы достаточно справляются с крещенскими морозами, такую оценку дал Оле Власов. По его мнению ни везде герметично закрыты окна и двери в подъездах, что способствует проникновению холода. Эти недоработки сейчас устраняются. | + | 52 |
|  | Дайджест новостей | 21 февраля | В Нижнекамске полностью будет реконструирован памятник Габдулы Тукая. Об этом говорил Олег Власов и главный архитектор города Ф.Ханов. Олег Власов объявил конкурс на лучший проект. | + | 36 |
| Встреча с ветеранами | Город | 28 февраля | В день защитника отечества Олег Власов собрал представителей трое ветеранских организаций на традиционное чаепитие. Беседа ветеранов с главой носили неофициальный характер, обсуждали проблемы своих организаций и о патриотическом воспитании молодежи. | + | 66 |
| Каким будет герб Нижнекамска | Город | 7 марта | На сессии депутаты обсуждали проект герба. О.Власов отметил, что в выборе городского символа должны принимать участие все горожане. | + | 76,8 |
| Поздравление | Город | 7 марта | О.Власов поздравил всех женщин Нижнекамска и Нижнекамского района с международным женским днем | + | 182 |
|  | Дайджест новостей | 14 марта | На шестом заседании Совета Нижнекамского района обсуждались вопросы социально-экономического развития Нижнекамска в 2005 году, а также эскизы герба Нижнекамска. | нейтрально | 39 |
| «Единорросов» волнует здоровье нижнекамцев и жилье | Город | 28 марта | О.Власов принял участие в выборах секретаря городского отделения партии «Единая Россия» | нейтрально | 137,5 |
| Назначение | Город | 4 апреля | О.Власов представил нового начальника по работе по связям со СМИ и общественными объединениями А.Нуманова. | нейтрально | 35 |
| Час смеха или килограмм моркови | Молодежка | 4 апреля | Мезикова в день смеха подала идею «смешного автобуса» | + | 280 |
| Зона ответственности | Картина дняВстреча с главой | 11 апреля | Проблемы Нижнекамска О.Власов и его коллеги обсуждали на улицах Нижнекамска, передвигаясь на автобусе. «Это была рабочая поездка мы обозначили проблемы, определили зону ответственности. Видение ситуации есть, будем работать». В заключении глава  | + | 595 |
| Название статьи | Рубрика | Дата выхода | Особенность | Знак | Площадь |
|  |  |  | пообещал, что проделанные поездки будут систематическими |  |  |
| Святой ключ приведут в порядок | Город | 18 апреля | Олег Власов рассматривал проблемы Красного ключа | нейтрально | 338 |
| Город стареет, проблемы растут, денег становиться меньше | Медсовет | 18 апреля | В Нижнекамске прошел медицинский совет о подведении итогов минувшего года, на нем присутствовал О.Власов. | нейтрально | 390 |
| Когда началась катастрофа | Экология | 18 апреля | Рамиль Муллин отвечал на вопросы о мусороперерабатывающем заводе | + | 595 |
| Парк стал чистым | Город | 25 апреля | О.Власов поблагодарил за активное участие в субботнике горожан. Он особо отметил руководителей предприятий за высокую организацию субботника и членов студенческого движения Нижнекамска и школьников | + | 87,5 |
|  | Дайджест новостей | 2 мая | Прошел гала-концерт победителей хореографических самодеятельных коллективов на приз главы муниципального образования | нейтрально | 36 |
| Молодые специалисты провели первую игру | Молодежка | 9 мая | Глава муниципального образования Олег Власов присутствовал на всероссийском турнире по футболу памяти В.Винникова. он поздравил ребят с началом турнира и пожелал им успехов | + | 225 |
| В первом международном турнире стали нижнекамцы | Футбол | 9 мая | В Нижнекамске завершился международный турнир памяти Винникова. О.Власов: «Мы все его знали и помнили и сегодня отношение к нему, как к живому человеку настолько много он сделал, везде был, везде присутствовал. Что касается самого турнира – это здоровье, дети отдохнули, получили заряд. Переоценить значение турнира сложно – это было знаковое мероприятие для всех в масштабах города республики, страны» | + | 575 |
| Зелены щит | Город | 23 мая | Прошел совет директоров нижнекамского нефтеперерабатывающего завода. В его работе принял участие О.Власов. Он принял участие в акции «зеленый щит» | + | 112,5 |
| К 2025 году Нижнекамск обретет новое лицо | Город | 23 мая | На совещание о генеральном плане строительства города до 2025 года О. Власов отметил об особом внимании озеленению улиц и дворов, а также рассматривался эскиз застройки главной центральной улиц и дворов.  | + | 108 |
| Не хватает контроля и прозрачности | Город | 23 мая | В мэрии Нижнекамска были обсуждены вопросы энергоснабжения. О.Власов выслушал предложения сотрудников городского информационного центра | нейтрально | 72 |
|  | Дайджест новостей | 6 июня | В городе прошло чествование школьников в уходящем учебном году, победителям предметных олимпиад международных и всероссийских конкурсов и соревнований. С приветственным словом к школьникам обратился О.Власов. Он поздравил их с многочисленными победами. Каждый победитель получил диплом, благодарственное  | + | 39 |
| Название статьи | Рубрика | Дата выхода | Особенность | Знак | Площадь |
|  |  |  | письмо и стипендию главы. |  |  |
|  | Дайджест новостей | 6 июня | В международный день защиты детей глава О.Власов посетил детский социальный реабилитационный центр «Балкыш». Он поздравил воспитанников социального учреждения с праздником. В качестве подарка О.Власов преподнес детишкам большой цветной телевизор и сладости. | + | 30 |
| Легендарный житель Нижнекамска отмечает свое 85 летие | Город | 6 июня | На общегородской планерки руководителей с юбилеем поздравил О.власов. Он подарил М.Григорьеву цветы и благодарственное письмо, пожелал председателю совета ветеранов долголетия и успехов в дальнейшей работе. | + | 75 |
| Эколого-биолоический центр Нижнекамска признан лучшим в Татарстане | Город | 6 июня | О.Власов вручил медаль и дипломы начальнику управления образования р.Шакирову за первое место в республиканском эко-конкурсе в номинации «Работа в области экологического образования и воспитания» | + | 60 |
|  | Дайджест новостей | 13 июня | Трое сотрудников детских садов за отличительную работу получили грамоты от главы муниципального образования о.Власова | + | 37,2 |
|  | Дайджест новостей | 13 июня | По итогам работы 2005 года 21 сотрудник социальной службы города получили грамоты от главы муниципального образования О.Власова. | + | 24 |
| Безответственные участковые | Город | 13 июня | Состоялось совместное заседание совета муниципального образования «Нижнеамский муниипальный район» и городского совета. Обсуждался вопрос о программе профилактии нарушения и усиления общественного порядка в городе и районе | + | 60 |
| К нам прибыли гости из Казахстана | Город | 1 августа | В Нижнекамске побывала делегация из Казахстана, ее сопровождал О.Власов. | нейтрально | 84 |
| Уважаемые строители Нижнекамска | Город | 8 августа | Поздравительное обращение Власова к строителям и их семьям | + | 81,25 |
| Нижнекамск мой ты в свой день рождения достоин от всех людей восхищения | Мой город | 5 сентября | Каждый ветеран получил из рук О.Власова подарок. | + | 892,5 |
|  | Дайджест новостей | 5 сентября | О.Власов поздравил с днем знаний. Он побывал на торжественных мероприятиях в десятой и кадетской школах. О.Власов и почетные гости подарили первоклассникам канцтовары, а учебным заведениям оргтехнику. | + | 60 |
| Конверты от главы, подарки от шефов | город | 5 сентября | От имени О.Власова выпускники детского дома получили конверты с деньгами. | + | 63,5 |
| Где это улица, где этот дом | Город | 12 сентября | Обновление адресных табличек по предложении главы муниципального района О.Власова, вывески каждого населенного | + | 54,61 |
| Название статьи | Рубрика | Дата выхода | Особенность | Знак | Площадь |
|  |  |  | должны быть индивидуальны |  |  |
| Как идет уборка урожая | Город | 12 сентября | О.Власов участвовал в выездном совещании. Было принято решение о выделении хозяйству «Елантово» 1 млрд.рублей, а также выделение техники для уборки урожая. | + | 115,5 |
| Настоящий день рождения | Город | 10 октября | От имени главы О.Власова благодарственные письма и почетные грамоты получили около 100 человек и альпенисты.  | + | 390 |
| Долгожительницу торжественно поздравил | город | 10 октября | О.Власов побывал у нижнекамской долгожительницы. Он поздравил ее с 101 годовщиной ее рождения и с днем пожилых людей. Вручил подари и пожелал здоровья и благополучия. | + | 57015 |
| Такси города объединяйтесь | Горд | 10 октября | Идея о возрождения ассоциации такси принадлежит О.Власову. | + | 91,25 |
| Детский сад села Сухарево получил финансовую поддержку от главы муниципального района О.Власова | Город | 17 октября | О.Власов выделил средства, которые хватят на полную реконструкцию дошкольного учреждения | + | 12 |
| Меценаты столетия | Город | 17 октября | Совместное заседание совета Нижнекамского муниципального района и Нижнекамского городского совета. Обсуждались вопросы улучшения транспортного обслуживания населения города и района, и социальной защите населения. | + | 96 |
| Первый шаг к большому диалогу | Хроника событий | 31 октября | Прошла первая российская встреча предпринимателей города и района с новым составом законодательной и исполнительной власти Нижнекамского муниципального района. Обсуждение вопросов улучшения в сфере ЖКХ., также формирование бюджета, трудностях уязвимого во многих отношениях местного предпринимательства. Встреча прошла благополучно.  | + | 416 |
| Один день из жизни учителя | Картина дня | 28 ноября | О.Власов провел встречу классными руководителями. Классные руководители получили бесплатную подписку на методическое издание «Классный журнал» | + | 140 |
| Нижнекамские нологовики отметили 15-ие со дня образования службы | Хроника событий | 28 ноября | Виновников торжества поздравил О.Власов. двое человек были удостоены грамоты главы муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район» | + | 12 |
| Айдар Метшин: «» Приложу все знания, опыт и силы чтобы сделать наш город лучше | Тема номера | 5 декабря 2006 | Заседание о досрочном прекращении полномочий главы муниципального образования и об избрании нового. Было обсуждение кандидатур. 29 за Метшина, 2 против. Большинством голосов А.Метшин стал новым главой муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район». Краткая биография жизнедеятельности А.Метшин | + | 900 |
| Название статьи | Рубрика | Дата выхода | Особенность | Знак | Площадь |
| Подарок от государства | Жилье | 12 декабря | А.Метшин вручил свидетельства о праве получения субсидии на жилье | + | 442 |
| В городе прошло мероприятие приуроченное о дню воинской славы | Хроника событий | 12 декабря | А.Метшин выступил с приветственным словом к героям войны | + | 48 |
| На минувшей недели прошло городское мероприятие приуроченное к декаде инвалидов | Хроника событий | 12 декабря | А.Метшин вручил подарки самым деятельным инвалидам | + | 39 |
| Общество слепых уже переехало | город | 12 декабря | А.Метшин побывал в социальном центре. Познакомился с проблемами, которые препятствуют завершению ремонтных работ, а также проблемы с арендной платой. А.Метшин сказал – это вопрос необходимо решать при помощи предпринимателей. Пообещал оказать помощь в поиске меценатов | + | 51,66 |
| Будем икать деньги | Картина дня | 19 декабря | А Метшин знакомился с текущем состоянием учреждений здравоохранения города. Для проведения в порядок этих учреждений требуется средства. Метшин пообещал что будет их искать. | + | 272 |
| Нижнекамское отделение партии «Единая Россия» отметило пятилетие со дня образования политической организации | Город Хроника событий | 19 декабря | Метшин принял участие в торжественном мероприятии | нейтрально | 12 |
| В Нижнекамске обсудили проект бюджета на 2007 год | Город Хроники событий | 19 декабря | Публичное слушание по проекту бюджета 2007 года. Депутатами был принят проект бюджета на сумму не превышающих 2 млрд. 400млн. рублей, самую большую сумму на образование | + | 12 |
| Я достаю из широких штанин | Хорошая новость | 26 декабря | Первые в жизни паспорт в день открытия нового паспортного отделения, молодые люди получили из рук А. Метшина, а после чего сфотографировались | + | 453,9 |
| Ф.Мухаметшин: за 5 лет «Единая Россия» смогла сделать многое, но еще большей предстоит сделать в будущем | Картина дня | 26 декабря | Торжественный вечер освященный 5-ию всероссийской политической партии «Единая Россия», Метшин поблагодарил партийцев за успешную работу во благо родного города, пожелал дальнейшего процветания. | + | 375 |
| Утвердили бюджет | Город | 26 декабря | Метшин принял участие в принятие бюджета Нижнекамского муниципального района на 2007 год. Выделили определенной суммы на обслуживание, ЖКХ, строительство станции очистки воды | + | 71,5 |

**Приложение Л**

Отдел по работе со СМИ и общественными формированиями

**Мониторинг телевизионных СМИ (краткий обзор новостных сюжетов с 2-28 декабря 2006 года)**

Подготовила: Чиженкова А.Ю.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Дата выхода** | **Название канала** |  |
| 01.12.06 | тнв | Сюжет, в котором рассказывают о ходе внеочередного заседания районного Совета, на котором О.Г.Власов заявил о своем решении сложить полномочия. Принятие присяги и вступление в должность А.Р.Метшина |
| 02.12.06 | Итоговая программа «7 дней», ТНВ | - описание хода внеочередного заседания районного Совета - вступление А.Р.Метшина в должность |
| 05.12.06 | НТР | - описание хода внеочередного заседания районного Совета - вступление А.Р.Метшина в должность |
| 05.12.06 | Эфир | - описание хода внеочередного заседания районного Совета - вступление А.Р.Метшина в должность |
| 05.12.06 | ВТС-Нефтехим | - описание хода внеочередного заседания районного Совета - вступление А.Р.Метшина в должность |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Дата выхода** | **Название канала** | **Время выхода** | **Номер сюжета** | **Корреспондент** | **Содержание** |
| 18.12.06 | НТР | 18.30 | **№4** | Тимур Асадов | Бюджет 2007. А.Метшин: «На образование больше средств!» |
| 18.12.06 | НТР | 18.30 | **№5** | Алсу Юматова | Еженедельная планерка. Глава: «Погасить долги!» |
| 18.12.06 | Эфир | 19.00 | **№2** | Альбина Галиева | Еженедельная планерка (трудоустройство инвалидов) Глава недоволен недостаточностью снегоуборочной техники |
| 18.12.06 | Эфир | 19.00 | №3 | Димира Валиуллина | А.Мешин: «Больше внимания - вопросам иллюминации. Оформлять не только город, но и прилегающую к нему территорию» |
| 18.12.06 | Эфир | 19.00 | №4 | Димира Валиуллина | Публичные слушания по проекту бюджета муниципального образования "Нижнекамский муниципальный район" РТ на 2007 год. |
| 18.12.06 | ВТС-Нефтехим | 19.30 | №1 | Рима Густамова | Публичные слушания по проекту бюджета на 2007 год. |
| 18.12.06 | ВТС-Нефтехим | 19.30 | №2 | Римма Густамова | Сюжет про недобросовестных плательщиков квартплаты. А.Метшин заявил, что если через месяц они не погасят долги, то их имена будут озвучены (даже, несмотря на известность этих людей)...» |
| 19.12.06 | НТР | 18.30 | №1 | Алсу Юматова | Пятилетие партии «Единая Россия» А.Метшин поздравил партийцев с праздничной датой и вместе с Фаридом Мухаметшиным вручили партбилеты новым членам партии |
| 19.12.06 | НТР | 18.30 | №3 | Марина Фролова | Сюжет про инвалидов. А.Метшинна еженедельной планерке заявил, что у инвалидов будут новые рабочие места, им будет оказана поддержка. |
| 19.12.06 | Эфир | 19.00 | №4 | Альбина Галиева | Пятилетие «Единой России». А.Метшин поздравил партийцев с праздничной датой и вместе с Фаридом Мухаметшиным вручили партбилеты новым членам партии |
| 20.12.06 | ВТС-Нефтехим | 19.30 | №5 | Яна Чупахина | Упоминание о том, что 21 декабря А.Метшин будет награждать победителей городского конкурса профессионального мастерства |
| 21.12.06 | НТР | 18.30 | №5 | Тимур Асадов | Открытие отдела Управления Федеральной миграционной службы по РТ. А.Метшин заметил: «Люди должны заходить и уходить отсюда с хорошим настроением...» |
| 01.12.06 | НТР | 18.30 | №6 | Тимур Асадов | Награждение А.Метшиным победителей конкурса профессионального мастерства |
| 21.12.06 | Эфир | 19.00 | №5 | Гульнара Шишкина | Открытие отдела Управления Федеральной миграционной службы по РТ. |
| 21.12.06 | Эфир | 19.00 | №6 | Гулыпат Абзалова | Награждение победителей конкурса профессионального мастерства. А.Метшин поблагодарил всех участников и поздравил победителей. |
| 21.12.06 | ВТС-Нефтехим | 19.30 | №6 | Римма Гусамова | Награждение победителей конкурса профессионального мастерства. А.Метшин поблагодарил всех участников и поздравил победителей |
| 25.12.06 | Вести Татарстан | 7.00 | №3 | Тимур Асадов | Открытие отдела Управления Федеральной миграционной службы по РТ. |
| 27.12.06 | НТР | 17.45-19.00 |  |  | Прямая связь |
| 27.12.06 | Эфир | 19.00 | №8 | Альбина Галиева | Встреча Главы Нижнекамского муниципального образования с Героями СоциалистическогоТруда нашего города. Все вместе вспоминали о прошлом, говорили о будущем. Герои услышали от Главы теплые слова поздравлений и пожеланий. |
| 28.12.06 | НТР | 18.30 | №5 | Марина Фролова | Встреча Главы Нижнекамского муниципального образования с Героями СоциалистическогоТруда нашего города. Айдар Раисович поинтересовался, как сейчас живут Герои, есть ли какие-нибудь проблемы и пообещал помогать в трудных ситуациях. |
| 28.12.06 | НТР | 18.30 | №9 | Марина Фролова | На проспекте Вахитова состоялось открытие елочного городка. На данном мероприятии присутствовал Глава Нижнекамского муниципального образования А.Метшин. В праздничной речи он заметил, что нефтяники мет хорошо работать и хорошо отдыхать, поэтому радуют нас такими красивыми елочными городками из года в год |
| 28.12.06 | Эфир | 19.00 | №5 | Альбина Галиева | Ледовое шоу «Новогодний калейдоскоп-2007». |
| 28.12.06 | Эфир | 19.00 | №3 | Альбина Галиева | На проспекте Вахитова состоялось открытие елочного городка. На данном мероприятии присутствовал Глава Нижнекамского муниципального образования А.Метшин. В праздничной речи он заметил, что нефтяники мет хорошо работать и хорошо отдыхать, поэтому радуют нас такими красивыми елочными городками из года в год |
| 28.12.06 | ВТС-Нефтехим | 19.30 | №1 | Рима Гусамова | На проспекте Вахитова состоялось открытие елочного городка. На данном мероприятии присутствовал Глава Нижнекамского муниципального образования А.Метшин. В праздничной речи он заметил, что нефтяники мет хорошо работать и хорошо отдыхать, поэтому радуют нас такими красивыми елочными городками из года в год |

Итого за период с 2-28 было показано 29 сюжетов с участием Главы Нижнекамского муниципального образования Айдар Раисович Метшин

**Приложение Н**

**Положение проекта «Будем добрее друг к другу»**

1. *Общие положения*

Проект «Будем добрее друг к другу» проводится местной властью муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район».

1.2. Целями и задачами проекта являются:

1.2.1. Активизация благотворительной деятельности организаций, учреждений, предприятий всех форм собственности, частных лиц по поддержке детских домов, школ-интернатов для детей-сирот, домов ребенка, социальных приютов, учреждений здравоохранения, социальной защиты населения, культуры, образования, спорта, молодежи; общественных организаций; инвалидов, ветеранов; других категорий, требующих социальной поддержки.

1.2.2. Возрождение и развитие лучших традиций благотворительности.

1.2.3. Формирование и пропаганда новых форм оказания благотворительной помощи нуждающимся в поддержке.

1.2.4. Систематизация и популяризация лучшего опыта.

 *2. Участники проекта*

Участниками проекта могут быть граждане и юридические лица всех форм собственности, общественные объединения, политические партии и движения, религиозные конфессии, в том числе и иностранные.

*3. Организация и реализация проекта*

3.1. В целях организации, подготовки и проведения проекта создается оргкомитет из числа членов местных органов власти. Оргкомитет проводит работу по привлечению к благотворительности широкого круга общественности, созданию при учреждениях образования, здравоохранения, социальной защиты населения попечительских советов, заключению договоров (соглашений) о сотрудничестве.

Аналогичная работа проводится оргкомитетами, созданными в управлениях образования, культуры, социальной защиты населения, департаменте здравоохранения, комитете по физкультуре и спорту местной власти.

3.2. Оргкомитет подводит итоги, готовят и предоставляют средствам массовой информации годовые и квартальные отчеты

3.3. Каждый год с 20 декабря по 8 января оргкомитет проводит новогодние и рождественские благотворительные встречи, для сбора средств на новогодние и рождественские подарки и их вручение детям, находящимся в детских домах и школах - интернатах, в социальных приютах и домах ребенка, организация и проведение новогодних и рождественских праздников для детей - сирот.

3.4. Персональный состав оргкомитета управлений и комитетов администрации области утверждается главой муниципального образования.

*3. Освещение деятельности в средствах массовой информации*

3.1. Проведение проекта «Будем добрее друг к другу» освещается местными и районными газетами и другими средствами массовой информации муниципального образования (по согласованию).

3.2. Местные и районные средства массовой информации (по согласованию) сообщают о достижениях проекта «Будем добрее друг к другу». Ежегодно издается бюллетень с указанием всех участников благотворительности.

**Приложение П**

**Аннотация к проектам «Будем добрее друг другу» и Местный форум**

Таблица П.1 – Местный форум

|  |  |
| --- | --- |
| **Цель** | всестороннее и комплексное рассмотрение актуальных вопросов и проблем общественной жизни муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район». |
| **Руководящий орган** | Совет, созданный из числа сотрудников отдела по связям со СМИ и общественными формированиями, из муниципального учреждения «Информационный центр г. Нижнекамска», а также из отдела с обращениями граждан. Задача Совета: взаимодействие с населением, общественными и некоммерческими объединениями. |
| **Права участников Местного форума** | – принимать участие во всех мероприятиях, проводимых Форумом и его структурами, вносить предложения по повестке для заседаний и рекомендаций по улучшению работы Форума–информировать членов форума о личной позиции, а также позиции представляемого им общественного объединения, социальной группы населения по актуальным вопросам, вносить предложения– принимать участие в голосовании с правом решающего голоса в работе Форума. |

Таблица П.2 – «Будем добрее друг к другу»

|  |  |
| --- | --- |
| **Цель:** | Активизация благотворительной деятельности организаций, учреждений, предприятий всех форм собственности, частных лиц по поддержке детских домов, школ-интернатов для детей-сирот, домов ребенка, социальных приютов, учреждений здравоохранения, социальной защиты населения, культуры, образования, спорта, молодежи; общественных организаций; инвалидов, ветеранов; других категорий, требующих социальной поддержки. |
| **Участники** | граждане и юридические лица всех форм собственности, общественные объединения, политические партии и движения, религиозные конфессии, в том числе и иностранные. |
| **Организация и реализация проекта** | В целях организации, подготовки и проведения проекта создается оргкомитет из числа членов местных органов власти. Оргкомитет проводит работу по привлечению к благотворительности широкого круга общественности, созданию при учреждениях образования, здравоохранения, социальной защиты населения попечительских советов, заключению договоров (соглашений) о сотрудничестве. Оргкомитет подводит итоги, готовят и предоставляют средствам массовой информации годовые и квартальные отчетыКаждый год с 20 декабря по 8 января оргкомитет проводит новогодние и рождественские благотворительные встречи, для сбора средств на новогодние и рождественские подарки и их вручение детям, находящимся в детских домах и школах - интернатах, в социальных приютах и домах ребенка, организация и проведение новогодних и рождественских праздников для детей - сирот.  |

**Приложение Р**

**Положение о Местном форуме**

*1. Общие положения*

1.1. Местный форум является общественным объединением, объединяющим граждан, общественные организации и объединения некоммерческих организаций в целях дальнейшего сохранения и укрепления социальной стабильности в районе, укрепления принципов социального партнерства, демократизации власти, упрочения институтов гражданского общества и привлечения общественных объединений к более активному участию в реализации социально – значимых программ в жизни муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район».

 1.2. Местный форум образуется на основе добровольного участия в его деятельности граждан, общественных объединений, некоммерческих организаций без образования юридического лица;

 1.3. Официальное наименование: Местный форум

 1.4. Местный Форум руководствуется в своей деятельности настоящим Положением

*2. Цели и задачи Местного форума*

 2.1. Всестороннее и комплексное рассмотрение актуальных вопросов и проблем общественной жизни муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район».

2.2. Выработка механизма формирования атмосферы толерантности, общественного согласия

2.3. Организация взаимодействия и партнерства различных секторов общества, социальных групп населения муниципального образования

2.4 Разработка предложений, принципов и механизмов формирования системы работы местной власти с лидерами социальных, общественных и профессиональных объединений граждан

2.5. Осуществление общественной экспертизы принимаемых управленческих решений, планов и программ устойчивого социально-экономического и общественно-политического развития области.

2.6. Прямое и непосредственное информирование общественности о деятельности местных властей, вовлечение лидеров и авторитетных представителей различных сфер общества в реализацию приоритетных задач общественного развития

2.7. Выявление актуальных общественных инициатив, разработка предложений по их реализации

2.8. Организация мониторинга общественно-политической ситуации на территории муниципального образования «Нижнекамский муниципальный район».

*3*.*Структура Местного форума*

Руководящим органом Местного форума является Совет созданный из числа сотрудников отдела по связям со СМИ и общественными формированиями, из государственного учреждения «Информационный центр г. Нижнекамска», а также из отдела с обращениями граждан. Задачей Совета является взаимодействие с населением, общественными и некоммерческими объединениями. Координация работы Местного форума является рассмотрение и утверждение перспективных планов работы, обсуждение хода и результатов выполнения важнейших работ.

*4. Регламент работы Местного форума*

4.1. Деятельность Местного форума осуществляется в соответствии с перспективными и текущими планами работ, определяющими основные направления деятельности, отражающими организационные формы решения поставленных задач, содержащими перечень основных мероприятий.

4.2. Один раз в квартал Местный Форум совместно с местным органом власти проводит обсуждение наиболее актуальных проблем на различных дискуссионных площадках.

4.3. Заседания Совета форума созывается по мере необходимости.

4.4. Заседание считается правомочным, если на нем присутствует более половины членов Совета.

4.5 Решения Совета принимаются простым большинством голосов присутствующих членов Совета.

4.6. Заседание Совета оформляется протоколом, который ведет ответственный секретарь.

4.7. По итогам работы Местного форума раз в год готовится отчет.

*5. Изменение и прекращение деятельности Местного форума*

5.1. Изменение деятельности Местного форума (дополнения, исключения, новая редакция) может быть осуществлено только в рамках концепции настоящего Положения.

5.2. Прекращение деятельности Местного форума может быть осуществлено по следующим основаниям: 1. исчерпание (реализация) целей и задач, определенных настоящим Положением; 2. неоднократное выполнение функций, не отвечающих целям и задачам, определенных настоящим Положение

*6. Права участников Форума*

6.1. Принимать участие во всех мероприятиях, проводимых Форумом и его структурами, вносить предложения по повестке для заседаний и рекомендаций по улучшению работы Форума

6.2. Информировать членов форума о личной позиции, а также позиции представляемого им общественного объединения, социальной группы населения по актуальным вопросам, вносить предложения

6.3. Принимать участие в голосовании с правом решающего голоса в работе Форума.

**Приложение Т**

**Анкета «Мнение население о главе муниципального образования»**

**Уважаемый житель города!**

На сегодняшний день тенденции демократизации власти привели к целому ряду существования изменений в различных сферах жизни общества, сознании и поведении людей. В обществе возникает новое отношение к власти ее понимание и представление о ней. Настоящее исследование ставит перед собой целью изучение проблемы формирования имиджа главы муниципального образования. Мнения, высказанные в ходе опроса, оглашению не подлежат и будут использованы только в общественном виде. Ваши искренние и точные ответы помогут выявит наиболее актуальные проблемы.

**Инструкция по заполнению:**

Внимательно прочитайте вопросы и варианты ответов, и обведите кружком номер того ответа, который соответствует Вашему мнению. Если ни один из ответов не совпадает с Вашим мнением, то напишите свой ответ, пожалуйста, сами.

**Заранее благодарим Вас за участие в исследовании!**

1. Как Вы относитесь к деятельности главы муниципального образования? (инструкция: проставьте по каждой строке)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Муниципальные структуры | положительно | Скорее положительно, чем отрицательно | отрицательно | Скорее отрицательно, чем положительно | Затрудняюсь ответить |
| Глава муниципального района |  |  |  |  |  |
| СМИ |  |  |  |  |  |

1. Какая информация, по Вашему мнению, преобладает в средствах массовой информации о главе муниципального образования?

 1. в основном положительная

 2. критика есть, но мало

 3. преобладание критической

1. Определите степень значимости для главы муниципального образования А. Метшина следующих характеристик (от 1 до 10) 1 – наименее значимый, 10 – наиболее значимый.

|  |  |
| --- | --- |
| Высшее образование | 1 – 2 − 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 10  |
| Знание татарского языка | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 1 0  |
| Стиль одежды | 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – 6 – 7 – 8 – 9 – 1 0 |

3. Проранжируйте качества муниципального образования в порядке их значимости для Вас

|  |  |
| --- | --- |
| Активность |  |
| Работоспособность |  |
| Опытность |  |
| Инициативность |  |
| Доброта |  |
| Корректность |  |
| Честность |  |
| Искренность |  |
| Сила |  |
| Решительность |  |
| Уравновешенность |  |
| Уверенность |  |

 4. Практически каждый день телевидение, радио, пресса сообщают о действиях А. Метшина. Если взять последние недели, то в целом какое у Вас сложилось впечатление о А. Метшине – хорошее или плохое?

 1. впечатление еще не сложилось

 2. хорошее

 3. плохое

 4.затрудняюсь ответить

 5.другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5. Какими из перечисленных качеств, по Вашему мнению, в наибольшей степени обладает Метшин как глава муниципального образования? (не более 5 ответов)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Воля, выдержка, решительность |  |  | Слабохарактерность, нерешительность |
| Ум, интеллект |  |  | Ограниченность |
| Открытость, прямота |  |  | Закрытость, не откровенность |
| Профессионализм, высокий уровень знаний |  |  | Непрофессионализм, низкий уровень знаний |
| Честность, порядочность |  |  | Нечестность, непорядочность |
| Самостоятельность |  |  | Несамостоятельность |
| Жесткость, суровость |  |  | Мягкость, доброжелательность |
| Скромность, простота |  |  | Высокомерие |
| Затрудняюсь ответить |  |  | Другое (напишите)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

1. Какие из наиболее популярных газет Вы читаете, и каким доверяете?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование газет | Читаю | Доверяю |
| Ленинская правда |  |  |
| Ваша газета |  |  |
| Нижнекамское время |  |  |
| Туган як |  |  |
| Другое |  |  |

 8. Ваш пол:

1. мужской
2. женский

 9. Возраст

1. 20-30 лет
2. 30-40 лет
3. 40-50 лет
4. свыше 60 лет

 10. Место работы:

1. промышленность
2. образование
3. медицина
4. культура
5. ЖКХ
6. правоохранение
7. торговля
8. общественное питание
9. строительство
10. транспорт
11. бытовое обслуживание
12. другое\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Приложение У**

**Квотная выборка**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | рабочий | служащий | тех. инт | непр.инт | руковод. | мун.сл. | пред пр. | студент | пенсион. | безраб/др |
| возраст | м | ж | м | ж | м | ж | м | ж | м | ж | м | ж | м | ж | м | ж | м | ж | м | ж |  |
| до 20 | 4 | 1 | 1 | 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 | 8 | 0 | 0 | 0 | 2 | 29 |
| 20-29 | 16 | 6 | 10 | 22 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 | 1 | 12 | 12 | 0 | 0 | 2 | 4 | 96 |
| 30-39 | 14 | 6 | 12 | 22 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 9 | 2 | 84 |
| 40-49 | 14 | 6 | 14 | 14 |  8 | 2 | *5* | 5 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 90 |
| 50-59 | 6 | 4 | 8 | 10 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0 | 0 | 5 | 8 | 1 | 1 | 59 |
| 60 и > | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 13 | 22 | 0 | 1 | 42 |
| **итого** | 56 | 24 | 46 | 74 | 16 | 8 | 11 | 13 | 12 | 4 | 4 | 6 | 11 | 9 | 20 | 20 | 18 | 30 | 6 | 12 | 400 |
| всего | 80 чел | 120 чел | 24 чел | 24 чел | 16 чел | 10 чел | 20 чел | 40 чел | 48 чел | 18 чел |  |