

УДК 39.019.5

## ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПОСТРОЕНИЮ ИМИДЖА ГЛАВЫ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН ХАМИТОВА РУСТЕМА ЗАКИЕВИЧА

Еникеев Тимур Маратович

Магистрант

Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики

Башкортостан, г.Уфа

**Аннотация.** Данная научная статья описывает основные понятия имиджа, как исторически складывалось и реализовывалось понятие имиджа. Так же научная статья описывает текущий принцип формирования имиджа главы республики Башкортостан Хамитова Рустэма Закиевича. На примере высказываний главы республики Башкортостан связанных с реализацией объектов экономической деятельности, демонстрируются действия направленные на поддержание имиджа главы субъекта.

**Ключевые слова:** Имидж, Башкортостан, глава субъекта, Хамитов Рустэм Закиевич

Слово «имидж» происходит от английского понятия «представление», «образ». «Под имиджем в общепринятом смысле понимается впечатление, производимое конкретным человеком либо компанией, организацией, на окружающих. Обычно слово «имидж» применяют именно к людям» [1].

С понятием «имидж» большинство из нас встречались не раз. Чаще всего под ним подразумевается внешний вид, облик. «Этот термин может распространяться на большое количество объектов и явлений, которые так или иначе воспринимаются людьми и оставляют свой след в их сознании. Это могут быть отдельные личности, некоторые социальные группы, организации, товары широкого потребления, торговые марки и пр. Применительно к личности руководителя это понятие можно определить следующим образом: имидж — это целостный непротиворечивый образ руководителя в сознании окружающих, соответствующий целям, нормам, ценностям, принятым в целевой группе, и ожиданиям, предъявляемым членами группы к руководителю» [2].

В подтверждение того, что политики всегда стремились облагородить свой облик, обычно приводят в пример Юлия Цезаря, который «чтобы замаскировать недостаток волос, обычно зачесывал их с темени на лысину, а из всех почестей, декретированных ему сенатом и народом, ничего не принял и не использовал с таким удовольствием, как право постоянно носить лавровый венок» [3].

«Действительно, таким – с зачесанными на лоб волосами или в лавровом венке – запечатленный в скульптурных портретах образ Цезаря дошел до наших дней» [3]. Следует отметить, что классификации имиджа политика разрабатывались на базе общих и специальных оснований по критериям сходства и различия. При классификации по свойствам, выражающим индивидуальные качества субъекта – прообраза имиджа, принято выделять три большие группы: – индивидуальный имидж, которому соответствует индивидуальный субъект имиджа (человек). Иначе говоря, индивидуальный имидж – это имидж человека, в противоположность имиджу группы, организации, предмета; – коллективный имидж, которому соответствует коллективный субъект имиджа.

Однако, возвращаясь от примеров политиков античности к современным деятелям региональной власти, представляется необходимым обратиться к рассмотрению имиджа главы республики Башкортостан (РБ) Рустэму Хамитову. Свой имидж глава субъекта строит, ориентируясь на своего «внутреннего клиента», как это было обозначено в статье «Развитие и поддержка имиджа Главы республики Башкортостан Хамитова Р.З.»

Р.З. Хамитов в преддверии выборов глав регионов активно участвует в экономической и социальной жизни республики. Так, в рамках рабочих поездок Рустэм Хамитов ознакомливаться с ходом строительства автомобильной газонаполнительной компрессорной станции (АГНКС-1) в Сибее. Для поддержания имиджа все знающего руководителя, который «держит руку на пульсе», были проведены встречи с работниками промышленного объекта. Так, исполняющий обязанности заместителя генерального директора по производству ООО «Газпром трансгаз Уфа» Павел Романенков отметил, что сибайская АГНКС – первая из шести запланированных в рамках республиканской программы по развитию рынка газомоторного топлива.

Таким образом, налицо «разрыв» между формируемым имиджем и реально воспринимаемым, что влечет за собой определенные негативные последствия для главы региона, когда возникнет вопрос о его переназначении.

### **Список литературы:**

1. Самыгин С.И., Столяренко Л.Д. Менеджмент персонала. - М.: Зевс, 2012.-С. 180.
2. Пушкарёва Г. В. Политический менеджмент. - М.: Дело, 2017. – С. 81.
3. Гай Светоний Транквилл. Жизнь 12-ти Цезарей. – М.: АСТ, 2012. – С. 301.
4. Колоскова Мария. Внутренний и внешний имидж руководителя региона // Научно-практический журнал «Персонал-микс», 2018. - №6.
5. Кэссон Г. Как завоевать престиж. (Настольная книга бизнесмена и политика). - М.: Агентство «ФАИР», 2012.

6. Китов А.И. Экспериментальное исследование процесса руководства / Сборник аналитических материалов. –СПб.: Питер, 2017.
7. Официальный сайт Главы республики Башкортостан. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://glavrb.ru/bash/>. – Дата обращения: 25.08.2018.
8. Официальный сайт Правительства республики Башкортостан. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://govrb.ru/bash/>. – Дата обращения: 25.08.2018.