

УДК 32.019.51; 323.232

Е.А. Кулеш

**ОБРАЗ РЕГИОНАЛЬНОГО ЛИДЕРА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ:
СПЕЦИФИКА КОНСТРУИРОВАНИЯ**

Рассматриваются основные особенности конструирования образа регионального политического лидера в России 2008–2010 гг. Дается интерпретация образа на основе анализа рейтингов ведущих информационных агентств и консалтинговых компаний.
Ключевые слова: образ, лидер, конструирование, рейтинг, центр, регион.

Образ политического лидера в современной России остается не только одним из актуальных направлений в политических исследованиях (школа Е.Б. Шестопал), но и приобретает новые очертания для анализа. Политический лидер является фигурой публичной, а потому привлекает к себе огромное внимание со стороны населения, СМИ, экспертов. В современном мире центральным становится создание необходимого лидерского образа, его конструирование для положительного восприятия лидера населением, будущими избирателями. Большинство исследователей образ понимает как отражение объективной действительности. Политический образ в этом случае – отражение реальных характеристик объекта восприятия. Представители данного подхода в понимании образа противопоставляют понятию образ понятие имидж. Имидж – это специально сконструированное и растиражированное отражение личности политика [1. С. 13]. Имидж создается в единственно правильном варианте, но воспринимаемый образ тем не менее может не соответствовать создаваемому имиджу. Поэтому главным в исследовании образа политического лидера становится проблема восприятия населением этого политического лидера. Д.А. Леонтьев так разграничивает понятия образа и имиджа: «Образ есть всегда, образ всегда можно диагностировать и описать – точно и разносторонне... Имидж – это навешивание совершенно конкретных ассоциаций и намеков» [2. С. 22].

Такому объективистскому подходу противостоит конструктивистский взгляд на политику, основанный на традиции социальной феноменологии А. Шюца. В соответствии с этим подходом любая реальность социально конструируется. Жизненный мир каждого человека состоит из целого ряда реальностей, где каждая из них интерпретируется человеком в соответствии с заданными моделями. Значит, описание индивидуального восприятия не может соответствовать объективной действительности [3. С. 72]. А образ в данном случае не противопоставляется имиджу, так как ни образ, ни имидж не являются отражением объективной действительности. Образ мира политики, политического лидера также искусственно сконструирован. То есть понятия образа и имиджа тождественны. В работе мы будем придерживаться определения образа как искусственно сформированного и символического. Образ сознательно конструируется внутри уже существующей реальности, которая

также конструируется, приобретая черты виртуальности. Виртуальная реальность состоит из симулякров – явлений, предметов, имитирующих другие явления и предметы с определенной целью. В современной политике симулякрами являются образы, которые формируют пространство политики, ее новую реальность. Итак, мы, вслед за В. Емелиным, под «виртуальной реальностью» будем понимать искусственно созданное пространство симулякров [4].

Субъективный мир сам по себе дополняют информационно-коммуникационные технологии, ставшие неотъемлемой частью жизни общества современной страны. Именно постмодерн отличается первостепенной ролью СМК в обосновании легитимности власти. Конструируя образ политического лидера, СМК ставят «политическую судьбу» политика в прямую зависимость от своей деятельности. Такая постсовременная реальность является виртуальной, однако все образы, транслируемые с телеэкранов, «представляют собой реальные сущности» [5. С. 34]. В виртуальной реальности образы-символы вступают в отношения друг с другом.

Конструирование образа осуществляется в условиях виртуальной реальности, которая образовалась благодаря средствам массовой коммуникации, в первую очередь телевидению, а также глобальной сети Интернет. Интернет с каждым днем играет все большую роль в политической жизни страны. С одной стороны, виртуальная реальность искусственно создана с помощью достижений технического прогресса. С другой – виртуальная реальность стала неотъемлемой частью жизни едва ли не каждого человека. Речь идет обо всех уровнях общественной и политической жизни страны. Отношения политиков разного ранга друг с другом для населения страны представляются на экране телевизора и все чаще в сети Интернет. Теперь и политики настолько привыкли общаться с населением страны, региона, используя средства высоких технологий, что у нас не возникает сомнений в действительности и реальности происходящего. Картинка на экране телевизора, монитора компьютера, показывающая политического лидера, его деятельность, усиливает образ-знание о данном политике. По словам Ги Дебора, «вся жизнь обществ, где господствуют современные условия производства, проявляется как необъятное нагромождение спектакля» [6. С. 23]. В ходе спектакля политик репрезентирует себя, свой образ зрителям – населению. Спектакль как процесс коммуникации по большей части имеет одностороннее направление. В ходе репрезентации политический лидер представляет содержание направления своей деятельности. Что касается образа политического лидера вообще, то здесь есть важное замечание. Во-первых, такой образ, как бы положительно или отрицательно он ни воспринимался, является конструктом и не отражает объективную реальность. Лидер репрезентирует в таком образе лишь те символы, которые необходимы для поддержания своего рейтинга доверия.

Цель данной работы – выделить специфические черты конструирования образа регионального политического лидера современной России. Первоначальной задачей в достижении поставленной цели мы видим обозначение особенностей отношений между Центром и регионами. Так, по нашему предположению, заданный в 2004 г. новый вектор отношений в первую очередь влияет на позиционирование глав регионов перед населением своего региона и перед федеральной властью.

Модели отношений центра и регионов, по Р. Ф. Туровскому, предстают в четырех вариантах: «сильный центр – слабые регионы», «сильный центр – сильные регионы», «слабый центр – сильные регионы», «слабый центр – слабые регионы» [7. С. 82]. В 1990-х гг. моделью взаимоотношений утвердился третий вариант. Основными задачами для региональных лидеров являлось усиление позиций региона, а также активизация процесса регионализации через формирование региональной идентичности. Личностный образ – образ лидера был одним из аспектов формирования этой групповой идентичности. То есть образ регионального лидера мог стать важным элементом формирования и воспроизводства групповой идентичности, так как репрезентировал «коллективную субъектность этой самой группы» [8. С. 27]. А политик в контексте осуществления своей деятельности на уровне региона стремится выступать в первую очередь как представитель региональной общности. Ставят ли в настоящее время региональные лидеры перед собой такие задачи? Или они являются собой представителя не региональной общности, а, скажем, социально-профессиональной?

Время реформ В. Путина и Д. Медведева заставило региональные элиты, и в первую очередь региональных лидеров, переосмыслить свои стратегии поведения. Данное обстоятельство способствовало приобретению региональными лидерами новой политической идентичности. Кроме того, поменялась и модель взаимодействия с центром. Теперь она представляет собой, скорее, вариант «сильный центр – слабые регионы». Тем не менее при такой модели отношений федеральной власти не удалось выстроить систему «Центр – регионы», которая базировалась бы на «универсальных основаниях». Взаимодействие федеральной и региональных властей все больше стало реализовываться путем неформальных связей, в результате главы регионов были выведены из публичной политики и стали «агентами влияния публичной политики» [9. С. 143]. Последнее обстоятельство и является определяющим в выявлении основ конструирования образа регионального лидера. Поясним наше утверждение: требования к образу губернатора в современной России предъявляет не население того или иного региона, а глава государства. Вследствие того, что руководитель региона наделяется полномочиями по представлению президента России, он должен соответствовать всем требованиям последнего. Каким образом конструируется лидерский образ регионального руководителя в условиях виртуализации политического пространства? Лидерский образ (или образ лидера, в нашем случае понятия тождественны) должен, во-первых, привлекать внимание СМК (как центральных, так и региональных), руководитель позиционируется, получая при этом высокую оценку своей деятельности. Во-вторых, он должен соответствовать проводимой политике федерального центра (с момента руководства страной Д.А. Медведевым одним из главных акцентов стало направление модернизации, инновационной экономики).

Источниками данного исследования являются рейтинги ИА REGNUM, «Независимой газеты», Фонда «Петербургская политика» и «Клуба регионов», фиксирующие деятельность руководителей регионов, а также рейтинг инвестиционной привлекательности регионов, предоставляемый рейтинговым агентством «Эксперт». Основное внимание в работе уделяется рейтингу

«Независимой газеты» в силу того, что именно этот рейтинг, по нашему мнению, показывает степень влияния региональных руководителей на региональном и федеральном уровнях. Все рейтинги служат не только «замами» лидерского образа (руководителей региона, субъекта РФ), но и инструментом по его конструированию. Иначе можно сказать, что рейтинг – это конструкт конструкта. Во-первых, рейтинг уже является симулякром, представляя деятельность политиков регионального уровня. Во-вторых, в такой ситуации от рейтинга зависит существование других симулякромов – образов региональных политических лидеров. Руководитель региона, имеющий высокую оценку, индекс благоприятного упоминания, получает «в собственность» образ лидера. При этом количество упоминаний в центральных СМИ о руководителе региона пропорционально количеству упоминаний о регионе, его значимости в политической системе страны. Данное утверждение подтверждает анализ всех упомянутых рейтингов за предыдущие три года (мы берем годы руководства страной Д.А. Медведевым: с 2008 по 2010 г.). И здесь понятны первые места в ТОП-40 ИА REGNUM [10]. В этом рейтинге с большим отрывом лидирует мэр Москвы (ранее Ю. Лужков, сейчас С. Собянин). Объяснимы и обладатели следующих первых девяти мест в данном рейтинге: В. Матвиенко, Р. Кадыров, В. Шанцев, А. Мишарин, Б. Громов, А. Ткачев, А. Тулеев, Ю. Евкуров и С. Дарькин. Все названные руководители представляют ключевые для государства регионы: города федерального значения, промышленные центры страны, пограничные территории и национальные республики Северного Кавказа, поддержка которых является стратегической для федерального центра. Высокие позиции этих руководителей совпадают и в другом рейтинге – лучших лоббистов России среди региональных руководителей [11]. Такой рейтинг-лист, так же как и предыдущий, составляется экспертами, которые выставляют каждому руководителю оценку от 0 до 5. В соответствии с полученной оценкой рейтинг ТОП-25 делит лоббистов на три группы: с очень сильной эффективностью, сильной и средней эффективностью. Как правило, первые места ТОП-40 ИА REGNUM и ТОП-25 «Независимой газеты» принадлежат одним и тем же региональным руководителям. По итогам 2010 г. произошло три несовпадения из десяти: деятельность А. Мишарина, Б. Громова и С. Дарькина не была признана как «очень сильно эффективная». Их место заняли А. Якушев, Р. Абрамович (портфельный инвестор), В. Позгалева. Оценки, выставляемые главам регионов Фондом «Петербургская политика» и «Клубом регионов», только подтверждают наше предположение. Рейтинг политической выживаемости, хотя и имеет целью прогнозирование дальнейшей кадровой политики федеральной власти в отношении губернаторского корпуса, представляет интерес с точки зрения объяснений экспертами своей позиции в выставлении той или иной оценки. По итогам последнего опубликованного, седьмого, рейтинга Фонда «Петербургская политика» почти все региональные руководители, возглавляющие первые два рейтинга, получили оценки «4». При этом одним из доводов в пользу того или иного руководителя стала его популярность среди населения региона. Также важными показателями в выставлении оценок этим региональным лидерам были благоприятная экономическая ситуация, контроль над местными элитами, поддержка со стороны федеральной

власти. Исключения составили Б. Громов, В. Матвиенко. Правда, аргументы в пользу этих политических деятелей представляются достаточно весомыми: контроль в регионе, а также способность сохранить власть, несмотря на многочисленные конфликты [12].

В течение трех лет рейтинги возглавляют практически одни и те же региональные лидеры, при этом изменения касаются нижней части рейтингов. Проанализируем рейтинг лоббистов-региональных лидеров с марта по декабрь 2008 г., первого года руководства страной Д.А. Медведевым. Первые семь-восемь мест в ТОП-25, то есть это те лидеры, которые обладают очень сильной эффективностью, занимают Ю. Лужков, В. Матвиенко, А. Тулеев, М. Шаймиев, А. Ткачев, Р. Абрамович, Э. Россель, А. Хлопонин. Названные лидеры не только возглавляют стратегические регионы страны, они еще являются политическими старожилками, возглавляющими свои регионы более десяти лет. Можно отметить, что данные региональные лидеры относятся к разряду тех руководителей, которые сумели достаточно успешно приспособиться к новому политическому режиму.

Успешность лидеров ТОП-25 2008 г. подтверждали второй и третий рейтинги выживаемости. Так, во втором рейтинге из 25 лоббистов-региональных лидеров «3» получили В. Сердюков (сильная эффективность), Г. Босс и Е. Строев (средняя эффективность). Однако они, как и все лидеры ТОП-25, в течение отчетного периода (март 2008 г. – октябрь 2008 г.) занимают высокие места в рейтингах ИА REGNUM по количеству сообщений в центральных и региональных СМИ, по Индексу информационного благоприятствования. В среднем, каждый месяц из обладателей мест в ТОП-25 попадают 18–22 человека. В основном это касается региональных лидеров лоббистов «средней эффективности» – Е. Строева, Д. Зеленина, В. Ишаева, В. Штырова, Ю. Нелова.

Отмеченная динамика позиций региональных лидеров в рейтингах сохраняется и в 2009–2010 гг. Об эффективности деятельности лидеров мы можем судить по сводному рейтингу лоббистов 2008–2010 гг. (таблица)

Для составления такой таблицы мы каждый месяц с марта 2008 г. по декабрь 2010 г. проставляли определенное количество баллов за попадание в рейтинг «Лоббистов-региональных лидеров» (25 баллов – 1-е место в рейтинге, 1 балл – 25-е место и т.п.). В результате мы вслед за информационными агентствами наглядно продемонстрировали тех региональных лидеров, которые способны решать задачи региона на федеральном уровне. Как мы уже говорили, именно неформальные связи с органами центральной власти могут дать региону существенные дивиденды на собственное развитие. Значит, в современной России региональному лидеру предъявляются следующие основные требования: в отличие от необходимости представлять региональную общность в 1990-х гг., современный региональный лидер должен быть встроены в вертикаль власти. При этом важно сохранять баланс отношений с федеральной властью и эффективностью управления регионом. То есть на настоящий момент среди региональных лидеров преобладает организационная модель лидерства [13, 14], которая демонстрирует направленность лидера на

Таблица. Сводный рейтинг региональных лидеров-лоббистов

№ п/п	Ф.И.О. (регион)	2008 г.	2009 г.	2010 г.	Итого баллов	Место
1	Матвиенко В.И. (Санкт-Петербург)	242	290	296	828	1
2	Ткачев А.Н. (Краснодарский край)	226	268	293	787	2
3	Лужков Ю.М. (Москва)	248	297	186/ –	731	3
4	Тулеев А.М. (Кемеровская область)	218	265	262	745	4
5	Якушев В.В. (Тюменская область)	177	215	253	645	5
6	Абрамович Р.А. (Чукотский АО, портфельный инвестор)	142	250	239	631	6
7	Кадыров Р.А. (Чеченская Республика)	147	222	256	625	7
8	Позгалев В.Е. (Вологодская область)	148	182	203	533	8
9	Шаймиев М.Ш. (Республика Татарстан)	220	255	20/ –	465	9
10	Шанцев В.П. (Нижегородская область)	124	145	170	439	10
11	Хлопонин А.Г. (Красноярский край)	189	218	–	407	11
12	Артяков В.В. (Самарская область)	113	118	175	406	12
13	Громов Б.В. (Московская область)	128	86	152	366	13
14	Россель Э.Э. (Свердловская область)	184	142/ –	–	326	14
15	Рахимов М.Г. (Республика Башкортостан)	146	117	49/ –	312	15
16	Евкуров Ю.Б. (Республика Ингушетия)		68	215	283	16–17
17	Федоров Н.В. (Чувашская Республика)	95	136	52	283	16–17
18	Сердюков В.П. (Ленинградская область)	86	43	132	261	18
19	Дарькин С.М. (Приморский край)	42	73	143	258	19
20	Боос Г.В. (Калининградская область)	68	121	58/ –	247	20
21	Шгыров В.А. (Республика Саха (Якутия))	74	77	52	203	21
22	Филиппенко А.В. (Ханты-Мансийский АО)	73	90	–	163	22
23	Неелов Ю.В. (Ямало-Ненецкий АО)	101	178	17/ –	118	23
24	Мишарин А.С. (Свердловская область)			106	106	24
25	Минниханов Р.Н. (Республика Татарстан)			–/91	91	25
26	Шпорт В.И. (Хабаровский край)		12	78	90	26
27	Кресс В.М. (Томская область)	1	16	63	80	27
28	Собянин С.С. (Москва)			–/75	75	28
29	Илюмжинов К.Н. (Республика Калмыкия)	9	11	54/ –	74	29
30	Хамитов Р.З. (Республика Башкортостан)			–/65	65	30
31	Толоконский В.Н. (Новосибирская область)	17	24	12/ –	53	31
32	Мезенцев Д.Ф. (Иркутская область)		4	37	41	32
33	Ишаев В.И. (Хабаровский край)	32	6/ –	–	38	33
34	Зязиков М.М. (Республика Ингушетия)	29	–	–	29	34–35
35	Зеленин Д.В. (Тверская область)	9	5	15	29	34–35
36	Дудов Н.Н. (Магаданская область)			28	28	36
37	Юревич М.В. (Челябинская область)			26	26	37–38
38	Кузнецов Л.В. (Красноярский край)			–/26	26	37–38
39	Строев Е.С. (Орловская область)	20	–	–	20	39
40	Гениатулин Р.Ф. (Забайкальский край)			17	17	40
41	Полежаев Л.К. (Омская область)			13	13	41
42	Маркелов Л.И. (Республика Мари Эл)			10	10	42
43	Катанандов С.Л. (Республика Карелия)		4	5	9	43
44	Карлин А.Б. (Алтайский край)		7		7	44
45	Бердников А.В. (Республика Алтай)			5	5	45

выполнение поставленных задач. В период руководства страной Д.А. Медведевым основным направлением является модернизация страны, ее экономики. Высокие рейтинги региональных лидеров, как правило, гарантируют привлекательность представляемых ими регионов для инвестиций. Отметим, что обе переменные (рейтинг лидера и региона) взаимосвязаны. От высокой привлекательности региона для инвестиций популярность регионального лидера поднимается. Так, вслед за улучшением позиций в рейтинге инвестиционной привлекательности в 2010 г. [15] Калужской (+12 позиций), Рязанской (+18), Тверской (+32) областей произошло резкое увеличение количества благоприятных сообщений в центральных СМИ у лидеров этих областей – А.Д. Артамонова (+7 позиций), О.И. Ковалева (+12 позиций) и Д.В. Зеленина (+12 позиций). Обратная динамика наблюдается в отношении регионов и их лидеров, которые были признаны «худшими». Ни один из региональных лидеров не вошел в ТОП-40 ИА REGNUM по итогам декабря 2010 г., при этом в ноябре 2010 г. занимавших высокие места (губернаторы Калининградской, Омской, Новосибирской областей, Алтайского края) [16].

Получается, что о действительном и действенном лидерстве регионального лидера мы можем говорить благодаря вышеупомянутым рейтингам, так как прежний способ определения лидерства – его переизбрание на пост населения – отсутствует. Существует только позиционирование регионального лидера в СМИ, которое основной целью имеет выполнение требований президента к губернаторам.

В связи с упомянутыми преобразованиями в политической системе и благодаря различным рейтингам региональных руководителей выделим несколько особенностей в конструировании образа лидера региона. Первая особенность заключается в том, что конструирование образа происходит в первую очередь не для населения своего региона, как это было в 1990-е – начале 2000-х гг., а для поддержания своего статуса в глазах президента – человека, от которого зависит карьера лидера. Например, губернатор Томской области, помимо сайта, заводит видео-блог, стараясь соответствовать требованиям к современному руководителю региона. Хотя говорить о чрезмерном старании глав регионов в данном направлении не приходится. Так, из двенадцати глав регионов СФО¹ только у четырех (Л. Полежаева, В. Кресса, В. Наговицына и В. Зимина) имеются полноценные, хорошо разработанные сайты. Остальные ограничиваются ссылкой на биографию на сайте администрации региона, в редких исключениях – на сайте существует возможность написать губернатору. Одним из таких руководителей является губернатор Кемеровской области, известный острыми высказываниями в свое время в адрес федеральной власти, который до сих пор не заводит собственный сайт. Тем не менее он остается не только одним из самых упоминаемых региональных руководителей, но и входит в ТОП-25 региональных политиков-лоббистов, причем в течение 2008–2010 гг. занимая место не ниже седьмого. Это, в свою очередь, указывает на признание губернатора Тулеева лидером. А лидерский образ поддерживается через прямое общение со СМИ.

¹ Паспорта субъектов Российской Федерации Сибирского федерального округа: <http://www.sibfo.ru/passport/region.php>

Второе – конструируется образ все же и для населения, через каналы СМК. Все дело в том, что региональный руководитель не может полностью игнорировать ожидания населения региона и их политические предпочтения. В силу этого происходит естественное каждодневное явление главы региона в СМИ и информационных агентствах. Как мы уже говорили, в средствах массовой информации котируются те региональные лидеры, чьи регионы высоко стоят в негласном рейтинге популярности, прибыльности для государства в целом. Именно руководители таких регионов чаще всего попадают в сводки информационных агентств и т.п. Причем совершенно не важно, что только что назначенные главы регионов (Татарстана и Свердловской области) еще не успели доказать свое лидерство, как его привыкли понимать. Важно то, что такие лидеры пользуются поддержкой своего предшественника и президента. Главы Татарстана и Свердловской области Р. Минниханов и А. Мишарин с первого месяца назначения на пост главы региона занимают высокие места среди лидеров-лоббистов, имеют большое количество упоминаний в СМИ. Это еще раз подтверждает наше предположение о том, что центральным в определении регионального лидерства является соответствие действиям федеральной власти. Образы региональных руководителей конструируются так, чтобы лидерскими были лишь те, которые успешно взаимодействуют с руководством страны (в основном путем неформальных связей). «Образ» нужен региональному лидеру отнюдь не для поддержания региональной идентичности у населения, а в первую очередь для стабильности собственного статуса. Получается, конструирование политической реальности выполняет важные задачи в функционировании политической системы страны в целом, становясь инструментом в руках руководства.

Литература

1. Шестопал Е.Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования // *Образы государств, наций и лидеров*. М.: Аспект Пресс, 2008. С. 8–24.
2. Леонтьев Д.А. От образа к имиджу. Психосемантический брендинг // *Реклама и жизнь*. 2000. № 1. С. 19–22.
3. Щербинина Н.Г. Политический образ и имидж: соотношение понятий // *Политический маркетинг*. 2010. № 4. С. 71–78.
4. Щербинина Н.Г. Конструирование виртуальной реальности и героический брендинг политического товара // *Политический маркетинг*. 2009. № 2. С. 34–57.
5. Емелин В. Виртуальная реальность и симулякры. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.geocities.com/emelin_vadim/virtual.htm
6. Дебор Ги. Общество спектакля. М.: Логос, 2000.
7. Туровский Р.Ф. Центр и регионы: проблемы политических отношений. М.: ГУ ВШЭ, 2006.
8. Нечаев В.Д. Региональный миф в политической культуре современной России. М., 1999.
9. Чирикова А.Е. Региональные элиты России. М.: Аспект Пресс, 2010.
10. *Топ 40 глав регионов РФ* по количеству сообщений в центральных СМИ // Совместный проект ИА REGNUM и компании «Медialogия»: главы регионов в СМИ в 2010 году. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.regnum.ru/news/medialogia/1367864.html>
11. *Лучшие лоббисты России – декабрь и итоги 2010 года* // «Независимая газета». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ng.ru/ideas/2011-01-26/5_lobbi.html
12. *Седьмой рейтинг политической выживаемости губернаторов* // Фонд «Петербургская политика», Коммуникационный холдинг «Минченко консалтинг». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fpp.spb.ru/rate7.php>

13. *Кудряшова Е.В.* Лидер и лидерство. Исследования лидерства в современной западной общественно-политической мысли. Архангельск, 1996.
14. *Ратманова Е.В.* Политическое лидерство в России: стиль управленческой деятельности: автореф. дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02. Ярославль, 2009. 25 с.
15. *Горбунов А.* Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России 2009–2010 гг. // Рейтинговое агенство ЭКСПЕРТ РА. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.raexpert.ru/editions/bulletin/rating_invest_2010.pdf – 20 декабря 2010
16. *Топ 40 глав регионов РФ* по количеству сообщений в центральных СМИ // Совместный проект ИА REGNUM и компании «Медialogия»: главы регионов в СМИ в 2010 году. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.regnum.ru/news/medialogia/1367864.html>