

Ирбитская районная территориальная избирательная комиссия

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КОМИССИИ



**Методическое пособие для членов участковых
избирательных комиссий**

г.Ирбит
2019 год

Методическое пособие «Формирование имиджа избирательной комиссии» подготовлено Ирбитской районной территориальной избирательной комиссией в рамках Основных мероприятий по реализации Программы Избирательной комиссии Свердловской области «Повышение правовой культуры граждан, обучение организаторов и участников избирательного процесса» на 2017– 2019 годы» на 2019 год.

Пособие поможет подчеркнуть определенные качества и характеристики избирательных комиссий, способные оказывать воздействие на отношение граждан к институту выборов и служить укреплению известности и положительному восприятию избирательных комиссий обществом, и может быть использовано для обучения членов участковых избирательных комиссий и резерва их составов.

Ответственный за выпуск: Т.М.Дягилева, председатель Ирбитской районной территориальной избирательной комиссии.

1. Понятие имиджа избирательной комиссии

В процессе формирования доверия к институту выборов в России все большее значение приобретает восприятие избирательных комиссий в общественном сознании. Рост числа избирательных споров, борьба за влияние внутри избирательных комиссий, перевод правовых вопросов в сферу политических стали повседневной реальностью в деятельности избирательных комиссий всех уровней. Зачастую всевозможные избирательные неурядицы не остаются незамеченными, выливаясь в СМИ и становясь достоянием общественности, формируя общественное мнение.

Восприятие избирательных комиссий обществом напрямую связано с теми представлениями, которые сформировались о них в массовом сознании. Если обратиться к любому человеку с вопросом «Что для Вас избирательная комиссия?», то ответ будет содержать словесное выражение образа, который присутствует в сознании избирателя.

Имидж (от англ. image — образ, подобие) **избирательной комиссии** — это представления, сложившиеся в индивидуальном и массовом сознании об избирательной комиссии.

Поскольку имидж — это категория, складывающаяся из отношения к чему-либо или кому-либо, то он способен оказывать влияние на взаимодействия между людьми и организациями, а, следовательно, и на поведение людей.

Имидж является одновременно **концентрированным и многосторонним**. С одной стороны, он содержит достаточно компактные представления о чем-либо или ком-либо, которые могут быть выражены в одной фразе. С другой стороны — это целый ряд ассоциаций, эмоций, чувств, мыслей, которые возникают у человека при упоминании о том или ином предмете. Кроме того, имидж имеет свойство быть **положительным и отрицательным** в зависимости от вызываемых эмоций и затрагиваемых ценностей.

Имидж избирательных комиссий является **публичной категорией**, поскольку предназначен для массового восприятия участниками избирательного процесса. Публичный характер имиджа обусловлен тем, что с избирательными комиссиями вплотную взаимодействует ограниченное количество людей, которые обоснованно могут судить об их деятельности. Большинство же избирателей формируют свое мнение об избирательных комиссиях только приходя на избирательные участки.

Между тем необходимо адекватное восприятие избирательных комиссий всеми участниками избирательного процесса. Смысл имиджа избирательных комиссий заключается в доступности компактных представлений о них и их деятельности широкому кругу лиц.

Целью имиджа избирательных комиссий является актуализация, подчеркивание их определенных качеств и характеристик, способных оказывать воздействие на отношение граждан к институту выборов, а также

служить укреплению известности и положительному восприятию избирательных комиссий обществом.

Имидж не появляется сам по себе и ниоткуда. Он всегда является отражением предмета и создается из определенных составляющих и факторов, воздействие которых и определяет результат. Именно поэтому так важно не пускать на самотек построение имиджа, который может сформироваться стихийно и не всегда соответствовать тем целевым установкам, которые стоят перед избирательными комиссиями. Поэтому одной из основных задач избирательных комиссий должно стать управление имиджем и его последовательное формирование в процессе информационно-разъяснительной деятельности избирательных комиссий.

Работа по формированию имиджа избирательных комиссий должна быть связана с расширенным и многомерным описанием её портрета, каким он должен быть увиден и воспринят той аудиторией, которой адресован.

Исходным посылом для конструирования имиджа должна стать общая концепция деятельности избирательных комиссий, функции, цели и задачи, которые избирательные комиссии должны выполнять в соответствии с действующим законодательством и их миссией как независимых органов по организации и проведению выборов.

2. Основные составляющие имиджа избирательной комиссии

Имидж любой избирательной комиссии состоит из **четырёх основных составляющих**:

1. функциональной
2. интерактивной
3. личностной
4. внешней.

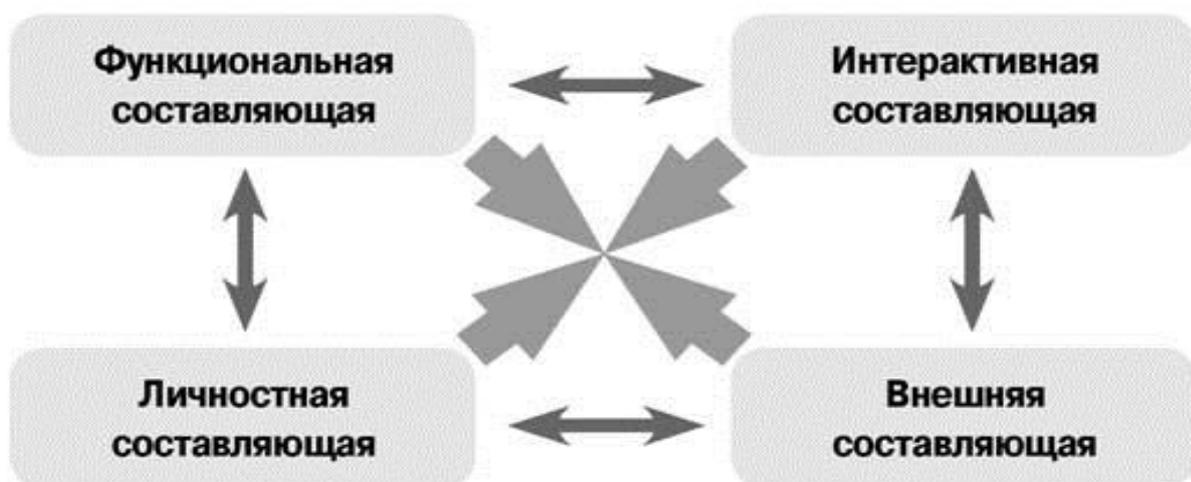


Рис. 1. Основные составляющие имиджа избирательной комиссии

2.1 Функциональная составляющая имиджа избирательной комиссии

Эта составляющая имиджа избирательных комиссий по праву **является основной**, поскольку она задает тон восприятия избирательных комиссий обществом, исходя из их предназначения.

Избирательные комиссии на всем протяжении своей деятельности декларируют и выполняют определенные функции, достигают реализации целей и задач, которые им предписаны избирательным законодательством и диктуются российской политической системой.

На практике они приобретают форму управленческих решений и мероприятий, соответствующим образом воспринимаемые отдельными избирателями и обществом в целом. На этой основе формируется общественное мнение об избирательных комиссиях.

Работа, которую осуществляет избирательная комиссия, и выполняемые ею функции, определяют представления и мнения о ней. Последовательно формируя свой имидж, избирательной комиссии необходимо четко определить, какие стороны своей деятельности следует прежде всего актуализировать и подчеркнуть.

Один из наиболее популярных предвыборных лозунгов «Судите по конечному результату» является некоторой аналогией функциональной составляющей имиджа.

Актуализация имиджа должна исходить из проблем, с которыми избирательная комиссия сталкивается в своей работе. Одна из ключевых проблем избирательного процесса — это распространение так называемых «грязных» избирательных технологий. Поэтому если избирательная комиссия намерена представлять себя как основного субъекта проведения «чистых» выборов, то для закрепления этого имиджа в массовом сознании необходимо реализовать ряд отвечающих этой черте имиджа мероприятий, в том числе через СМИ. В качестве таковых могут выступать:

- выступления в коллективах, проведение пресс-конференций, в ходе которых избирательная комиссия открыто обозначает свою позицию о том, что она будет стоять на принципах соблюдения закона и недопустимости применения «грязных» избирательных технологий;

- публикации в СМИ, осуждающих с позиций этики «грязные» методы ведения избирательных кампаний и т.д;

- активное взаимодействие с другими участниками избирательного процесса (кандидатами и их доверенными лицами, наблюдателями, членами избирательных комиссий с правом совещательного голоса и др.), разъяснение порядка осуществления избирательных действий, достижение договоренности о недопустимости его нарушения всеми сторонами.

Подобные элементы позиционирования успешно реализуются Центральной избирательной комиссией Российской Федерации, неоднократно заявляющей, что контроль за порядком проведения избирательных кампаний, их финансирования, пресечения любых попыток подкупа избирателей должны быть в центре внимания избирательных комиссий и правоохранительных

органов; что законодательство не только не мешает бороться с этим явлением, а наоборот, дает достаточную правовую базу, нужна только политическая воля и профессионализм в этой работе со стороны комиссий и правоохранительных органов.

При этом актуализирован имидж избирательных комиссий как организаций, призванных стоять на страже закона и требовать от участников избирательного процесса соблюдения установленных правил. Одновременно сделан акцент на угрозу применения санкций к нарушителям со стороны правоохранительных органов, что также служит укреплению имиджа избирательных комиссий в вопросах соблюдения избирательного законодательства.

2.2 Интерактивная составляющая имиджа избирательной комиссии

Интерактивная составляющая имиджа избирательных комиссий раскрывает его суть через постоянное общение и непосредственное взаимодействие с основными участниками избирательного процесса, в ходе которого формируются представления об избирательных комиссиях.

Формирование имиджа в этом случае основывается на всех возможных видах взаимодействия, начиная от подачи кандидатами документов на регистрацию, проверкой подписей, заканчивая процессом голосования. От того, как организован этот процесс, как происходит общение, как складываются отношения членов избирательных комиссий с другими участниками избирательного процесса во многом будет зависеть их восприятие и, в конечном итоге, имидж избирательных комиссий.

В этой связи членам избирательных комиссий следует с особым вниманием относиться к **соблюдению норм профессиональной и деловой этики**, не допускать некорректного поведения в отношении кандидатов, их доверенных лиц, наблюдателей, избирателей, представителей СМИ, других участников избирательного процесса, соблюдать принципы непредвзятого отношения к кандидатам и создавать атмосферу открытости избирательных комиссий для общества.

Особую роль при формировании имиджа через взаимодействие с участниками выборов занимают мероприятия, не входящие в основные стадии избирательного процесса. Избирательные комиссии должны добиваться, чтобы общество воспринимало их не как бюрократические учреждения, призванные обеспечивать необходимый документооборот, а как организации, **нацеленные на сотрудничество с участниками избирательного процесса** в самых различных сферах.

Такие формы взаимодействия, как «круглые столы», дискуссии, семинары, конференции и др., будут символизировать нацеленность избирательных комиссий на сотрудничество и позволят уже на этапе подготовки выборов исключить из практики конфликтные ситуации, связанные с недостаточным знанием норм избирательного законодательства, несогласованностью действий избирательных комиссий разных уровней и т.п.

Такое взаимодействие при формировании имиджа активно применяется избирательными комиссиями разных уровней. Одним из инновационных

подходов в этом направлении можно считать взаимодействие избирательных комиссий и молодежных парламентских организаций. Практика подобного взаимодействия реально содействует активному вовлечению молодых парламентариев в решение вопросов по повышению общественно-политической и электоральной активности и правовой культуры молодежи.

Целями и задачами взаимодействия молодежных парламентских структур и избирательных комиссий являются:

- повышение уровня правовой, социально-политической культуры и электоральной активности молодого поколения;
- подготовка квалифицированных кадров из числа молодежи для работы в избирательных комиссиях различного уровня;
- создание системы эффективного сотрудничества молодежных парламентских структур и избирательных комиссий;
- информирование молодежи о деятельности избирательных комиссий и о мероприятиях, проводимых во время избирательных кампаний.

В Свердловской области созданы и успешно функционируют детские, ученические, молодежные организации само- и соуправления различных форм, организационной структуры, правового статуса, полномочий и компетенции. Их деятельность не только является объектом молодежной политики, проводимой на территории области, но и представляет собой интереснейший предмет для изучения, систематизации с последующим распространением опыта работы этих организаций.

При Законодательном Собрании Свердловской области с 2011 года действует Молодежный парламент Свердловской области, который является совещательным и консультативным органом. Основными целями Молодежного парламента являются разработка предложений по реализации прав молодежи на участие в управлении делами Свердловской области, содействие в создании условий для проявления инициатив молодежи, приобщение молодых граждан к парламентской деятельности, формирование их правовой и политической культуры, развитие деловых, профессиональных, гражданских и патриотических качеств, поддержка созидательной, гражданской активности молодежи.

В рамках своих полномочий Молодежный парламент участвует в деятельности рабочих групп, комитетов Законодательного Собрания Свердловской области по подготовке к рассмотрению проектов областных законов, касающихся молодежи (в том числе об областном бюджете), представляет интересы молодых граждан, разрабатывает и вносит предложения о совершенствовании законодательства, затрагивающего права и законные интересы молодежи.

К полномочиям Молодежного парламента относится и взаимодействие с органами государственной власти Свердловской области. При этом Избирательная комиссия Свердловской области оказывает организационно-методическую помощь, а также осуществляет обучение членов Молодежного парламента по вопросам избирательного права и избирательного процесса.

В качестве социального эффекта и ожидаемых результатов взаимодействия избирательных комиссий и молодежных парламентов можно выделить следующие:

- повышение электоральной активности молодежи;
- формирование положительного и доверительного отношения молодых граждан к органам власти;
- реализация потенциала молодежных парламентских структур в целях повышения политической и электоральной активности молодых граждан;
- совершенствование форм и методов информирования молодого поколения о проходящих избирательных кампаниях;
- разработка и внедрение инновационных форм правового просвещения молодежи;
- обеспечение кадровой преемственности в избирательных комиссиях.

Таким образом, формирование имиджа избирательных комиссий через взаимодействие с участниками избирательного процесса способствует укреплению авторитета избирательных комиссий, открытых для сотрудничества с обществом.

2.3 Личностная составляющая имиджа избирательной комиссии

Имидж избирательных комиссий во многом определяется также имиджем председателей и членов избирательных комиссий, которые образуют **личностную составляющую имиджа** избирательных комиссий.

Особое значение в формировании имиджа избирательной комиссии имеет **имидж ее первого лица - председателя комиссии.**

Как правило, лицом избирательной комиссии, особенно в общении с прессой, выступает председатель избирательной комиссии, поэтому его имидж во многом будет проецироваться на имидж всей избирательной комиссии, а в некоторых случаях и полностью ассоциироваться с ним. Именно от председателя избирательной комиссии во многом зависит то, как будет воспринята избирательная комиссия общественностью. Именно от руководителей избирательных комиссий общественность чаще всего получает большую часть информации о проведении выборов и деятельности избирательных комиссий а, следовательно, с ними ассоциируют всю деятельность комиссии. Таким образом, имидж председателя является одним из основных факторов формирования имиджа избирательной комиссии.

Среди составляющих имиджа председателя избирательной комиссии можно выделить следующие:

- **личные характеристики:** характер, психологические особенности, индивидуальный стиль общения и работы;
- **социальные характеристики:** социальный статус председателя комиссии как руководителя комиссии, образование, происхождение;
- **персональная миссия** председателя комиссии: личное представление председателя о деятельности избирательной комиссии, совокупность идей,

которые он реализует в своей работе и которые в совокупности наполняют миссию избирательной комиссии;

- **ценностные ориентации**, морально-этические принципы и внешние данные председателя комиссии.

Таким образом, на формирование имиджа председателя избирательной комиссии оказывают влияние его личностные (тип личности, характер, внешность, психофизиологические особенности, стиль поведения как руководителя и т.д.), социальные (его социальный статус в настоящее время, биография, образование и др.) характеристики, а также разделяемые им нормы и ценности, особенности его взаимоотношений с представителями различных общественно-политических групп, органов власти, средств массовой информации, коллегами по работе в избирательной комиссии.

В структуру имиджа председателя избирательной комиссии следует также включить и **символические характеристики**, представляющие собой некие постоянные культурные стереотипы, связанные в сознании граждан с представлением о председателе избирательной комиссии.

Каждая из перечисленных составляющих вносит свой вклад в формирование имиджа председателя избирательной комиссии и поддается конструированию. Учитывая то, что общение председателя избирательной комиссии с общественностью осуществляется посредством средств массовой информации, то значительная часть нежелательных персональных качеств может быть откорректирована.

Для оценки и последующей корректировки влияния перечисленных характеристик на формирование имиджа председателя избирательной комиссии можно предложить следующую методику.

1. На основе реально сложившейся ситуации во внешней и внутренней среде посредством экспертных оценок по каждому блоку характеристик определяются факторы, оказывающие влияние на формируемый имидж председателя избирательной комиссии

2. Полученные по результатам экспертных оценок результаты вносятся в таблицу 1.

ТАБЛИЦА 2. Характеристики, влияющие на создание имиджа председателя избирательной комиссии и их соответствие нормативным характеристикам

Группы характеристик	Позитивные характеристики	Соответствие характеристикам	Негативные характеристики	Соответствие характеристикам
1	2	3	4	5
Личные характеристики				
Социальные характеристики				
Персональная миссия				
Ценностные ориентации				
Внешние данные				

Таблица 1. Основные составляющие имиджа председателя избирательной комиссии.

3. Определяется соответствие / несоответствие существующего имиджа председателя избирательной комиссии выделенным факторам.

4. В таблице 1 выделяются позитивные и негативные качества уже существующего имиджа председателя избирательной комиссии.

5. Определяется, какие из выделенных факторов можно изменить, а какие изменить не представляется возможным.

6. Качества, сформулированные в третьей и пятой колонках таблицы, заносятся в следующую таблицу 2.

	Характеристики, позитивно влияющие на имидж	Характеристики, негативно влияющие на имидж
Поддаются корректировке	2	3
Не поддаются корректировке	1	4

Таблица 2. Влияние личных качеств на имидж председателя избирательной комиссии.

7. По результатам проведенного анализа вырабатываются рекомендации по корректировке и оптимизации имиджа председателя избирательной комиссии.

- Поле «1» включает факторы, оказывающие позитивное влияние на имидж председателя избирательной комиссии. Поскольку эти факторы практически не поддаются изменению, следует регулярно следить, чтобы они не стали негативно воздействовать на имидж председателя избирательной комиссии (*например, приятная внешность и спокойный, выдержанный характер*).

- Поле «2» включает факторы, оказывающие позитивное воздействие на имидж председателя избирательной комиссии, но поскольку они могут быть изменены, то нуждаются в поддержке (*например, уровень знаний законодательства*).

- Поле «3» включает факторы, с которыми необходимо бороться, внося коррективы в соответствующие характеристики имиджа (*например, предвзятое отношение к наблюдателям*).

- Поле «4» включает факторы, требующие самого пристального внимания при формировании имиджа. Их практически невозможно изменить самому лидеру, но можно нивелировать их негативное воздействие за счет применения PR-технологий (*например, сложные отношения в семье*).

В отечественной литературе по имиджеологии довольно много внимания уделяется конструированию имиджа политических деятелей — действующих политиков и кандидатов. Однако председатели избирательных комиссий имеют

другой статус, поэтому к конструированию их имиджа должны применяться несколько другие правила и приемы.

Это значит, что при отображении личностных, социальных, символических и других характеристик имиджа председателя избирательной комиссии необходимо их постоянное преломление через призму занимаемой ими должности.

Имидж публичного политика должен в большей степени подстраиваться под существующие в обществе запросы и в этом смысле быть отражением настроений избирателей, то в случае с формированием имиджа председателя избирательной комиссии имидж должен отражать сущность избирательных комиссий и служить для избирателей своеобразным символом **гаранта справедливых выборов**. Но это не значит, что имидж должен быть самодостаточным, учитывающим исключительно только мнение избирательных комиссий. Он обязательно должен учитывать способность аудитории воспринимать адресованное ей сообщение, т.е. при подготовке и подаче сообщения необходимо учитывать и то, как оно будет воспринято обществом и отдельными участниками избирательного процесса.

При конструировании имиджа председателя избирательной комиссии необходимо акцентировать внимание на основных элементах, которые могут быть привлекательны и интересны для избирателей, кандидатов, представителей СМИ.

Среди наиболее значимых компонентов имиджа председателя избирательной комиссии важное значение имеет его **профессионализм** — понимание и знание основных тенденций и проблем, существующих в избирательном законодательстве, способность председателя избирательной комиссии занимать принципиальную и независимую позицию в ходе рассмотрения избирательных споров, общая эрудиция, доброжелательность и коммуникабельность, умение находить выход из нестандартных и конфликтных ситуаций в ходе выборов.

Кроме того, имидж председателя избирательной комиссии можно подразделить на **внутрикорпоративный и внешний**.

Внутрикорпоративный имидж характеризуется восприятием председателя членами избирательной комиссии. В участковых избирательных комиссиях руководитель имеет возможность формировать свой имидж путем прямого взаимодействия со всеми членами избирательной комиссии. Формирование внутрикорпоративного имиджа важно не только для слаженной работы самой комиссии, но и для формирования ее внешнего имиджа, так как члены комиссии передают свое личное восприятие руководителя во внешнюю среду.

Примечательно, что внутрикорпоративный имидж председателя избирательной комиссии часто отличается от его внешнего имиджа. Некоторые качества, присущие председателю избирательной комиссии, не становятся достоянием общественности и их можно выявить только при «погружении» во внутреннюю среду избирательной комиссии и соприкосновении со всеми организационными процессами.

Внешний имидж — это восприятие руководителя внешней средой, то есть обществом в целом и теми группами людей, интересы которых оказывают влияние на деятельность избирательной комиссии извне.

Внешний имидж председателя избирательной комиссии, в свою очередь, можно разделить на **общественный внешний имидж** (восприятие личности председателя избирательной комиссии обществом, которое не имеет непосредственного отношения к деятельности избирательной комиссии) и на **акцентуированный внешний имидж** (восприятие председателя избирательной комиссии представителями политического и экспертного сообществ: кандидатами и их доверенными лицами, представителями избирательных объединений, представителями СМИ, наблюдателями и т.д.). В этой связи очень важно, чтобы внешний имидж председателя соответствовал состоянию дел внутри избирательной комиссии.

Внутрикорпоративная и внешняя составляющая имиджа председателя избирательной комиссии взаимно влияют друг на друга. Структура этого взаимного влияния отражена на рисунке.

Новейшая история деятельности избирательных комиссий в России знает как положительные, так и отрицательные примеры влияния имиджа председателей комиссий на восприятие обществом избирательных комиссий, поэтому при конструировании имиджа избирательной комиссии следует с большим вниманием относиться и учитывать имидж ее председателя.

Вместе с тем при рассмотрении личностной составляющей имиджа избирательных комиссий следует обратить внимание на тот факт, что избирательные комиссии — это **коллегиальный орган**, поэтому для формирования их более целостного и развернутого имиджа будет лучше, если будет актуализирована и подчеркнута личность не только председателя, но и всех членов комиссии. Это послужит и повышению общей известности членов избирательной комиссии и укреплению в сознании общества их образа как слаженной и профессиональной структуры.

2.4. Внешняя составляющая имиджа избирательных комиссий

Внешняя составляющая имиджа избирательных комиссий призвана привнести некоторую эстетику в восприятие избирательных комиссий. Она должна облагородить впечатление, производимое на общество избирательными комиссиями. Это во многом достигается за счет выработки единого стиля избирательных комиссий, который делает их внешний вид презентабельным и вызывающим уважение и доверие.

Внешняя составляющая имиджа — это своего рода красивое обрамление всего имиджа избирательных комиссий

Современный стиль и дизайн атрибутов избирательных комиссий помогает сформировать отношение к избирательным комиссиям не как к типичным государственно-бюрократическим учреждениям, а как к организациям, способным к развитию, совершенствованию и восприятию всего положительного, что происходит в обществе. Единый стиль предполагает разработку выдержанных в схожих стилистических решениях документов и другой полиграфической продукции избирательных комиссий, наличие

собственной эмблемы, палитры цветов, которые позволят отличать их от других государственных, общественных и политических организаций.

В качестве примера использования внешних атрибутов избирательных комиссий можно привести использование членами комиссий всех уровней овалных нагрудных знаков на выборах Президента Российской Федерации в 2018 году.

В нашей практике тоже есть такие примеры: члены ряда участковых комиссий используют в день голосования такие атрибуты, как галстуки одного цвета.

Важная составляющая единого стиля — это **эмблема избирательной комиссии**, которая призвана служить узнаваемости избирательных комиссий, их идентификации, отображению региональных и национальных особенностей политической культуры субъектов Российской Федерации. Эмблема региональной избирательной комиссии может и должна использоваться при оформлении официальных документов, в издательской деятельности, изготовлении сувенирной продукции, использовании ее на стендах при проведении всевозможных мероприятий, проводимых избирательными комиссиями (пресс-конференции, выставки, презентации, заседания, «круглые столы» и т.п.).

Сегодня одна из наиболее динамично развивающихся сфер, служащая популяризации избирательных комиссий и созданию их привлекательного образа стал **Интернет**. Свои сайты в сети Интернет имеют не только региональные, но и территориальные избирательные комиссии, в том числе и Ирбитская районная территориальная избирательная комиссия.

Это информативный Интернет-ресурс, предоставляющий исчерпывающую информацию о выборах всех уровней, богатую электоральную статистику, мониторинг СМИ о деятельности избирательных комиссий, интервью и обращения председателей комиссий, фотоколлекции, информацию о проводимых избирательными комиссиями мероприятиях и т.д.

Каждая из рассмотренных составляющих оказывает влияние на формирование имиджа избирательных комиссий, но при этом следует помнить, что **имидж — это комплексное явление, воспринимаемое в целостной форме**. В этой связи, избирательным комиссиям следует учитывать взаимовлияние и переплетение этих составляющих, а также воздействие средств массовой информации на формирование имиджа избирательных комиссий.

Для достижения оптимального восприятия обществом избирательных комиссий все составляющие имиджа избирательных комиссий должны быть направлены на формирование единого имиджа избирательной системы, т.е. если личностная составляющая имиджа служит позиционированию председателя комиссии как профессионального, образованного, коммуникабельного руководителя, то в интерактивной составляющей не должно присутствовать «несерьезностей», которые бы не стыковались с теми характеристиками, которые заданы в личностной составляющей имиджа

избирательной комиссии. Так же и в случае функциональной составляющей — если избирательная комиссия позиционируется как орган, призванный контролировать ход избирательного процесса и исключать нарушения законодательства, то и во внешней составляющей желательно придерживаться направления, которое стилистически подчеркивает и дополняет подобные характеристики.

В заключение хотелось бы пожелать вам успехов в формировании имиджа вашей избирательной комиссии, чтобы в максимальной степени сделать его безупречным.

623850 г. Ирбит Свердловской области, ул. Орджоникидзе, 30, каб. №205
тел. (8-34355) 6-37-60, тираж 55 экз.