

**«УТВЕРЖДАЮ»**

Первый проректор Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Адыгейский государственный университет»,  
доктор экономических наук, профессор  
М.К. Беданок



4 сентября 2024 г.

### **ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

**на диссертацию Хуажева Аркадия Аликовича «Современные политико-коммуникативные стратегии и тактики управления медийным имиджем Северного Кавказа», представленную на соискание ученой степени кандидата политических наук по специальности 5.5.3. – Государственное управление и отраслевые политики (политические науки), выполненную на кафедре политических наук Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского»**

Диссертация А.А. Хуажева посвящена весьма актуальной проблеме формирования имиджа Северного Кавказа в информационном пространстве. Анализируемый регион традиционно отличается достаточно специфичным характером позиционирования в публичном поле и во многом связанной с этим неоднозначностью его восприятия людьми, проживающими в других частях Российской Федерации. При этом А.А. Хуажев совершенно справедливо выделяет и обосновывает политическое и экономическое измерения значимости анализа медийного имиджа Северного Кавказа, а также указывает на вызванную постоянной трансформацией социально-политических, экономических и технологических условий жизни необходимость регулярного пересмотра ранее уже выявленных механизмов позиционирования объекта в общественном сознании и их замены новыми инструментами, точнее отвечающими реалиям изменившейся среды. В этом смысле обращение к

заявленной А.А. Хуажевым проблеме видится своевременным и важным в практическом отношении решением.

Структура представленной диссертации в целом логична. Введение содержит все необходимые для такого рода работ элементы, убедительно обоснована актуальность рассматриваемой проблематики. Представлен довольно обширный, глубокий и четко структурированный анализ степени научной разработанности темы. Тщательный и критический обзор новейшей научной литературы по проблематике позволил соискателю определить лакуны в исследовании научной проблемы, определить предметное поле диссертационного исследования. Достижению цели и задач способствовала адекватная поднятой проблематике теоретико-методологическая база.

Отдельно необходимо отметить оправданное авторское решение использовать сочетание сразу трех распространенных в отечественной науке подходов к пониманию Северного Кавказа. Это дало А.А. Хуажеву возможность относить к Северному Кавказу не только семь субъектов РФ, входящих в Северо-Кавказский федеральный округ, но и Республику Адыгея, входящую в состав Южного федерального округа. В этом смысле соискатель совершенно прав, утверждая, что «в плане своей историко-культурной идентичности и политико-экономических интересов данный субъект вполне может считаться частью Северного Кавказа».

Обращает на себя внимание и весьма солидная источниковая база диссертации, основу которой составили материалы отечественных и зарубежных СМИ (шесть информационных ресурсов, по три – лояльных и оппозиционных действующей российской власти). Оправданной представляется и попытка учесть видовое разнообразие традиционных медиа, выразившаяся во включении в число шести источников двух газет («Российская газета» и «Новая газета»), двух радиостанций («Вести FM» и «Voice of America») и двух телеканалов («Первый канал» и «CNN»).

Сформулированная гипотеза исследования весьма интересная и одновременно дискуссионная. Автор прав в том, что важную роль в формировании медийного имиджа Северного Кавказа играют как социально-экономические показатели развития макрорегиона, уровень жизни и социального самочувствия его жителей, так и освещающие протекающие в регионе процессы журналисты. Результаты проведенного А.А. Хуажевым анализа не оставляют в этом никаких сомнений. С другой стороны, было бы любопытно узнать позицию соискателя в отношении того, влияние какого из этих двух факторов все же является определяющим.

Новизна диссертационного исследования артикулирована в семи положениях, выносимых на защиту. Наиболее ценными из них считаем апробацию эффективности модели внутренней конструктивной валидации результатов анализа качественных параметров медийных текстов посредством использования находящегося в открытом онлайн-доступе специализированного программного обеспечения, предназначенного для измерения разнообразных количественных характеристик информационных сообщений, а также предложение конкретных практических рекомендаций по повышению эффективности управления медийным имиджем Северного Кавказа, выделение факторов, которые способствуют позитивной трансформации характера представленности данного региона в информационном пространстве, и обозначение потенциальных сложностей, которые могут этому препятствовать.

В положениях, выносимых на защиту, сконцентрированы ключевые результаты проведенного соискателем исследования, изложенные в каждом из пяти параграфов основной части. Практически каждое из них по-своему ценно и вносит вклад в приращение политологических знаний о стратегиях и тактиках управления медийным имиджем Северного Кавказа.

Первая глава диссертации «Теоретико-методологические основания исследования медийного имиджа региона» состоит из двух параграфов. В

первом параграфе представлены результаты анализа различных позиций российских ученых по поводу сущностного наполнения указанных терминов, сформулировано авторское понимание каждого из них и показана исследовательская функциональность базового для данной работы понятия «медийный имидж».

Во втором параграфе проанализированы сильные и слабые стороны конкретных исследовательских приемов и механизмов, позволяющих зафиксировать объективно присущие имиджу черты, элементы и особенности. Мы согласны с автором в том, что в контексте представленной диссертации этот аспект особенно важен, так как от степени эффективности используемых методов анализа и их адекватности поставленным задачам во многом зависит валидность и достоверность полученных с их помощью результатов.

Вторая глава «Медийный имидж Северного Кавказа: политико-коммуникативные технологии формирования и возможности коррекции» носит прикладной характер. Учитывая многосоставный характер медийного имиджа Северного Кавказа (включает в себя политическую, социально-экономическую, символическую, историко-культурную, этноконфессиональную и природно-географическую составляющие), он последовательно проанализирован автором по двум основным группам взаимодополняющих параметров.

Первую из них составили так называемые качественные характеристики репрезентации Северного Кавказа в медиапространстве. Для этого в первом параграфе определены составы атрибутивных повесток дня, формируемых СМИ в отношении Северного Кавказа; оценены преобладающие тональности сообщений об этой территории; выявлена специфика освещения сюжетов, связанных с данным регионом, в отечественных и зарубежных средствах массовой информации, лояльно и оппозиционно настроенных по отношению к действующей российской власти.

Во вторую группу параметров вошли принципиально иные – количественные – характеристики медиаматериалов о Северном Кавказе: уровни их удобочитаемости, водности, классической и академической тошноты, а также качество текстов, рассчитанное в соответствии с законом Ципфа. Результаты данного анализа представлены во втором параграфе «Количественные характеристики медиатекстов о Северном Кавказе». Стоит заметить, что автоматизированный анализ отобранных текстов в целом подтвердил выявленные ранее А.А. Хуажевым особенности и закономерности освещения жизни на Северном Кавказе лояльными и оппозиционными власти СМИ.

Наконец, в третьем параграфе автором предложены конкретные меры, реализация которых могла бы способствовать коррекции характера представленности Северного Кавказа в информационном пространстве. При этом совокупность сформулированных рекомендаций совершенно оправданно упорядочена на две группы приемов, реализующих реактивную и проактивную тактики управления медийным имиджем анализируемого региона. Вообще, именно в этом нам видится ключевой элемент практической значимости данной диссертации. Мы убеждены, что грамотная имплементация предложенных автором идей действительно способствовала бы повышению эффективности управления медийным имиджем анализируемого макрорегиона.

Следует отметить, что параграфы и главы диссертации А.А. Хуажева завершаются выводами, логически вытекающими из содержания соответствующего структурного раздела представленной работы. При этом очевиден личный вклад автора в решение исследовательских задач.

Диссертация соответствует паспорту научной специальности 5.5.3. – Государственное управление и отраслевые политики (политические науки): п. 7. Информационно-коммуникативная среда государственного и муниципального управления, роль масс-медиа, связи с общественностью и государственными органами в государственном и муниципальном

управлении; п. 9. Государственная политика, государственные отраслевые политики (социальная, экономическая, миграционная, национальная, научно-техническая, образовательная, молодежная, информационная и др.); п. 10. Механизмы, инструменты и стадии государственной политики и отраслевых политик. Разработка политической, общественной и медиа повесток.

В целом, можно констатировать, что А.А. Хуажев качественно проработал понятийный аппарат и методологическую базу исследования, квалифицированно проанализировал значительный объем эмпирического материала и сформулировал на этой основе обоснованные практические рекомендации по совершенствованию механизмов управления медийным имиджем Северного Кавказа.

Вместе с тем, наряду с несомненными достоинствами, которыми обладает диссертационное исследование А.А. Хуажева, актуальностью темы, новизной и обоснованностью выводов представленной к защите работы необходимо высказать отдельные замечания и обратить внимание на дискуссионные моменты:

1. Учитывая специфику современного информационного пространства России, а также особенности распространенных в нашем обществе медиапрактик, не совсем понятно, почему в качестве эмпирической базы исследования А.А. Хуажевым выбраны только традиционные средства массовой информации (при всей их важности и до сих пор сохраняющейся способности влиять на формирование совокупной информационной повестки) и практически никак не принимались в расчет новые медиа. Уверены, что у автора были на то веские причины. Хотелось бы их узнать.

2. Представляется, что в более четкой артикуляции нуждаются выявленные и проанализированные А.А. Хуажевым тактики и стратегии управления медийным имиджем Северного Кавказа, которые, так или иначе, упоминаются в различных частях диссертации, однако было бы

явно излишним систематизировать и упорядочить их по различным критериям. В качестве таковых, например, можно было использовать критерии эффективности, этичности, сложности применения и т.д. Без сомнения, подобная классификация существенно усилила бы аналитический потенциал всей работы в целом и ее заключения в частности.

3. Во втором параграфе первой главы А.А. Хуажев достаточно подробно расписал технологические особенности и исследовательские возможности тех программных средств анализа текстовых сообщений, которые существуют сегодня на рынке. Однако, далеко не все использованы при проведении собственного исследования. Полагаем, что в данном случае было бы целесообразнее ограничиться более кратким анализом лишь тех автоматизированных сервисов обработки несистематизированного массива текстовых материалов, которые впоследствии применялись для изучения новостных заметок о Северном Кавказе.

Тем не менее, указанные аспекты носят преимущественно уточняющий и рекомендательный характер и не умаляют общего положительного впечатления от рецензируемой работы. С уверенностью можно констатировать, что в диссертации А.А. Хуажеву удалось представить результаты самостоятельно проведенного исследования недостаточно изученной в отечественной политологии проблемы. Сформулированные выводы и положения, выносимые на защиту, обоснованы и подкреплены грамотным анализом внушительного количества медийных материалов.

Представленное исследование отличается научной новизной и, безусловно, вносит вклад в изучение особенностей представленности Северного Кавказа в актуальном медийном пространстве. Материалы диссертации могут быть использованы в научных, просветительских и управленческих целях различными общественными организациями,

политическими партиями, средствами массовой информации, сотрудниками пресс-служб региональных и муниципальных органов власти. Отдельные обобщения и выводы, сделанные в диссертации, будут востребованы в системе высшего и среднего образования в рамках преподавания исторических и обществоведческих дисциплин.

Автореферат полностью отражает содержание диссертации и соответствует предъявляемым к нему требованиям. Результаты проведенного исследования отражены в пятнадцати публикациях автора, включая три статьи, опубликованные в журналах, входящих в Перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ. Исследование прошло солидную апробацию на тринадцати научно-практических конференциях.

Таким образом, диссертация Хуажева Аркадия Аликовича «Современные политико-коммуникативные стратегии и тактики управления медийным имиджем Северного Кавказа» представляет собой законченное самостоятельное исследование, в котором содержится решение задач, имеющих существенное значение для развития политической науки. Работа органично вписывается в паспорт научной специальности 5.5.3. – Государственное управление и отраслевые политики (политические науки), отвечает квалификационным требованиям к кандидатским диссертациям и соответствует пп. 9-11, 13 и 14 «Положения о присуждении ученых степеней», утвержденного Постановлением Правительства РФ от 24 сентября 2013 г. № 842.

Исходя из вышесказанного, считаем, что соискатель А.А. Хуажев заслуживает присуждения ученой степени кандидата политических наук по специальности 5.5.3. – Государственное управление и отраслевые политики (политические науки).

Отзыв ведущей организации на диссертацию Аркадия Аликовича Хуажева подготовлен доктором политических наук, профессором, заведующим кафедрой теории и истории государства и права, конституционного строительства и политологии научно-образовательного

кластера «Институт права» ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет» Зуриет Анзауровной Жаде.

Отзыв обсужден и утвержден на заседании кафедры теории и истории государства и права, конституционного строительства и политологии научно-образовательного кластера «Институт права» ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет» (протокол № 2 от 2 сентября 2024 г.). Присутствовали на заседании 19 человек. Итоги голосования: «за» – 19, «против» – 0, воздержавшихся – 0.

Доктор политических наук  
(специальность 23.00.02 – политические институты,  
этнополитическая конфликтология,  
национальные и политические процессы и технологии), профессор,  
зав. кафедрой теории и истории государства и права,  
конституционного строительства и политологии  
научно-образовательного кластера «Институт права»  
ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет»



Жаде Зуриет Анзауровна

3 сентября 2024 г.

Подпись заверяю:



Сведения о ведущей организации:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Адыгейский государственный университет»

Почтовый адрес: 385000, Россия, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Первомайская, 208

Официальный сайт организации: <https://adygnet.ru/>

E-mail: [adsu@adygnet.ru](mailto:adsu@adygnet.ru)

Тел.: +7 (8772) 57-02-73