

## ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Аркадия Аликовича Хуажева  
**«Современные политико-коммуникативные стратегии и тактики  
управления медийным имиджем Северного Кавказа»**,  
представленной на соискание ученой степени кандидата политических  
наук по специальности 5.5.3 – Государственное управление и отраслевые  
политики (политические науки)

Медийное позиционирование российских регионов Северного Кавказа представляется важной темой научных исследований, имеющей также и практическое значение. Действительно, репрезентация в масс медиа событий, происходящих в данном политико-региональном пространстве, остается весьма неоднозначной. Причиной тому и пестрый этноконфессиональный состав населения территории, и целый ряд проблем экономического развития, ставящий регион в центр внимания преимущественно как донора – получателя субсидий из федерального бюджета, и ряд острых конфликтов правящих политических элит и др. Все это заставляет искать адекватные подходы к формированию имиджа регионов Северного Кавказа (и всего субнационального региона в целом) для обеспечения их гармоничного развития, полноценной реализации имеющегося потенциала. Проведенное А.А. Хуажевым исследование, безусловно, внесло свой весомый вклад в решение этой сложной и комплексной проблемы.

В первой главе диссертации раскрываются теоретико-методологические основания исследования: анализируются различия между используемыми в этой связи терминами (имидж, образ, репутация и бренд региона), показываются сильные и слабые стороны различных вариантов анализа медийного имиджа – конкретных исследовательских приемов и механизмов, позволяющих зафиксировать объективно присущие имиджу черты, элементы и особенности.

Вторая глава носит более прикладной характер. Учитывая многосоставный характер медийного имиджа Северного Кавказа, он был последовательно проанализирован по двум основным группам взаимодополняющих параметров. Первую из них составили так называемые качественные характеристики репрезентации Северного Кавказа в медиапространстве. Для этого в параграфе 2.1 были 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. Вторая группа параметров вобрала в себя набор принципиально иных – количественных – характеристик медиаматериалов о Северном Кавказе: уровни их удобочитаемости, водности, классической и академической «тошноты», а также качество текстов, рассчитанное в соответствии с законом Ципфа. В третьем параграфе второй главы были сформулированы практические рекомендации по политическому управлению медийным имиджем Северного Кавказа, за счет реализации которых



можно было бы добиться коррекции характера представленности анализируемого региона в информационном пространстве. Особую ценность в данном контексте представляет набор предложенных автором мер, совершенно оправданно упорядоченных им на две группы приемов, реализующих реактивную и проактивную тактики управления медийным имиджем Северного Кавказа.


Очевидна практическая и теоретическая значимость представленной работы. Сформулированы достаточно интересные и заслуживающие отдельного обсуждения положения, выносимые на защиту. Исследование базируется на весьма основательной эмпирической базе. Использованные автором методы анализа в целом адекватны поставленным задачам. Полученные результаты позволили убедительно доказать сформулированную во введении гипотезу исследования.

Хотелось бы порекомендовать автору представленной работы в его дальнейшей научной работе обратить внимание на новые, регулярно появляющиеся технологические возможности формирования медийного имиджа политических субъектов. Эти механизмы постоянно совершенствуются (в том числе распространяются на новые коммуникационные платформы), а значит, требуют постоянного научного анализа и оценки их эффективности.

Тематика представленного исследования соответствует паспорту научной специальности 5.5.3 – Государственное управление и отраслевые политики (политические науки). Основные результаты проведенного анализа получили необходимую апробацию.

Знакомство с содержанием автореферата убеждает в том, что диссертация Аркадия Аликовича Хуажева «Современные политико-коммуникативные стратегии и тактики управления медийным имиджем Северного Кавказа» является завершенным самостоятельным исследованием, в котором содержится решение задачи, имеющей важное значение для развития политической науки. Работа соответствует пп. 9-14 «Положения о присуждении ученых степеней», а ее автор – Аркадий Аликович Хуажев – заслуживает присуждения ученой степени кандидата политических наук по специальности 5.5.3 – Государственное управление и отраслевые политики (политические науки).

профессор кафедры истории и теории политики  
МГУ имени М.В. Ломоносова  
д.полит.н.

  
И.И.Кузнецов



Подпись

Заведующий

Ученый секретарь

Подпись

ф.и.о.