

## **ОТЗЫВ**

**официального оппонента, доктора философских наук, профессора  
Морозовой Елены Васильевны  
на диссертацию Кумпилова Тагира Маратовича  
«Имидж Республики Адыгея в пространстве социальных медиа»,  
представленной на соискание ученой степени кандидата  
социологических наук по специальности 5.4.6 – социология культуры**

Диссертационную работу Кумпилова Тагира Маратовича «Имидж Республики Адыгея в пространстве социальных медиа» следует рассматривать как актуальное и перспективное научное исследование, содержащее в себе теоретическую и практическую значимость, поскольку в современных условиях особая роль в эффективности имиджевой стратегии российских регионов принадлежит социальным медиа, обеспечивающим безграничную доступность информации, отсутствие пространственных ограничений, оперативность, глобальность и интерактивность пользователей.

Анализ степени разработанности темы диссертации, проведенный автором на высоком научно-исследовательском уровне, показал, что в научной литературе не были поставлены и разрешены проблемы, связанные с проблематикой конструирования имиджа Республики Адыгея в сфере сетевых коммуникаций. Этот пробел в современном научном познании и взялся восполнить Т.М. Кумпилов в своем исследовании.

Автор рассматривает свой диссертационный труд в нескольких плоскостях – теоретической, методологической и, несомненно, эмпирической. Актуальность такого подхода не вызывает сомнений. Актуальность же темы исследования обоснована прежде всего изменившимся характером коммуникации в современной информационной среде, отличающейся многомерным характером и просьюмеризмом пользователей социальных сетей.

Для реализации исследования автором определены концептуальные основания анализа имиджа региона, охарактеризованы социальные медиа как пространство конструирования регионального имиджа; выявлены

особенности конструирования конвенционального имиджа Республики Адыгея в контексте процессов медиатизации; рассмотрен аффективный компонент внутреннего имиджа Адыгеи в коллективных представлениях пользователей социальных сетей; выделены когнитивные автохарактеристики имиджа Адыгеи в представлениях интернет-пользователей; проанализированы особенности внешнего имиджа республики в дискурсивном пространстве социальных медиа.

Следует отметить, что поставленные автором задачи успешно решены и позволили ему достичь основную цель исследования, в диссертации выявлены структурные (аффективный и когнитивный), типологические (внешний и внутренний) и содержательные (позитивный, нейтральный, негативный) особенности имиджа Республики Адыгея в пространстве социальных медиа.

Особую теоретическую ценность придает предложенный автором полноценный теоретико-концептуальный аппарат. В авторской интерпретации имидж региона трактуется как относительно устойчивое и воспроизводящееся в коллективных представлениях людей восприятие определенной территории, которое имеет эмоциональную и когнитивную составляющие, и конструируется в символическо-коммуникативном пространстве современного общества.

На основе внимательного изучения и анализа значительного объема научных трудов автор выделяет естественный и искусственный (конвенциональный) имидж региона, который чаще всего конструируется органами власти и туристическим бизнесом.

Анализируя результаты прикладного исследования структурных и типологических характеристик имиджа региона в коллективных представлениях пользователей социальных медиа, автор делает вывод о том, что аффективный компонент внутреннего имиджа республики отличается выраженными положительными коннотациями (гордость за республику, привлекательность ее природы, истории и культуры).

Изучение особенностей формирования имиджа Республики Адыгея в

пространстве социальных медиа позволило соискателю заключить, что в этом процессе задействуются, преимущественно, следующие технологии: производство продвижение территориальных брендов и региональной символики; организация и проведение региональных культурно-развлекательных мероприятий; персонификация имиджа территории через интернет-коммуникации представителей государственной власти.

Научная новизна исследования определяется, прежде всего, системным подходом автора к изучаемой проблеме. Оценка проделанной автором работы в ходе разрешения поставленных исследовательских задач позволяет отнести к полученным диссертантом выводам, которые отличаются аргументированностью, существенной новизной и достоверностью.

Следует обратить внимание на грамотно подобранную и использованную в работе методологическую базу исследования. На основании проделанного анализа теоретических подходов к изучению регионального имиджа в качестве концептуальной основы избран синтезный подход (объединяющий объективистские и социально-конструктивистские теории), согласно которому конструирование имиджа территории возможно с опорой на реально существующие историко-культурные основания регионального развития. Авторская методология полностью соответствует исследуемой проблеме, что говорит о методологической грамотности диссертанта, а также о его высокой исследовательской культуре.

В диссертационном исследовании поставлен ряд сложных задач, соответствующих логике исследования, сделаны важные выводы в процессе их решения, отраженные в квалификационной части исследования в виде тезисов новизны и положений, выносимых на защиту, достоверность и научная новизна которых подтверждается совокупностью адекватных предмету исследования теоретических и методологических средств исследования.

В работе присутствует авторский стиль, самостоятельность мышления, приверженность принципам научного анализа и обобщения,

аргументированности и доказательности. Все необходимые требования, предъявляемые ВАК к кандидатским диссертациям, соблюдены; автореферат соответствует содержанию диссертации, на основании чего можно сделать вывод о том, что данная работа, безусловно, состоялась как кандидатская диссертация.

Несмотря на высокопрофессиональный уровень работы, к ней есть ряд пожеланий, которые могли бы несколько обогатить результаты исследования. В качестве основных замечаний к работе выделяем следующие:

\* - в исследовании степени научной разработанности проблемы не нашел отражения важный блок научной литературы, трактующей проблематику имиджа региона с позиций территориального маркетинга (начиная с «Маркетинга мест» Ф. Котлера и заканчивая современными авторами – А. Панкрухиным и др., что могло бы обогатить заявленный автором синтезный подход;

- представляется, что интересные результаты мог бы дать анализ процесса диверсификации имиджа Республики Адыгея применительно к различным целевым аудиториям, как внутренним, так и внешним;

\* - исследование бы выиграло, если бы автор использовал в эмпирическом исследовании некоторые подходы, предложенные ранее Э. Галумовым (в частности, системное рассмотрение факторов, определяющих имидж территории, а также структурную модель имиджа государства).

\* Вышеизложенные замечания не снижают высокой оценки диссертации, написанной на актуальную тему и в соответствии с требованиями, предъявляемыми «Положением о порядке присуждения ученых степеней» к докторским диссертациям, а также критериями ВАК Министерства образования и науки РФ. Публикации соискателя и автореферат диссертации отражают содержание данной работы, совокупность полученных выводов в которой можно расценивать как успешное решение научной проблемы. Труд прошел серьезную апробацию, в том числе в рамках научно-исследовательских работ, выводы изложены в 17 авторских публикациях. Все

вышеизложенное свидетельствует о погружении автора в объект исследования и детальную проработку материала.

В целом, на наш взгляд, диссертационное исследование «Имидж Республики Адыгея в пространстве социальных медиа» соответствует требованиям «Положения о порядке присуждения ученых степеней», предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор, Кумпилов Тагир Маратович, заслуживает присуждения ему ученой степени кандидата социологических наук по специальности по специальности 5.4.6 – социология культуры.

Доктор философских наук  
(09.00.10 Философия политики и права),  
профессор, профессор кафедры государственной политики  
и государственного управления  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный  
университет»



Елена Васильевна Морозова

18.10.2021 г.

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Юридический адрес:

350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

тел.: + 79615853865

Официальный сайт: <http://kubsu.ru>

E-mail: [morozova\\_e@inbox.ru](mailto:morozova_e@inbox.ru)

