

Отзыв
официального оппонента, доктора политических
(юридических) наук, доцента Канатбека Азиза о докторской
диссертации Мухтарова Марса Мухтаровича на тему:
«Политический маркетинг в Кыргызской Республике»,
представленной по специальности 23.00.02 – политические инс-
титуты, процессы и технологии»

Изучение научного труда Мухтарова Марса Мухтаровича, дало мне возможность оценить работу объективно, сделать выводы и рекомендации, как с позиции политических так и юридических наук.

Бесспорно в первую очередь речь пойдет об актуальности темы исследования и ее связи с общенаучными и общегосударственными программами (запросами практики и развития науки и техники).

Забегая вперед, хотелось бы сразу оговориться, что тема заявленной на защиту диссертации представляется в значительной степени актуальной.

Во-первых, выражено это в первую очередь тем, что Кыргызстан, после развала Советского союза, стал укреплять свои позиции на мировой арене, становясь при этом частью мировой политики.

Во-вторых, я солидарен с позицией автора, что волна демократизации привнесла в политику ряда стран, в том числе и в Кыргызстан, дух соревновательности, плюрализма и породила особую социально-экономическую, культурную и политическую среду, в которой рождаются альтернативные концепции государственного строительства и управления. И конкурентная борьба вышла за рамки сугубо экономических явлений и стала неотъемлемым атрибутом политической жизни современного общества.

В этом контексте, в качестве одного из ярких примеров, можно привести стремление Кыргызстана в установлении парламентской формы правления в 2010 году. Когда соседние страны как Республика Казахстан, Россия и другие выразили свое несогласие. Поскольку, как они считали, для этих государств, переход на такую форму правления стало бы неким «вирусом» и возможностью для активной части гражданского общества в положительном смысле сослаться на нашу страну.

Вместе с тем, я не отрицаю, что обличие такой формой правления, происходило на волне трагических апрельских и июньских событий 2010 года. Когда подавляющая часть общества имело желание, достигнуть спокойствия и стабильности. Хотя в тоже время, последствия президентской формы правления были налицо. И установление новой формы республики считалось в тот период более верным, чем другие.

Полагаю именно поэтому, автор диссертации обоснованно утверждает, что для более успешного продвижения в массы политического «товара», для оптимизации деятельности политических структур было необходимо всестороннее теоретическое и практическое осмысление сегментов политического рынка. Само собой здесь речь идет о политическом маркетинге.

В-третьих, совершенно прав автор, что в нашей стране, аналогичный круг проблем вызван резкой политизацией всего общества, которое практически не стала принимать навязываемые авторитарные сценарии, что в итоге и вылилось на принудительную смену власти.

Ведь на самом деле, до Аксыйских событий, народ Кыргызстана, был менее политизирован, чем сегодня. Но с другой стороны, все это привело к тому, что власть стала более или менее считаться с мнением общества. Ярким доказательством этому, являются выборы мэра города Бишкек, вынудившие избранного мэра А. Суракматова вести первостепенно работу и над образованием положительного политического имиджа Мэрии. Или первый результат работы избранного президента Кыргызстана С.Ш. Жээнбекова, по открытию границ между нашей страной и Республикой Казахстан.

Исходя из этих аргументов, я заключаю, о присутствии актуальности в исследуемой теме исследования.

В этом контексте, есть необходимость отразить свое мнение и о достигших научных результатах в рамках требований к диссертациям «Положения о порядке присуждения ученых степеней».

Как показывает личный научный опыт и законодательно-установленная практика как Диссертационных советов, так и Экспертных советов ВАК Кыргызской Республики, достаточно часто в диссертациях, особенно в докторских, ищут ответ на вопрос, есть ли в работе своя, авторская концепция или позиция по той или иной проблеме.

На мой взгляд, в данной диссертации авторская позиция выражена четко. Особенно это выражено в положениях, выносимых на защиту.

Так, исследуя содержание работы, любой читатель в первую очередь обратит внимание на аргументированный вывод автора, что процесс становления и развития политического маркетинга в Кыргызстане нуждается в современном теоретическом обосновании и уточнении этого понятия. И в этом контексте, автор верно заключает, что под политическим маркетингом нужно понимать многоаспектный феномен, представляющий собой, во-первых, стратегическое направление общественного развития, своеобразную идеологию, трактовки основных понятий, задающих ориентиры политического процесса, закреплённые в нормативных актах и признанные как политическими институтами, так и обществом в целом; во-вторых, теорию, позволяющую на основе научных методов и политического анализа изучать политический рынок, планировать и контролировать эффективность политической деятельности; в-третьих, технологию, представляющую собой комплексную систему методов и приемов целенаправленного воздействия на аудиторию.

Ведь, если вспомнить, фактическую инициативу экс-президента страны А.Ш.Атамбаева по проведению последней конституционной реформы в декабре 2016 года. Обещаний, со стороны президентской власти было много. От рая для малого и среднего бизнеса, вплоть до исключительно хорошего будущего народу. Однако сегодня время показывает совершенно другое.

В этом русле, если исходить из упомянутого аргумента, я хотел обратить внимание и на положение №5, выносимое публичную защиту, которое, как я посчитал, явилось органическим продолжением первого. Ведь на самом деле стоит согласиться с соискателем, особенности электорального маркетинга в Кыргызстане как вида политического маркетинга можно было определить двумя основными особенностями. К первой, диссертант отнес высокий уровень абсентеизма, а именно нежелание населения участвовать в электоральном процессе или как свидетельство глубокого отчуждения граждан от власти, как проявление протестных настроений. И вышеуказанный пример о

референдуме, яркое этому доказательство. Так, если вспомнить результаты общенародного голосования, то из 2 млн. 816 тыс. 423 избирателей, приняли участие на референдуме, лишь 1 млн. 190 тыс. 752 (или 42,28%). При этом – 185 тыс. 140 избирателей (15,55%), проголосовали “Против”.

На мой взгляд, диссертантом была обоснована и вторая особенность упомянутого маркетинга. Так, как верно утверждает автор, главным инструментом достижения электорального успеха в Кыргызстане, стал выступать административный ресурс, т.е. комплекс дополнительных ресурсов (людских, политических, интеллектуальных, информационных, материальных), которыми обладает кандидат, находящийся у власти или поддерживаемый ею.

Ведь на самом деле не стоит отрицать, что шансы и гарантии провластной политической партии или кандидата от действующей власти были более высоки, нежели у тех субъектов, которые были «неудобны» для власти. Так, ярко это можно было увидеть на примере деятельности Политической партии «СДПК». Начиная с 2010 года по 2017 год, это политическая организация, в силу максимальной поддержки главой государства А.Ш. Атамбаевым, носила в отличие от других, привилегированный характер, чем другие партии. Но сегодня, после смены президентской власти, партия «СДПК» носит уже характер «плачевный», поскольку аналогичную поддержку новый президент страны С.Ш. Жээнбеков этой партии оказывать не стал.

Исходя из этого, я заключаю, что достигшие автором, подавляющая часть результатов, выводов и рекомендаций, с точки зрения политической науки носит значимый характер.

Оценивая в диссертации соискателя степень новизны диссертации в целом, каждого научного результата (положения), вывода и заключения, сформулированных в диссертации, обоснованности, достоверности и внутреннего единства, я прихожу к выводу, что монографический труд соискателя в целом, как и каждый из научных результатов, выводов и рекомендаций, вполне соответствует требованиям научной новизны.

Так, вышеотмеченная диссертация, явилась одной из первых попыток комплексного исследования политического маркетинга Кыргызстана. И это, во-первых.

Во-вторых, в труде были рассмотрены актуальные проблемы, имеющие важное теоретико-прикладное значение, при достижении результатов выявления особенностей функционирования политического маркетинга в условиях трансформации кыргызского общества.

И наконец, я считаю, самым важным с точки зрения научной новизны то, что особенности политического маркетинга в Кыргызстане, были рассмотрены диссертантом, исходя из современных реалий, практики и концептуальных положений, что напрямую подтверждают отсутствие какого-либо архаизма в этом вопросе.

Как видно из самой работы, автор уделил основное внимание и изучению политических технологий в период избирательных кампаний.

Учитывая это, я полагаю, что М.М. Мухтарову удалось достигнуть цели исследования и ответить на все поставленные вопросы.

Исследуемая диссертация отличается внутренним единством. Взаимосвязанность проблематики диссертации в целом и положений, выносимых на защиту, взаимно связаны между собой, а наличие авторских выводов и практических рекомендаций, очередной раз подтверждают отсутствие в них внутренних противоречий.

Что касается направленности полученных соискателем результатов на решение соответствующей актуальной проблемы, теоретической или прикладной задачи, то в этой области можно сказать следующее.

Во-первых, как видно из содержания работы, положений выносимых на защиту, выводов и рекомендаций, все усилия диссертанта были обращены к решению как теоретических, так и прикладных задач. К примеру, по тексту видно, что речь идет о вопросах выявления особенностей политического маркетинга в Кыргызстане.

Более того, автор, изучая эту проблему, попытался затронуть и вопросы, связанные с образом кандидатов на выборные должности, главы государства, парламента и т.п.

В этом ракурсе можно сказать вполне обосновано, что результаты диссертационного исследования можно отнести как к политологии, так и к социологии, поскольку речь идет как о политических процессах, так и отношениях, складывающихся между субъектами.

Если провести анализ на подтверждение достаточной полноты публикаций основных положений, результатов, выводов и заключения диссертации, а также на соответствие автореферата содержанию диссертации, то по данной проблеме имеются у соискателя публикации, как в отечественных, так и зарубежных изданиях. А их содержание полностью отражают основные положения диссертации, теоретические выводы и практические предложения автора.

Что касается содержания автореферата, то он соответствует и в полной мере отражает текст самой диссертации.

Оценивая положительно научный труд М.М. Мухтарова, хотелось бы указать, что в диссертации на мой взгляд, как и в любом научном творчестве имеются ряд спорных моментов.

1. На страницах 52 и 101 диссертационного исследования, автор, обосновывая свою точку зрения, приводит ряд примеров о роли главы государства А.Ш. Атамбаева и его партии. Так, соискатель утверждает, что «приход к власти нового президента А.Ш. Атамбаева также показывает, что кыргызское общество медленно идет по пути «оздоровления», чему свидетельство результаты выборов в Президенты. И как бы ни сетовали представители пропрезидентских партий, все же международными экспертами подтверждается присутствие административного прессинга команды кандидата в Президенты. Таким образом, происходящие события в Кыргызстане отражают не только эволюционный ход политической модернизации страны, но и показывают всю важность и специфические черты ломки «недемократических методов властвования».

Бесспорно, открытое обозначение как положительных, так и отрицательных сторон того или иного субъекта, говорит лишь о качестве исследования. Но с другой стороны, исследуя роль уже ушедшего из политической арены А.Ш. Атамбаева было верным сказать и о его роли в период избирательных кампаний. Ведь этот индивид, оказывал прямое влияние на выбор избирателей тех или иных политических партий в 2015 году, так и в 2017-м во время президентских выборов, открыто агитировал за кандидата в президенты С.Ш. Жээнбекова, и призывал избирателей не выбирать его оппонента О.Т. Бабанова, навешивая на него открыто разного рода ярлыки.

При этом, напрямую нарушая нормы Конституции, указывающей, что **Президент олицетворяет единство народа и государственной власти. И то, что на период осуществления президентских полномочий он приостанавливает свое членство в политической партии и прекращает любые действия, связанные с деятельностью политических партий.**

Полагаю, что диссертант выскажет по этому поводу свое мнение во время публичной защиты. А именно, охарактеризует его роль с точки зрения политических технологий. Тем более, когда тема диссертации была непосредственно посвящена политическому маркетингу нашей страны.

2. В положении №2, выносимом на публичную защиту, соискатель обосновывает, что назначение электорального маркетинга – организация и проведение избирательных кампаний. А главной задачей политического PR является формирование в массовом сознании узнаваемого положительного образа государственного учреждения или политической организации, партии. И основная цель имиджологии – сделать привлекательный для аудитории образ политика, что обеспечило бы поддержку населением его действий.

Вместе с тем, изучая текст монографического труда, я не нашел в диссертации позицию автора о причинах постоянного уверования электората очередным обещаниям представителям политических партий или кандидатов в период избирательных кампаний. Ведь практика показывает, что такие обещания носят в большей степени формальный характер и не имеют под собой какой-либо почвы. В связи с этим, хотелось бы услышать точку зрения автора по этому поводу. А именно чем мотивирован кыргызский электорат при выборе того или иного кандидата или политической партии? С учетом того, что на предыдущих выборах, эти представители обещаний своих не выполняли.

3. Как показывает политическая практика, в последнее время, представители государственной власти стали применять технологии по проведению реформ, которые негативно скажутся на настроении общества в период масштабных мероприятий. К примеру, известная последняя пенсионная реформа в России, во время проведения чемпионата мира по футболу 2018. Российская власть надеялась, что в период масштабной спортивной кампании, общество не обратит внимание на такую модернизацию. Однако получилось все совсем наоборот.

В этом контексте, во-первых, хотелось бы услышать позицию соискателя, что для российской власти было верным, с точки зрения политического маркетинга, чтобы протестное настроение общества носило более мягкий характер.

Во-вторых, хотелось бы услышать от автора аналогичные примеры в Кыргызстане. Если конечно они имеются.

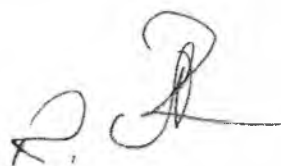
Вместе с тем, как я уже отмечал, высказанные суждения и замечания никоим образом не влияют на положительную оценку диссертационного исследования М.М. Мухтарова в целом. Работа выполнена на должном научном уровне, хотя и имеются в тексте ошибки грамматического и стилистического характера.

Уверен, что творческий научный труд М.М. Мухтарова – внесет значительный вклад в развитие политической и социологической наук, а сам дис-

сертант при успешной защите, вполне может заслужить присуждения ему
искомой ученой степени доктора политических наук по специальности:
23.00.02 – политические институты, процессы и технологии.

Официальный оппонент:

**Профессор “Юридической программы”
Международного университета “Алатоо”,
доктор политических (юридических) наук,
доцент**



12.10.2018 г.

Канатбек Азиз