

# **ЗАКЛЮЧЕНИЕ ЭКСПЕРТНОЙ КОМИССИИ**

**диссертационного совета Д 212.232.17**

**при Санкт-Петербургском государственном университете**

**по диссертации Пулькиной Виктории Алексеевны**

**«Типология и функционирование PR-текстов**

**в имиджмейкинге российских городов»,**

**представленной на соискание ученой степени**

**кандидата филологических наук**

**по специальности 10.01.10 – Журналистика**

Экспертная комиссия в составе доктора политических наук, профессора Ачкасовой Веры Алексеевны, доктора филологических наук, профессора Кима Максима Николаевича, доктора философских наук, профессора Сидорова Виктора Александровича, ознакомившись с представленной диссертацией, пришла к следующим выводам.

1. Формулировка темы диссертации В. А. Пулькиной «Типология и функционирование PR-текстов в имиджмейкинге российских городов» соответствует научной специальности 10.01.10 – Журналистика, отрасль «Филологические науки», по которой диссертационному совету Д 212.232.17 предоставлено право принимать к защите диссертации (Положение о присуждении ученых степеней, п. 18). Оценка с точки зрения содержания, предусмотренная пп. 9 и 18 Положения, может быть дана на основе структуры, целей и задач исследования, а также полного текста диссертации. Анализ текста диссертации демонстрирует успешное выполнение автором поставленной цели – комплексной оценки современного понимания PR-текстов и их роли как инструмента территориального имиджмейкинга. Научная новизна диссертации, включающая 6 пунктов, сконцентрирована вокруг проблем имиджмейкинга городов и способов их продвижения. Так, автором разработана имиджевая типология городов и их целевых аудиторий; **выделены функциональные характеристики PR-текстов в городском**

имиджмейкинге; введено в научный оборот понятие PR-текст территориального имиджмейкинга (СІМ PR-текст) и определены базовые характеристики таких текстов; выявлены новые жанры PR-текстов, функционирующих в процессе построения имиджа города и т.д. Автор проанализировал обширную научную литературу, рассматривающую специфику имиджевого, брендингового и маркетингового подходов к продвижению территорий, а также значительный корпус изданий, посвященный описанию феномена PR-текста и его типологии.

Основные положения и выводы диссертации были успешно апробированы на нескольких международных и всероссийских конференциях.

Таким образом, исследование в полной мере является самостоятельной и законченной работой, теоретическая и практическая значимость которой выглядят вполне убедительно. По п.п. 9 и 18 Положения о присуждении ученых степеней у экспертной комиссии к диссертанту претензий нет.

2. Судить о полноте изложения материалов диссертации в работах, опубликованных соискателем ученой степени, можно по тексту диссертации и сопровождающим ее документам.

В тексте диссертации автор сообщает о наличии 15 научных работ по теме исследования (3 из которых – в рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК) (с. 22); они также названы в аннотации диссертации и включены в список публикаций. Анализ показывает, что публикации достаточно полно отражают направления и существенную часть исследования, выполненного в диссертации. Материалы диссертации прошли апробацию в форме докладов автора на ряде научных конференций и семинаров.

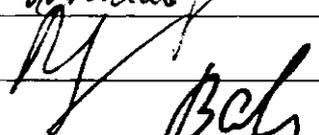
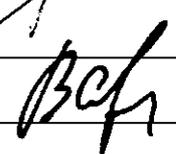
3. В соответствии с требованиями пунктов 11 и 13 Положения о присуждении ученых степеней В. А Пулькина опубликовала основные научные результаты диссертации в трех статьях в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК России:

- Пулькина, В. А. Музей как предмет публичного дискурса в имиджмейкинге территорий [Электронный ресурс] / В.А. Пулькина // Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. Ломоносова «Медиаскоп». 2013. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/1407>.
- Пулькина, В. А. PR-текст как инструмент территориального имиджмейкинга в период кризиса [Электронный ресурс] / В.А. Пулькина // Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. Ломоносова «Медиаскоп». 2016. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/?q=node/2115>.
- Пулькина, В. А. PR-тексты в формировании имиджа города // Университетский научный журнал. Филологические и исторические науки, археология и искусствоведение / В.А. Пулькина. - Санкт-Петербург. – 2016. - Выпуск №21. – С. 194-203.

4. В соответствии с требованиями, установленными пунктом 14 Положения о присуждении ученых степеней, соискатель ученой степени приводит ссылки на авторов и источники используемых и цитируемых материалов и произведений. Совпадения с иными произведениями, выявленные специальным компьютерным анализом (18%), относятся по преимуществу к названиям цитируемых произведений и документов, а также к распространенным речевым оборотам; по этой причине оснований для претензий к автору нет.

На основании выполненного анализа экспертная комиссия рекомендует диссертационному совету принять диссертацию **Пулькиной Виктории Алексеевны «Типология и функционирование PR-текстов в имиджмейкинге российских городов»** к защите на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – Журналистика.

Члены экспертной комиссии:

  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_

д-р полит. н. В.А.Ачкасова

д-р фил. н. М.Н.Ким

д-р филос. н. В.А.Сидоров