

**ОТЗЫВ НА АВТОРЕФЕРТ**  
**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

Диссертационное исследование В. А. Пулькиной посвящено весьма актуальной теме. Социально-экономические и политические реалии современной российской жизни говорят о необходимости комплексного изучения PR-инструментов в идентификации и построении имиджа многочисленных больших и малых городов России. Особенности создания и функционирования PR-текстов в этом процессе объективно вызывают научный интерес. Внимание к специфическим характеристикам PR-текстов, понимание их роли в имиджевых процессах геобрендинга позволит обогатить PR-инструментарий этих процессов и максимально использовать потенциал PR-текстов.

Автор поставил перед собой масштабные задачи, и это потребовало обращения к широкому кругу научной литературы. В. А. Пулькиной проанализированы труды отечественных и зарубежных авторов по проблемам понимания имиджа, брендинга и имиджмейкинга мест, типологии городов, влияния новых медиа на трансформацию сферы массовых коммуникаций, технологий связей с общественностью применительно к качественному росту возможностей городов и PR-текстам.

Научная новизна исследования не вызывает сомнений. На наш взгляд, заслуживают отдельного внимания следующие позиции. Во-первых, сформулирована дефиниция современного PR-текста в контексте расширения возможностей цифровых каналов коммуникации, что серьезным образом расширяет и возможности самих PR-текстов, реализующихся в самых разных – новых и традиционных – PR-жанрах.

Во-вторых, предпринята продуктивная попытка типологизировать российские города с учетом их имидж-потенциала. Предлагаемые автором параметры (имиджевый потенциал и имиджевая размерность) будут полезны в практике имиджмейкинга и геобрендинга.

Бесспорная практическая значимость исследования В.А.Пулькиной позволяет использовать его результаты в работе структур, осуществляющих коммуникации по формированию имиджа города, в частности, тех, что разрабатывают юбилейные программы российских городов или ищут пути их продвижения на российском/международном уровне.

Междисциплинарный характер работы В. А. Пулькиной позволяет эффективно описать взаимосвязь между письменными коммуникациями и построением эффективного территориального имиджа.

Автореферат диссертации написан корректным научным языком, к техническому оформлению текста замечаний нет. Текст автореферата дает возможность увидеть целостность и законченность диссертационного исследования. Содержание автореферата позволяет заключить, что диссертационное исследование на тему «Типология и функционирование PR-текстов в имиджмейкинге российских городов» отвечает требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а В. А. Пулькина заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 – журналистика.

Доцент

кафедры «Иностранные языки и связи с общественностью»

ФГБОУ ВО "Пермский национальный исследовательский

политехнический университет" (ПНИПУ),

кандидат филологических наук,

614990, Пермский край, г. Пермь,

Комсомольский проспект, д. 29

+7 (342) 219-80-67, 212-39-27



Л.А.Белова

Подпись  
заверяю  
Специалист  
по кадрам УК  
М.Н. Ведерникова