

## РЕФЕРАТ

**Никифорова Александра Александровна**

### **Европейские игры как фактор формирования имиджа страны**

Дипломная работа: 64 с., 3 рис., 1 табл., 11 диагр., 48 источник, 1 прил.

**Ключевые слова:** имидж, территориальный маркетинг, страновой имидж, спортивный туризм, спортивный ивент туризм, региональные игры, Европейские игры, фирменный стиль.

**Цель исследования** – раскрыть значимость II Европейских игр в формировании имиджа Республики Беларусь.

**Объект исследования** – II Европейские игры в контексте спортивного туризма.

**Предмет исследования** – формирование имиджа страны посредством II Европейских игр.

#### **Методология и методы исследования:**

- системный подход для рассмотрения спортивного туризма как комплекса взаимосвязанных элементов;
- структурно-функциональный подход для исследования спортивного ивент туризма как элемента спортивного туризма;
- историко-генетический, позволивший рассмотреть происхождение Европейских игр;
- компаративный для сравнения I и II Европейских игр;
- семантический – для исследования фирменного стиля II Европейских игр;
- контент-анализ, направленный на определение содержания таких понятий как «имидж» и «страновой имидж»;
- анкетный опрос с целью выявления осведомлённости и отношения респондентов к II Европейским играм, а также фирменному стилю мероприятия.

#### **Результаты исследования**

1. Имидж страны – это целенаправленно создаваемый конструкт, который впоследствии возникает у людей в качестве мнения по отношению к определённой территории. Спорт может стать одним из путей формирования положительного имиджа.

2. Спортивный имидж страны можно формировать проведением масштабных международных соревнований, которые способствуют привлечению туристов.

3. Опыт в проведении международных соревнований (в том числе чемпионата мира по хоккею 2014 г.) укрепляет позиции Республики Беларусь как спортивной страны и способствует дальнейшему развитию в этой сфере.

4. Проведение II Европейских игр является важным ресурсом для формирования имиджа Республики Беларусь в качестве спортивной страны, используя который перед страной открываются новые возможности (межкультурное взаимодействие, привлечение туристов и инвесторов, обмен опытом, знакомство с белорусской культурой).

## РЭФЕРАТ

**Нікіфарава Аляксандра Аляксандраўна**

**Еўрапейскія гульні як фактар фарміравання іміджу краіны**

Дыпломная работа: 64 с., 3 мал., 1 табл., 11 дыягр., 48 крыніца, 1 прык.

**Ключавыя словы:** імідж, тэрытарыяльны маркетынг, імідж краіны, спартыўны турызм, спартыўны івэнт турызм, рэгіянальныя гульні, Еўрапейскія гульні, фірмовы стыль.

**Мэта даследавання** – раскрыць значнасць II Еўрапейскіх гульняў у фарміраванні іміджу Рэспублікі Беларусь.

**Аб'ект даследавання** – II Еўрапейскія гульні ў кантэксце спартыўнага турызму.

**Прадмет даследавання** – фарміраванне іміджу краіны праз II Еўрапейскія гульні.

**Метадалогія і метады даследавання:**

- сістэмны падыход для разгляду спартыўнага турызму як комплексу узаемазвязаных элементаў;
- структурна-функцыянальны падыход для даследавання спартыўнага івэнт турызму як элемента спартыўнага турызму;
- гісторыка-генетычны, які дазволіў разгледзець паходжанне Еўрапейскіх гульняў;
- кампаратыўны для параўнання I і II Еўрапейскіх гульняў;
- семантычны – для даследавання фірмовага стылю II Еўрапейскіх гульняў;
- кантэнт-аналіз, накіраваны на вызначэнне зместу такіх паняццяў як «імідж» і «імідж краіны»;
- анкетнае апытанне з мэтай даследавання стаўлення рэспандэнтаў да II Еўрапейскіх гульняў, а таксама фірменнага стылю мерапрыемства.

**Вынікі даследавання**

1. Імідж краіны – гэта мэтанакіравана створаны канструкт, які ў далейшым узнікае ў людзей у якасці меркавання ў адносінах да пэўнай тэрыторыі. Спорт можа стаць адным са шляхоў фарміравання станоўчага іміджу.

2. Спартыўны імідж краіны можна фармаваць правядзеннем маштабных міжнародных спаборніцтваў, якія спрыяюць прыцягненню турыстаў.

3. Досвед у правядзенні міжнародных спаборніцтваў (у тым ліку чэмпіянату свету па хакеі 2014 г.) умацоўвае пазіцыі Рэспублікі Беларусь як спартыўнай краіны і спрыяе далейшаму развіццю ў гэтай сферы.

4. Правядзенне II Еўрапейскіх гульняў з'яўляецца важным рэсурсам для фарміравання іміджу Рэспублікі Беларусь у якасці спартыўнай краіны, які адкрывае перад краінай новыя магчымасці (міжкультурная ўзаемадзеянне, прыцягненне турыстаў і інвестараў, абмен досведам, знаёмства з беларускай культурай).

## **ABSTRACT**

**Nikiforova Aleksandra**

### **The European games as a factor in shaping the country's image**

Thesis: 64 p., 3 pic., 1 tabl., 11 diagr., 48 sources, 1 apps.

**Key words:** image, territorial marketing, country image, sports tourism, sport event tourism, regional games, the European games, brand identity.

**Aim of thesis** – to reveal the importance of the II European Games in shaping the image of the Republic of Belarus.

**Object of research** – the II European games in the context of sports tourism.

**Subject of research** – the formation of the image of the country through the II European Games.

#### **Methodology and methods of research:**

- systematic method for considering sports tourism as a complex of interrelated elements;
- structural-functional method for studying sport event tourism as an element of sports tourism;
- historical genetic method, which allowed to consider the origin of the European games;
- comparative method for equating the I and II European games;
- semantic method for studying the corporate identity of the II European Games;
- content analysis, aimed at determining the content of such concepts as "image" and "country image";
- a questionnaire in order to identify the awareness and attitude of respondents to the II European Games, as well as to the brand identity of the event.

#### **Results of the research**

1. The image of the country is a purposefully created construct, which subsequently arises in people as an opinion in relation to a certain territory. Sports can become one of the ways of forming a positive image.
2. The country's sporting image can be formed by holding large-scale international competitions that facilitate the attraction of tourists.
3. The experience in holding international competitions (including the World Hockey Championship in 2014) strengthens the position of the Republic of Belarus as a sports country and contributes to further development in this area.
4. Holding of the II European Games is an important resource for forming the image of the Republic of Belarus as a sports country, which opens new opportunities for the country (intercultural interaction, attraction of tourists and investors, exchange of experience, acquaintance with Belarusian culture).