

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

РИМАШЕВСКАЯ
Вероника Владиславовна

**КОММУНИКАТИВНЫЕ РЕСУРСЫ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО
НАСЛЕДИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
старший преподаватель кафедры
технологий коммуникации и связей с
общественностью
А. В. Колик

Допущена к защите

«___» _____ 2021 г.

Заведующая кафедрой технологий коммуникации
и связей с общественностью,

кандидат филологических наук, доцент Ю. Н. Лукьянюк

Минск, 2021

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит: 54 страницы, 55 источников, 6 таблиц.
ИМИДЖ, БРЕНД, ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ИМИДЖ, ОБЪЕКТ
КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ, ПРОДВИЖЕНИЕ ТЕРРИТОРИИ, МУЗЕЙ,
НЕСВИЖ, РУЖАНЫ.

Объектом дипломной работы являются коммуникативные ресурсы объектов культурного наследия.

Предмет дипломной работы – коммуникативные ресурсы объектов культурного наследия в формировании имиджа территории.

Цель дипломной работы – исследовать коммуникативные ресурсы объектов культурного наследия в формировании имиджа территории.

В работе используются следующие методы исследования: наблюдение, дедукция, индукция, сравнительный анализ.

Полученные результаты и их новизна: раскрыты понятие и сущность имиджа территории; определена значимость историко-культурного наследия при формировании имиджа территории; проанализировано использование коммуникативных ресурсов на примере Несвижского замка и Ружанского дворца; определены рекомендации для улучшения имиджа Несвижа и Ружан.

Новизна дипломной работы заключается в анализе имиджа историко-культурного наследия, выявлении значимости коммуникативных ресурсов при построении имиджа, формировании рекомендаций по оптимизации коммуникации объектов культурного наследия.

Область возможного практического применения: результаты дипломного исследования могут быть использованы в работе специалистов в сфере связей с общественностью, рекламы и смежных областей по формированию территориального имиджа и продвижению объектов культурного наследия.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

Римашевская В. В. _____

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца змяшчае: 54 старонкі, 5 малюнкаў, 55 крыніц, 6 табліц.
ІМІДЖ, БРЭНД, ТЭРЫТАРЫЯЛЬНЫ ІМІДЖ, АБ'ЕКТ КУЛЬТУРНАЙ
СПАДЧЫНЫ, ПРАСОЎВАННЕ ТЭРЫТОРЫІ, МУЗЕЙ, НЯСВІЖ, РУЖАНЫ.

Аб'ектам дыпломнай працы з'яўляюцца камунікатыўныя рэсурсы аб'ектаў культурнай спадчыны.

Прадмет дыпломнай працы – камунікатыўныя рэсурсы аб'ектаў культурнай спадчыны ў фарміраванні іміджу тэрыторыі.

Мэта дыпломнай працы – даследаваць камунікатыўныя рэсурсы аб'ектаў культурнай спадчыны ў фарміраванні іміджу тэрыторыі.

У працы выкарыстоўваюцца наступныя метады даследавання: назіранне, дэдукцыя, індукцыя, параўнальны аналіз.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: раскрытыя паняцце і сутнасць іміджу тэрыторыі; вызначана значнасць гісторыка-культурнай спадчыны пры фарміраванні іміджу тэрыторыі; прааналізавана выкарыстанне камунікатыўных рэсурсаў на прыкладзе Нясвіжскага замка і Ружанскага палаца; вызначаны рэкамендацыі для паляпшэння іміджу Нясвіжа і Ружан.

Навізна дыпломнай працы заключаецца ў аналізе іміджу гісторыка-культурнай спадчыны, выяўленні значнасці камунікатыўных рэсурсаў пры пабудове іміджу, фарміраванні рэкамендацый па аптымізацыі камунікацыі аб'ектаў культурнай спадчыны.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: вынікі дыпломнага даследавання могуць быць выкарыстаны ў працы спецыялістаў у сферы сувязяў з грамадскасцю, рэкламы і сумежных абласцей па фарміраванні тэрытарыяльнага іміджу і прасоўванні.

Аўтар працы пацвярджае дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

Рымашэўская В. У.

THE ABSTRACT

The thesis contains: 54 pages, 5 pictures, 55 sources, 6 tables.

IMAGE, BRAND, TERRITORIAL IMAGE, CULTURAL HERITAGE SITE, TERRITORY PROMOTION, MUSEUM, NESVIZH, RUZHANY.

The object of the thesis is communicative resources of cultural heritage objects.

The subject of the thesis is communicative resources of the objects of cultural heritage in the formation of the image of the territory.

The aim of the thesis is to investigate the communicative resources of cultural heritage objects in the formation of the image of the territory.

The following research methods are used in the work: observation, deduction, induction, comparative analysis.

The results obtained and their novelty: revealed the concept and the essence of the image of the territory; determined the importance of historical and cultural heritage in the formation of the image of the territory; analyzed the use of communication resources on the example of the Nesvizh Castle and Ruzhan Palace; identified recommendations to improve the image of Nesvizh and Ruzhany.

The novelty of the thesis consists in the analysis of the image of historical and cultural heritage, revealing the significance of communicative resources in the construction of the image, the formation of recommendations for optimizing the communication of cultural heritage objects.

Scope of possible practical application: the results of the diploma study can be used in the work of specialists in the field of public relations, advertising and related areas on the formation of territorial image and promotion.

The author confirms the authenticity of the materials and results of the thesis, as well as the independence of its implementation.

Rimashevskaya V. V.
