

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации

ЕРЁМА
Мария Олеговна

КУЛЬТУРНЫЕ СОБЫТИЯ
КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА СТРАНЫ

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат философских наук,
доцент И. В. Сидорская

Допущена к защите

« ___ » _____ 2016 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации
кандидат философских наук, доцент И. В. Сидорская

Минск, 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|--|
| ВВЕДЕНИЕ | Ошибка! Закладка не определена. |
| ГЛАВА 1. ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА СТРАНЫ ... | Ошибка! Закладка не определена. |
| 1.1 Соотношение понятий «образ», «имидж» и «бренд» страны в современной коммуникативистике | Ошибка! Закладка не определена. |
| 1.2 Факторы и процесс формирования имиджа территории | Ошибка! Закладка не определена. |
| 1.3 Мероприятия в сфере культуры и их место в формировании имиджа территории | Ошибка! Закладка не определена. |
| ГЛАВА 2. МЕРОПРИЯТИЯ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ВНУТРЕННЕГО ИМИДЖА СТРАНЫ | Ошибка! Закладка не определена. |
| 2.1 Портфолио культурных событий в Республике Беларусь | Ошибка! Закладка не определена. |
| 2.2 Специфика влияния культурных событий на внутренний имидж страны | Ошибка! Закладка не определена. |
| 2.3 Влияние различных по статусу мероприятий в сфере культуры на внутренний имидж территории | Ошибка! Закладка не определена. |
| ГЛАВА 3 ВЛИЯНИЕ КУЛЬТУРНЫХ СОБЫТИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА БЕЛАРУСИ В МЕЖДУНАРОДНОМ СООБЩЕСТВЕ | Ошибка! Закладка не определена. |
| 3.1. Оценка существующего внешнего медийного образа Республики Беларусь и степени влияния на него культурных событий | Ошибка! Закладка не определена. |
| 3.2 Минский международный кинофестиваль «Лістапад» как имиджевое мероприятие Республики Беларусь..... | Ошибка! Закладка не определена. |
| 3.3 Потенциал для развития применения технологий событийного маркетинга в формировании позитивного внешнего имиджа страны..... | Ошибка! Закладка не определена. |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | Ошибка! Закладка не определена. |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ..... | Ошибка! Закладка не определена. |

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа: страниц – 65, источников – 61, приложений – 19, рисунков – 6, таблиц – 3.

ИМИДЖ, ОБРАЗ, ВНУТРЕННИЙ ИМИДЖ, ВНЕШНИЙ ИМИДЖ, СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ, СТРАНОВОЙ БРЕНДИНГ, КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ, МЕДИА, СОБЫТИЙНЫЙ ЛАНДШАФТ, КУЛЬТУРНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ.

Объект исследования – процесс формирования внешнего и внутреннего имиджа страны.

Предмет исследования – культурные события как фактор формирования имиджа страны

Цель работы – выяснить степень и специфику влияния культурных событий на внешний и внутренний имидж Беларуси.

Методы исследования: наблюдение, анализ, описание и обобщение, применялись также экспертное интервью, мониторинг, классификация.

Полученные результаты и их новизна: изучены теоретические аспекты формирования имиджа территорий, рассмотрен эффект, оказываемый мероприятиями на имидж территорий в мировой и белорусской практике, выявлена взаимосвязь внутреннего и внешнего имиджей страны, проанализировано событийное портфолио Республики Беларусь, исследовано оказываемое этими мероприятиями влияние на образ страны, выявлены основные недостатки и потенциальные возможности.

Новизна исследования заключается в систематизации представлений о мероприятиях, проводимых в стране, исследовании влияния культурных мероприятий на внутренний и внешний имиджи, их взаимосвязи, понимание которой, в свою очередь, открывает потенциал для создания благоприятного внешнего имиджа страны с использованием мероприятий, организованных на региональном уровне при помощи «инициатив снизу», которые являются наиболее эффективным инструментом продвижения территорий.

Область возможного практического применения: основные рекомендации, выработанные в ходе анализа событийного ландшафта страны, могут быть использованы для формирования стратегии продвижения территории среди целевых аудиторий, а также организаторами мероприятий и специалистами по коммуникации в сфере культуры и территориального брендинга.

Автор работы подтверждает достоверность исследования, а также объективность ссылок на источники, использованные в работе.

Ерёма М.О.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца – 65 старонкі, крыніц – 61, дадаткаў – 19, малюнкаў – 6, табліц – 3.

ІМІДЖ, ВОБРАЗ, УНУТРАНЫ ІМІДЖ, ЗНЕСНІ ІМІДЖ, СРОДКІ МАСАВАЙ КАМУНІКАЦЫІ, КРАІНАВЫ БРЭНДЫНГ, КАНАЛЫ КАМУНІКАЦЫІ, МЕДЫЯ, ПАДЗЕЙНЫ ЛАНДШАФТ, КУЛЬТУРНЫЯ МЕРАПРЫЕМСТВЫ.

Аб'ект даследавання: працэс фарміравання знешняга і ўнутранага іміджу краіны.

Прадмет даследавання: культурныя падзеі як фактар фарміравання іміджу краіны

Мэта працы: высветліць ступень і спецыфіку ўплыву культурных падзей на знешні і ўнутраны імідж Беларусі.

Метады даследавання: назіранне, аналіз, апісанне і абагульненне, ўжываліся таксама экспертнае інтэрв'ю, маніторынг, класіфікацыя.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: вывучаны тэарэтычныя аспекты фарміравання іміджу тэрыторый, разгледжаны эфект, які аказваюць культурыныя мерапрыемствы на імідж тэрыторый у сусветнай і беларускай практыцы, выяўлена ўзаемасувязь ўнутранага і знешняга іміджаў краіны, прааналізавана падзейна партфоліо Рэспублікі Беларусь, прааналізаваны ўплыў, які яны аказваюць на вобраз краіны, акрэслены асноўныя недахопы і вызначана патэнцыйныя магчымасці развіцця.

Навізна даследавання заключаецца ў сістэматызацыі ўяўлення аб мерапрыемствах, якія праводзяцца ў краіне, даследаванні ўплыву культурных мерапрыемстваў на ўнутраны і знешні іміджы, іх узаемасувязі, разуменне якой, у сваю чаргу, адкрывае патэнцыял для стварэння спрыяльнага знешняга іміджу краіны з выкарыстаннем мерапрыемстваў, арганізаваных на рэгіянальным узроўні пры дапамозе «ініцыятыў знізу», якія з'яўляюцца найбольш эфектыўным інструментам прасоўвання тэрыторый.

Вобласць магчымага практычнага прымянення: асноўныя рэкамендацыі, выпрацаваныя ў ходзе аналізу падзейнага ландшафту краіны могуць быць выкарыстаны для фарміравання стратэгіі прасоўвання тэрыторыі сярод мэтавых аўдыторый, а таксама арганізатарамі мерапрыемстваў і спецыялістамі па камунікацыі ў сферы культуры і тэрытарыяльнага брэндынгу.

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць даследавання, а таксама аб'ектыўнасць спасылак на крыніцы, выкарыстаныя ў працы.

Ярома М.А.

SUMMARY OF THE DIPLOMA THESIS

Thesis contains 65 pages, 61 sources, 19 applications, 6 pictures and 3 tables.

ORGANIC IMAGE, INDUCED IMAGE, INTERNAL IMAGE, EXTERNAL IMAGE, MASS COMMUNICATION, COUNTRY BRANDING, COMMUNICATION CHANNELS, MEDIA, EVENT LANDSCAPE, CULTURAL EVENTS.

The object of the research: process of formation of the internal and external image of the country.

The subject of the research: cultural events as a factor in the formation of the country's image.

The aim of the research: to determine the degree of specificity and the influence of cultural events on the external and internal image of Belarus.

Methods: observation, analysis, description, and synthesis, expert interviews, monitoring, classification were also used.

The results and their novelty: theoretical aspects of image formation are studied; the influence of cultural events on territory's image in the world practice and in Belarus is examined; the correlation of internal and external images of the country is revealed; portfolio of events of the country is analysed; their influence of Belarusian country image is defined; major shortcomings are pointed out and potential for development identified.

The novelty of the research is in systematized presentation of the cultural events carried out in the country; in the study of the influence of cultural events in the internal and external image; understanding of which opens up the potential to create a favorable external image of the country with activities organized at the regional level.

The area of possible practical use: the main recommendations made in the analysis of event landscape of the country can be used to form a strategy of the promotion of territory of the target audiences, as well as event organizers and communication professionals in the field of culture and territorial branding.

The author of the study confirms the reliability and objectivity of links to the sources used in the work.

Eroma M.O.
