

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

БЕЛЯЕВА
Инна Валентиновна

**ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ АКТОРОВ ФОРМИРОВАНИЯ
ВНЕШНЕГО ИМИДЖА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ:
ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЙ АСПЕКТ**

Магистерская диссертация
специальность *1-23 80 11 Коммуникации*

Научный руководитель
Колик Алексей Валентинович
старший преподаватель

Допущена к защите
«___» _____ 20__ г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью
Ирина Владимировна Сидорская
доктор филологических наук, доцент

Минск, 2020

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

ИМИДЖ, ОБРАЗ, БРЕНД, РЕПУТАЦИЯ, ВНЕШНИЙ ИМИДЖ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ, ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, МАССМЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИМИДЖЕФОРМИРУЮЩИЕ МЕРОПРИЯТИЯ, СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ.

Цель магистерской диссертации - исследовать ключевые аспекты деятельности корпоративных акторов в формировании внешнего имиджа Республики Беларусь посредством информационно-коммуникационных технологий. Для достижения поставленной цели были поставлены следующие **задачи**:

1. раскрыть понятие внешнего имиджа страны и определить его основные функции;
2. выявить основные информационно-коммуникационные технологии формирования внешнего имиджа Республики Беларусь;
3. исследовать деятельность корпоративных акторов по формированию внешнего имиджа страны;
4. определить роль Белорусской торгово-промышленной палаты в формировании внешнего имиджа Республики Беларусь;
5. исследовать информационно-коммуникационные мероприятия Белорусской торгово-промышленной палаты.

Объектом магистерской диссертации является формирование внешнего имиджа Республики Беларусь. **Предмет** - информационно-коммуникационный аспект деятельности корпоративных акторов формирования внешнего имиджа Республики Беларусь на современном этапе.

Полученные результаты и их новизна. Результаты: раскрыто понятие внешнего имиджа страны, выявлены основные информационно-коммуникационные технологии формирования внешнего имиджа Беларуси, исследована деятельность корпоративных акторов, определена роль БелТПП в формировании внешнего имиджа Республики Беларусь.

Научная новизна магистерской диссертации заключается в формулировании и обосновании основных положений и результатов исследования, основанных на изучении информационно-коммуникационного аспекта деятельности корпоративных акторов по формированию внешнего имиджа Республики Беларусь. Впервые в отечественной науке исследована роль Белорусской торгово-промышленной палаты в формировании внешнего имиджа страны.

Магистерская диссертация выполнена на 72 страницах и состоит из перечня условных обозначений, общей характеристики, введения, трех глав, включающих шесть разделов, заключения и списка использованных источников, состоящего из 82 наименований.

АГУЛЬНАЯ ХАРАКТАРЫСТЫКА ПРАЦЫ

ІМІДЖ, ВОБРАЗ, БРЭНД, РЭПУТАЦЫЯ, ЗНЕШНІ ІМІДЖ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ, ІНФАРМАЦЫЙНА-КАМУНІКАЦЫЙНЫЯ ТЭХНАЛОГІІ, КАМУНІКАТЫЎНЫЯ ТЭХНАЛОГІІ, МАССМЕДЫЙНЫЯ ТЭХНАЛОГІІ, МЕРАПРЫЕМСТВЫ ПА ФАРМІРАВАННІ ІМІДЖУ, СРОДКІ МАСАВАЙ ІНФАРМАЦЫІ.

Мэта магістарскай дысертацыі – даследаваць ключавыя аспекты дзейнасці карпаратыўных актараў ў фарміраванні знешняга іміджу Рэспублікі Беларусь шляхам інфармацыйна-камунікатыўных тэхналогій. Для дасягнення пастаўленай мэты неабходна вырашыць наступныя **задачы**:

1. раскрыць паняцце знешняга іміджу краіны і вызначыць яго асноўныя функцыі;
2. выявіць асноўныя інфармацыйна-камунікатыўныя тэхналогіі фарміравання знешняга іміджу Рэспублікі Беларусь;
3. даследаваць дзейнасць карпаратыўных актараў па фарміраванні знешняга іміджу краіны;
4. вызначыць ролю БелГПП ў фарміраванні знешняга іміджу Беларусі;
5. даследаваць інфармацыйна-камунікатыўныя мерапрыемствы Беларускай гандлёва-прамысловай палаты.

Аб'ектам магістарскай дысертацыі з'яўляецца фарміраванне знешняга іміджу Рэспублікі Беларусь. **Прадмет** – інфармацыйна-камунікатыўны аспект дзейнасці карпаратыўных актараў фарміравання знешняга іміджу Рэспублікі Беларусь на сучасным этапе.

Метады даследавання: структурна-функцыянальны аналіз, параўнальны аналіз, гіпатэтыка-дэдуктыўны метады, метады аналізу крыніц, метады назірання.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Вынікі: раскрыта паняцце знешняга іміджу краіны, выяўлены асноўныя інфармацыйна-камунікатыўныя тэхналогіі фарміравання знешняга іміджу Беларусі, даследавана дзейнасць карпаратыўных актараў, вызначана роля БелГПП у фарміраванні знешняга іміджу Беларусі.

Навуковая навізна магістарскай дысертацыі заключаецца ў фармуляванні і абгрунтаванні асноўных палажэнняў і вынікаў даследавання, заснаваных на вывучэнні інфармацыйна-камунікатыўнага аспекту дзейнасці карпаратыўных актараў па фарміраванні знешняга іміджу Рэспублікі Беларусь. Упершыню ў айчынай навуцы даследавана роля БелГПП ў фарміраванні знешняга іміджу краіны.

Магістарская дысертацыя выканана на 72 старонках і складаецца з пераліку ўмоўных пазначэнняў, агульнай характарыстыкі, ўвядзення, трох глаў, якія ўключаюць шэсць раздзелаў, заключэння і спісу выкарыстаных крыніц, які складаецца з 82 найменняў.

GENERAL DESCRIPTION OF THE WORK

IMAGE, BRAND, REPUTATION, EXTERNAL IMAGE OF THE REPUBLIC OF BELARUS, INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES, COMMUNICATIVE TECHNOLOGIES, MASS MEDIA TECHNOLOGIES, MASSMEDIA.

The **purpose** of the master's thesis is to explore key aspects of the activities of corporate actors in the formation of the external image of the Republic of Belarus through information and communication technologies. To achieve this goal it is necessary to solve the following **tasks**:

1. to reveal the concept of the country's external image and determine its main functions;
2. identify the main information and communication technologies for the formation of the external image of the Republic of Belarus;
3. to study the activities of corporate actors in the formation of the country's external image;
4. determine the role of the Belarusian Chamber of Commerce and Industry in the formation of the external image of the Republic of Belarus;
5. explore the information and communication activities of the Belarusian Chamber of Commerce and Industry.

The **object** of the master's thesis is the formation of the external image of the Republic of Belarus. The **subject** is the information and communication aspect of the activities of corporate actors in the formation of the external image of the Republic of Belarus at the present stage.

Research methods: structural and functional analysis, comparative analysis, hypothetical-deductive method, source analysis method, observation method.

The results obtained and their novelty. Results: the concept of the country's external image is revealed, the main information and communication technologies for the formation of the external image of Belarus are revealed, the activities of corporate actors are investigated, the role of the BelCCI in the formation of the external image of the Republic of Belarus is determined. **The scientific novelty** of the master's thesis lies in the formulation and justification of the main provisions and results of the study, based on the study of the information and communication aspect of the activities of corporate actors in shaping the external image of the Republic of Belarus. For the first time in domestic science, the role of the Belarusian Chamber of Commerce and Industry in shaping the country's external image has been investigated.

The master's thesis is completed on 72 pages and consists of a list of symbols, general characteristics, introduction, three chapters, including six sections, conclusion and list of references, consisting of 82 items.