**РЕФЕРАТ**

**Дипломная работа**: «Персонификация как фактор эффективности современного информационного вещания (на примере телеканала СТВ)» **Объём дипломной работы** – 55 страниц. **Количество использованных источников** – 50. **Ключевые слова:** ПЕРСОНИФИКАЦИЯ, ИНФОРМАЦИОННОЕ ВЕЩАНИЕ, ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ, МЕТОДЫ ПЕРСОНИФИКАЦИИ Конкуренция на современном рынке масс-медиа постоянно возрастает. В этих условиях национальные телеканалы вынуждены бороться за неповторимость, становиться особенными в сравнении друг с другом и достойно конкурировать с зарубежными телеканалами. Это, в свою очередь, вынуждает телевизионных журналистов готовить информационные материалы в разных жанрах, используя в работе новые, оригинальные приемы и нестандартные методы. **Актуальность работы** обусловлена необходимостью искать резервы улучшения качества и повышения эффективности новостных программ, одним из которых является персонификация информационного телевещания. **Цель работы** – раскрыть феномен персонификации как фактор эффективности современного информационного телевещания. **Объект исследования** – персонификация как одна из важнейших особенностей современного информационного телевещания. **Эмпирическим материалом** послужили выпуски информационных программ телеканала СТВ: «Новости 24 часа», «Міншчына», «Столичные подробности», «Новости спорта», «Новости экономики», а также итоговой информационно-аналитической программы «Неделя» за 2019 – 2020 годы. **Предметом исследования стала** персонификация информационных программ на телеканале СТВ. В ходе исследования темы дипломной работы были применены следующие **общенаучные методы**: анализ и синтез, сравнительный анализ, обобщение, систематизация полученных данных. Поставленные цель и задачи определили **структуру дипломной работы**: введение, три главы, заключение, список использованных источников и приложения. Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

**РЭФЕРАТ**

**Дыпломная праца:** «Персаніфікацыя як фактар ​​эфектыўнасці сучаснага інфармацыйнага вяшчання (на прыкладзе тэлеканала СТВ)» **Аб'ём дыпломнай працы** – 55 старонак. **Колькасць выкарыстаных крыніц** – 50. **Ключавыя словы:** ПЕРСАНІФІКАЦЫЯ, ІНФАРМАЦЫЙНАЕ ВЯШЧАННЕ, ФАКТАРЫ ЭФЕКТЫЎНАСЦІ, МЕТАДЫ ПЕРСАНІФІКАЦЫІ Канкурэнцыя на сучасным рынку мас-медыя пастаянна ўзрастае. У гэтых умовах нацыянальныя тэлеканалы вымушаны змагацца за непаўторнасць, станавіцца асаблівымі ў параўнанні адзін з адным і годна канкураваць з замежнымі тэлеканаламі. Гэта, у сваю чаргу, вымушае тэлевізійных журналістаў рыхтаваць інфармацыйныя матэр'ялы ў розных жанрах, выкарыстоўваючы ў працы новыя, арыгінальныя прыёмы і нестандартныя метады. **Актуальнасць работы** абумоўлена неабходнасцю шукаць рэзервы паляпшэння якасці і павышэння эфектыўнасці навінавых праграм, адным з якіх з'яўляецца персаніфікацыя інфармацыйнага тэлевяшчання. **Мэта працы** – раскрыць феномен персаніфікацыі як фактар ​​эфектыўнасці сучаснага інфармацыйнага тэлевяшчання. **Аб'ект даследавання** – персаніфікацыя як адна з найважнейшых асаблівасцяў сучаснага інфармацыйнага тэлевяшчання. **Эмпірычным матэрыялам** паслужылі выпускі інфармацыйных праграм тэлеканала СТВ: «Навіны 24 гадзіны», «Міншчына», «Сталічныя падрабязнасці», «Навіны спорту», ​​«Навіны эканомікі», а таксама выніковай інфармацыйна-аналітычнай праграмы «Тыдзень» за 2019 – 2020 гады. **Прадметам даследавання** стала персаніфікацыя інфармацыйных праграм на тэлеканале СТВ. У ходзе даследавання тэмы дыпломнай працы былі ўжытыя наступныя **агульнанавуковыя метады:** аналіз і сінтэз, параўнальны аналіз, абагульненне, сістэматызацыя атрыманых дадзеных. Пастаўленыя мэта і задачы вызначылі структуру дыпломнай працы: ўвядзенне, тры главы, заключэнне, спіс выкарыстаных крыніц і дадатак. Аўтар працы пацвярджае пэўнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

**ABSTRACT**

**The thesis work:** «Personification as a factor in the effectiveness of modern information broadcasting (on the example of STV)» **The size of the thesis work** – 55 pages. **The number of information sources** – 50. **Keywords:** PERSONIFICATION, INFORMATION BROADCASTING, EFFICIENCY FACTOR, PERSONIFICATION METHODS Competition in the modern media market is constantly increasing. Under these conditions, national television channels are forced to fight for originality, become special in comparison with each other and compete worthy with foreign television channels. This, in turn, forces television journalists to prepare informational materials in various genres, using new, original techniques and non-standard methods in their work. **The relevance of the work** due to the need to look for reserves to improve the quality and increase the effectiveness of news programs, one of which is the personification of information broadcasting. **The purpose of the work –** to reveal the phenomenon of personification as a factor in the effectiveness of modern information broadcasting. **The object of the work** – personification as one of the most important features of modern information broadcasting. **The empirical material** – issues of STV channel news programs, namely «News 24 Hours», «Minshchyna», «Capital Details», «Sports News», «Economic News», final informational-analytical program «Week» during 2019 - 2020. **The subject of the work** – personification of information programs on the STV channel. During the study of the topic of the thesis, the following general scientific methods were applied: analysis and synthesis, comparative analysis, generalization, systematization of the data. The goal and objectives set the **structure of the thesis work**: introduction, three chapters, conclusion, list of sources and applications. The author of the work confirms the reliability of the materials and the results of the thesis work, as well as the independence of its implementation.