**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра телевидения и радиовещания**

ТРУБАЧ

ВАЛЕНТИНА АЛЕКСЕЕВНА

**ИМИДЖ МИНСКА И МИНСКОЙ ОБЛАСТИ В БЕЛОРУССКОМ ТЕЛЕРАДИОЭФИРЕ**

Дипломная работа

Научный руководитель зав. кафедрой телевидения и радиовещания, кандидат филологических наук, доцент

А. Ю. Кузьминова

Допущена к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 г.

Зав. кафедрой телевидения и радиовещания

кандидат филологических наук, доцент А. Ю. Кузьминова

Минск, 2021

**РЕФЕРАТ**

*Объем дипломной работы – 97 страниц.*

*Количество использованных источников – 118.*

*Ключевые слова:* ИМИЖ, БРЕНД, БЕЛТЕЛЕРАДИОКОМПАНИЯ, «БЕЛАРУСЬ 1», «БЕЛАРУСЬ 2», «БЕЛАРУСЬ 3», «БЕЛАРУСЬ 24», АТН, ОНТ, СТВ, МКТВ, СТК, «СЛУЦК ТВ», «СТАЛІЦА», «ПЕРВЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ КАНАЛ БЕЛОРУССКОГО РАДИО», «КУЛЬТУРА», «БЕЛАРУСЬ», «РАДИУС FM», «МОЛОДЕЧНО FM».

*Цель исследования:*выявление специфики процесса формирования имиджа Минска и Минской области в проектах белорусских радиостанций и телеканалов, оценка задействованных тактик и ресурсов.

*Объект исследования:*белорусский радио и телеэфир.

*Предмет исследования:* программы, которые способствуют формированию имиджа Минска и Минской области.

Качественная репрезентация положительного имиджа Минска и Минской области с помощью наглядных и разнообразных ресурсов аудиовизуальных СМИ будет содействовать повышению инвестиционной и туристической привлекательности региона, внесет вклад в формирование позитивного образа субъектов, занимающихся его развитием. В данном контексте необходимо изучение текущего имиджа, доступных для эффективного имиджа тактик работы и медийных ресурсов – в этом и заключается актуальность исследования.

Методы, использованные в ходе написания дипломной работы – метод описания, сравнения, сопоставительный анализ, а также методика контент-анализа аудиовизуальных СМИ.

Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты могут использоваться журналистами отечественных СМИ при создании контента о регионах. Также материалы интересны студентам и преподавателям факультета журналистики БГУ.

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

**РЭФЕРАТ**

*Аб'ём дыпломнай работы - 97 старонак.*

*Колькасць выкарыстаных крыніц - 118.*

*Ключавыя словы*: ІМІДЖ, БРЭНД, БЕЛТЭЛЕРАДЫЁКАМПАНІЯ, «БЕЛАРУСЬ 1», «БЕЛАРУСЬ 2», «БЕЛАРУСЬ 3», «БЕЛАРУСЬ 24», АТН, ОНТ, СТВ, МКТВ, СТК, СЛУЦК ТВ, «СТАЛІЦА», «ПЕРШЫ НАЦЫЯНАЛЬНЫ КАНАЛ БЕЛАРУСКАГА РАДЫЁ», «КУЛЬТУРА», «БЕЛАРУСЬ», «РАДЫУС FM», «МАЛАДЗЕЧНА FM».

*Мэта даследавання*: выяўленне спецыфікі працэсу фарміравання іміджу Мінска і Мінскай вобласці ў праектах беларускіх радыёстанцый і тэлеканалаў, ацэнка задзейнічаных тактык і рэсурсаў.

*Аб'ект даследавання*: беларуская радыё і тэлеэфір.

*Прадмет даследавання*: праграмы, якія спрыяюць фарміраванню іміджу Мінска і Мінскай вобласці.

Якасная рэпрэзентацыя станоўчага іміджу Мінска і Мінскай вобласці з дапамогай навочных і разнастайных рэсурсаў аўдыёвізуальных СМІ будзе садзейнічаць павышэнню інвестыцыйнай і турыстычнай прывабнасці рэгіёна, унясе ўклад у фарміраванне пазітыўнага вобраза суб'ектаў, якія займаюцца яго развіццём. У дадзеным кантэксце неабходна вывучэнне бягучага іміджу, даступных для эфектыўнага іміджу тактык працы і медыйных рэсурсаў - у гэтым і заключаецца актуальнасць даследавання.

Метады, выкарыстаныя ў ходзе напісання дыпломнай працы-метад апісання, параўнання, супастаўляльны аналіз, а таксама методыка кантэнт-аналізу аўдыёвізуальных СМІ.

Практычная значнасць даследавання заключаецца ў тым, што яго вынікі могуць выкарыстоўвацца журналістамі айчынных СМІ пры стварэнні кантэнту аб рэгіёнах. Таксама цікавыя матэрыялы студэнтам і выкладчыкам факультэта журналістыкі БДУ.

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

**ABSTRACT**

*The amount of diploma work - 97 pages*

*The number of used sources – 118.*

*Keywords:* IMAGE, BRAND, BELTELERADIOCOMPANY, «BELARUS 1», «BELARUS 2», «BELARUS 3», «BELARUS 24», ATN, ONT, STV, MKTV, STK, «SLUTSK TV», «STALITSA», «THE FIRST NATIONAL CHANNEL OF THE BELARUSIAN RADIO», «CULTURE», «BELARUS», «RADIUS FM», «MOLODECHNO FM».

*The aim of the research*: to identify the specifics of the process of image formation of Minsk and the Minsk region in the projects of Belarusian radio stations and TV channels, assessment of the tactics and resources involved.

The object of research: Belarusian radio and television.

*The subject of the research*: programs that contribute to the formation of the image of Minsk and the Minsk region.

Qualitative representation of the positive image of Minsk and Minsk region with the help of visual and diverse resources of audiovisual media will help increase investment and tourism attractiveness of the region, will contribute to the formation of a positive image of actors involved in its development. In this context, it is necessary to study the current image, available for an effective image of tactics and media resources - this is the relevance of the study.

The methods used in writing the thesis are the method of description, comparison, comparative analysis, as well as the method of content analysis of audiovisual media.

The practical significance of the study is that its results can be used by journalists of domestic media in creating content about the regions. The materials are also interesting for students and teachers of the Faculty of Journalism of BSU.

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