

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

ТИМОХОВЦЕВА Ирина Юрьевна

**КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ
БЕЛОРУССКИХ ХУДОЖНИКОВ: ОБОСНОВАННАЯ ТЕОРИЯ**

Магистерская диссертация
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 80 11 Коммуникации

Научный руководитель:
Гафарова Юлия Юрьевна
кандидат философских наук,
доцент

Минск, 2021

АННОТАЦИЯ

Коммуникационные стратегии продвижения являются важным стратегическим элементом в достижении экономических и социально-культурных целей белорусских художников. Реализация их творческого потенциала необходима для создания духовного богатства страны. Поэтому от успешности их овладения данной задачей зависит не только их личная реализация, но и культурное наследие Беларуси.

Объект исследования магистерской диссертации – продвижение белорусских художников. Предмет исследования магистерской диссертации – коммуникационные стратегии продвижения.

В процессе написания магистерской диссертации были получены следующие результаты: анализ теоретических оснований коммуникационных стратегий продвижения художников; анализ системы арт-рынка и текущей ситуации на мировом и белорусском арт-рынке; уточнены методологические особенности исследования методом обоснованной теории коммуникационных стратегий продвижения художников; предложена с акцентом на коммуникационные стратегии парадигма продвижения белорусских художников по методу обоснованной теории; выявлены тормозящие факторы и проблемные зоны коммуникационных стратегий продвижения белорусских художников.

Новизна полученных результатов обусловлена малоизученностью специфики коммуникационных стратегий продвижения белорусских художников. Полученные результаты характеризуются широкими возможностями теоретического и практического применения. Материалы магистерской диссертации могут применяться в учебном процессе, а также при дальнейшем исследовании коммуникационных стратегий продвижения белорусских художников, в том числе при формировании и реализации коммуникационной стратегии продвижения белорусского художника.

Структура магистерской диссертации включает в себя три главы. Первая глава посвящена теоретическим основаниям коммуникационным стратегиям продвижения белорусских художников. Во второй главе приводится теоретическое рассмотрение феномена арт-рынка. В третьей главе представлены методология исследования и парадигма по методу обоснованной теории с результатами анализа исследования.

Ключевые слова: коммуникационные стратегии, продвижение, арт-рынок, художник, изобразительное искусство, обоснованная теория.