

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ЧЖАО
Сюань

**СПОРТИВНЫЕ СОБЫТИЯ
В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА СТРАНЫ:
МЕХАНИЗМЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ И СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ**

Магистерская диссертация
специальность 7-06-0321-02 Коммуникации

Научный руководитель –
Соловьев Анатолий Иванович,
кандидат филологических наук,
доцент

Допущена к защите
«_____» _____ 2025 г.

Зав. кафедрой _____
кандидат филологических наук, доцент Ю.Н. Лукьянюк

Минск, 2025

РЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

В структуру магистерской диссертации входят: введение, общая характеристика работы, 3 главы (в каждой по 3 раздела), заключение, список использованных источников, который содержит 52 наименования, а также 3 приложения. Объем магистерской диссертации «Спортивные события в формировании имиджа страны: механизмы воздействия и стратегии управления» составляет 77 страниц.

Ключевые слова: СПОРТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ, СПОРТИВНЫЕ СОБЫТИЯ, СТРАТЕГИИ, МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ИМИДЖ СТРАНЫ

Объект исследования – спортивные мероприятия как события, проводимые на территории страны или организованные ею, а также их воздействие на формирование и изменение имиджа данной страны в глазах мирового сообщества.

Предмет исследования – процессы, связанные с организацией и проведением спортивных мероприятий, их влияние на общественное мнение, политику, экономику и другие стратегические аспекты развития страны.

Цель исследования: изучив то, как спортивные события влияют на формирование внутреннего и внешнего имиджа страны, выявить механизмы воздействия спортивных мероприятий на страновой имидж и выработать рекомендации по его совершенствованию через спортивные события и по наиболее эффективному управлению им.

Методика исследования включает *сбор и анализ данных* о проведенных спортивных событиях, их рейтинге, внимании со стороны СМИ и общественности, их влиянии на образ страны. Используются методы: *метод контент-анализа* журналистских материалов; *методы сравнительного анализа* и *статистического моделирования* для оценки воздействия спортивных событий на имидж страны; *метод кейс-стади* и *анализа примеров* успешных и неудачных случаев влияния спортивных событий на имидж страны.

Полученные результаты: описаны спортивные события в качестве инструмента формирования имиджа страны; выявлены механизмы воздействия спортивных событий на имидж страны; проанализирована роль государства в управлении имиджем через спортивные мероприятия, а также роль спонсоров и медиа-партнеров спортивных событий в формировании и продвижении имиджа страны; определены стратегии профессиональных маркетинговых коммуникаций в управлении имиджем страны посредством проведения спортивных мероприятий; выработаны рекомендации по

улучшению стратегий управления имиджем страны через спортивные события.

Научная новизна исследования заключается в формулировании и обосновании основных положений и результатов исследования, основанных на определении предложений по улучшению стратегий управления имиджем страны через спортивные события.

Область возможного практического применения. Практическая значимость работы определяется возможностью использования результатов исследования в вузовской практике, в практической деятельности по использованию спортивных событий и мероприятий в формировании имиджа страны.

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

ABSTRACT OF MASTER'S THESIS

The structure of the master's thesis includes: introduction, general characteristics of the work, 3 chapters (each with 3 sections), conclusion, list of references, which contains 52 titles, and 3 appendices. The volume of the master's thesis «Sports Events in Forming the Image of the Country: Mechanisms of Impact and Management Strategies» is 77 pages.

Keywords: SPORTING EVENTS, STRATEGIES, MARKETING COMMUNICATIONS, COUNTRY IMAGE

The object of the study is sporting events as events held on the territory of a country or organized by it, as well as their impact on the formation and change of the image of this country in the eyes of the world community.

The subject of the study is the processes associated with the organization and holding of sporting events, their impact on public opinion, politics, economics and other strategic aspects of the country's development.

The aim of the study: having studied how sporting events influence the formation of the internal and external image of the country, to identify the mechanisms of the impact of sporting events on the country's image and to develop recommendations for its improvement through sporting events and for the most effective management of it.

The research methodology includes the collection and analysis of data on the sports events held, their rating, attention from the media and the public, and their impact on the country's image. The following methods were used: the method of content analysis of journalistic materials; methods of comparative analysis and statistical modeling to assess the impact of sports events on the country's image; the method of case studies and analysis of examples of successful and unsuccessful cases of the impact of sports events on the country's image.

The obtained results: sporting events as a tool for forming the country's image are described; the mechanisms of the impact of sporting events on the country's image are identified; the role of the state in image management through sporting events, as well as the role of sponsors and media partners of sporting events in forming and promoting the country's image are analyzed; strategies of professional marketing communications in managing the country's image through sporting events are defined; recommendations for improving strategies for managing the country's image through sporting events are developed.

The scientific novelty of the study lies in the formulation and substantiation of the main provisions and results of the study, based on the definition of proposals for improving strategies for managing the country's image through sporting events.

The area of possible practical application. The practical significance of the work is determined by the possibility of using the research results in university practice, in practical activities on the use of sports events and activities in forming the country's image.

The author of the work confirms the reliability of the materials and results of the master's thesis, as well as the independence of its implementation.

碩士論文摘要

碩士論文的架構包括：引言、作品總體特徵、3章（每章3節）、結論、參考文獻清單（包含52個標題）和3個附錄。碩士論文《體育賽事在國家形象塑造中的作用機制與管理策略》篇幅77頁。

關鍵字：運動賽事、策略、行銷傳播、國家形象

研究的對像是在一個國家領土上舉辦或由該國主辦的體育賽事，以及它們對該國在國際社會心目中形象的形成和變化的影響。

研究的主題是與組織和舉辦體育賽事相關的過程及其對公眾輿論、政治、經濟和國家發展的其他策略方面的影響。

研究目的：研究體育賽事對國家內外形象形成的影響，確定體育賽事對國家形象影響的機制，並提出透過體育賽事改善國家形象和最有效管理國家形象的建議。

研究方法包括收集和分析舉辦的體育賽事的數據、賽事的收視率、媒體和公眾的關注度以及賽事對國家形象的影響。採用的方法有：新聞資料內容分析法；採用比較分析和統計建模的方法來評估體育賽事對國家形象的影響；採用案例研究的方法，分析體育賽事對國家形象影響的成功與失敗案例。

所得結果：描述了體育賽事作為塑造國家形象的工具；明確體育賽事對國家形象影響的機制；分析國家在透過體育賽事進行形像管理中的作用，以及體育賽事贊助商和媒體合作夥伴在形成和提升國家形像中的作用；確定透過體育賽事管理國家形象的專業營銷傳播策略；提出了改進通過體育賽事管理國家形象的策略的建議。

該研究的科學創新之處在於，在製定和論證透過體育賽事管理國家形象的改進策略的建議的基礎上，制定了研究的主要規定和結果。

可能的實際應用領域。研究成果的實際意義在於能否應用於大學實踐、體育賽事的實踐活動以及國家形象塑造活動。

作者確認碩士論文資料和結果的可靠性以及論文實施的獨立性。