

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати и веб-журналистики

КУЛИКОВИЧ Демьян Александрович

**ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА БЕЛОРУССКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА В СОЦИАЛЬНЫХ
МЕДИА: ПРИЕМЫ И СТРАТЕГИИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:
доктор филологических наук,
профессор В.И. Ивченков

Допущена к защите

«__» _____ 2025 г.

Заведующий кафедрой периодической печати и веб-журналистики
доктор филологических наук, доцент С.В. Харитонова

АННОТАЦИЯ

Объём дипломной работы: 59 страниц основного текста, общий объём, включая приложения – 78 страниц, 45 источников.

Перечень ключевых слов: ИМИДЖ, БГУ, УНИВЕРСИТЕТ, МЕДИЙНОЕ ПРОСТРАНСТВО, СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА, КОНТЕНТ-СТРАТЕГИЯ, ВОВЛЕЧЕННОСТЬ АУДИТОРИИ, ER, ИНТЕРАКТИВНОСТЬ.

Объект дипломной работы – процессы формирования имиджа учреждений высшего образования в медийном пространстве.

Предмет дипломной работы – приемы и стратегии формирования имиджа Белорусского государственного университета.

Цель дипломной работы – выявить приемы и стратегии формирования имиджа Белорусского государственного университета в социальных медиа и выработать рекомендации по актуализации позитивного продвижения его в социальных медиа.

В дипломной работе применяются следующие **методы исследования:** наблюдение, синтез, индукция и дедукция, дискурсный и компаративистский анализ.

Полученные результаты: выявлены концептуальные особенности формирования имиджа университета в современном медийном пространстве, в сопоставительном аспекте изучен контент Белорусского государственного университета и его конкурентов на онлайн-платформах, сформулированы рекомендации по актуализации приемов и стратегий формирования имиджа, применяемых БГУ в социальных медиа.

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

АНАТАЦЫЯ

Аб'ём дыпломнай працы: 59 старонак асноўнага тэксту, агульны аб'ём, уключаючы дадаткі – 78 старонак, 45 крыніц.

Пералік **ключавых слоў:** ІМІДЖ, БДУ, УНІВЕРСІТЭТ, МЕДЫЙНАЯ ПРАСТОРА, САЦЫЯЛЬНЫЯ МЕДЫЯ, КАНТЭНТ-СТРАТЭГІЯ, УЦЯГНУТАСЦЬ АЎДЫТОРЫІ, ER, ІНТЭРАКТЫЎНАСЦЬ.

Аб'ект дыпломнай працы – працэсы фарміравання іміджу устаноў вышэйшай адукацыі ў медыйнай прасторы.

Прадмет дыпломнай працы – прыёмы і стратэгіі фарміравання іміджу Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта.

Мэта дыпломнай працы – выявіць прыёмы і стратэгіі фарміравання іміджу Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта ў сацыяльных медыя і выпрацаваць рэкамендацыі па актуалізацыі пазітыўнага прасоўвання яго ў сацыяльных медыя.

У дыпломнай працы ўжываюцца наступныя **метады даследавання:** назіранне, індукцыя і дэдукцыя, сінтэз, дыскурсны і кампаратывісцкі аналіз.

Атрыманыя вынікі: выяўлены канцэптуальныя асаблівасці фарміравання іміджу ўніверсітэта ў сучаснай медыйнай прасторы, у супастаўляльным аспекце вывучаны кантэнт Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта і яго канкурэнтаў на анлайн-платформах, сфармуляваны рэкамендацыі па актуалізацыі прыёмаў і стратэгіі фарміравання іміджу, якія прымяняюцца БДУ ў сацыяльных медыя.

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

ANNOTATION

Scope of the thesis: 59 pages of the main text, total volume, including appendices – 78 pages, 45 sources.

List of **key words:** PUBLIC IMAGE, BSU, UNIVERSITY, MEDIA SPACE, SOCIAL MEDIA, CONTENT STRATEGY, AUDIENCE ENGAGEMENT, ER, INTERACTIVITY.

The **object of the study** is the processes of forming the image of institutions of higher education in the media space.

The **subject of the thesis** is techniques and strategies for shaping the image of the Belarusian State University.

The **goal of the thesis** is to identify techniques and strategies for shaping the image of the Belarusian State University in social media and to develop recommendations for updating its positive promotion in social media.

The thesis uses the following **research methods:** observation, synthesis, induction and deduction, discursive and comparative analysis.

Obtained results of the study: we identified the conceptual features of the formation of the university's image in the modern media space are revealed, examined the content of the Belarusian State University and its competitors on online platforms via the comparative aspect and formulated recommendations on updating the techniques and strategies of image formation used by BSU in social media.

The author of the work confirms the reliability of the materials and results of the diploma work, as well as the independence of its execution.