

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

СЕНЧИК
Алексей Александрович

**КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ
В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ГОРОДА МИНСКА**

Реферат дипломной работы

Научный руководитель:
доктор исторических наук,
доцент, профессор кафедры
социальной коммуникации
И.И.Калачева

Минск, 2017

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Объем дипломной работы составляет 50 страниц, включает 4 приложения и 47 использованных источников.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ИМИДЖ, БРЕНД, РЕПУТАЦИЯ, ИМИДЖ ГОРОДА, ОБРАЗ ГОРОДА, СТРУКТУРА ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ, ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ, ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ГОРОДА, ОСНОВАНИЕ ДЛЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ, РИСКИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ГОРОДА, ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ.

Объект дипломной работы – имидж города Минска.

Предмет дипломной работы – культурное наследие как компонент имиджа города Минска.

Цель – раскрыть значение культурного наследия в формировании имиджа города Минска.

Методы исследования: анализ научной литературы, нормативно-правовых документов и материалов, качественный анализ, метод экспертного опроса, включенное наблюдение.

В процессе написания дипломной работы были получены следующие результаты: выделен ряд ключевых ассоциаций, связанных с г.Минском; определено понятие «имидж г.Минска»; описаны основания для позиционирования г.Минска; показана роль культурного наследия в формировании имиджа г.Минска; разработан ряд рекомендаций по корректировке имиджа г. Минска на современном этапе.

Новизна полученных результатов обусловлена отсутствием комплексного подхода к формированию имиджа города Минска, неопределенностью оснований для его позиционирования средствами культурного наследия.

Полученные результаты могут использоваться в планировании развития г. Минска, для разработки его имиджа, в практической работе специалистов по социальной коммуникации, рекламных агентств, в деятельности государственных органов.

Материалы и результаты дипломной работы были получены на основании самостоятельно проведенных исследований.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ

Аб'ём дыпломнай работы складае 50 старонак, уключае 4 прыкладаньня і 47 выкарыстаных крыніц.

КЛЮЧАВЫЯ СЛОВА: ІМІДЖ, БРЭНД, РЭПУТАЦЫЯ, ІМІДЖ ГОРАДА, ОБРАЗ ГОРАДА, СТРУКТУРА ІМІДЖУ ТЭРЫТОРЫЇ, ФАРМІРАВАННЕ ІМІДЖУ ТЭРЫТОРЫЇ, МЭТАВАЯ АЎДЫТОРЫЯ, ПАЗІЦЫЯНАВАННЕ, ПАЗІЦЫЯНАВАННЕ ГОРАДА, ПАДСТАВА ДЛЯ

ПАЗІЦЫЯНАВАННЯ, РЫЗЫКІ ПАЗІЦЫЯНАВАННЯ ГОРАДА, ГІСТОРЫКА-КУЛЬТУРНАЯ СПАДЧЫНА.

Аб'ект дыпломнай работы – імідж горада Мінска.

Прадмет дыпломнай работы – культурная спадчына як кампанент іміджу горада Мінска.

Мэта – раскрыць значэнне культурнай спадчыны ў фарміраванні іміджу горада Мінска.

Метады даследавання: аналіз навуковай літаратуры, нарматыўна-прававых дакументаў і матэрыялаў, якасны аналіз, метады экспертнага апытання, уключанае назіранне.

У працэсе напісання дыпломнай работы былі атрыманы наступныя вынікі: вылучаны шэраг ключавых асацыяцый, звязаных з г. Мінскам; вызначана паняцце «імідж г. Мінска»; апісаны падставы для пазіцыянавання г. Мінска; паказана роля культурнай спадчыны ў фарміраванні іміджу г. Мінска; распрацаваны шэраг рэкамендацый па карэкціроўцы іміджу г. Мінска на сучасным этапе.

Навізна атрыманых вынікаў абумоўлена адсутнасцю комплекснага падыходу да фарміравання іміджу горада Мінска, нявызначанасцю падстаў для яго пазіцыянавання сродкамі культурнай спадчыны.

Атрыманыя вынікі могуць выкарыстоўвацца ў планаванні развіцця г. Мінска, для распрацоўкі яго іміджу, у практычнай праце спецыялістаў па сацыяльнай камунікацыі, рэкламных агенцтваў, у дзейнасці дзяржаўных органаў.

Матэрыялы і вынікі дыпломнай работы былі атрыманы на падставе самастойна праведзеных даследаванняў.

GRADUATE THESIS SUMMARY

The volume of the thesis is 50 pages, includes 4 applications and 47 of the used sources.

KEYWORDS: IMAGE, BRAND, REPUTATION, IMAGE OF THE CITY, THE STRUCTURE OF THE IMAGE OF THE TERRITORY, CREATING THE IMAGE OF THE TERRITORY, TARGET AUDIENCE, POSITIONING, POSITIONING OF THE CITY, THE BASE FOR POSITIONING, RISKS POSITIONING THE CITY HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE.

Object of the thesis – image of the city Minsk.

Subject of the thesis – cultural heritage as a component of the image of the city Minsk.

The purpose is to reveal the value of the cultural heritage in shaping the image of the city Minsk.

Research methods: analysis of scientific literature, legal documents and materials, qualitative analysis, the method of expert poll participant observation.

In the process of writing a research paper were obtained following results: highlighted a number of key associations related to g. Minsk; define «image of Minsk»; Describes the reason for the positioning of Minsk; the role of cultural heritage in shaping image of Minsk; a number of recommendations for adjusting image of Minsk today.

The novelty of the obtained results is the lack of an integrated approach to the formation of the image of the city of Minsk, the uncertainty of the grounds for its positioning by means of cultural heritage.

The results obtained can be used in development planning of Minsk, to develop his image, in the practical work of specialists on social communication, advertising agencies, in the activities of State bodies.

Materials and results of the thesis were obtained based on basis of their own studies.