

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра литературно-художественной критики

РАДЮК
Екатерина Николаевна

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБРАЗА ПИСАТЕЛЯ
В СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат филологических наук,
доцент В.А. Капцев

Допущено к защите:

« ___ » _____ 2014 г.

Зав. кафедры литературно-художественной критики
кандидат филологических наук, доцент Л.П. Саенкова.

Минск, 2014

РЕФЕРАТ

Тема: Трансформация образа писателя в современных средствах массовой информации.

Объем дипломной работы – 51 страниц. При написании диплома использовалось всего 92 источника – 6 научных работ и 86 литературно-критических и информационных публикаций в СМИ.

Ключевые слова: ОБРАЗ, ПИСАТЕЛЬ, ОБЩЕСТВЕННЫЙ СТАТУС, ИМИДЖ, АВТОР, БРЕНД, МЕДИЙНОСТЬ, ПРЕССА, ПРОБЛЕМА, МИФ.

Цель данной работы – всесторонне исследовать механизм создания образа писателя на основе публикаций в российских и белорусских СМИ, проследить трансформацию образа писателя – от классика Льва Толстого до современных современных писателей Бориса Акунина и Дарьи Донцовой.

Актуальность дипломной работы. В средствах массовой информации создается миф о писателе – информация представленная в массовой прессе, нередко основывается на сплетнях и домыслах, а читателю подается как достоверная. Традиционный статус писателя теряет свою значимость в обществе, а созданные в СМИ медийныесимулякры становятся основой для успешного функционирования писательских брендов.

Объектом исследования является образ писателя в СМИ.

Предметом исследования является трансформация классического и современного образа писателя в средствах массовой информации.

Достижение поставленной цели обусловлено решением общих и частных **задач**: исследовать восприятие классического писателя в современных СМИ, рассмотреть создание мифа о современном писателе, выявить особенности брендинга авторов массовой литературы.

Новизна исследования заключается в том, что в работе проводится сравнение различных медийных образов – писателя-классика, современного писателя и авторов массовой литературы в разных типах СМИ – качественных и массовых. Соответственно, в каждом мы получаем свой вариант трансформации писательского образа.

РЭФЕРАТ

Тэма: Трансфармацыя вобразу пісьменніка ў сучасных сродках масавай інфармацыі.

Аб'ём дыпломнай працы – 51 старонка. Пры напісанні дыплама выкарыстоўваліся агулам 92 крыніцы – 6 навуковых прац і 86 публікацый у СМІ.

Ключавыя словы: **ВОБРАЗ, ПІСЬМЕННИК, ГРАМАДСКІ СТАТУС, АЎТАР, БРЭНД, МЕДЫЙНАСЦЬ, ПРЭСА, ПРАБЛЕМА, МІФ.**

Мэта дадзенай працы – усебаковадаследаваць механізм стварэння вобразу пісьменніка на аснове публікацый у расійскіх і беларускіх СМІ, прасачыць трансфармацыю вобразу пісьменніка – ад класіка Льва Талстога да сучасных масавых пісьменнікаў Барыса Акуніна і Дар'і Данцовай.

Актуальнасць дыпломнай працы. У сродках масавай інфармацыі ствараецца міф пра пісьменніка – інфармацыя, прадстаўленая ў масавай прэсе, нярэдка мае ў аснове чуткі і здагадкі, а чытачу падаецца як праўдзівая. Традыцыйны статус пісьменніка губляе сваю значнасць у грамадстве, а створаныя ў СМІ медыйныя сімулякры становяцца асновай для паспяховага функцыянавання пісьменніцкіх брэндаў.

Аб'ект даследавання – вобраз пісьменніка.

Прадмет даследавання – трансфармацыя вобразу пісьменніка ў сродках масавай інфармацыі.

Дасягненне пастаўленай мэты абумоўлена рашэннем агульных і прыватных **задач**: даследаваць успрыманне класічнага пісьменніка ў сучасных СМІ, разгледзець стварэнне міфа пра сучаснага пісьменніка, выявіць асаблівасці брэндынгу аўтараў масавай літаратуры.

Навізна даследавання заключаецца ў тым, што ў прыцы праводзіцца параўнанне розных медыйных вобразаў – пісьменніка-класіка, сучаснага пісьменніка і аўтараў масавай літаратуры ў розных тыпах СМІ – якасных і масавых. Адпаведна, у кожныммы атрымліваем свой варыянт трансфармацыі пісьменніцкага вобразу.

ABSTRACT

Topic: Transformation of the image of the writer in modern media .

Volume thesis –51 pages. When writing diploma used only 92 source - 6 papers and 86 publications in media .

Keywords: IMAGE, WRITER, SOCIAL STATUS, AUTHOR, BRAND, MEDIA, PRESS, PROBLEM, MYTH.

The **aim** of this work - a comprehensive study of the mechanism of creating an image of the writer on the basis of publications in Russian and Belarusian media, trace the transformation of the image of the writer - from Leo Tolstoy's classic to modern contemporary writers Boris Akunin and Daria .

Relevance of the thesis. The media have created the myth of the writer - the information is presented in the mass media, based on gossip and speculation, and the reader is presented as authentic. Traditional status as a writer loses its significance in society and in the media by media simulacra become the basis for the successful functioning of the writers' brands.

Object of research – the image of the writer.

Subject of research – the transformation of the image of the writer in the media.

Achieving the aim due to the decision of the general and specific **objectives**: to explore the perception of classical writer in modern media, consider the creation myth of the modern writer to reveal features branding authors of popular literature.

The novelty of the study is that the paper the comparison of different media images –classic writer, a contemporary writer of popular literature and authors in different types of media – mass and qualified. Accordingly, in each we get its version of the writer's image transformation.