

МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ
ФІЛАЛАГІЧНЫ ФАКУЛЬТЭТ
Кафедра тэорыі літаратуры

Піскарова

Вольга Аляксандраўна

ПАПУЛЯРЫЗАЦЫЯ ФАЛЬКЛОРУ НА БЕЛАРУСКІМ ТЭЛЕБАЧАННІ

Дыпломная работа

Навуковы кіраўнік:

кандыдат філалагічных навук

дацэнт В.В. Прыемка

Дапушчана да абароны

“25” мая 2016 г.

Заг. кафедры тэорыі літаратуры



Доктар філалагічных навук, прафесар В.П. Рагойша

Мінск, 2016

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ “ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ФАЛЬКЛОРА НА БЕЛОРУССКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ”

Объем дипломной работы – 54 страницы. Количество использованных источников – 53.

Ключевые слова: ФОЛЬКЛОР, СМИ, ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ, МЕДИАТОР, МАКРАТЭКСТ, СЮЖЕТ

Объект исследования – белорусский фольклор в аудиовизуальных СМИ, в частности на государственных телеканалах.

Предмет исследования – способы популяризации белорусского фольклора на телеканалах.

Цель исследования – определить оптимальные пути популяризации фольклора на телевидении.

В дипломной работе были использованы общенаучные методы сравнения, анализа и синтеза.

В результате исследования установлено, что аудиовизуальные средства массовой информации, а именно телевидение, выполняют значительную роль в формировании имиджа фольклора, его популяризации. В свою очередь, фольклорные единицы насыщают, обогащают, добавляют неповторимый колорит, являются ретрансляторами народной мысли на телеканалах. Они помогают сделать коммуникативный акт журналист-общество более открытым, понятным. В свою очередь, СМИ содействуют реализации контакта фольклор-общество. Психологически, сюжеты, в которых используются фольклорные единицы, вызывают больше доверия со стороны аудитории, потому что информация в них подается не только со слов журналиста, но и подкрепляется выражениями “из народа”. Кстати, городская фольклорная проза является исключительным носителем материалов для сюжетов. Так, например, без такого фольклорного жанра, как устное повествование, невозможно создание большинства сюжетов “с места происшествия”.

В процессе исследования были выделены оптимальные пути популяризации фольклора через аудиовизуальные СМИ (а именно с помощью телевидения).

Данная работа выполнена самостоятельно, без привлечения специалистов, консультантов, экспертов.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ “ПАПУЛЯРЫЗАЦЫЯ ФАЛЬКЛОРА НА БЕЛАРУСКІМ ТЭЛЕБАЧАННІ”

Аб’ём дыпломнай работы – 54 старонкі. Колькасць выкарыстаных крыніц – 53.

Ключавыя словы: ФАЛЬКЛОР, СМІ, ПАПУЛЯРЫЗАЦЫЯ, МЕДЫЯТАР, МАКРАТЭКСТ, СЮЖЭТ.

Аб’ект даследавання – беларускі фальклор у аўдыёвізуальных СМІ, у прыватнасці на тэлебачанні.

Прадмет даследавання – шляхі папулярызацыі фальклору на тэлеканалах.

Мэта даследавання – вызначыць аптымальныя шляхі папулярызацыі фальклору на тэлеканалах.

У дыпломнай працы былі выкарыстаны агульнанавуковыя *метады* параўнання, аналізу і сінтэзу.

У выніку даследавання ўстаноўлена, што аўдыёвізуальныя сродкі масавай інфармацыі (непасрэдна тэлебачанне), выконваюць значную ролю ў фарміраванні іміджу фальклору, яго папулярызацыі. У сваю чаргу, фальклорныя адзінкі насычаюць, узбагачаюць, дадаюць непаўторныя колорыт, з’яўляюцца рэтранслятарамі народнай думкі на тэлебачанні. Яны дапамагаюць зрабіць камунікатыўны акт журналіст-грамадства больш адкрытым, зразумелым. СМІ, таксама садзейнічае рэалізацыі камунікатыўнага акта фальклор-грамадства. Псіхалагічна сюжэты, аздобленыя фальклорнымі выразамі выклікаюць больш даверу з боку аўдыторыі, таму што інфармацыя ў іх падаецца не толькі са слоў журналіста, але і падмацоўваецца выразамі “з народу”. Дарэчы, гарадская фальклорная проза з’яўляецца выключным носьбіт матэрыялаў для сюжэтаў. Так, напрыклад, без такога фальклорнага жанру, як вуснае апавяданне, немагчыма стварэнне большасці сюжэтаў кшталту “з месца здарэння”.

У працэсе даследавання былі вылучаны аптымальныя шляхі папулярызацыі фальклору праз аўдыёвізуальныя сродкі масавай інфармацыі.

Дадзеная праца выканана самастойна, без прыцягнення спецыялістаў, кансультантаў і экспертаў.

DIPLOMA PAPER ABSTRACT

“POPULARIZATION OF FOLKLORE IN BELARUSIAN TELEVISION”

Diploma paper volume – 54 pages. Number of sources used – 53.

Key words: FOLKLORE, MEDIA, POPULARIZATION, MEDIATOR, MACROTEXT, PLOT

Object of the study – national audiovisual mass media.

Subject of the study – process of folklore popularization through audiovisual mass media.

Purpose of the study – analyze audiovisual mass media to find folklore elements, determine positive and negative aspects of interaction (on the example of plots of central and regional national mass media), and find the best ways for popularization of folklore in audiovisual mass media.

General scientific methods of comparison, analysis and synthesis were used in this diploma paper.

The study found that the audio-visual media, namely television, perform significant role in shaping the image of folklore and its popularization. In their turn, folklore elements, saturated, enrich and add unique flavor, and serve as retransmitters of folk thought in audiovisual media. They help make the act of communication of the journalist society more open and understandable. In its turn, the media contribute to implementation of contact with folklore society. Psychologically, the plots that use folklore units have more confidence on the part of the audience, because the information in them is delivered not only from the words of the journalist, but is also supported by the expressions "of the people." By the way, the urban folk prose is the exceptional source of material for plots. For example, without such folklore genre as oral narrative, it is impossible to create a majority of plots "from the scene."

The study helped determine the best ways of folklore popularization through audiovisual media (namely, with the help of television).

This study was executed by the author solely, without help of specialists, consultants of experts.