

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра технологий коммуникации и связей с общественностью

ЖУН
Синцзэ

**ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ АУТО- И ГЕТЕРОСТЕРЕОТИПЫ
КИТАЙЦЕВ В МЕДИАСФЕРЕ**

Магистерская диссертация
специальность 7-06-0321-02 Коммуникации

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

Допущена к защите
« ____ » _____ 2025 г.
Зав. кафедрой

_____ Лукьянюк Юлия Николаевна,
кандидат филологических наук, доцент

Минск, 2025

РЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

В структуру магистерской диссертации входят: введение, общая характеристика работы, 2 главы (в каждой по 3 раздела), заключение, список использованных источников (61 наименование), а также 17 приложений. Объём магистерской диссертации «Этнокультурные ауто- и гетеростереотипы китайцев в медиасфере» составляет 71 страницу.

Ключевые слова: ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ, АУТОСТЕРЕОТИПЫ, ГЕТЕРОСТЕРЕОТИПЫ, МЕДИАСФЕРА, МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ, СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ, ОБРАЗ КИТАЙЦЕВ, РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРЫ

Объект исследования – этнокультурные ауто- и гетеростереотипы в отношении китайцев в медиасфере.

Предмет исследования – источники, формы и механизмы формирования этнокультурных ауто- и гетеростереотипов, их влияние на общественное мнение и отношение к китайцам, а также возможные стратегии их изменения или преодоления в медиасфере.

Цель исследования: изучить существующие этнокультурные ауто- и гетеростереотипы о китайцах в китайскоязычной и русскоязычной медиасреде, выявить механизмы их формирования и воздействия на межкультурное восприятие, а также разработать рекомендации по улучшению представления китайской культуры в русскоязычном медиапространстве.

Методика исследования включает: контент-анализ медийных текстов и визуальных материалов, дискурсивный анализ языковых конструкций и риторических стратегий, сравнительный анализ ауто- и гетеростереотипов в китайскоязычной и русскоязычной медиасреде.

Полученные результаты:

- проведён анализ теоретических основ формирования этнокультурных стереотипов и роли медиа в этом процессе;
- исследованы ключевые аутостереотипы китайцев, такие как трудолюбие, гармония и гордость за культурное наследие, и их отражение в медийном дискурсе;
- выявлена динамика гетеростереотипов о китайцах в русскоязычных медиа, включая исторические и современные образы;
- разработаны рекомендации для русскоязычных медиа по созданию более объективного и многогранного представления о китайцах.

Научная новизна заключается в комплексном анализе этнокультурных ауто- и гетеростереотипов китайцев с учётом их эволюции в условиях глобализации и цифровых медиа, а также в разработке практических

стратегий для преодоления стереотипизации.

Практическая значимость определяется возможностью использования разработанных рекомендаций русскоязычными журналистами, редакторами и медиаспециалистами для улучшения репрезентации китайской культуры и укрепления межкультурного взаимопонимания.

Автор работы подтверждает достоверность представленных материалов и самостоятельность их выполнения.

ABSTRACT OF MASTER'S THESIS

The structure of the master's thesis includes: introduction, general characteristics of the work, 2 chapters (each with 3 sections), conclusion, list of references (61 titles), and 17 appendices. The volume of the master's thesis "Ethnocultural Auto- and Heterostereotypes of the Chinese in the Media Sphere" is 71 pages.

Keywords: ETHNOCULTURAL STEREOTYPES, AUTOSTEREOTYPES, HETEROSTEREOTYPES, MEDIA SPHERE, INTERCULTURAL COMMUNICATION, SOCIAL FUNCTIONS, IMAGE OF THE CHINESE, CULTURAL REPRESENTATION

Object of the study – ethnocultural auto- and heterostereotypes regarding the Chinese in the media sphere.

Subject of the study – the sources, forms, and mechanisms of formation of ethnocultural auto- and heterostereotypes, their impact on public opinion and attitudes toward the Chinese, and potential strategies for their modification or overcoming in the media sphere.

Aim of the study: to examine existing ethnocultural auto- and heterostereotypes of the Chinese in Chinese- and Russian-language media environments, to identify the mechanisms of their formation and influence on intercultural perception, and to develop recommendations for enhancing the representation of Chinese culture in the Russian-language media space.

Research methodology includes: content analysis of media texts and visual materials, discursive analysis of linguistic constructs and rhetorical strategies, and comparative analysis of auto- and heterostereotypes in Chinese- and Russian-language media environments.

Results obtained:

- an analysis of the theoretical foundations of ethnocultural stereotype formation and the role of media in this process was conducted;
- key Chinese autostereotypes, such as diligence, harmony, and pride in cultural heritage, and their reflection in media discourse were explored;
- the dynamics of heterostereotypes about the Chinese in Russian-language media, including historical and contemporary images, were identified;
- recommendations were developed for Russian-language media to create a more objective and multifaceted representation of the Chinese.

Scientific novelty lies in the comprehensive analysis of ethnocultural auto- and heterostereotypes of the Chinese, considering their evolution in the context of globalization and digital media, as well as in the formulation of practical strategies to reduce stereotyping.

Practical significance is determined by the potential application of the recommendations by Russian-language journalists, editors, and media specialists to improve the representation of Chinese culture and foster intercultural understanding.

The author confirms the reliability of the materials and results presented and the independence of the research.

硕士论文摘要

硕士论文结构包括：引言、论文概要、2章（每章3节）、结论、参考文献（61篇）和17个附录。硕士论文《媒体领域中的中国人的民族文化自我刻板印象和异族刻板印象》共71页。

关键词：民族文化刻板印象、自我刻板印象、异族刻板印象、媒体领域、跨文化交流、社会功能、中国人形象、文化再现

研究对象：媒体领域中关于中国人的民族文化自我刻板印象和异族刻板印象。

研究主题：民族文化自我刻板印象和异族刻板印象的来源、形式和形成机制，它们对公众舆论和对中国人的态度的影响，以及在媒体领域中改变或克服它们的可能策略。

研究目的：研究中文和俄文媒体环境中关于中国人的现有民族文化自我刻板印象和异族刻板印象，识别其形成和影响跨文化感知的机制，并为改善俄语媒体空间中对中国文化的再现提出建议。

研究方法包括：对媒体文本和视觉材料进行内容分析，对语言结构和修辞策略进行话语分析，以及对中文和俄文媒体环境中的自我刻板印象和异族刻板印象进行比较分析。

研究结果：

- 分析了民族文化刻板印象形成的理论基础及媒体在此过程中的作用；

- 探讨了中国人的关键自我刻板印象，如勤劳、和谐和对文化遗产的自豪感，及其在媒体话语中的反映；

- 识别了俄语媒体中关于中国人的异族刻板印象的动态，包括历史和当代形象；

- 为俄语媒体提出了创建更客观和多层次中国人形象的建议。

科学创新性在于综合分析中国人的民族文化自我刻板印象和异族刻板印象，考虑其在全球化和数字媒体背景下的演变，并提出减少刻板印象的实用策略。

实践意义在于俄语记者、编辑和媒体专家可应用这些建议，以改善对中国文化的再现并促进跨文化理解。

作者确认所提供材料和结果的可靠性以及研究的独立性。