**Аннотация магистерской диссертации**

**Бессарабовой Марии Викторовны**

**«ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В РОССИЙСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ: ФОРМИРОВАНИЕ И КОРРЕКЦИЯ»**

**«THE ETHNOCULTURAL STEREOTYPES IN RUSSIAN JOURNALISM: FORMATION AND CORRECTION»**

**Н. рук. – Блохин Игорь Николаевич, д. политич. наук, профессор**

**Направление подготовки – журналистика,**

**Профиль – журналистика и культура общества**

**Ключевые слова:** этнокультурология, этнокультурная коммуникация, стереотипы, национальное сознание, СМИ, политический дискурс, политические ценности.

**Key words:** ethnoculture, ethnocultural communication, stereotypes, national consciousness, mass media, political discourse, political values.

Гибкость трактовок национальных стереотипов, их частичная правдивость (так называемое «зерно истины») открывает широкое поле для манипуляции в области межнациональной коммуникации. СМИ, будучи главными посредниками в передаче информационных потоков между странами, играют на этом поле охотно и мастерски, применяя положительные стереотипы к союзникам, отрицательные – к оппонентам, акцентируя нужное и ретушируя то, что выгоднее скрыть. Таким образом, в журналистике этнические стереотипы играют роль важного инструмента пропаганды и ведения информационной войны. Упомянутые выше факты обусловливают **актуальность** настоящего исследования.

Сложно переоценить важность для государства эффективной межнациональной коммуникации. Особенно это касается России после 2014 года, когда в связи с несколькими внешними и внутренними политическими процессами страна увеличила свое присутствие в конфликтах и дружественных альянсах с другими странами.

**Теоретико-методологическая база.** Теоретическую научную базу работы составили труды российских и зарубежных иследователей этнокультурного взаимодействия. Теоретическим ядром диссертации стали исследования И. Н. Блохина, И. Б. Гасанова, В. И. Карасика, Л. П. Крысина, Г. С. Мельник, В. М. Радвана, Е. А. Ярмаховой и других. Также в процессе работы над темой изучены фундаментальные труды по культурологии и этнопсихологии. В частности, труды В. А. Масловой, В. В. Колесова, В. В. Красных.

Автором современного научного понятия стереотипа считается американский журналист У. Липпманн. Он заимствовал это понятие из области книгопечатания и определил его как социально-психологическое явление. Возникновение и функционирование стереотипов Липпманн объясняет стремлением человека к более легкому восприятию действительности. Главными функциями стереотипов Липпманн называл экономию умственных усилий и защиту ценностей и традиций. Стереотипы, по Липпману, возникают изначально спонтанно, в силу неизбежной потребности в «экономии внимания» и способствуют формированию традиций и привычек».

Впоследствии значительный вклад в изучение стереотипов внесли ученые Э. Богардус , Д. Катц и К. Брейли , уделявшие основное внимание эмпирическому аспекту. В частности, Богардус разработал шкалу социальной дистанции, позволяющую измерять симпатии и антипатии представителей различных этнических групп.

В качестве **объекта** исследования выступают этнокультурные стереотипы.

**Предмет** изучения – актуализация этнокультурных стереотипов, их формирование и коррекция в материалах интернет-издания «Russia Today на русском».

**Научная новизна** обусловлена тем, что эксплуатацию, формирование и коррекцию этнокультурных стереотипов в указанном издании ранее не исследовали.

**Цель** исследования – выявление этнокультурных стереотипов и мотивов их использования, формирования и коррекции в материалах телеканала «Russia Today на русском».

Для достижения цели необходимо решить следующие **задачи:**

1) изучить понятие «этнокультурный стереотип»;

2) определить самые распространенные этнокультурные стереотипы в отношении стран и народов, в тесном политическом контакте с которыми находится в интересующий нас период времени (2014-2016 годы) Россия.

3) выявить, какие стереотипы и с какой целью эксплуатирует телеканал «Russia Today на русском».

**Эмпирическая база** диссертационного исследования – материалы на международную тематику телеканала «Russia today на русском», опубликованные на сайте издания с 2014 по 2016 год.

Всего эмпирический материал исследования насчитывает 50 текстов.

В процессе работы будут использованы такие научные **методы**, как дедукция, лингвостилистический анализ, исторический метод, выборочный метод, мониторинг, case study.

В рамках настоящего исследования проводится изучение **проблемы** искажения информации и ее примитивизации посредством создания и использования в СМИ этнокультурных стереотипов.

**Структура** работы обусловлена задачами исследования. Магистерская диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. В журналистике этнические стереотипы играют роль важного инструмента пропаганды и ведения информационной войны. Гибкость трактовок национальных стереотипов, их частичная правдивость (так называемое «зерно истины») открывает широкое поле для манипуляции в области межнациональной коммуникации. СМИ, будучи главными посредниками в передаче информационных потоков между странами, играют на этом поле охотно и мастерски, применяя положительные стереотипы к союзникам, отрицательные – к оппонентам, акцентируя нужное и ретушируя то, что выгоднее скрыть.
2. Дружественные России страны государственные СМИ «подают» в положительном свете, эксплуатируя положительные этнические стереотипы. При этом блок стереотипов о политических оппонентах содержит, как правило, отрицательные коннотации.
3. Этнокультурные стереотипы становятся не только орудием дезинформации, но могут выступать в качестве серьезных барьеров в межнациональной коммуникации и сыграть существенную роль как в разрешении, так и в усугублении межнациональных конфликтов.
4. Среди признаков, которые следует рассматривать в качестве показателей механизмов коррекции этнических стереотипов, выделяются:

прямое обращение к стереотипам аудитории, вызывание чувства национальной общности, подчеркивании этнического отличия;

обращение к положительным сторонам автостереотипа;

использование принципа резонанса, суть которого заключается в эксплуатации предрасположенности аудитории остро реагировать на ситуации взаимодействия расовых, этнических, религиозных групп;

апелляция к авторитету какой-либо личности, когда она привлекается в качестве поддержки довода или стереотипного утверждения;

использование оценочных понятий в отношении этнокультурных сообществ в целом.