

Litera

Правильная ссылка на статью:

Чжао Ц. Освещение миграции в государственных и социальных медиа Китая // Litera. 2025. № 7. DOI: 10.25136/2409-8698.2025.7.75027 EDN: FCEOGE URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=75027

Освещение миграции в государственных и социальных медиа Китая

Чжао Цинсун

аспирант, факультет журналистики; Санкт-Петербургский государственный университет

190000, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Нахимова, 3к2, кв. 102

✉ qingsongzhao666@gmail.com



[Статья из рубрики "Журналистика"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2025.7.75027

EDN:

FCEOGE

Дата направления статьи в редакцию:

30-06-2025

Дата публикации:

13-07-2025

Аннотация: Статья представляет собой комплексное исследование репрезентации миграционных процессов в китайском медиапространстве, охватывающее как официальные государственные СМИ (на примере центрального издания "Жэньминь Жибао"), так и социальные платформы (Weibo). Основной фокус направлен на сравнительный анализ формирования образов двух ключевых групп: китайской диаспоры за рубежом (хуацяо) и иностранных мигрантов в КНР. Автор детально исследует идеологические рамки, задающие тон освещению миграционной тематики, включая акценты на патриотизме, экономической успешности и культурной адаптации. Особое внимание уделяется лингвистическим стратегиям конструирования медиаобразов, нарративным моделям и эмоциональной окраске публикаций. В работе также анализируется трансформация традиционных коммуникационных парадигм под влиянием цифровизации, проявляющаяся в появлении новых дискурсивных практик и

изменении роли пользовательского контента. Исследование раскрывает механизмы взаимодействия между государственной информационной политикой и общественными дискуссиями в социальных сетях, демонстрируя как сохраняющиеся различия, так и точки соприкосновения между официальным и пользовательским дискурсами. Методология включает контент-анализ 50 публикаций "Жэньминь Жибао" и 50 постов Weibo о китайской диаспоре (хуацяо) и иностранных мигрантах. Был проведен дискурс-анализ и контент анализ (по позитивному и негативному треку). Исследование выявляет доминирование позитивного образа мигрантов в китайских медиа (90–95% в госСМИ, 75–80% в соцсетях), что отражает идеологическую направленность на укрепление национального единства и глобального имиджа Китая. Государственные СМИ акцентируют патриотизм, коллективизм и успешную интеграцию, в то время как социальные сети допускают больше вариативности, включая обсуждение трудностей адаптации. Ключевое различие заключается в культурной интеграции: для хуацяо важно сохранение традиций, для иностранцев – их освоение. Научная новизна работы заключается в комплексном анализе взаимодействия государственного и пользовательского дискурсов, а также в демонстрации механизмов формирования управляемого медиапространства в условиях цифровой эпохи. Выводы подчеркивают, что социальные медиа, несмотря на большую свободу, не противоречат официальному дискурсу, а расширяют его, сохраняя лояльность идеологическим установкам.

Ключевые слова:

Китай, миграция, государственные СМИ, социальные медиа, идеология, образ мигранта, дискурс-анализ, Weibo, цифровые платформы, информационная политика

Введение

Миграция является неотъемлемой частью современного глобализированного мира [\[1\]](#), и Китай не исключение. Это сложное и многогранное явление, которое затрагивает политические и социальные аспекты жизни общества. То, как медиа освещают миграционные процессы, отражает не только их специфику в конкретной стране, но и особенности самого общества, а также роль СМИ в формировании общественного восприятия этого феномена [\[2\]](#).

Такой подход позволяет рассматривать медийную репрезентацию миграции как важный индикатор социальных норм, ценностей и идеологических установок, доминирующих в обществе. В то же время он демонстрирует, как медиа могут влиять на общественное мнение, формируя определенные образы и стереотипы, связанные с мигрантами и их ролью в социально-экономической жизни страны.

Актуальность темы освещения миграции в государственных и социальных медиа Китая обусловлена комплексом социально-политических, технологических и культурных факторов, определяющих современные дискурсы о мобильности населения. Китай сталкивается с со стабильными потоками миграции как из страны, так и в страну, что делает вопрос ее репрезентации в медиа ключевым для понимания механизмов социальной интеграции и управления [\[3\]](#). Государственные СМИ, функционируя в рамках строгих идеологических рамок, конструируют конкретный, идеологически вверенный образ мигранта [\[4\]](#). Этот нарратив, однако, вступает в диалог (а порой и в противоречие) с альтернативными образами, формируемыми в цифровых пространствах социальных

платформ, где сами мигранты получают возможность участвовать в создании контента.

[5]

Рост влияния цифровых платформ, таких как Weibo, Douyin и WeChat, трансформирует традиционные модели коммуникации, позволяя мигрантам публично обсуждать проблемы дискриминации, трудовых прав и культурной адаптации [6]. Это создает новые вызовы для государственной информационной политики, вынужденной балансировать между контролем над дискурсом и адаптацией к меняющимся медиаландшафтам. Кроме того, актуальность темы усиливается на фоне глобальных дебатов о миграции, цифровом суверенитете и регулировании социальных медиа — Китай здесь демонстрирует уникальную модель, сочетающую жесткий идеологический контроль с активным использованием цифровых технологий для управления общественным мнением.

Предметом настоящего исследования является репрезентация миграции — как китайской диаспоры за рубежом, так и иностранных мигрантов в Китае — в государственном и цифровом медиaprостранстве КНР. Особое внимание уделяется механизмам формирования медиадискурса и идеологических рамок, в которых происходит описание миграционного опыта, а также сравнительному анализу между официальным медиадискурсом и пользовательским контентом в социальных сетях.

Научная новизна работы заключается в многоаспектном сопоставлении дискурсивных стратегий двух типов медиа — государственных СМИ и социальных цифровых платформ — в освещении темы миграции. Впервые на обширном эмпирическом материале выявлены структурные и лексико-семантические различия и сходства в репрезентации китайских мигрантов (хуацяо) и иностранных мигрантов, с учётом прагматических целей дискурса, эмоциональной окраски, идеологических нарративов и коммуникативных интенций. Новизна также заключается в выявлении взаимосвязи между официальным дискурсом и самоорганизованными медиапрактиками в условиях цифрового контроля и управляемой открытости китайского информационного пространства.

Данная статья направлена на комплексное исследование системы освещения темы миграции в китайских СМИ (как государственных, так и социальных медиа), в том числе способов конструирования образа мигранта, а также на выявление идеологических рамок, в которых происходит освещение миграционных процессов. Методологической основой исследования служат контент-анализ и дискурс-анализ текстов, позволяющие системно выявить лексические, семантические и прагматические особенности описания мигрантов в различных медийных форматах. Предварительно было отобрано по 50 текстов государственных медиа (Жэньминь Жибао) и текстов постов лидеров мнений в социальной сети Weibo теме миграции из Китая (феномен хуацяо) и также по 50 текстов по теме миграции в Китай и проведен лингвистический анализ этих текстов. Эмпирическую базу исследования составляют 200 текстов, отобранных по следующим критериям:

- принадлежность к официальным государственным СМИ (в частности, «Жэньминь Жибао»),
- принадлежность к контенту, опубликованному на платформе Weibo независимыми пользователями (лидерами мнений),
- тематическая релевантность (в тексте должны освещаться миграционные процессы, связанные с хуацяо или иностранцами в Китае),
- жанровое разнообразие (новости, интервью, комментарии, пользовательские посты),
- временной диапазон: 2024–2025 годы (для обеспечения актуальности и релевантности анализа современной медийной среды).

Корпус текстов включает по 50 публикаций на каждую из следующих тематик:

1. китайская диаспора (хуацяо) в зарубежных странах — в государственных СМИ;
2. китайская диаспора (хуацяо) — в пользовательских публикациях на Weibo;
3. иностранные мигранты в Китае — в государственных СМИ;
4. иностранные мигранты — в пользовательском контенте на Weibo.

Такой подход обеспечивает глубокое понимание того, как через язык и дискурс формируются социальные представления и стереотипы о мигрантах в современном китайском медиапространстве.

Теоретические аспекты освещения вопросов миграции в Китае

В китайских СМИ освещение миграционных вопросов, как и в целом вся журналистская деятельность, строится на фактах и осуществляется через различные медиа-платформы – такие, как сайты газет и телеканалов, страницы официальных СМИ в социальных сетях, таких, как WeChat и Weibo, а также страницах лидеров мнений – неофициальных источников информации в китайском обществе – для оперативного и точного информирования общества, при этом строго соблюдаются нормы редактирования, внутренней цензуры и публикации, а также действует система экстренного реагирования и контроля общественного мнения [\[7\]](#).

Выявим основные особенности системы освещения вопросов миграции в китайских медиа. Система редактирования и управления публикациями предполагает строгий контроль за профессиональной этикой журналистов и поддержание положительного имиджа медиа-отрасли, причем большинство журналистов и редакторов работают в государственных структурах, что обеспечивает определенный стандарт освещения миграционных тем. Важную роль играют редакционные принципы, которые должны соблюдаться особенно тщательно в условиях развития социальных медиа, чтобы избежать искажений информации. СМИ оказывают значительное влияние на общественное мнение, поэтому материалы должны быть не только достоверными, но и соответствовать официальной идеологии, включая идеи марксизма-ленинизма, Мао Цзэдуна, Дэн Сяопина и Си Цзиньпина, что способствует формированию правильного мировоззрения и укреплению чувства ответственности перед обществом. [\[8\]](#)

Журналисты обязаны строго соблюдать законы, особенно при взаимодействии с иностранцами, чьи взгляды могут отличаться от официальной позиции, и при затрагивании религиозных, военных вопросов или прав граждан на неприкосновенность частной жизни.

Важнейшими принципами работы являются достоверность и актуальность информации, все источники проходят проверку, а публикация недостоверных данных запрещена; для этого в Китае действует система регистрации журналистов. Журналисты не имеют права вмешиваться в судебные процессы, при спорных вопросах обязаны проводить дополнительные расследования и учитывать мнения разных сторон, а также соблюдать принцип независимости, чтобы избежать конфликта интересов. [\[9\]](#) Профессиональная этика требует избегать платных публикаций и не использовать служебное положение для личной выгоды, особенно учитывая влияние на общественное мнение. Большинство публикаций о миграции выпускаются государственными СМИ, журналисты обязаны предъявлять служебные удостоверения, а за серьезные нарушения предусмотрены жесткие санкции, вплоть до пожизненного запрета на работу в СМИ.

Для упорядочивания освещения миграционных вопросов действует система проверки содержания, основанная на ряде законов, включая Закон о защите государственных тайн, Закон о кибербезопасности и другие, которые распространяются на все медиапубликации в Китае [10]. Проверка содержания осуществляется по принципу «сначала проверка, затем публикация, кто опубликовал, тот и отвечает», а также по процессу «трёх проверок и трёх редактирований» [11], где редакторы, главные ответственные лица СМИ и соответствующие органы поэтапно проверяют законность, соответствие и эффективность материалов, особое внимание уделяя вопросам государственной безопасности, конфиденциальности и соответствию идеологическим требованиям. Такой подход позволяет предсказывать социальные последствия публикаций и поддерживать общественную стабильность, а система управления и контроля предусматривает учет и наказание за повторяющиеся нарушения, особенно в случае серьезных идеологических отклонений.

Официально публикация материалов о миграции в китайских СМИ осуществляется строго через государственные пропагандистские платформы, что требует соблюдения установленного процесса публикации. Цель — всесторонне и достоверно информировать граждан о миграционной работе и противодействовать негативному влиянию неофициальных источников. В новостных агентствах создана трехуровневая организационная структура под контролем партийных органов: руководитель, его заместители и сотрудники, непосредственно готовящие материалы [12]. Основными формами работы являются пресс-конференции, брифинги и официальные новостные сообщения, которые позволяют избежать распространения недостоверной информации и своевременно реагировать на общественные вопросы. Рабочий процесс строго регламентирован: от планирования и подготовки материалов до согласования с руководством, оповещения журналистов, проведения мероприятий и последующей оценки эффективности. [13] Такая система обеспечивает объективность, достоверность и оперативность освещения миграционных вопросов, однако с развитием независимых платформ традиционные механизмы сталкиваются с новыми вызовами, требующими научно обоснованных методов публикации и ужесточения ответственности за нарушения. Тем не менее, остается возможность относительно независимых публикаций, которые создаются лидерами мнений в социальных сетях, таких, как Weibo.

Образ китайских мигрантов за рубежом в медиа

Для понимания китайского медийного и общественного пространства, и в целом дискурса, выстроенного вокруг темы миграции, важно проанализировать, будет ли отличаться образ мигранта (как иностранного в Китае, так и китайского за рубежом) в государственных медиа и в социальных медиа в Китае.

Первый аспект – это китайские мигранты за рубежом, также известные как хуацяо [14]. «Несмотря на то, что в настоящее время представители хуацяо имеют гражданство страны проживания, они по-прежнему поддерживают очень прочные связи с Китаем, что проявляется в использовании влияния КНР для продвижения культурных, экономических и политических интересов китайского государства в Юго-Восточной Азии.» [15]. Проведем дискурс-анализ массива текстов государственных медиа. Важным дискурсивным аспектом образа мигранта-хуацяо в государственных медиа являются патриотизм и героизация. В текстах, посвящённых исторической памяти (например, о китайских мигрантах в Юго-Восточной Азии во время Второй мировой войны: «英勇无畏反抗侵略者暴行, 为捍卫菲律宾的民族独立与解放付出巨大牺牲 (храбро и бесстрашно противостояли агрессии,

внесли огромную жертву ради независимости и освобождения Филиппин)» (中国驻菲律宾使馆赴马尼拉华侨义山祭奠华侨抗日英烈 // 人民网-国际频道. 2025. 2 апр. URL: <http://world.people.com.cn/n1/2025/0402/c1002-40452512.html>)), образ китайских мигрантов конструируется через призму коллективного героизма, патриотизма и жертвенности. Мигранты представлены как защитники не только своей новой родины, но и как носители китайской национальной идентичности, готовые к самопожертвованию ради свободы и независимости Китая. [16] Это закрепляет за мигрантами статус «строителей и защитников» как зарубежных обществ, так и китайской нации в целом. Вторым важным дискурсивным аспектом является интеграция и вклад в принимающее общество китайских мигрантов. В ряде публикаций подчёркивается глубокая интеграция китайских мигрантов в местное общество, их вклад в экономику, культуру и социальную жизнь принимающих стран. Мигранты описываются как трудолюбивые, предприимчивые и способные к адаптации, что позволяет им становиться неотъемлемой частью многонационального социума. (中国驻菲律宾使馆赴马尼拉华侨义山祭奠华侨抗日英烈//人民网-国际频道. 2025年04月02日 URL:<http://world.people.com.cn/n1/2025/0402/c1002-40452512.html>) Это способствует формированию позитивного имиджа, подчёркивающего гармоничное сосуществование и взаимовыгодное сотрудничество. Третьим дискурсивным аспектом является дискурс сохранения культурной идентичности и трансляция традиций. В текстах широко представлена тема сохранения и трансляции китайской культуры среди мигрантов и их потомков. Через описание участия в национальных праздниках, проведение культурных мероприятий, популяризацию китайской одежды (ханфу), традиционной музыки, чая и новых культурных трендов («国潮», «Национальный прилив» (严瑜. 华侨华人新生代爱上新国潮(侨界关注)//人民网—人民日报海外版, 2025年04月11日 URL <http://edu.people.com.cn/n1/2025/0411/c1006-40457611.html>)), формируется образ мигранта как носителя и проводника китайской цивилизации за рубежом. Особое внимание уделяется молодому поколению, которое сочетает традиционное и современное, усиливая свою культурную идентичность и гордость за китайское происхождение: «中国传统文化与现代时尚潮流碰撞迸发的火花, 对拥有中西文化背景的华侨华人新生代释放出巨大吸引力, 也激发了他们的民族文化自豪感 (Искры, возникшие в результате столкновения традиционной китайской культуры и современных модных тенденций, имеют огромную привлекательность для нового поколения китайцев, проживающих за рубежом, имеющих как китайское, так и западное культурное наследие, а также пробудили в них чувство национальной культурной гордости.)» (严瑜. 华侨华人新生代爱上新国潮(侨界关注)//人民网-国际频道. 2025年04月11 URL: <http://edu.people.com.cn/n1/2025/0411/c1006-40457611.html>). Четвертый аспект, характерный для коммунистического дискурса, связан с упоминаниями коллективизма, единства и роли в национальных целях. Для китайского дискурса в целом важна роль КПК [17]. Мигранты часто изображаются как сплочённая община, способная к мобилизации ради решения национальных задач — будь то поддержка политики «единого Китая», участие в мероприятиях, направленных на мирное объединение страны, или продвижение инициативы «Один пояс — один путь». Через риторику единства, преемственности поколений и коллективной ответственности закрепляется образ мигранта как активного участника национального развития и глобальных стратегий Китая. Последним, но немаловажным, является дискурс успешности и экономического роста. В ряде текстов отмечается успех китайских мигрантов в бизнесе, их вклад в развитие финансовых и технологических секторов, а также роль в продвижении китайских инноваций и брендов на мировой арене (например, в сфере финансовых услуг, новых медиа, игровой индустрии). Это формирует образ мигранта как современного, успешного, способного к глобальной конкуренции.

Также был проведен контент анализ по схеме «позитивного» и «негативного» трека для

того, чтобы определить, в каком ключе чаще упоминаются китайские мигранты в текстах и какова в целом эмоциональная окраска текстов о китайской миграции за рубежом. В результате проведенного контент-анализа публикаций китайских государственных медиа, посвященных китайским мигрантам за рубежом, четко прослеживается доминирование позитивного трека в формировании их образа и эмоциональной окраске сообщений.

В первую очередь, тексты активно конструируют образ мигранта как патриота, героя и строителя. Подчеркивается жертвенность, коллективизм и готовность к самопожертвованию ради защиты не только новой родины, но и китайской национальной идентичности. Мигранты описываются как неотъемлемая часть принимающих обществ, вносящая значительный вклад в их экономическое и культурное развитие. Подчеркивается их трудолюбие, способность к интеграции и гармоничному сосуществованию с местным населением, что закрепляет за ними статус «строителей и защитников» новых обществ. Важный пласт позитивного трека связан с сохранением и трансляцией китайской культуры. Позитивная окраска усиливается риторикой единства, коллективной мобилизации и сопричастности к национальным целям.

Даже когда в текстах упоминаются трудности, связанные с историческими событиями, жертвы и угрозы («深重灾难», («великая катастрофа») «生灵涂炭», («смерть всем») «为捍卫..付出巨大牺牲» («огромные жертвы, принесенные ради защиты...»), они интерпретируются сквозь призму героизма, преодоления и коллективной мобилизации, что нивелирует возможную негативную окраску и подчеркивает стойкость, единство и моральную силу китайских мигрантов. Негативный трек, связанный с упоминаниями о жертвах, трудностях интеграции, ностальгии по родине или внешних угрозах, встречается значительно реже и, как правило, служит фоном для дальнейшего возвеличивания достоинств мигрантов и их вклада в общее дело. Отрицательные аспекты всегда компенсируются акцентом на преодолении, патриотизме и коллективной ответственности.

В целом, эмоциональная окраска текстов о китайской миграции за рубежом в китайских государственных медиа ярко позитивна, мобилизующая и вдохновляющая. Примерно 90–95% материалов имеют ярко выраженную позитивную окраску. Мигранты изображаются как гордость нации, пример для подражания, активные участники глобальных и национальных процессов, способные интегрироваться в новые общества и вносить значимый вклад в их развитие, не теряя при этом связи с родиной и национальной идентичности. Такой подход способствует формированию устойчивого позитивного имиджа китайских мигрантов и укреплению национального единства в глобальном контексте.

Таким образом, можно сделать вывод, что в китайских государственных медиа образ мигранта за рубежом строится на сочетании патриотизма, культурной идентичности, коллективизма и успешной интеграции в принимающие общества. Наиболее часто встречающаяся лексика связана с концептами «патриотизм», «успех», «традиции», «героизм». Мигранты представлены как носители и трансляторы китайской культуры, активные участники национальных и международных инициатив, а также как пример трудолюбия, инновационности и социальной ответственности.

Также был проведен анализ дискурса текстов о хуацяо в социальной сети Weibo, где на тему миграции публиковали посты независимые лидеры мнений. Дискурс-анализ публикаций в китайских социальных сетях, посвященных жизни и опыту китайских мигрантов за рубежом, выявляет сложную и многогранную структуру их медийного образа. В первую очередь, в постах и комментариях часто акцентируется индивидуальность, уникальность и самобытность мигранта. Сообщения с хештегом #华侨

наполнены высказываниями о необходимости «жить своей жизнью», «не терять себя среди чужих успехов», «быть уникальным среди миллиардов» и «сохранять внутреннюю силу», несмотря на внешние трудности. Эта риторика подчеркивает ценность личного пути и самоидентификации, что особенно актуально для людей, оказавшихся в иной культурной среде.

Второй заметный мотив — гордость за китайское происхождение и стремление сохранить культурную связь с родиной: «文化、青春、团结”四大主题, 策划一系列丰富多彩的活动, 向海内外潮籍乡亲展示新时代侨乡的新面貌、新形象、新作为, 推动全球潮汕人的大团结、大联合、大共赢 (мероприятия показывают новый имидж и новые действия зарубежных китайцев в новую эпоху, а также содействуют великому единству, и великой взаимопомощи китайскому народу во всем мире.)» (@最后评论 来自 华侨超话厚德行.官方号 //Weibo. 2024-8-1 URL: <https://m.weibo.cn/status/5062513652141202>). Здесь заметно сходство с официальным дискурсом китайских государственных медиа. Сообщества и отдельные пользователи активно делятся опытом участия в культурных фестивалях, праздновании традиционных китайских праздников за рубежом, образовательных и творческих программах для детей мигрантов, таких как «Китайский корень» или мастер-классы по китайскому искусству и ремёслам. Упоминания о таких инициативах строят образ мигранта как носителя и транслятора китайской культуры, открытого к диалогу, но не теряющего национальной идентичности.

Третий пласт — акцент на коллективной поддержке, единстве и успехах диаспоры. Это также коррелирует с официальным дискурсом. В социальных сетях регулярно появляются новости о крупных мероприятиях, объединяющих китайцев за рубежом, о поддержке со стороны государства и местных сообществ, о совместных экономических и культурных проектах, а также о достижениях представителей китайской диаспоры в бизнесе, науке и искусстве. Позитивные истории о предпринимателях, учёных, спортсменах и артистах служат примерами для подражания и укрепляют чувство общности.

Однако в дискурсе социальных сетей присутствует и рефлексия над трудностями и противоречиями. Пользователи обсуждают вопросы интеграции, языкового барьера, дискриминации, а также внутренние разногласия между мигрантами разных поколений. Иногда звучит критика в адрес «первой волны» мигрантов, сложности адаптации и даже предостережения о необходимости сохранять осторожность в отношениях с соотечественниками за границей. Эти темы подаются в более личном, эмоциональном ключе, чем в официальных СМИ, и часто сопровождаются советами, обменом опытом и поддержкой друг друга.

Наконец, в социальных сетях заметна отсутствующая в государственных медиа тенденция к публичному обсуждению острых тем: от эвакуации соотечественников из зон конфликтов до случаев дискриминации или недопонимания со стороны местного населения: «中国逐渐强大之后, 让印尼华侨不再受到歧视 (По мере того, как Китай становится сильнее, китайцы, проживающие за рубежом в Индонезии, больше не будут подвергаться дискриминации).» (@南归孤夷 南归孤夷的微博视频//Weibo. 2025-25-5 URL: https://weibo.com/tv/show/1034:5170322241159246?from=old_pc_videoshow) Такие публикации, как правило, вызывают активное обсуждение, сочувствие и солидарность, а также подчеркивают важность государственной поддержки и дипломатической защиты интересов китайских граждан за рубежом.

Рассмотрим также проведенный контент-анализ по позитивному и негативному треку. В большинстве постов и комментариев доминирует позитивная оценка опыта китайских мигрантов. Часто встречаются высказывания, подчеркивающие уникальность,

внутреннюю силу и самооценку каждого человека, оказавшегося за границей. Позитивный трек также проявляется в рассказах об успехах китайских мигрантов в бизнесе, науке, культуре. Посты о мероприятиях, таких как международные фестивали, встречи диаспоры, образовательные проекты для детей мигрантов, создают образ сплочённой, активной и уважаемой общины. В этих публикациях подчеркивается гордость за китайское происхождение, сохранение культурных корней, а также вклад мигрантов в развитие принимающих обществ. Отдельно выделяется мотив поддержки и солидарности: пользователи делятся советами по адаптации, рассказывают о взаимопомощи в трудных ситуациях, благодарят государство за поддержку и защиту интересов соотечественников за рубежом (например, в случаях эвакуации из зон конфликтов). Такие сообщения формируют ощущение единства и уверенности в завтрашнем дне.

Наряду с позитивными, присутствуют и сообщения с негативной окраской, хотя их заметно меньше (но больше, чем в государственных медиа). Примерно 75–80% публикаций о китайских мигрантах за рубежом имеют позитивную или нейтрально-позитивную окраску, и 25–20% - негативную. Посты с такой эмоциональной окраской касаются, прежде всего, трудностей интеграции, языкового и культурного барьера, дискриминации и внутренней конкуренции среди мигрантов. В некоторых публикациях затрагиваются вопросы ностальгии по родине, одиночества, эмоционального выгорания и необходимости «учиться быть сильным в одиночестве». Иногда звучит критика в адрес отдельных представителей диаспоры или обсуждаются спорные ситуации, связанные с поведением китайцев за границей. Однако даже эти негативные моменты обычно сопровождаются советами, поддержкой и призывами к взаимопомощи, что смягчает общий тон.

Анализ показывает, что в китайских социальных сетях образ мигранта в целом окрашен позитивно. Преобладают истории успеха, примеры личной и коллективной силы, гордость за национальную принадлежность и активное участие в жизни принимающих обществ. Даже обсуждение проблем и трудностей подается конструктивно, с акцентом на преодоление, личностный рост и поддержку со стороны сообщества. Негативные аспекты присутствуют, их больше, чем в государственных медиа, но они не доминируют и чаще всего служат фоном для обсуждения путей решения проблем, обмена опытом и укрепления солидарности. Таким образом, эмоциональный фон публикаций о китайских мигрантах за рубежом в социальных сетях преимущественно положительный, поддерживающий и мобилизующий, что способствует формированию устойчивого позитивного имиджа китайской диаспоры в глазах как самих мигрантов, так и широкой аудитории.

В целом, образ китайского мигранта в социальных сетях Китая — это сочетание индивидуализма и коллективной идентичности, гордости за культурные корни и открытости к новым вызовам, стремления к успеху и готовности преодолевать трудности. Дискурс наполнен позитивными примерами, но не избегает обсуждения реальных проблем, что делает его более живым, разнообразным и приближённым к повседневному опыту самих мигрантов по сравнению с государственными медиа. Таким образом, общий дискурс и образ китайского мигранта за рубежом в государственных СМИ и социальных сетях схож — он позитивный, подчеркивающий связь китайских мигрантов с Родиной, и описывающий мигрантов как успешных, трудолюбивых и приносящих пользу. В социальных сетях, однако, допускается больше свободы и критики, показываются не только позитивные, но и негативные аспекты жизни мигрантов, сопряженные с трудностями. Однако даже в лексика негативного трека служит фоном для формирования

позитивного и продуктивного образа хуацяо. Таким образом, нет значительной разницы между государственными и негосударственными (социальными) медиа в вопросах освещения миграции китайцев за границу.

Образ иностранных мигрантов в Китае в медиа

Рассмотрим теперь противоположный кейс – миграцию иностранцев в Китай. Первым был проанализирован корпус 50 текстов газеты Женьминь Жибао. Следует отметить, что текстов, касающихся иностранцев, мигрирующих в Китай, публикуется на порядок меньше, чем текстов, касающихся китайской миграции за границу. Это связано как с тем, что миграционные потоки в Китай в целом ниже, чем из Китая, так и с меньшим интересом к теме иностранных мигрантов в Китае. Дискурс-анализ публикаций китайских государственных СМИ о иностранных мигрантах в Китае выявляет устойчивую позитивную и прагматичную рамку формирования их образа. Образ иностранного мигранта рассматривается как ценный ресурс и носитель компетенций: «为金华市企业招引跨境电商、直播运营、国际贸易等急需紧缺的外籍人才提供便利支撑 (Оказывать удобную поддержку предприятиям Цзиньхуа в привлечении остро необходимых иностранных талантов в сфере трансграничной электронной коммерции, прямых трансляций, международной торговли и т. д.)» (张益晓, 金华:超9000人持外国人来华工作许可证// 人民网-国际频道.2025年05月19日 URL: <http://zj.people.com.cn/n2/2025/0519/c186327-41232078.html>). В большинстве материалов иностранцы в Китае описываются прежде всего как профессионалы, востребованные в сферах науки, образования, высоких технологий, бизнеса и культуры. Подчёркивается их вклад в развитие китайской экономики, инноваций, образования, а также международного сотрудничества. Примеры включают истории иностранных учёных, преподавателей, специалистов по ИТ, предпринимателей и инвесторов, которые не только успешно работают и интегрируются в китайское общество, но и становятся «послами» китайской модернизации и открытости миру. В текстах делается фокус на институциональной поддержке и сервисах. В публикациях активно освещаются меры по упрощению процедур для иностранных специалистов: внедрение «одного окна», сокращение сроков оформления разрешений на работу, интеграция разрешения на работу с социальной картой, цифровизация и повышение прозрачности бюрократических процедур. Это подаётся как проявление заботы государства о создании комфортной среды для жизни и работы иностранцев, а также как элемент конкурентоспособности Китая на мировом рынке талантов. Публикации регулярно подчёркивают, что иностранцы не только работают, но и активно участвуют в жизни китайского общества: занимаются спортом, ведут блоги, участвуют в научных, культурных, образовательных и волонёрских инициативах, заводят дружеские отношения с местными жителями. Описываются примеры успешной адаптации, межкультурного обмена, а также личные истории, в которых иностранцы отмечают комфорт, безопасность, дружелюбие и динамичность китайской среды: «现场, 戴安诺表示, 非常荣幸成为广州首个领到新版社保卡实体卡的外国人, 他期待用这张卡坐地铁、购物、看病, («На месте Бернард Аннуо сказал, что для него большая честь быть первым иностранцем, получившим новую версию карты социального обеспечения в Гуанчжоу. Он с нетерпением ждал возможности использовать эту карту, чтобы ездить на метро, ходить по магазинам и посещать врача.») (粤首批外国人工作许可和社会保障融合集成实体卡发放“证卡合一”为在粤外国人提供便利 //南方日报. 2025年01月16日 URL: <http://gd.people.com.cn/n2/2025/0116/c123932-41110075.html>). Эмоциональный фон текстов связан с понятиями «благодарность», «взаимное уважение», «человеческое тепло». В текстах часто встречаются благодарственные отзывы иностранцев о качестве сервиса, о внимании и поддержке со стороны государственных органов и китайских коллег. Описываются случаи, когда иностранцы выражают признательность за помощь, оставляют благодарственные записки, дарят сувениры сотрудникам миграционных служб,

а также отмечают, что чувствуют себя частью местного сообщества. В ряде материалов подчеркивается, что такие истории способствуют формированию позитивного имиджа Китая как открытой, гостеприимной и современной страны.

В риторике СМИ прослеживается прагматичный подход: привлечение иностранных специалистов рассматривается как стратегическая задача для обеспечения экономического роста, технологического лидерства и международной конкурентоспособности Китая. Подчеркивается, что упрощение процедур и создание комфортных условий — это не только проявление гостеприимства, но и инструмент для реализации национальных приоритетов.

В текстах китайских государственных СМИ, посвящённых иностранным мигрантам в Китае, доминирует ярко выраженный позитивный трек, что проявляется как на уровне лексики, так и в структуре нарратива. Образ иностранца в Китае конструируется прежде всего через призму профессионализма, вклада в экономику, инновации, науку и культуру. Иностранные специалисты, преподаватели, учёные, предприниматели и студенты представлены как носители уникальных компетенций, востребованных для реализации национальных стратегий модернизации и повышения международной конкурентоспособности страны.

Негативный трек представлен крайне ограниченно и носит преимущественно нейтрально-конструктивный характер. Упоминания о трудностях интеграции, языковом барьере или бытовых сложностях встречаются редко и всегда сопровождаются описанием успешного преодоления этих проблем благодаря профессионализму и доброжелательности китайских сотрудников, а также постоянному совершенствованию сервисов. Конфликтные или проблемные темы, связанные с дискриминацией, нарушениями или конфликтами, практически отсутствуют в публичном пространстве государственных СМИ¹.

Таким образом, эмоциональная доминанта текстов — это оптимизм, благодарность, открытость и стратегическая целесообразность. Через лингвистические средства — оценочную лексику, нарративы успеха, риторические фигуры гостеприимства и взаимного уважения — формируется образ иностранного мигранта как стратегически значимого, интегрированного и уважаемого участника китайского общества. Такой дискурс не только транслирует позитивный имидж Китая на международной арене, но и служит внутренней мобилизационной функцией, укрепляя представление о Китае как о современной, открытой и конкурентоспособной державе.

В китайских государственных СМИ образ иностранных мигрантов строится вокруг идей профессионализма, вклада в развитие страны, успешной интеграции и межкультурного диалога. Дискурс насыщен позитивной лексикой, примерами благодарности и взаимного уважения, а также подчёркивает стратегическую важность привлечения иностранных специалистов для модернизации и глобального лидерства Китая.

Анализ дискурса постов социальных сетей показывает высокую схожесть образа мигранта с текстами официальных СМИ. Большинство популярных постов и видеороликов строятся на демонстрации удивления и восхищения иностранцев повседневной жизнью в Китае. Часто встречаются видео, где иностранцы пробуют китайскую еду, путешествуют по разным регионам, отмечают высокий уровень безопасности, чистоту, развитую инфраструктуру, удобство городских сервисов и гостеприимство местных жителей. Такие публикации сопровождаются комментариями в духе: «не ожидал, что Китай настолько современный», «здесь безопасно и вкусно», «китайцы очень доброжелательны». Образ иностранца в этом дискурсе — это восторженный, открытый к новому человек, который

искренне наслаждается китайской реальностью и часто публично опровергает стереотипы, навязанные западными медиа.

Важным дискурсом является культурный обмен и интеграция. Посты и видео, посвящённые попыткам иностранцев изучать китайский язык, участвовать в традиционных праздниках, пробовать местную кухню, вызывать живой интерес и одобрение у китайских пользователей. Иностранцы, которые заводят друзей среди китайцев, создают смешанные семьи, ведут блоги на китайском, воспринимаются как «свои», а их успехи в адаптации вызывают гордость и симпатию. Подчёркивается, что Китай — страна возможностей, где иностранцы могут реализовать себя и стать частью многонационального общества. При этом в дискурсе социальных сетей редко идет речь о том, какую пользу иностранные мигранты приносят Китаю на своем профессиональном поприще или о том, как упрощается бюрократическая ноша иностранцев. Эти темы не соответствуют общему «развлекательному» характеру постов в социальных сетях. В дискурсе социальных сетей взаимодействие иностранцев с Китаем происходит по линии «человек-человек», а не «человек-государство».

В ряде публикаций и комментариев прослеживается лёгкая ирония по отношению к наивности или неожиданным реакциям иностранцев на китайские реалии (например, удивление бесплатной питьевой водой на вокзале, восторг от уличной еды, шок от острого блюда). Эти сюжеты подаются с юмором, но без злобы, что формирует атмосферу дружелюбного культурного обмена. Нередко иностранцы публично выражают благодарность за помощь, гостеприимство, высокий уровень сервиса, отмечают безопасность и отсутствие дискриминации. Такие истории активно распространяются и комментируются, укрепляя позитивный образ Китая и китайцев в глазах аудитории. Большинство текстов через образ иностранца конструируют образ Китая.

В меньшей степени встречаются посты с критикой или выражением настороженности. Они касаются отдельных случаев некорректного поведения иностранцев (например, громкие разговоры в метро, нарушение общественного порядка), а также обсуждений, связанных с визовыми и медицинскими вопросами (например, необходимость медицинских справок для брака или учёбы). Эти темы, как правило, не доминируют, но присутствуют в комментариях и обсуждениях, отражая определённую долю социальной тревожности или недоверия.

В китайских социальных сетях образ иностранного мигранта в Китае преимущественно позитивен: это человек, открытый к новому, благодарный, готовый интегрироваться и ценящий китайскую культуру. Дискурс насыщен лексикой восхищения, благодарности, юмора и дружелюбия, что формирует эмоционально тёплый и привлекательный имидж. Критические нотки и осторожность по отношению к отдельным аспектам поведения или политике присутствуют, но не определяют общий тон обсуждения.

В китайских социальных сетях образ иностранных мигрантов формируется преимущественно в позитивном ключе, однако в дискурсе присутствуют и негативные обертоны, зачастую выраженные посредством юмора, иронии или сдержанной критики.

Контент-анализ выявляет преобладание лексических единиц с ярко выраженной положительной коннотацией (примерно 80-85%), что свидетельствует о формировании образа иностранца как восторженного, благодарного и интегрированного актора китайского общества. Часто используются такие выражения, как «удивительно», «шокирующе» (в положительном смысле), «безопасно», «вкусно», «удобно», «гостеприимно». Тексты, демонстрирующие восхищение иностранцев китайской

инфраструктурой, кулинарией, безопасностью и культурой, сопровождаются комментариями, в которых подчёркивается «неожиданность» и «открытость» иностранных гостей к китайским реалиям. Распространены нарративы о том, как иностранцы «влюбляются» в Китай, осознавая, что их представления, сформированные западными медиа, были ошибочными («итальянский парень плачет: в Китае нет краж и бедности! Был обманут СМИ» (@今天也要按时吃火锅: 意大利小伙直接泪奔 // Weibo URL: <https://m.weibo.cn/compose/repost?id=5180880378396933>)).

Значительное место занимают сюжеты, демонстрирующие успешную культурную интеграцию иностранцев: освоение китайского языка. Это подкрепляется лексикой, указывающей на принятие и адаптацию: «свои», «адаптировался», «принял».

Наряду с доминирующим позитивом, в социальных сетях проявляется и негативный трек, хотя и в значительно меньшей степени. Он выражается через иронию, критику или настороженность в отношении отдельных аспектов поведения иностранцев или спорных тем. Примерами негативно окрашенной оценочной лексики служат слова «странно», «громко», «нецивилизованно», «опасно», «недоверие», «сомнение», «осторожность», «тревожно», «критика». Однако такие обсуждения, как правило, возникают в контексте конкретных инцидентов и не формируют доминирующий образ. Критика часто направлена не столько на иностранцев в целом, сколько на конкретные поступки или на несовершенство регулирующих механизмов, что выражается в репликах типа: «некоторые иностранцы уже не так цивилизованы, как мы думали» (@梅河口发布.现在有些外国人好像已经不是我们认为的那么文明了 // Weibo URL: https://weibo.com/tv/show/1034:5180621409157141?from=old_pc_videoshow).

В целом, дискурс в китайских социальных сетях демонстрирует более многогранный и динамичный образ иностранца в Китае по сравнению с государственными СМИ. Если государственные медиа стремятся к созданию однозначно положительного и идеализированного образа, то социальные сети, при общем преобладании позитива, допускают более нюансированное восприятие, включающее иронические, критические и настороженные оттенки, отражающие реальные сложности и амбивалентность межкультурного взаимодействия.

В целом можно отметить, что образ мигранта в китайских СМИ сильно идеологизирован как важная и социально чувствительная тема. Государственные медиа Китая формируют образ мигранта (как китайского за рубежом, так и иностранного в Китае) в рамках официальной идеологии. В текстах доминируют такие концепты, как патриотизм, коллективизм, героизм, культурная идентичность, вклад в развитие страны и интеграция. Даже негативные аспекты (трудности, жертвы, вызовы) интерпретируются сквозь призму героизма, преодоления и коллективной мобилизации, что нивелирует негативную окраску и подчеркивает моральную силу и стойкость мигрантов.

Заключение

Контент-анализ показывает, что в государственных СМИ позитивная эмоциональная окраска встречается в 90–95% публикаций. Мигранты изображаются как пример для подражания, гордость нации, активные участники глобальных и национальных процессов. Используется лексика, связанная с успехом, традициями, инновациями, социальной ответственностью. Такой подход способствует формированию устойчивого позитивного имиджа мигрантов и укреплению национального единства. В социальных медиа также преобладает позитивный трек, но негативно окрашенных текстов больше - их может быть 20-25%. Это указывает на то, что, хотя социальные медиа в целом следуют государственному дискурсу, они, тем не менее, обладают большей свободой в

выражении взглядов на проблемы у и используют более разнообразную эмоционально-окрашенную лексику. В социальных медиа допускается обсуждение проблем, ирония, критика, что отражает реальную амбивалентность и сложности межкультурного взаимодействия.

В китайских социальных сетях (на примере Weibo) образ мигранта более многогранен. Здесь акцент делается на индивидуальности, уникальности, самоидентификации, личном опыте и эмоциональной рефлексии. Мигранты сами становятся авторами контента, обсуждают проблемы дискриминации, интеграции, культурной адаптации, делятся советами и поддержкой. Присутствует больше личных историй, а также обсуждение сложностей, что делает дискурс более живым и приближённым к реальному опыту. Таким образом, рост влияния цифровых платформ трансформирует традиционные модели коммуникации. Социальные медиа дают мигрантам возможность самим участвовать в формировании своего образа, обсуждать острые темы, делиться опытом и поддержкой, что создает новые вызовы для государственной информационной политики.

В государственных СМИ действует строгая система контроля, редактирования и цензуры, что обеспечивает идеологическую согласованность и предотвращает распространение негативных или противоречивых нарративов. В социальных сетях, несмотря на наличие модерации, пространство для альтернативных точек зрения шире.

Еще один вывод, который можно сделать, связан с тем, что не существует ни принципиальной разницы между образами китайского мигранта за границей и иностранного мигранта в Китае (дискурс трудолюбия и успеха, пользы для общества), так и нет разницы в использовании этого образа: оба они используются для возвышения и восхваления Китая и китайской нации. При этом следует отметить разницу во взгляде на культурную интеграцию. Так, для китайских мигрантов хуацяо позитивным качеством, характеризующим их образ, является сохранение традиций своей родины, а для иностранных мигрантов позитивной характеристикой является изучение местных китайских традиций и культурная интеграция. Следовательно, хотя образ китайского и иностранного мигранта в целом характеризуются схожей лексикой и в схожих дискурсах, существует принципиальная разница в вопросах культурной интеграции.

Но в целом в Китае, как показывает анализ, дискурс и образ мигранта как в государственных СМИ, так и в социальных сетях не вступает в резкую полемику. Социальные сети не выступают как противник государственному дискурсу и не создают радикально новый образ мигранта. Это может быть связано как с цензурой, так и с самоцензурой, а также в целом к стремлению распространения в основном позитивного контента как минимум по теме миграции. Социальные медиа служат механизмом расширения дискурса, создавая для населения свободу самовыражения в контролируемых условиях. Это отражает как специфику китайской информационной политики, так и особенности современного медиaprостранства, где цифровые платформы становятся важнейшим инструментом самоидентификации, поддержки и общественной дискуссии о миграции.

Библиография

1. Умурзакова М. И., Назаров Н. Б. Международная миграция // *Journal of marketing, business and management*. 2025. Т. 3, № 8. С. 320-323.
2. Осин Р. В. Медиаобраз трудового мигранта в период пандемии COVID-19 // *Пензенский психологический вестник*. 2021. № 1. С. 115-122. DOI: 10.17689/psy-2021.1.10 EDN: KTEKNH.
3. Добрынина М. И. Китайская миграция в условиях модернизации: российский вектор //

- Вестник Забайкальского государственного университета. 2023. Т. 29, № 1. С. 149-157. DOI: 10.21209/2227-9245-2023-29-1-149-157 EDN: OGDLVB.
4. Чжао Ц. Освещение в СМИ миграционных вопросов в контексте китайской идеологии // Litera. 2024. № 8. С. 46-58. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.8.71393 EDN: QEXLUV URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=71393
5. Chen Lixiong, Xu Nairui. Public Response to Government Information on Weibo: Friction, Contestation, and Crisis Communication During the 2018 Shouguang Flood in China // Galactica Media: Journal of Media Studies. 2023. Т. 5, № 3. С. 55-78. DOI: 10.46539/gmd.v5i3.388. EDN: ННТҮНҮ.
6. Чжао Ц. Сравнительный анализ образа китайского мигранта в китайских материковых СМИ и СМИ китайской эмиграции // Litera. 2024. № 11. С. 47-64. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.11.72043 EDN: GLJIJH URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72043
7. Чжан Ж. Тенденции развития СМИ в контексте современной китайской политической идеологии // Litera. 2024. № 12. С. 69-79. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.12.72672 EDN: WFYZWD URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72672
8. Капустина А. Г., Цзян Сыши. Законодательные основы регулирования СМИ в Китае // Евразийский Союз Ученых. 2015. № 10-6 (19). С. 71-72. EDN: QVVGIX.
9. 李安山. 国际政治话语中的中国移民: 以非洲为例 // 西亚非洲. 2016. № 1. С. 78-97.
10. 张焕萍. 中国网络媒体中的移民报道框架 – 以新浪网为例的分析 // 华侨华人历史研究. 2014. № 3. С. 42-50.
11. Афонасьева А. В. Влияние зарубежных китайцев на экономическое развитие КНР // Восточная Азия: факты и аналитика. 2023. № 1. С. 66-77. DOI: 10.24412/2686-7702-2023-1-66-77. EDN: IFCIKR.
12. Ван Ю. Основные направления внешней политики Китая в Юго-Восточной Азии: применение инструментов "мягкой силы" // Общество: политика, экономика, право. 2023. № 5 (118). С. 62-68.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

На рецензирование представлена статья «Освещение миграции в государственных и социальных медиа Китая: идеологические рамки, образы мигрантов и влияние цифровых платформ».

Предмет исследования – репрезентация миграции в китайских государственных и социальных медиа. Проведенный сравнительный анализ репрезентации миграции позволяет глубже понять механизмы формирования информационного пространства в Китае, где функционирует уникальная модель, сочетающая жесткий идеологический контроль с активным использованием цифровых технологий для управления общественным мнением.

Методология исследования основана на сочетании теоретического и эмпирического подходов с применением контент-анализа и количественного анализа публикаций китайских государственных медиа и социальных сетей, автор также прибегает к общенаучным методам.

Актуальность исследования обусловлена важностью для современного общества выявления разнообразных феноменов языка и культуры: исследование особенностей репрезентации миграции в государственных и социальных медиа Китая позволяет лучше понимать представление о различных аспектах миграции. Кроме того, проведенный

анализ СМИ позволил сделать аргументированные выводы об особенностях восприятия китайских и иностранных мигрантов, автор указывает на связь представленных в СМИ образов китайского мигранта с политическим контекстом и редакционной политикой издания.

Научная новизна заключается в том, что автор проводит сопоставительный анализ представлений о миграции в государственных и социальных медиа Китая, что позволяет продемонстрировать как в современном Китае государственная информационная политика балансирует между контролем над дискурсом и адаптацией к меняющимся медиаландшафтам. а также показать, как через язык и дискурс формируются социальные представления и стереотипы о мигрантах в современном китайском медиапространстве.

Стиль изложения научный, структура, содержание. Статья написана русским литературным языком. Структура работы прослеживается, хотя автором не выделены основные смысловые части: введение (содержит постановку проблемы, автор аргументирует актуальность выбранной темы, приводит методологическую базу исследования, дана характеристика эмпирического материала); основная часть (выявлены основные особенности системы освещения вопросов миграции в китайских медиа; отмечено, что журналисты в государственных СМИ обязаны строго соблюдать законы, при этом важнейшими принципами работы являются достоверность и актуальность информации, все источники проходят проверку, публикация недостоверных данных запрещена; описаны особенности образа мигранта и проанализирована эмоциональная окраска публикаций о миграции в китайских СМИ и текстов о хуацяо в социальной сети Weibo; автор также рассматривает миграцию иностранцев в Китай, отмечено, что дискурс в китайских социальных сетях демонстрирует более многогранный и динамичный образ иностранца в Китае по сравнению с государственными СМИ); заключение (автор делает общие выводы, отмечено, что социальные сети не выступают как противник государственному дискурсу и не создают радикально новый образ мигранта); библиография (включает 12 отечественных и зарубежных источников). Содержание в целом соответствует названию.

Выводы, интерес читательской аудитории.

Исследование выходит за рамки лингвистики, полученные результаты будут интересны тем, кто занимается изучением культуры китайского народа, а также тем, кто исследует влияние СМИ на формирование общественного мнения. Проведенный анализ эмпирического материала даёт актуальное представление об образе китайского мигранта в государственных и социальных медиа Китая, а также образе иностранца в Китае. Именно средства массовой информации играют ключевую роль в распространении и усилении стереотипов, соответственно, исследование публикаций позволяет подтвердить или опровергнуть укоренившиеся стереотипы.

Рекомендации автору:

1. В статье не сформулированы предмет и научная новизна проведенного исследования. В начале статьи было уместно дать более подробную характеристику эмпирического материала (в частности, указать критерии отбора, инструментарий, временные рамки выборки). Для лучшего восприятия статьи было бы уместно ввести подзаголовки.
2. Необходимо уделить большее внимание обзору и анализу научных работ, теоретический анализ современных источников, в том числе зарубежных, также является недостаточным. Стоит расширить библиографию.
3. Было бы уместно привести большее количество иллюстративных примеров как подкрепление теоретические измышлений автора статьи.

Материал представляет интерес для читательской аудитории и после доработки может быть рекомендован к публикации в журнале «Litera».

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Стоит признать, что «Миграция является неотъемлемой частью современного глобализированного мира [1], и Китай не исключение. Это сложное и многогранное явление, которое затрагивает политические и социальные аспекты жизни общества. То, как медиа освещают миграционные процессы, отражает не только их специфику в конкретной стране, но и особенности самого общества, а также роль СМИ в формировании общественного восприятия этого феномена». Осмысление этого феномена необходимо в рамках научного изыскания. Актуальность подобного исследования не вызывает сомнений, оно востребовано, дискуссионно. Автор отмечает, что «актуальность темы усиливается на фоне глобальных дебатов о миграции, цифровом суверенитете и регулировании социальных медиа — Китай здесь демонстрирует уникальную модель, сочетающую жесткий идеологический контроль с активным использованием цифровых технологий для управления общественным мнением». В целом работа имеет законченный вид, она достаточно интересна; вызывает симпатию сознательно-выверенный взгляд автора на проблему, а также методологически системный анализ вопроса. В тексте работы отмечено, что «научная новизна заключается в многоаспектном сопоставлении дискурсивных стратегий двух типов медиа — государственных СМИ и социальных цифровых платформ — в освещении темы миграции. Впервые на обширном эмпирическом материале выявлены структурные и лексико-семантические различия и сходства в репрезентации китайских мигрантов (хуацяо) и иностранных мигрантов, с учётом прагматических целей дискурса, эмоциональной окраски, идеологических нарративов и коммуникативных интенций». Стоит согласиться, что «статья направлена на комплексное исследование системы освещения темы миграции в китайских СМИ (как государственных, так и социальных медиа), в том числе способов конструирования образа мигранта, а также на выявление идеологических рамок, в которых происходит освещение миграционных процессов». Стиль работы соотносится с научным типом: например, «Выявим основные особенности системы освещения вопросов миграции в китайских медиа. Система редактирования и управления публикациями предполагает строгий контроль за профессиональной этикой журналистов и поддержание положительного имиджа медиа-отрасли, причем большинство журналистов и редакторов работают в государственных структурах, что обеспечивает определенный стандарт освещения миграционных тем. Важную роль играют редакционные принципы, которые должны соблюдаться особенно тщательно в условиях развития социальных медиа, чтобы избежать искажений информации», или «Профессиональная этика требует избегать платных публикаций и не использовать служебное положение для личной выгоды, особенно учитывая влияние на общественное мнение. Большинство публикаций о миграции выпускаются государственными СМИ, журналисты обязаны предъявлять служебные удостоверения, а за серьезные нарушения предусмотрены жесткие санкции, вплоть до пожизненного запрета на работу в СМИ». На мой взгляд, тема раскрывается планомерно, логика разверстки вопроса выдержана. Иллюстративный фон достаточен: «В текстах широко представлена тема сохранения и трансляции китайской культуры среди мигрантов и их потомков. Через описание участия в национальных праздниках, проведение культурных мероприятий, популяризацию китайской одежды (ханфу), традиционной музыки, чая и новых культурных трендов («Национальный прилив» (严瑜. 华侨华人新生代爱上新国潮(侨界关注)//人民网-人民日报海外版,

2025年04月11日 URL <http://edu.people.com.cn/n1/2025/0411/c1006-40457611.html>)), формируется образ мигранта как носителя и проводника китайской цивилизации за рубежом». В выводах отмечено, что «в целом в Китае, как показывает анализ, дискурс и образ мигранта как в государственных СМИ, так и в социальных сетях не вступает в резкую полемику. Социальные сети не выступают как противник государственному дискурсу и не создают радикально новый образ мигранта. Это может быть связано как с цензурой, так и с самоцензурой, а также в целом к стремлению распространения в основном позитивного контента как минимум по теме миграции». На мой взгляд, тему / саму формулировку можно несколько видоизменить: оставить только первую часть «Освещение миграции в государственных и социальных медиа Китая». В целом же материал соотносится с одной из рубрик издания и его можно рекомендовать к публикации в журнале «Litera».

Результаты процедуры окончательного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Статья "Освещение миграции в государственных и социальных медиа Китая" представляет собой исследование в области медиадискурса Китая.

Тема исследования безусловно является актуальной, так как в силу социальных причин влияние миграционной политики на образ государства трудно переоценить.

Актуальность работы заключается в том, что освещение миграции в государственных и социальных медиа Китая обусловлено комплексом социально-политических, технологических и культурных факторов, определяющих современные дискурсы о мобильности населения. Китай сталкивается с со стабильными потоками миграции как из страны, так и в страну, что делает вопрос ее репрезентации в медиа ключевым для понимания механизмов социальной интеграции и управления.

Научная новизна работы заключается в многоаспектном сопоставлении дискурсивных стратегий двух типов медиа — государственных СМИ и социальных цифровых платформ — в освещении темы миграции. Впервые на обширном эмпирическом материале выявлены структурные и лексико-семантические различия и сходства в репрезентации китайских мигрантов (хуацяо) и иностранных мигрантов, с учётом прагматических целей дискурса, эмоциональной окраски, идеологических нарративов и коммуникативных интенций. Новизна также заключается в выявлении взаимосвязи между официальным дискурсом и самоорганизованными медиапрактиками в условиях цифрового контроля и управляемой открытости китайского информационного пространства.

Приведён подробный анализ влияния ключевых китайских изданий на миграцию.

Библиография содержит необходимое количество актуальных источников.

В заключении автор статьи делает следующий вывод " как показывает анализ, дискурс и образ мигранта как в государственных СМИ, так и в социальных сетях не вступает в резкую полемику. Социальные сети не выступают как противник государственному дискурсу и не создают радикально новый образ мигранта. Это может быть связано как с цензурой, так и с самоцензурой, а также в целом к стремлению распространения в основном позитивного контента как минимум по теме миграции. Социальные медиа служат механизмом расширения дискурса, создавая для населения свободу самовыражения в контролируемых условиях. Это отражает как специфику китайской информационной политики, так и особенности современного медиапространства, где цифровые платформы становятся важнейшим инструментом самоидентификации, поддержки и общественной дискуссии о миграции".

Представленный в статье вывод автора можно считать достоверным на основании данных большого количества проанализированных автором источников.

Исследование вносит значительный вклад в области изучения медиадискурса Китая и освещения процесса миграции и отношения к нему китайского общества. Исходя из вышесказанного можно заключить, что таким образом, данное исследование может быть рекомендовано к публикации в журнале "Litera".