

Филология: научные исследования

Правильная ссылка на статью:

Го Ч. Исследование зарубежной коммуникации China Media Group: нарративные практики и глобальная экспансия // Филология: научные исследования. 2025. № 10. DOI: 10.7256/2454-0749.2025.10.76504 EDN: NHFOCW URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=76504

Исследование зарубежной коммуникации China Media Group: нарративные практики и глобальная экспансия

Го Чжижэнь

аспирант; кафедра Теории и Истории Журналистики; Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

117198, Россия, г. Москва, Обручевский р-н, ул. Миклухо-Маклая, д. 6

✉ 742838281@qq.com



[Статья из рубрики "Коммуникации"](#)

DOI:

10.7256/2454-0749.2025.10.76504

EDN:

NHFOCW

Дата направления статьи в редакцию:

23-10-2025

Дата публикации:

30-10-2025

Аннотация: Цели и предмет исследования данной статьи заключаются в изучении того, как China Media Group (CMG) достигает расширения дискурса в глобальной медиасфере. В данном исследовании делается попытка предложить объяснительную аналитическую модель, а именно «Трехуровневую модель механизма коммуникации государственных СМИ за рубежом + тройной путь расширения дискурса», включающую «цикл обратной связи» для формирования теоретической замкнутой цепи. В данной статье не только анализируются методы построения дискурса CMG через институциональные, операционные и платформенные механизмы, но и исследуется, как дискурс достигает расширения через географические, когнитивные и структурные пути. Далее оцениваются ограничения и напряженность, возникающие из-за недостатков обратной связи, и предлагаются рекомендации для будущего развития. Для проведения углубленного

анализа механизмов внешней коммуникации China Media Group в данной работе используется комбинированная методология, включающая обзор литературы, дискурс-анализ, сравнение многоязычного контента и тематические исследования. Исследование проводится в трех взаимосвязанных измерениях: институциональные рамки, операционные практики и стратегии платформы. Инновационность данного исследования заключается в построении «трехуровневой модели механизма международной коммуникации государственных СМИ Китая», объединяющей институциональные факторы, производство контента и расширение платформы в единую аналитическую структуру. Это позволяет устранить недостатки фрагментированного и одномерного анализа, характерные для существующих исследований. Результаты исследования показывают, что China Media Group (CMG) эффективно повышает международную узнаваемость имиджа страны благодаря единой системе нарративов, многоязычному распространению информации и визуальной символизации. Однако она сталкивается со структурными проблемами, включая барьеры доверия, контекстуальные различия и недостаточную обратную связь. В будущем внешняя коммуникация Китая должна перейти от одностороннего распространения информации к обсуждаемой коммуникации. Это требует участия многих заинтересованных сторон, локализованного выражения и институционализированного взаимодействия для содействия подлинной трансформации когнитивных представлений глобальной аудитории.

Ключевые слова:

Дискурсивная власть, мягкая сила, цифровые платформы, Международная коммуникация, конкуренция дискурсов, обратная связь, многоязычная коммуникация, межгосударственные отношения, медиа платформы, межкультурная коммуникация

Глобальный медиа-ландшафт постепенно кристаллизовался в коммуникационную структуру, в которой доминируют западные страны. На этом фоне положение государственных СМИ в международной коммуникации стало особенно сложным. С одной стороны, они стремятся прорвать глобальный информационный поток, в котором доминируют западные СМИ, пытаясь построить свои собственные системы нарративов; с другой стороны, они часто оказываются ограниченными двойным давлением «исключения из повестки дня» и «структурных ограничений». [\[1, с. 84-95\]](#) Возьмем, к примеру, China Media Group (CMG): ее контент на глобальных социальных платформах часто подвергается понижению рейтинга, маркировке или прямой блокировке, что отражает системное исключение в рамках структур информационного империализма. Следовательно, государственные СМИ, продвигающие международную коммуникацию, должны бороться не только с конкуренцией за сам контент, но и с институциональным неравенством. Поэтому государственная коммуникация должна искать новые пути противодействия и переговоров, признавая асимметрию коммуникативной власти. Как показывает логика «коммуникация — это власть», [\[2, с. 89\]](#) производство, распространение и интерпретация информации напрямую определяют дискурсивный статус страны в международном сообществе. «Модель пропаганды», предложенная Эдвардом С. Херманом и Ноамом Хомским, освещает логику построения государственного дискурса и то, как СМИ функционируют в системах капитала и власти. [\[3, с. 8-21\]](#) Хотя их анализ в первую очередь направлен на западные коммерческие СМИ, его логика в равной степени применима к пониманию государственных СМИ. Процесс производства контента CMG аналогичным образом определяется политическими

императивами, ориентацией на национальные интересы и идеологической дисциплиной. В отличие от западных СМИ, легитимность государственных СМИ Китая в большей степени основана на национальной воле и политических целях, чем на рыночной логике. Однако в международной коммуникационной арене им также требуется «деполитизированная упаковка» для создания универсальной легитимности своего контента, тем самым преодолевая культурные различия и политические разногласия. Основываясь на этой теоретической основе, в данной статье предлагается «трехуровневая модель механизма глобальной коммуникации государственных СМИ», чтобы объяснить, как государственные СМИ конструируют и расширяют национальный дискурс в сложных условиях международной коммуникации.

Институциональные механизмы составляют основу внешней коммуникации государственных СМИ. [\[4, с. 68-80\]](#) Это проявляется в глубокой интеграции политической ориентации и идеологической логики. С момента создания China Media Group (CMG) в 2018 году такие политические цели, как «хорошо рассказывать истории Китая» и «усиливать международную дискурсивную мощь», стали руководящими принципами внешней коммуникации. Посредством институционального дизайна государство обеспечивает высокую степень соответствия медиа-контента национальным позициям, формируя «институционализированную дискурсивную стабильность». Этот механизм гарантирует единство и преемственность национальных нарративов, но одновременно ограничивает автономию отдельных журналистов и редакторов, что приводит к негибкости коммуникационного контента. Операционные механизмы относятся к конкретному производству и реализации контента. В рамках операционной логики CMG многоязычная редакционная система и строгие процессы утверждения тем обеспечивают согласованность в различных языковых контекстах. Например, хотя детали нарратива и выбор слов могут различаться в китайской, английской и русской версиях одного и того же новостного события, их основная позиция остается согласованной. [\[5, с. 94-128\]](#) Этот механизм «кодирования контента» отражает способность государственных СМИ к стратегической адаптации в различных культурных контекстах. Одновременно операционные механизмы включают использование визуальных символов, таких как высокоскоростные железные дороги, ночные городские пейзажи и семейные воссоединения, которые повторяются в качестве «визуальных мифов», укрепляющих положительные нарративы национального имиджа. В условиях цифрового и платформенного распространения информации платформенные механизмы стали ключевыми для расширения дискурса государственных СМИ. CMG не только использует традиционное телевидение и радио, но и активно взаимодействует с международными социальными сетями, такими как YouTube, Twitter и Facebook. Однако роль платформенных механизмов двояка: с одной стороны, они предоставляют каналы для глобального расширения государственного дискурса; с другой стороны, они создают ограничения, поскольку алгоритмические механизмы и политические правила этих платформ часто несут в себе структурные предубеждения. Например, контент CGTN в Twitter часто помечается как «государственные СМИ», что косвенно подрывает его достоверность. Таким образом, платформенные механизмы являются как важными коммуникационными инструментами, на которые должны полагаться государственные СМИ, так и внешними ограничениями, требующими постоянной адаптации.

Эти трехступенчатые механизмы не существуют изолированно, а функционируют как единое целое благодаря взаимному взаимодействию и скоординированной работе. Институциональные механизмы обеспечивают политическую основу и идеологическую ориентацию; операционные механизмы преобразуют эту ориентацию в тексты и визуальные символы; а платформенные механизмы выполняют задачу распространения

этого контента среди глобальной аудитории. Взаимодействие между этими тремя компонентами составляет полную логическую цепочку внешней коммуникации государственных СМИ. Аналитическая линия данной статьи разворачивается именно по этим трем уровням, раскрывая, как государственный дискурс создается, воспроизводится и усиливается посредством координации между этими уровнями. [\[6, с. 124\]](#).

В 2018 году слияние Центрального телевидения Китая, Международного радио Китая и Национального радио Китая в Китайскую медиагруппу (CMG) обнажило понимание Китаем глобальных структур коммуникационной власти и его стратегический ответ. В центральных партийных документах неоднократно подчеркивается срочная необходимость «создания системы внешнего дискурса», которая представляет собой не только стратегию мягкой силы, но и неизбежный ответ на «гегемонию западного дискурса». CMG — это не просто новостная организация, а «специальный аппарат», встроенный в идеологическую структуру государства. Социальные институты, такие как образование, СМИ и религия, постоянно воспроизводят идеологию правящего класса через ежедневную дискурсивную продукцию, чтобы поддерживать социальный порядок и структуры власти. Коммуникационная система CMG тесно согласована с политическими директивами. Ее управление осуществляется по вертикальной цепочке командования, где редакторы, журналисты и производственный персонал придерживаются не только журналистских стандартов, но и строго следуют политическим ориентирам и единым сообщениям. Высокоорганизованные и процедурные процессы, такие как совещания по выбору тем, планирование репортажей и утверждение рукописей, обеспечивают предсказуемость и последовательность коммуникаций CMG. Создание CMG знаменует вступление Китая в новую фазу «централизованной интегрированной стратегической» внешней коммуникации. В глобальном коммуникационном ландшафте после холодной войны, доминируемом Западом, Китай долгое время сталкивался с дискурсивным неравенством, пытаясь вырваться из положения пассивного реципиента, не имея при этом эффективных каналов международного дискурса. Благодаря институциональным механизмам, включающим организационную интеграцию, политическую ориентацию и стратегическую коммуникацию, CMG напрямую преобразует национальные коммуникационные цели в конкретные действия. [\[7, с. 34-46\]](#).

В рамках этой институциональной структуры коммуникационная логика CMG может быть обобщена как модель суверенной коммуникации. Национальное единство голоса является главным принципом CMG. По актуальным международным вопросам — будь то Синьцзян, Гонконг, Тайвань или китайско-американские отношения — репортажи CMG демонстрируют замечательную последовательность и синхронизацию. По сравнению с плюралистической ориентацией западных СМИ, эта модель позволяет избежать международных дилемм интерпретации, которые могут возникнуть в результате расхождений во внутренних мнениях. Ключевой особенностью нарративной стратегии CMG является позитивное руководство. Этот «позитивный нарратив» — не просто упрощенный оптимизм, а результат институционального управления, отражающий усилия Китая в области внешней коммуникации по представлению национальных стратегий в качестве универсальных ценностей. Антиконфликтные нарративы составляют еще одну важную коммуникационную логику CMG. В репортажах о Тайване «мирное воссоединение» выступает в качестве высокочастотного ключевого слова, которое одновременно воплощает политическую позицию и позволяет избежать чрезмерной конфронтации в коммуникации. Лингвистические паттерны CMG часто несут следы институционального вмешательства. На примере пандемии COVID-19 репортажи CMG о

реакции Китая подчеркивают нарративную логику «быстрых, эффективных и ориентированных на людей» действий, выделяя институциональные сильные стороны правительства и способности общества к мобилизации. Напротив, при освещении всплесков за рубежом CGTN преимущественно использует такие термины, как «вызовы», «давление» и «трудности», косвенно подчеркивая различия между китайской и западной моделями управления. Этот сравнительный дискурс представляет собой не просто журналистский выбор, а институционализированную нарративную линию. Теоретически эту коммуникационную логику можно понимать как «суверенную модель коммуникации», в которой распространение информации выходит за рамки простого изложения фактов и становится продолжением воли государства. Эта модель коммуникации несет в себе внутренние противоречия и ограничения. Хотя единые сообщения обеспечивают последовательность, международная аудитория часто воспринимает их как лишённые разнообразия или даже граничащие с пропагандой. Эти проблемы отражают институциональную дилемму в достижении национальных коммуникационных целей: поддержание политической безопасности и идеологической стабильности при одновременном повышении эффективности и достоверности коммуникации в глобальной публичной сфере. [\[8, с. 4\]](#).

Многоязычное освещение CGTN демонстрирует различия в лингвистической форме, стиле повествования и даже выборе тем, что, по-видимому, отражает коммуникационную стратегию «локализации» и «диверсификации». Однако более глубокий анализ показывает, что эти различия в основном остаются поверхностными, при этом сохраняя высокую степень согласованности в позиции, основных повествовательных рамках и ценностной ориентации. Другими словами, лингвистическая «деполитизация» в основном служит фасадом, скрывающим единую национальную позицию и идеологическую логику. В китайском издании при освещении инициативы «Пояс и путь» преимущественно используются политическая терминология и грандиозные нарративы, такие как «взаимосвязанность», «совместное развитие» и «сообщество с общим будущим». Напротив, в английском издании часто используются формулировки, связанные с коммерческим и экономическим сотрудничеством, такие как «взаимовыгодное сотрудничество» и «проекты по обеспечению связности». В то же время русскоязычное издание делает акцент на таких нарративных рамках, как «евразийское сотрудничество» и «региональное развитие». Эти различия проявляются в лексическом выборе и контекстуальной адаптации, однако все нарративы сходятся в одном и том же ядре: подтверждении легитимности и оправданности Китая как инициатора и лидера инициативы. Таким образом, многоязычный механизм CGTN в основном функционирует как коммуникационная модель «поверхностного разнообразия — внутренней согласованности». [\[9, с. 82-103\]](#).

В то время как многоязычный механизм обеспечивает языковое покрытие, кодирование контента представляет собой более глубокую манипуляцию нарративными структурами и символическими системами. С точки зрения нарративной архитектуры, репортажи CGTN часто опираются на классические «нарративные шаблоны». Опираясь на «функциональную нарратологию» Владимира Проппа и «модель нарративного равновесия» Цветана Тодорова, государственные СМИ широко используют «героические структуры», «структуры дилеммы-прорыва» и «семейные нарративные структуры» в производстве контента. Визуально высокоскоростные железные дороги выходят за рамки простого транспорта и воплощают «китайскую скорость» и «символ современности»; В то же время танцы этнических меньшинств становятся культурными символами «единства в разнообразии», служа нарративу «национального единства». Этот механизм кодирования контента усиливает символизм государственных нарративов и повышает их интуитивное

воздействие в международной коммуникации. Его ограничение заключается в чрезмерной зависимости от символов и формульного повествования, что может привести к предсказуемости контента и усталости от символов.

China Global Television Network (CGTN), входящая в China Media Group (CMG), активно вышла на западные мейнстрим-платформы, такие как YouTube, Twitter, Facebook и Instagram. Она стремится использовать масштаб пользователей и алгоритмические механизмы распространения этих глобальных платформ для расширения своего международного влияния. Однако этот процесс сопряжен как с возможностями, так и с вызовами. Доступ к западным платформам предоставляет китайским государственным СМИ беспрецедентные каналы распространения информации, позволяя напрямую взаимодействовать с глобальной аудиторией и обходить традиционные механизмы контроля. Деятельность китайских СМИ на западных цифровых платформах сталкивается как с институциональными ограничениями, так и с алгоритмическим подавлением. YouTube и Twitter применяют «метки государственных СМИ» к каналам и контенту CGTN, что незаметно подрывает их авторитет в глазах зрителей; некоторые материалы подвергаются ограничениям на распространение или понижению рейтинга из-за «политической чувствительности». Ученые называют этот механизм алгоритмическим подавлением, при котором платформы используют алгоритмические настройки, чтобы помешать попаданию соответствующего контента в основные информационные потоки, тем самым снижая его видимость. Такие институциональные барьеры постоянно ограничивают китайские СМИ в плане видимости на западных социальных платформах. В отличие от прежних официальных, длинных новостных форматов, CGTN теперь публикует более непринужденный, ориентированный на образ жизни контент, чтобы сократить дистанцию с аудиторией. Практика распространения информации CGTN на глобальных цифровых платформах представляет собой динамичный процесс «встраивания-сопротивления-адаптации». Его преимущество заключается в разрушении традиционных коммуникационных структур для установления прямых связей с глобальной аудиторией; его сложность проистекает из структурных неравенств платформ и алгоритмических предубеждений.

Одной из наиболее заметных структурных проблем в практике международной коммуникации, осуществляемой государством, является отсутствие подлинных механизмов обратной связи. Эффективность коммуникации зависит не только от кодирования и распространения информации, но в равной степени от ее декодирования и ретрансляции аудиторией. Однако в рамках системы международной коммуникации Китая обратная связь с аудиторией часто ограничивается поверхностным сбором и статистическим анализом, не проникая глубже в процессы производства контента и формирования повестки дня. С структурной точки зрения, государственные СМИ делают акцент на модели «единого сообщения — централизованного распространения». Хотя это обеспечивает последовательность нарратива, оно также препятствует обратному потоку мнений аудитории в производство контента. Несмотря на то, что CGTN поддерживает разделы комментариев и интерактивные функции на зарубежных платформах, таких как YouTube и Twitter, эти взаимодействия в основном функционируют как периферийные дополнения, а не как часть редакционного рабочего процесса. Значительный объем комментариев и критических отзывов часто игнорируется или рассматривается как данные мониторинга общественного мнения, а не как основа для улучшения контента. Хотя государственные СМИ действительно создали механизмы для исследования общественного мнения и опросов аудитории, их основная функция по-прежнему заключается в мониторинге негативных дискуссий и оценке международных рисков, а не в оптимизации контента. Соответствующий контент по-прежнему

придерживается фиксированных позитивных пропагандистских шаблонов, а не корректируется с учетом обратной связи. Это указывает на явное несоответствие между механизмами обратной связи и производством контента. Оценка эффективности коммуникации часто опирается на количественные показатели, такие как количество кликов, количество репостов и освещение в СМИ, при этом игнорируя соображения «глубины восприятия». Обширные исследования в области коммуникации показывают, что поверхностное взаимодействие на цифровых платформах не приводит к изменению когнитивных процессов или отношения. Даже если видео CGTN набирает миллионы просмотров на YouTube, это не свидетельствует о его эффективности в формировании ценностных рамок или национального имиджа. Отсутствие подлинной обратной связи сводит оценку эффективности коммуникации к формалистическим оценкам, препятствуя существенной оптимизации логики коммуникации. Основная проблема, с которой сталкиваются государственные СМИ Китая в глобальной коммуникации, — это «структурный разрыв» между производством контента и обратной связью с аудиторией. Этот системный недостаток напрямую подрывает эффективность коммуникации и снижает потенциал распространения дискурса. [\[10, с. 4-11\]](#).

Помимо отсутствия механизмов обратной связи, еще одной фундаментальной проблемой в государственной коммуникации является вопрос доверия и семантических барьеров. В западных медиа-средах аудитория, как правило, с глубоким скептицизмом относится к информации, обозначенной как «государственные СМИ». Этот институционализированный брендинг неявно подрывает ее достоверность. Даже когда контент принимает более понятные, ориентированные на развлечение форматы, аудитория часто воспринимает его как продолжение государственной пропаганды, что приводит к когнитивному отторжению. Это явление приводит к неприятию образа: несмотря на постоянные усилия CGTN по созданию образа «ответственной великой державы» и «взаимовыгодного сотрудничества» в своих репортажах, аудитория часто интерпретирует их через призму предвзятого скептицизма, что мешает искреннему отождествлению. Это показывает, что государственная коммуникация — это не просто передача информации, а, по сути, проявление политики доверия. Семантические барьеры в коммуникации имеют не менее важное значение. Китайская логика нарратива подчеркивает целостность, коллективизм и позитивное руководство, в то время как западная аудитория предпочитает критический подход, исследующий противоречия и проблемы. Эта культурная разница в повествовании часто приводит к тому, что китайский контент воспринимается как «лишенный аутентичности» или «уклоняющийся от проблем». Низкий уровень доверия к коммуникации и семантические барьеры не означают полный провал коммуникации. На практике такие платформы, как CGTN, достигли определенных успехов в освещении и проникновении тем, по крайней мере предлагая «альтернативные нарративы» в рамках информационной конкуренции. Однако из-за отсутствия механизмов обратной связи и фундаментального доверия эта коммуникация больше похожа на «однонаправленное расширение», чем на двустороннее взаимодействие. Результатом является «количественный успех с качественными недостатками»: масштаб и видимость присутствуют, но глубокое воздействие остается недостижимым. Таким образом, решение проблемы доверия в коммуникации зависит не только от увеличения объема информации, но и от создания механизмов укрепления доверия и адаптации к контексту.

Национальные средства массовой информации долгое время использовали «экспортно-ориентированную логику»: контент единообразно производился официальными СМИ, а затем распространялся через международные платформы. Однако в децентрализованной среде цифровых СМИ эта модель с трудом завоевывает доверие аудитории. Первым

шагом в трансформации является консультация на базе платформы: внедрение механизмов диалога на международных платформах, а не просто одностороннее распространение информации. Один из возможных подходов заключается в поощрении вторичных коммуникаторов к выполнению роли спикеров. Вместо прямой пропаганды государственные СМИ должны косвенно передавать позиции через ученых, деятелей культуры, профессионалов в области СМИ и сторонние учреждения. Примерами могут служить заказ африканским ученым комментариев по инициативе «Пояс и путь» или поощрение иностранных блогеров делиться личным опытом жизни в Китае через видеоблоги. Эти «сторонние голоса» вызывают большее доверие аудитории, чем государственные СМИ, что позволяет достичь «косвенного расширения дискурса». Этот механизм в определенной степени натурализует и легитимизирует идеологию через социальные посреднические группы. По сравнению с прямой государственной пропагандой, вторичные распространители информации предлагают большую гибкость и разнообразие, лучше адаптируясь к местным условиям. Вышеприведенный анализ выявляет значительные недостатки в механизмах обратной связи и барьеры доверия в рамках внешних коммуникаций государственных СМИ Китая. Результаты коммуникации часто ограничиваются показателями охвата, что дает ограниченные результаты в изменении отношения аудитории или повышении уровня принятия концепции. Это ограничение проистекает из чрезмерной односторонности государственной коммуникационной структуры, которой не хватает глубокого взаимодействия с аудиторией.

Создание CMG в 2018 году знаменует интеграцию и прогресс Китая в области международной коммуникации. Его основная цель — повысить международную видимость и институциональную интеграцию национального дискурса посредством централизации СМИ, профессионализации и расширения многоязычности. Стабильность и контролируемость нарратива обеспечиваются за счет интеграции в политику и организационной архитектуры. Производство контента осуществляется посредством структурирования нарратива, конфигурации визуальных символов и многоязычного унифицированного редактирования. Используя возможности глобальных социальных сетей и цифровых платформ, CMG расширяет охват и международную видимость государственного дискурса. Внешняя коммуникация CMG представляет собой не просто «выпуск» контента, а попытку структурной реконструкции повестки дня. Посредством многоязычного развертывания, глобального программирования и управления вопросами государственные СМИ стремятся внедрить свою собственную позицию в международный информационный ландшафт. Эти усилия отражают стратегический сдвиг Китая от «получателя информации» к «формирователю повестки дня». В рамках продвижения инициативы «Пояс и путь» документальные фильмы и тематические репортажи превратили рамки экономического сотрудничества в международную повестку дня, сосредоточенную на «совместном развитии». Эти практики демонстрируют, что внешняя коммуникация Китая не просто реагирует на западные нарративы, но стремится к структурному переформированию дискурсивных рамок. Эта структурная перестройка повестки дня не была полностью успешной. Из-за недостатка доверия со стороны аудитории, слабых механизмов обратной связи и ограничений платформы государственные СМИ часто достигают лишь «присутствия в дискурсе», а не «доминирования в дискурсе». Это означает, что, хотя Китай расширил свое присутствие в международной коммуникации, он не обязательно достиг глубокого конструирования смысла.

Подводя итоги существующих коммуникационных практик, можно сказать, что наиболее значительным структурным пробелом является отсутствие механизмов обратной связи.

- Пробел во взаимодействии: комментарии и обратная связь аудитории существуют, но не попадают в редакционные рабочие процессы.
- Пробел в доверии: государственным СМИ не хватает механизмов диалога в межкультурном контексте, что приводит к дистанцированию или даже сопротивлению со стороны аудитории.
- Разрыв в адаптации: Противоречие между стандартизированным производством контента и глобальным контекстуальным разнообразием является явным, что делает контент неэффективным в межкультурных средах.

Эти разрывы создают «однонаправленную замкнутую петлю» в государственной коммуникации: государственное производство → глобальный выпуск → пассивное восприятие, без динамических механизмов корректировки. В результате, несмотря на расширение масштабов, улучшения в эффективности коммуникации остаются относительно ограниченными.

От политического доминирования к контекстуальному согласованию

Текущая модель коммуникации в значительной степени зависит от воли государства и политической ориентации, не учитывая контекст аудитории. В будущем, сохраняя основные позиции, необходимо применять контекстуализированное выражение и символическую упаковку.

От единообразия контента к символическому разнообразию

Будущая коммуникация должна все в большей степени опираться на символическое согласование. Государственные СМИ могут включать мультикультурные символы в свои нарративы.

От отдельных участников к совместному производству медиаконтента: государственные СМИ должны создать механизмы совместного производства. Это предполагает партнерство с региональными СМИ, учеными, неправительственными организациями и культурными сообществами для совместного создания контекстуально-независимого контента. Такой подход способствует формированию группы «вторичных распространителей», смягчая стереотип «государственной пропаганды» и позволяя расширить косвенный дискурс.

Библиография

1. Сурма И. В. Информационная экспансия Запада в странах Центральной Азии // Вопросы политологии. 2021. Т. 11, № 1. С. 84-95. DOI: 10.35775/PSI.2021.65.1.008. EDN: JFZSJJ.
2. Рябова Е. Л. Политическая власть в условиях нарастания сетевых коммуникаций: новые вызовы и новые возможности // Культура мира. 2023. Т. 11, № 30. С. 89. EDN: SAENJC.
3. Назаров М. М. Производство согласия: объяснительная модель функционирования медиа // Наука. Культура. Общество. 2022. Т. 28, № 4. С. 8-21. DOI: 10.19181/nko.2022.28.4.1. EDN: YFBBLI.
4. Нисневич Ю. А. Информационно-коммуникационная стабилизация политической системы // Вестник российского университета дружбы народов. Серия: Политология.

2006. № 6. С. 68-80. EDN: IIYNKV.

5. Ткачева Н. В. Национальные медиа как инструменты продвижения мягкой силы Китая // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2019. № 6. С. 94-128. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2019.94128. EDN: DAXGKU.

6. Леонтьева Л. С. Государственное управление информационными процессами. Казань: Центр инновационных технологий, 2008. 124 с.

7. Грачиков Е. Н. Особенности внешней политики Китая: этапы смены стратегий // Научно-аналитический журнал Обозреватель-Observer. 2015. № 3 (302). С. 34-46. EDN: TLOLXB.

8. Кривохиж С. В., Соболева Е. Д. Большая нарративная игра: многоуровневая система трансляции стратегических нарративов КНР // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. 2025. Т. 20, № 1. С. 4.

9. Colley T., Moore M. News as geopolitics: China, CGTN and the 2020 US presidential election // The Journal of International Communication. 2023. Vol. 29, No. 1. P. 82-103. DOI: 10.1080/13216597.2022.2120522. EDN: UTVJYI.

10. Крыштановская О. В. Элита в сетях: новые формы обратной связи в цифровую эпоху // Цифровая социология. 2019. № 2. С. 4-11. DOI: 10.26425/2658-347X-2019-2-4-11. EDN: JVOGDL.

Результаты процедуры рецензирования статьи

Рецензия выполнена специалистами [Национального Института Научного Рецензирования](#) по заказу ООО "НБ-Медиа".

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

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

Рецензия

на статью «Исследование зарубежной коммуникации China Media Group: нарративные практики и глобальная экспансия»

Представленная статья обращается к актуальной и методологически сложной проблематике международной коммуникации, фокусируясь на деятельности китайской медиакорпорации China Media Group (CMG) как ключевого инструмента государственной внешней коммуникационной стратегии. Предметом исследования выступает механизм формирования и функционирования глобального нарратива китайских государственных СМИ, их институциональные, операционные и платформенные практики, а также структурные ограничения, с которыми сталкивается государственная коммуникация в условиях информационного неравенства и алгоритмической асимметрии. Автор рассматривает CMG не просто как совокупность медиаструктур, но как целостный институт, встроенный в систему политической власти и идеологического производства, что придает исследованию высокий уровень аналитической глубины и концептуальной целостности.

Методологическая база статьи отличается комплексностью и междисциплинарным характером. Исследователь опирается на коммуникационную теорию, элементы критической политической экономии СМИ, нарратологический анализ и социокультурную интерпретацию медиадискурса. Использование «модели пропаганды» Эдварда Хермана и Ноама Хомского позволяет автору соотнести особенности функционирования китайских государственных СМИ с универсальными закономерностями, присущими медийным системам, встроенным в структуру власти и капитала. Теоретическая триада институциональных, операционных и платформенных механизмов внешней коммуникации

демонстрирует не только высокий уровень концептуализации материала, но и логическую стройность авторской модели. Такой подход позволяет одновременно рассмотреть макроуровень институциональных стратегий и микроуровень конкретных нарративных практик, что придает исследованию аналитическую объемность.

Актуальность темы не вызывает сомнений, поскольку в условиях трансформации глобального медийного пространства и усиления конкуренции между различными центрами дискурсивного влияния вопрос о роли государственных СМИ в международной коммуникации приобретает особое значение. CMG, как синтетический медиакомплекс, объединяющий телевизионные, радиовещательные и цифровые структуры, представляет собой уникальный объект для изучения динамики информационного суверенитета в эпоху платформенного капитализма. Статья демонстрирует, что внешняя коммуникация Китая — это не только вопрос национального имиджа, но и инструмент политической субъектности в международном дискурсивном поле. Таким образом, работа отвечает стратегическим вызовам современного мира и имеет потенциал для дальнейших сравнительных исследований в области международных медиа.

Научная новизна статьи заключается в предложении автором трехуровневой модели механизма глобальной коммуникации государственных СМИ, которая позволяет интерпретировать взаимодействие институциональных структур, производственных процедур и цифровых платформ как единую систему. Особенно интересным представляется введение понятий «суверенная модель коммуникации» и «поверхностное разнообразие — внутренняя согласованность», описывающих характер многоязычных практик CGTN. Эти концепты обладают высоким эвристическим потенциалом и могут быть использованы в дальнейшем теоретическом развитии дисциплины. В работе наблюдается не только синтез известных подходов, но и их творческая переработка, направленная на осмысление современных форм информационного взаимодействия в условиях асимметрии власти.

Стиль изложения научный, точный, при этом достаточно плотный и насыщенный терминами. Автор демонстрирует владение академическим языком и опирается на обширный теоретический контекст. Структура статьи выстроена последовательно: после постановки проблемы и обзора теоретических подходов следует развернутый анализ институциональных, операционных и платформенных механизмов, завершающийся оценкой структурных противоречий внешней коммуникации. Логика изложения прозрачна, аргументация выдержана, а переходы между разделами мотивированы. Содержание статьи сбалансировано между теорией и эмпирическим материалом.

Библиографический аппарат статьи достаточно представительен и демонстрирует знакомство автора с актуальными отечественными и зарубежными источниками. В списке литературы присутствуют классические труды по теории коммуникации, а также современные исследования, посвященные цифровым медиа и международным нарративным стратегиям. Однако можно было бы расширить библиографию за счет привлечения более недавних публикаций, касающихся алгоритмического управления информацией и цифровой политекономии платформ, что позволило бы укрепить эмпирическую и теоретическую основу рассуждений о структурных ограничениях CMG в западных медиасредах.

Апелляция к оппонентам в тексте носит умеренный, но продуктивный характер. Автор вступает в диалог с западной теорией коммуникации, не ограничиваясь простой критикой, а демонстрируя возможность адаптации этих теорий к анализу китайского контекста. Особенно ценно то, что в работе отсутствует идеологическая риторика: позиция автора сбалансирована, аналитическая дистанция сохраняется на протяжении всего изложения, что придает исследованию академическую строгость и убедительность. При этом автор не уклоняется от обозначения противоречий и внутренних ограничений

исследуемой модели, что свидетельствует о критической зрелости и профессионализме. Выводы статьи представляются логически последовательными и концептуально завершенными. Автор приходит к обоснованному заключению о том, что основная проблема внешней коммуникации государственных СМИ Китая заключается в отсутствии эффективных механизмов обратной связи и доверительных отношений с международной аудиторией. Эта мысль подкрепляется эмпирическими наблюдениями и убедительными теоретическими аргументами. Особо стоит отметить вывод о необходимости перехода от модели политического доминирования к модели контекстуального согласования, предполагающей диалогичность и совместное производство контента. Подобная постановка вопроса расширяет традиционные рамки анализа государственной коммуникации и открывает перспективу для дальнейших исследований в области медиадипломатии и цифрового взаимодействия.

Интерес для читательской аудитории статьи очевиден: работа будет полезна исследователям международной журналистики, специалистам по глобальным медиа, политологам, а также студентам магистратур, изучающим современные процессы трансформации коммуникации в условиях цифровизации. Материал способен стимулировать научную дискуссию о границах и возможностях государственной коммуникации в глобальном пространстве.

В числе явных преимуществ статьи следует выделить концептуальную стройность, теоретическую глубину, логическую последовательность аргументации, аналитическую насыщенность и наглядность представления материала. Автору удалось соединить макроуровневый институциональный анализ с микроуровнем нарративных стратегий, что придает исследованию межуровневую завершенность.

В качестве незначительных замечаний можно отметить избыточную плотность терминологического аппарата, что может затруднить восприятие материала неподготовленным читателем. Также можно рекомендовать более систематическое сравнение китайских коммуникационных практик с аналогичными стратегиями других государств для расширения сравнительного контекста.

В целом статья производит впечатление продуманного и оригинального исследования, представляющего собой вклад в развитие современной теории международной коммуникации и анализа государственной медийной политики.