

## ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В КИТАЕ (2004-2024 ГГ.)

Чэнь Сяотин

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

Поступила в редакцию 20 марта 2025 г.

**Аннотация:** в статье представлены результаты библиометрического анализа 309 публикаций по демографической коммуникации в Китае (2004-2024 гг.), выполненного с помощью программы CiteSpace. Цель работы — выявить этапные особенности и тенденции развития данной научной сферы. На основе количественных характеристик публикаций, методов исследований и тематических всплесков выделены три основных этапа ее развития и обозначены четыре ключевых исследовательских направления.

**Ключевые слова:** демографическая коммуникация; демографический вопрос Китая; CiteSpace; библиометрический обзор; Китай

**Abstract:** this article presents the results of a bibliometric analysis of 309 publications related to demographic communication in China from 2004 to 2024, conducted using CiteSpace software. The study aims to identify the stage-by-stage features and trends within this research field. Based on publication metrics, methodological approaches, and topic surges, three main developmental stages and four core research directions were identified.

**Keywords:** demographic communication; China's demographic issue; CiteSpace; bibliometric review; China

Актуальность исследования обусловлена тем, что большинство современных работ по демографическим проблемам сосредоточены на политических, экономических и социологических аспектах, тогда как роль медиа в распространении демографической политики и формировании общественного мнения [1, 116-130; 2, 95-109] остается недостаточно изученной. Как показывают исследования [3, 299-335], СМИ часто упрощают дискурс: под влиянием мальтузианских теорий население сводится к бинарной оппозиции «ресурс vs угроза» [4, 101-119], игнорируя сложность социальных факторов. Подобные алармистские нарративы, благодаря простой логике, легче воспринимаются аудиторией. На фоне рекордно низкой рождаемости в Китае и международного внимания к демографической политике в исследовании с помощью визуального анализа выявлены ключевые характеристики и перспективы демографической коммуникации.

Концепция «демографической коммуникации» (Population Communication) изначально развивалась в рамках пропаганды планирования семьи. ООН [5, 5] определила ее как «планомерное взаимодействие для изменения репродуктивного поведения». Расширенная трактовка в обзоре «Синтез опыта демографической коммуникации» [6, 85] включила публичные инициативы и медийные стратегии. Ким [7, 3] рассматривал термин как комплекс мер — от информационно-образовательных кампаний до обмена данными. По мнению Чжан Ханьсяна, в Китае этот подход способствует распространению демографической культуры, выходя за рамки тради-

ционной пропаганды планирования семьи [8, 49-51]. К 2024 г. исследования Ся Вэйбо [9, 99-108] показали эволюцию от анализа факторов рождаемости к активному воздействию на репродуктивные установки через медиа, что отражает интеграцию коммуникационных и демографических наук.

Для выявления этапных особенностей и тенденций развития данной научной сферы мы провели наукометрический анализ публикаций за период 2004-2024 гг. с использованием CiteSpace (6.3.R3) и Excel. CiteSpace — специализированное программное обеспечение для библиометрического анализа, позволяющее визуализировать сети цитирования. Поисковые запросы проводились в CNKI — крупнейшей научной базе данных Китая, по ключевым словам, связанным с демографической коммуникацией. В итоге собрано 309 релевантных научных публикаций в качестве эмпирического материала. Методология включала статистическую обработку данных в Excel и наукометрический анализ в CiteSpace. Для комплексного изучения динамики публикаций (см. график 1), статистики исследовательских методов (см. график 2) и временных всплесков ключевых слов (см. рис. 1) была выявлена этапные характеристики данной исследовательской области.

**Поисковый период (2004-2010):** начальный этап характеризуется малым числом публикаций (до 5 в год), сосредоточенных на пропаганде планирования семьи. Преобладающим методом был контент-анализ медийного освещения демографической политики. Ключевые концепты этого периода — «планирование семьи» и «освещение политики» — заложили фундамент исследовательского направления.

График 1. Тенденция количества публикаций (2004-2024 гг., 309 статей)

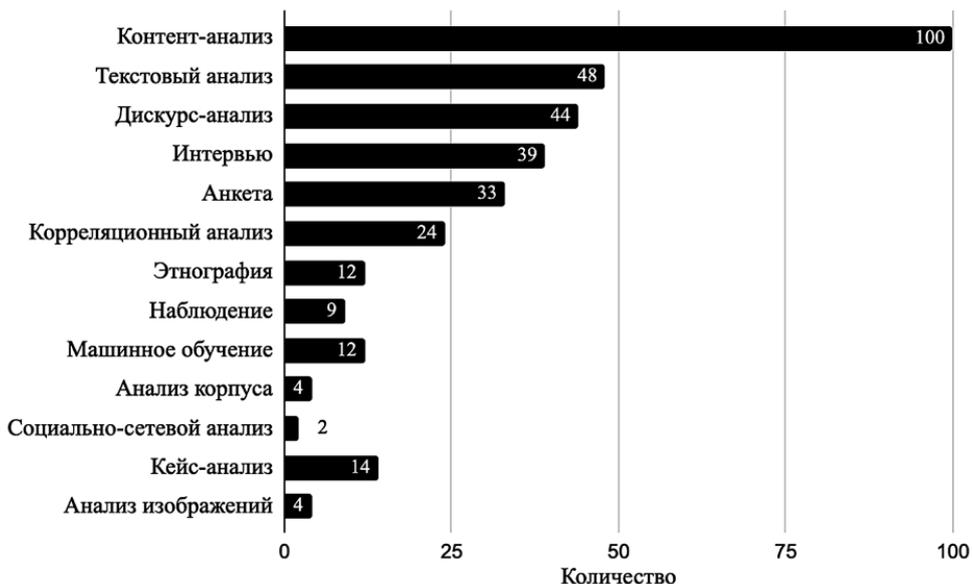
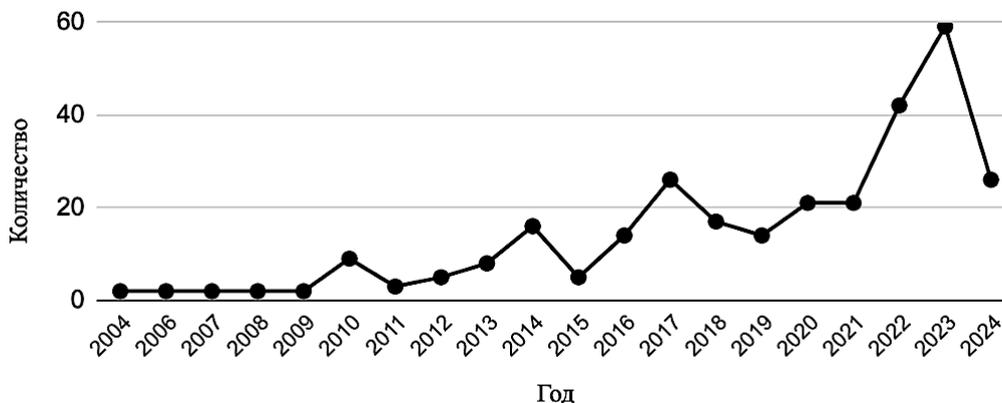


График 2. Основные методы исследования



Рис 1. Карта всплесков ключевых слов



**Период расширения (2011-2020):** с введением политики двух детей тематический спектр исследований охватил вопросы эффективности распространения политических решений и реакции общественного мнения в социальных сетях. Наблюдается стабильный рост публикаций с явным пиком в 2017-2018 гг. Методологический арсенал обогатился дискурс-анализом и текстовым анализом. Высокие показатели цитирования получили работы по «всеобщей политике двух детей» (3.48), «новостным репортажам» и «распространению политики». Социальные медиа утвердились как значимый коммуникационный канал.

**Период зрелости (2021-2024):** исследования вышли на уровень комплексного многофакторного анализа, включая восприятие политики и репродуктивные намерения населения. Отмечен значительный рост публикаций с максимумом в 2023 г. В методологии наметилась тенденция к использованию сентимент-анализа и машинного обучения, хотя их доля остается небольшой. Наиболее цитируемыми стали работы по «политике трех детей» (2.11), «основным СМИ» и «репродуктивным установкам», последние демонстрируют наивысший индекс цитирования этого периода (3.78).

Кластерный анализ ключевых слов 309 статей позволил выделить четыре основных исследовательских направления:

**Категория I.** Модели распространения демографической политики (#0 планирование семьи, #1 всеобщая политика двух детей, #3 государственная политика). Исследования этого кластера анализируют взаимодействие между правительством, СМИ и обществом в процессе реализации демографических инициатив. Выявлены три коммуникационные модели: «правительственное руководство», «медийное лидерство» и «двунаправленное взаимодействие». Отмечается эволюция от односторонней политической пропаганды к консультативным формам коммуникации, при сохранении дисбаланса между участниками процесса, что иногда приводит к конфликтным интерпретациям. Ключевой задачей остается совершенствование коммуникационных стратегий для повышения общественного принятия демографических мер.

**Категория II.** Медиафреймы и освещение политики (#2 контент-анализ, #7 фреймы репортажей, #6 медиаобраз). Кластер сфокусирован на анализе медийного фрейминга демографических вопросов и его влиянии на общественное восприятие. Теоретическую основу составляют концепции фрейминга и установления повестки дня, а методологическую — контент-анализ, текстовый и дискурс-анализ. С развитием внешнеполитической коммуникации Китая часть исследований переориентировалась на анализ освещения демографической политики в западных (преимущественно американских и британ-

ских) СМИ. Хотя такие работы составляют только 7% от общего числа, их значимость возрастает.

**Категория III.** Социальные медиа и общественное восприятие рождаемости (#9 социальные медиа, #3 государственная политика). Этот кластер изучает влияние цифровых платформ на репродуктивные установки. Исследования реакции на политику трех детей демонстрируют сдержанный общественный отклик, а активное взаимодействие с контентом социальных медиа может усиливать «репродуктивную тревожность». Методологическую основу составляют теория планируемого поведения и концепция восприятия риска. В последние годы традиционные методы (контент-анализ, сетевой анализ) дополняются технологиями машинного обучения для автоматизации анализа текстов и общественных настроений.

**Категория IV.** Гендер и репродуктивные права (#8 гендер, #5 феминизм). Кластер фокусируется на гендерных аспектах демографической политики, уделяя внимание недостаточному представительству женских голосов в дискурсе, формам медийной стигматизации и влиянию материнской тревожности на репродуктивные решения. Исследования отражают возрастающую роль феминистской критики в анализе демографической коммуникации.

Итак, с помощью библиометрического анализа мы выявили основные тенденции и ограничения современных исследований: дискурс в социальных медиа становится ведущим направлением, а методы анализа данных постепенно внедряются, однако исследования традиционных СМИ все еще во многом опираются на классический контент-анализ. В отличие от этого, использование передовых технологий, таких как машинное обучение, позволяет избежать субъективности традиционных методов, но системные исследования демографической коммуникации в интернет-СМИ по-прежнему редки. Кроме того, явно недостаточно межстрановых сравнительных исследований, особенно за пределами китайского контекста. Учитывая влияние проблем населения, как и таких международных вопросов, как экология и энергетика, на имидж страны, данное исследование считает необходимым в будущем усилить исследования представления проблем населения Китая в международных медиа, сочетая традиционный анализ дискурса с методами вычислительной лингвистики, чтобы более полно понять демографические вопросы через призму массовых коммуникаций, а не ограничиваться лишь эмпирическим анализом демографических показателей.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Шарков Ф. И. Проблемы коммуникации между властью, обществом и СМИ в сфере демографического развития России / Ф. И. Шарков, А. В. Понеделков, К. В. Кудряшов // Коммуникология. — 2021. — Т. 9. — № 3. —

С. 116-130.

2. Сайтова Д. Г. Институт СМИ в контексте реализации демографической политики России: региональный опыт / Д. Г. Сайтова, М. С. Бахтина // Демографические исследования. — 2022. — Т. 2, № 4. — С. 95-109.

3. Messerschmidt R. "Garbled Demography" or "Demographization of the Social"? Historical Social Research. — 2014. — Vol. 39 (1) — P. 299-335.

4. Etzemüller T. The population discourse: a transnational matrix; the case of Germany and Sweden. Historical Social Research / T. Etzemüller, 2011. — Vol. 36 (2) — P. 101-119.

5. Kar S. B. Communication Research in Family Planning; an Analytical Framework / S. B. Kar, D. M. Demangone, B. B. Kar // Population Communication: Technical Documentation. Paris:

UNESCO. — 1975. — P. 5.

6. Glattbach J. Public Information and Mass Media in Population Communication Programs. The East-West Communication Institute / J. Glattbach, 1977. — P. 85.

7. Kim J. Rethinking Population Communication / J. Kim // Asia-Pacific Population Journal. — 1988. — Vol. 3(4). — P. 3.

8. Чжан Х. О демографической коммуникации в контексте научного прогресса / Х. Чжан // Современная коммуникация. — 2009. — № 1. — С. 49-51.

9. Ся В. Вопросы и теоретические направления в столетнем исследовании демографической коммуникации с международной точки зрения / В. Ся, Г. Янь, Ж. Ван // Журнал Цзилинского педагогического университета. — 2024. — № 5. — С. 99-108.

*Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы*

*Чэнь Сяотин, аспирант кафедры массовых коммуникаций филологического факультета*

*E-mail: chenxiaoting888@mail.ru*

*Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba*

*Chen Xiaoting, Postgraduate Student of Department of Mass Communications, Faculty of Philology*

*E-mail: chenxiaoting888@mail.ru*