

ИСТОРИЯ

Научная статья
УДК 314.74; 572.028
doi: 10.17223/15617793/516/9

Роль посредников в образовательной мобильности снизу (на примере китайских студентов в России)

Себастьян Емец¹

¹ *Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск, Россия, sebastjan.jemec@outlook.com*

Аннотация. Предпринята попытка пролить свет на роль посредников в образовательной миграции из Китая в Россию. Длительные полевые исследования (2022–2024 гг.) среди китайских студентов в Иркутске, Томске и Москве позволили получить подробную информацию о неформальных процессах самоорганизации внутри китайского сообщества. Заключается, что информационная иерархия, трансляция культурных смыслов и монетизированные отношения между клиентом и посредником указывают на сложные взаимоотношения внутри китайского студенческого сообщества.

Ключевые слова: посредники, рекрутинг иностранных студентов, образовательная мобильность, неформальная экономика, монетизация помощи, китайские студенты, российские университеты

Для цитирования: Емец С. Роль посредников в образовательной мобильности снизу (на примере китайских студентов в России) // Вестник Томского государственного университета. 2025. № 516. С. 75–82. doi: 10.17223/15617793/516/9

Original article
doi: 10.17223/15617793/516/9

The role of intermediaries in transnational mobility from below (the case of Chinese students in Russia)

Sebastjan Jemec¹

¹ *National Research Tomsk State University, Tomsk, Russian Federation, sebastjan.jemec@outlook.com*

Abstract. This article attempts to enlighten the role of intermediaries in educational migration from China to Russia. Prolonged fieldwork (2022–2024) among Chinese students in Irkutsk, Tomsk, and Moscow has allowed the author to gather intimate insights into informal processes of self-organisation within the Chinese community. Participant observation and semi-structured interviews in dormitories and airports have produced interesting ethnographic findings that have previously not been discussed in Russian-language literature. Students from China prefer to apply to Russian universities through Chinese intermediaries. Intermediaries (also called agents, brokers, and recruiters) can be both commercial companies and individual students, who provide paid support for enrollment into university, visa application, and arrival to the destination. As agents who act between the student-applicant and the receiving university, intermediaries use their informational privilege and cultural savviness to make money. Clients continue depending on help by intermediaries after their arrival to the host university; however, informational discrepancies and misunderstandings of obligations in the complex client-intermediary relationship may lead to disappointments and conflicts. By providing assistance to student-clients from families of different economic and social backgrounds in China, intermediaries at local and transnational levels represent a diversified informal system of interdependence, mutual benefit and, which is very important for an anthropological illumination of these processes, transnational academic mobility from below. Young students, who may have never been abroad and may not know Russian nor English, guarantee themselves the opportunity to go to another country and receive a foreign diploma, that may increase their chances in the Chinese labour market. With the continuing paid help of intermediaries they ensure themselves institutional security and well-being in an alien linguistic and social environment. The culture of intermediaries gets formed outside official infrastructures of help and educational institutions by Chinese students and companies. The domain of practical knowledge of how to survive in a foreign environment and success of services of help is negotiated by students, who work as intermediaries, live at the destination, know the Russian language and are able to get quickly through bureaucratic procedures in the host society, and therefore can be considered cultural insiders.

Keywords: intermediaries, foreign student recruitment, educational migration, informal economy, monetisation of help, Chinese students, Russian universities

For citation: Jemec, S. (2025) The role of intermediaries in transnational mobility from below (the case of Chinese students in Russia). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 516. pp. 75–82. (In Russian). doi: 10.17223/15617793/516/9

Введение

В статье предпринимается попытка определить роль посредников и культуры посредничества при поступлении граждан из Китая в российский университет. Обращаясь к проблематике неформальных практик посредничества, настоящее исследование выявляет конкретные примеры заработка китайских студентов на соотечественниках. Данные процессы включают в себя транснациональные группы интересов и возможности обмена ресурсами и услугами внутри китайского студенческого сообщества. Главной базой источников выступают этнографические материалы автора, собранные в ходе полевого исследования (2022–2024 гг.) в городах Иркутск, Томск, Москва. Включенное наблюдение (в том числе в общежитиях и аэропортах) и полуструктурированные интервью, проведенные автором с информантами на китайском языке, позволяют переосмыслить роль посредников, которые представляют интересную траекторию в сферах межкультурного социального взаимодействия и трансляции культурных смыслов.

Несмотря на высокий уровень цифровизации и коммодификации в межкультурных связях, для китайского студента, собирающегося пожить на чужбине, наступает момент, когда прямое взаимодействие с принимающей средой и университетской бюрократией становятся неизбежным. Благополучное прибытие на место назначения также является важным фактором в процессах неформальной поддержки студентов-соотечественников. Такая самоорганизация и взаимное институциональное отчуждение между китайским студенческим сообществом, находящимся в состоянии постоянного «странствования» и «обучения» за рубежом и взаимодействия с принимающим его российским университетом и обществом, указывают на сложные межкультурные и межинституциональные связи и процессы.

Проблемы рекрутинга китайских студентов в российские университеты остаются в тени исследовательского интереса. Это несмотря на то, что от успехов рекрутеров (или посредников) зависит устойчивость потока платных иностранных абитуриентов и впоследствии имидж университета, желающего заполнить свой бюджет и повышать свои рейтинги и конкурентоспособность. На русском языке существует немного научных исследований на данную тему, основанных на конкретных локальных и региональных примерах набора иностранных студентов [1. С. 178–191; 2. С. 464–469]. Остальная, достаточно скудная литература на русском языке по данным вопросам [3. С. 20–22; 4. 391–398] представляет скорее обобщенный справочник для сотрудников приемных комиссий в университетах, чем рефлексивный научный труд.

Согласно принятой в литературе дефиниции, рекрутером или агентом образовательной мобильности может быть как физическое лицо, так и коммерческая

организация или общественная организация [3. С. 21]. С точки зрения политики университета обычно под ними подразумевается коммерческая организация, поэтому неформальная занятость самих иностранных студентов как посредников не предполагается, и в научной литературе этот вопрос не исследуется. В русскоязычной литературе существуют только полевые исследования о китайских посредниках в сфере предпринимательства и сбора природных ресурсов [5. С. 131–144]. Поэтому вид самоорганизации внутри студенческого сообщества как ответ студентов снизу – в контексте обеспечения стабильности и безопасности во время обучения в чужой стране – важная проблема, которая нуждается в осмыслении и получении практических результатов, в том числе на основе антропологических исследований.

Посредники становятся звеном взаимопротивоположных структур, поскольку занимают среднюю позицию среди различных участников и связывают «глобальные идеи с конкретными локациями» [6. Р. 60]. В антропологических исследованиях посредник обозначается также как «агент перемен» (change agent) и дословно как посредник (middleman) [7. Р. 5] и «переводчик» (translator) [6. Р. 25]. Самая распространенная терминология на китайском языке, которую можно услышать в разговорах с китайскими студентами для посредников, – *чжунцзе* (*zhongjie* 中介). Это слово включает как индивидуумов, так и компании, находящиеся «посреди», «между» нескольких заинтересованных сторон. В более формальных ситуациях, например в переговорах о сотрудничестве между университетами, на китайском языке используется термин «агентство по образованию за рубежом» (*liuxue jigou* 留学机构). Этим термином часто называются компании, предоставляющие соответствующие услуги. Китайские образовательные учреждения, предлагающие интенсивные курсы русского языка, обычно сотрудничают с одним из «трех крупных образовательных агентств» (*sanda liuxue jigou* 三大留学机构). О них слышали многие китайские студенты, обучающиеся в России, и их услуги оцениваются клиентами по-разному. На Сяохуншу (буквально «Малая красная книжица»), одной из самых популярных социальных сетей в Китае, где молодежь обсуждает жизненные тренды, посреднические агентства ведут каналы для многих российских городов с предложениями о покупках, советах об адаптации в новой жизненной среде.

Важно подчеркнуть, что посредники редко предоставляют поступающим подробную информацию об уровне образования. Эта ситуация не уникальна для России, например, университеты в Германии также полагаются на посредников при наборе китайских студентов. Конфликты возникают из-за того, что посредники предоставляют поступающим ограниченную информацию о требованиях со стороны университета к уровню языка [8. S. 96].

Поэтому все чаще университеты в Германии отказываются от посреднических агентств и предпочитают прямое партнерство с университетами в Китае [9. С. 78]. Что касается китайских студентов, поступающих в российские университеты, «большинство потенциальных абитуриентов получают информацию не с сайта университета, а из социальных сетей» [10. С. 14]. Сотрудники университетов, с которыми общался автор, признают данное несоответствие информации, сконструированной посредниками, с реалиями вузов. Приводимые в данной статье примеры, свидетельствующие о том, что китайские студенты нередко полагаются на услуги посредников, подтверждают эту ситуацию.

Посредничество как взаимоотношение

Взаимодействие клиентов с посредниками, информационная иерархия и сложность монетизированных отношений обозначают высокий уровень интересу субъективности внутри студенческого сообщества на транснациональном и локальном уровне. Поступающие в российские университеты студенты из Китая полагаются не просто на практическую помощь, но и «последовательные значения и представления» [11. Р. 20] со стороны соотечественников в роли переводчиков, так называемых *чжунцзе* и гидов. В этом смысле последние являются «посредниками культуры», которые достигают конкретной цели [7. Р. 5]. Платная помощь, способствующая обеспечению транснациональной мобильности, не заканчивается с поступлением в университет, а продолжается и во время обучения. По наблюдениям исследователей, если, например, во Владивостоке студентов встречают – специалисты департамента международной и культурной деятельности, студенты-волонтеры – сопровождают в аэропорту и на вокзале, размещают в общежитии и помогают в навигации по университету [12. С. 131], то в Томске и Иркутске, в большой степени в Москве такую роль агента адаптации играют китайские студенты *сами*. Они являются проводниками (гидами) и агентами культуры за пределами формализованных университетских учреждений и вне русскоязычного студенческого сообщества.

Для сравнения, обратим внимание, что китайские студенты в Германии при проблемах в учебе чаще всего обращаются за помощью к сокурсникам-китайцам, что свидетельствует о высоком уровне солидарности. В Германии студенты из Китая не воспринимают друг друга конкурентами, скорее «товарищами по несчастью» (на немецком «*Leidensgenossen*»), оказавшимися в чужой стране в такой же ситуации, и взаимная помощь воспринимается как само собой разумеющееся [8. С. 122]. В рассматриваемом примере посредничества взаимосубъективность и иерархия в передаче информации означает, что для принятия решений о том, как сдавать экзамены или подавать заявление на поступление в магистратуру, студенты, как правило, обращаются за советом к «собственному» посреднику в Китае (и нередко в России к представителю данного посреднического агентства).

Но автору известны и примеры, когда студентов в Иркутске и Томске блокировали в системе WeChat их посредники, когда они хотели сменить специальность или перевестись в другой университет. Сибирские зимы суровые, университетские города небольшие, а студенты слышали, что другие города в России более интересные и что жизнь там веселее. Об этом посредники сибирских университетов не говорили. Не объяснили они и требований к языку со стороны университета, и что после прибытия в Россию студентам придется общаться на русском языке и самостоятельно сдавать экзамены. Студенты заблуждались, предполагая, что после прибытия в университет их проблемы с учебой и адаптацией к новой социальной и языковой среде будут решаться посредниками.

Транснациональная академическая мобильность снизу

Студенты из Китая, подрабатывающие посредниками, и их клиенты образуют диалектические и монетизированные взаимоотношения. Данные процессы создают иерархию взаимозависимости между студентом-посредником и студентом-клиентом. Такая зависимость также указывает на стремление к транснациональной мобильности и поиск гарантий безопасности и академического успеха, чему способствует «культура посредничества». Оказывая помощь студентам-клиентам из семей различных уровней благосостояния и социального происхождения в Китае, посреднические практики на локализованном и транснациональном уровнях представляют собой диверсифицированную неформальную систему взаимозависимости, взаимной выгоды и, что весьма важно для антропологического осмысления данных процессов, – транснациональной академической мобильности снизу.

Межкультурное и межинституциональное посредничество – ответ на непредсказуемость и провал официальных структур [11]. Студенты создают альтернативные структуры помощи и самоорганизации, которые не может обеспечить «отчужденный» университет. Они обладают агентностью, являясь, таким образом, агентами перемен и посредниками, ориентированными на действия и стремящимися достичь конкретных межкультурных результатов, одна из важных целей – адаптация.

Вопрос об экономических трудностях, с которыми встречаются студенты из Китая, еще не исследовался, китайские студенты рассматриваются преимущественно как экономически хорошо обеспеченные. Существует мнение, что большинство студентов из Китая, обучающихся в Москве, принадлежит к более благополучным слоям общества, поскольку они готовы к значительным затратам на обучение по китайским масштабам [13. С. 235–236]. В российских СМИ также нередко рассказывается о веселой и даже развратной жизни обеспеченных студентов из Китая, которые покупают дипломы и заказывают «тележки пива» в китайских караоке-барах Москвы [14].

Однако известные автору случаи скромного образа жизни китайских студентов в Томске, Иркутске и даже Москве, их редкие поездки домой из-за высокой стоимости авиабилетов, как и обсуждаемая в данной статье

«рекламная политика» дешевой альтернативы со стороны рекрутинговых агентств и студентов-посредников, позволяют утверждать, что картина социального происхождения и экономического состояния абитуриентов и их семей из Китая более сложная, чем кажется на первый взгляд.

В качестве примера можно привести ситуацию, с которой столкнулась молодая девушка, не окончившая среднюю школу в Китае и поступившая на подготовительное отделение в Томск. Коммерческое посредническое агентство в Китае обещает ей «недорогое образование», и после года изучения русского языка и несложного процесса зачисления в бакалавриат она прибывает в Томск. Девушка теряет финансовую поддержку семьи, которая из-за экономического кризиса лишилась своего бизнеса. Напомним, что в ходе экономической нестабильности, вызванной пандемией COVID-19, институт семейного предпринимательства в Китае столкнулся со многими проблемами, и немалая часть студентов, поступивших в университеты России в 2021–2024 гг., были детьми таких ранее благополучных предпринимательских семей, потерявшими возможность получить высшее образование в более привлекательных для обучения странах (например, в Японии, Корее и Франции). Студенты «не могли добраться» до них из-за финансовой ограниченности своих семей, кроме того (что информанты реже упоминали, поскольку это считается «стыдной» причиной и показателем академической неспособности), из-за более сложных требований, предъявляемых в этих странах к поступлению в университеты.

Так, несовершеннолетняя слушательница русского языка, проживавшая в общежитии, зависела от помощи своих китайских соседок и китайских сверстников. Соотечественники готовили еду на кухне, и она могла питаться «бесплатно», т.е. не вкладываясь в покупку продуктов, как обычно делают студенты из Китая. Данный пример указывает на альтруистическую самоорганизацию снизу – как групповой ответ на конкретную проблему одного человека на чужбине, самоорганизацию, которая становилась объединяющим фактором для китайского сообщества или культурно-специфической общности. Такая общность нуждается в границах лиминальности, которая есть ритуал, где культурные сверхструктуры не являются пассивными зеркалами; имеет онтологическое значение и объединяет участников в нечто общее [15. Р. 96–97, 103]. Этот онтологический порог связан с монетизацией помощи и (что важно для дискурса о выживании студентов в чужой среде и их локализованной самоорганизации) является объектом некоего мифа, поскольку успех поступления в зарубежный университет во многом объясняется существованием неформального посредничества. Несмотря на то, что в университетах существуют официальные структуры поддержки и информационные каналы для поступающих иностранцев, в китайской культуре посредничества, образующейся за пределами официальных инфраструктур и институций, область практического знания о таких услугах является привилегией для «культурных инсайдеров» – студентов-посредников, живущих на месте назначения,

знающих русский язык и умеющих разбираться в бюрократических процедурах (или претендующих быть знатоками местной культуры). Параллельные реальности, построенные дискурсами об авторитете знания и подтвержденные практиками монетизированной помощи посредников, создают новые миры неких иллюзий и самопротиворечащих обещаний [16. Р. 170]. Мифы об авторитете посредников в процессах транснациональной мобильности создаются благодаря творческим способностям, присущим человеку, где воображение рассматривается как продуктивный потенциал человека [17. Р. 59]. Таким образом, образовательная мобильность снизу строится на обещаниях обеспечить поступление и сопровождение после прибытия, которые, как показывает опыт, могут не быть успешными и «провалиться».

Вышеупомянутой студентке соотечественники посоветовали быстро вернуться домой (в доброжелательном смысле, что «дома семья, а здесь никого у нее нет»). По их мнению, лучше закончить среднюю школу и попытаться поступить в какой-нибудь университет или техникум в Китае, чем испытывать проблемы в России. И, что интересно, кто-то из более предприимчивых студентов предложил ей самой стать посредником – таким же *чжунцзе*, который заманивает в чужую среду обещаниями о легкой и дешевой учебе, и зарабатывать на китайских студентах, не знающих русского языка, слабо знакомых с принимающей средой и ищущих дешевый вариант уехать за рубеж. О данной траектории деятельности студентов-посредников, которых можно рассматривать в качестве «посредников культуры» и «агентов культуры» (culture brokers) или «агентов перемен» [7. Р. 5], проводящих снизу монетизацию помощи при поступлении в университет, и студентах-клиентах, которые становятся «жертвами» обмана, – свидетельствует опыт магистранта, обучающегося в Томске. Этот информант, обучающийся в 2023 г., создал небольшой «посреднический бизнес», так как не хотел работать с крупными посредническими агентствами как «гид» или исполнитель услуг сопровождения на месте. Он также не обратился к университету с предложением стать его «амбасадором», как это делают другие предприимчивые студенты, желающие подработать на поступлении в университет своих соотечественников, а объяснял клиентам в своем родном крае, интересующимся возможностью поступления в магистратуру с обучением на английском языке за границей, что это единственный хороший вариант для их будущего: *«Я рассказывал соседям и друзьям о возможности учиться в отличном российском университете, а не в каком-то третьесортном провинциальном университете или колледже дома. В России требуют от китайцев только диплом бакалавра с нотариально заверенным переводом на русском языке»* (ПМА 1).

Посредничество как параллельный мир

Культура строения нарратива и мифотворчества создает пространство полуреальности неограниченных возможностей, включая обещания со стороны посредников, что без знания русского языка студенты могут

успешно закончить обучение благодаря помощи и влиянию самих посредников, агентств по обучению за рубежом и студентов старшего возраста, связанных с этими коммерческими компаниями. Это отражает признанную в литературе проблему, что образовательные посреднические агентства в Китае ведут в основном нерегулируемую деятельность за рубежом [18. Р. 251]. Так, информант в Иркутске рассказала мне, что слушателям русского языка достаточно заплатить 5 000 юаней местному посреднику или гиду (*чжунцзе*), которыми выступают старшие китайские студенты, хорошо знакомые с Иркутском. Данная цена в четыре раза ниже цены, которую требуют зарегистрированные посреднические агентства. Такие льготы, как она добавила, возможны, «если в Иркутске знаешь правильных людей». Таким образом, студенты «за небольшой расчет обеспечивают себе поступление в университет и сопровождение на день прибытия» (ПМА 2).

В литературе также часто отмечается и «негативное» влияние на адаптацию и интеграцию из-за «сегрегации» студентов со стороны принимающего университета, которая возникает вследствие тесных связей внутри неформальных студенческих сообществ, сформировавшихся по языковым и этническим признакам [19. Р. 191]. Так называемое внутриэтническое общение (*intra-ethnic communication*) описывается в работах, основанных на теории кросс-культурной адаптации в долгосрочной перспективе как «вредное» для успешной ассимиляции и удовлетворительной аккультурации [20. Р. 119].

Более глубокая проблема заключается в том, что посредники в процессе мифотворчества гарантируют клиентам возможность успешно сдать экзамены и получить диплом. Проблема настолько серьезна, что даже студенты, которые упорно осваивали русский язык, проваливали экзамены из-за слепой уверенности в успехе, гарантированном посредниками. Такое мифотворчество представляет процесс создания новых материальных, лингвистических и концептуальных образований или же преобразования существующих [21. Р. 215], в нашем случае даже их обращение в экономическую выгоду, которое не ситуативное, а является практикой с понятными правилами и некой общей культурой. Посредники владеют так называемой мудростью первого уровня, используя собственный авторитет и деньги, полученные от клиентов, и требуя от участников сделки способности найти компромисс и создавать новые способы понимания, тем самым превращая потенциальное в действительное [22]. Проблема в том, что роль посредника, обеспечивающего упрощенную сдачу экзаменов и получение диплома, не обязательно может благоприятно воздействовать на усвоение языка, социальных компетенций и вообще на культурное обогащение. Так, информант, зарабатывающий в качестве посредника и гида в Москве, прокомментировал парадокс роли посредников в процессе приобретения русского языка новыми студентами. Данный парадокс наглядно иллюстрирует проблемы параллельного существования нарративов, созданных посредниками, и действительных требований, касающихся языка и социальной адаптации: «Если не

учишься, то посредник не будет нести ответственности. Это потому, что университет дает тебе возможности учиться и развиваться, но если не учишься и не знаешь нового языка, то можешь обвинять только самого себя» (ПМА 3).

Отношения между посредником и клиентом, которые воспроизводятся в нашем случае в (не)формальных сделках гидов, переводчиков и наставников (и в общем лидеров разных групп студентов-соотечественников) с неопытными студентами-клиентами, нуждающимися в помощи, уменьшают непредсказуемость неудачных и неудовлетворяющих «официальных рациональностей» в локальных контекстах [11. Р. 11]. В качестве неолиберальных субъектов предпринимательства студенты-посредники трансформируют институциональные различия и культурную чуждость в предмет переговоров в рыночных условиях соизмеримости (*commensuration*), коммодификации и брендинга [23. Р. 24, 58]. Культурные посредники или же «посредники культуры» (*culture brokers*) считают, что другие культуры «предлагают что-то ценное» [7. Р. 40]. Проблема, замечают китайские антропологи, состоит в том, что в традиционной литературе распространены парадигмы «ассимиляции», «аккультурации» и «адаптации» в сферу доминирующего общества, которые рассматриваются как идеальный результат и конечный продукт для смягчения негативного опыта иностранных студентов, когда на самом деле процессы приспособления к новой среде развиваются в намного более сложные процессы и направления [24. Р. 4].

Сложные институциональные процедуры отчуждают студентов и родителей от процессов поступления в зарубежный университет и оформления виз, что увеличивает спрос на посредников [25. Р. 183]. Студенты могут ничего не знать об альтернативных странах, пока агенты или даже друзья не предоставят им информацию [26. Р. 47]. Существуют ценники, которые в группах WeChat афишируют коммерческие посреднические агентства, но в случае индивидуальных студентов-посредников стоимость услуг обговаривается устно. Первая часть согласованной суммы для посреднических услуг включает перевод и подачу документов в университет, и иногда, в зависимости от согласования до приезда и устного договора, оформление визы. Вторая часть – встреча в аэропорту и сопровождение на место – обычно выплачивается посреднику после того, как студент-клиент получает регистрацию на месте. По договоренности, посредники также помогут с прохождением медицинских осмотров, необходимых для следующего этапа легализации иностранного гражданина, оформлением дактилоскопии в миграционном учреждении города пребывания, и другими необходимыми делами (покупка SIM-карты, оформление банковской карты, советы о путешествиях).

Оформление регистрации является очень важным моментом в жизни китайских студентов, так как в процессе творения мифов и дискурсов о сложностях выживания в чужой среде выравнивается групповыми занятиями и конструируется посредниками

как некий барьер к легализации на месте прибытия, который можно преодолеть только с их (платной) помощью. Похоже на вышеупомянутый пример альтруистической самоорганизации снизу, когда соотечественники помогали попавшей в неблагоприятную ситуацию студентке: оформление регистрации выступает в качестве показателя границ культурных общностей и конкретной лиминальности – ритуала монетизации и мифотворчества, в котором нет пассивности и который имеет онтологическое значение, объединяющее участников социального процесса и экономической сделки в нечто общее [15. Р. 96–97, 103].

Заключение

Антропологический экскурс в неформальные практики социального и экономического взаимодействия внутри китайского студенчества указывает на существование процессов транснациональности снизу. Проанализировав неформальные практики посредничества, через которые конструируются схемы поддержки и передача информации внутри китайского студенческого сообщества, можно утверждать, что транснациональное образование становится более доступным и более разнообразным. Одновременно, так как в статье впервые рассматривались проблемы самоорганизации на локальном и транснациональном уровнях, будущие ис-

следования должны обращать внимание на проблемы теневой экономики, возникающей из-за неформальных и иногда неэтичных практик посредников.

Подача документов на поступление, встреча в аэропорту, заселение в общежитие и оформление регистрации – это коллективные действия в новой культурной, языковой и социальной обстановке, которые выполняют объединяющую функцию для китайского студенческого сообщества. Они осуществляются через монетизированные стандарты и рыночные ожидания, которые явно понятны, но – что очень важно для неформальной экономики посредничества – не совсем прозрачные или транспарентные. При поддержке семей молодые студенты, которые никогда не были за границей, покупают себе шанс уехать в другую страну, а также обеспечивают себе институциональную безопасность и благосостояние в новой среде. Данная зависимость от посредников указывает на стремление к транснациональной мобильности и поиск гарантий безопасности и академического успеха, чему способствует хорошо разработанная «культура посредничества» и ее явно коммерческая составляющая. Посреднические практики, востребованные китайскими клиентами из семей различных уровней благосостояния и социального происхождения, на локализованном и транснациональном уровнях представляют собой диверсифицированную неформальную систему взаимозависимости, взаимной выгоды и академической мобильности снизу.

Полевые материалы

ПМА1 – полевые материалы автора, г. Томск, март 2023 г.
 ПМА2 – полевые материалы автора, г. Иркутск, июль 2023 г.
 ПМА3 – полевые материалы автора, г. Москва, апрель 2024 г.

Список источников

1. Гаврильева Л.А., Гаврильева С.А., Рац Г.И. Рекрутинг иностранных студентов в отдаленные регионы со сложными климатическими условиями // *Перспективы науки и образования*. 2021. Т. 53, № 5. С. 178–191.
2. Леонтьева Э.О., Никитенко Е.В. Актуальные способы рекрутинга китайских студентов в вузы Дальневосточного региона // *Инновационные инфокоммуникации XXI века : материалы 18-й (XVIII) межвуз. всерос. науч.-практ. конф.*, 5 мая 2017 г. Хабаровск : Изд-во ХИИК «СибГУТИ», 2017. С. 464–469.
3. Краснова Г.А. Лучшие практики рекрутинга иностранных студентов // *Аккредитация в образовании*. 2017. Т. 94, № 2. С. 20–22.
4. Краснова Г.А., Гриншкун В.В. Особенности и преимущества онлайн-рекрутинга иностранных студентов // *Вестник РУДН. Серия: Информатизация образования*. 2017. Т. 14, № 4. С. 391–398.
5. Шармашкеева Н.Ж. Повседневные практики китайских посредников в Республике Бурятия // *Мигранты и диаспоры на Востоке России: практики взаимодействия с обществом и государством* / отв. ред. В.И. Дятлов. Москва ; Иркутск, 2007. С. 131–144.
6. Simion K. *Rule of Law Intermediaries: Brokering Influence in Myanmar*. Cambridge : Cambridge University Press, 2021. 280 p.
7. Michie M. *Working Cross-Culturally: Identity Learning, Border Crossing and Culture Brokering*. Rotterdam : Sense Publishers, 2014. 157 p.
8. Zhou J. Zwischen 'Elite von morgen' und Liu Xue La Ji ('Müllstudenten'): Chinesische Studenten in Deutschland. Münster : Verlagshaus Monsenstein und Vannerdat, 2010. 257 S.
9. Reisch U. *Angewandte Wissenschaften und forschendes Lernen: Deutsch-chinesische Hochschulpartnerschaften* // *Berliner China-Hefte*. 2021. Vol. 53. S. 69–78.
10. Маслов А.А. Перспективы и возможности выхода российских университетов на китайский образовательный рынок // *Российский совет по международным делам*. 2022. № 40. С. 1–16.
11. Mosse D., Lewis D. *Theoretical Approaches to Brokerage and Translation in Development* // *Development Brokers and Translators: The Ethnography of Aid and Agencies* / eds. by D. Lewis, D. Mosse. West Hartford, Connecticut : Kumarian Press, 2006. P. 1–26.
12. Морозова Ю.В. К вопросу об адаптации иностранных студентов в многонациональном вузе: региональные аспекты // *АНИ: педагогика и психология*. 2018. Т. 22, № 1. С. 129–132.
13. Калмыков П.Н. Китайская учащаяся молодежь Москвы. Ресурс миграционного притока или российские контрагенты в Китае? // *Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение»*. 2009. № 2. С. 234–250.

14. Фокин А. «Фабрики дипломов» воруют сотнями миллионов рублей: Как на самом деле живут и учатся китайские студенты в России // Комсомольская правда. 06.05.2024. URL: <https://kp-ru.turbopages.org/turbo/kp.ru/s/daily/27601.5/4927737/> (дата обращения: 05.01.2025).
15. Turner V. *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*. New York : Cornell University Press, 1969. 213 p.
16. Ricoeur P. *Oneself as Another*. Chicago : The University of Chicago Press, 1992. 363 p.
17. Gregor B. *Ricoeur's Hermeneutics of Religion: Rebirth of the Capable Self*. London : Lexington Books, 2018. 240 p.
18. Feng S., Horta H. Brokers of International Student Mobility: The Roles and Processes of Education Agents in China // *European Journal of Education*. 2021. Vol. 56, № 2. P. 248–264.
19. Brown L. An Ethnographic Study of the Friendship Patterns of International Students in England: An Attempt to Recreate Home through Co-National Interaction // *International Journal of Educational Research*. 2009. Vol. 48, № 3. P. 184–193.
20. Liu Y., Dong L. Shared Experiences and Resilience of Cultural Heritage: Chinese Students' Social Interaction with Non-Host Nationals in the United States // *Journal of International Students*. 2019. Vol. 9, № 1. P. 111–128.
21. McLean S. Stories and Cosmogonies: Imagining Creativity beyond "Nature" and "Culture" // *Cultural Anthropology*. 2009. Vol. 24, № 2. P. 213–245.
22. Frølund L., Ziethen M. The Wisdom of the Intermediary: The Role, Function, and Ways-of-Being of the Intermediary in a Strategic Program for University-Industry Relations // *Triple Helix*. 2016. Vol. 3. URL: <https://doi.org/10.1186/s40604-016-0039-4> (дата обращения: 08.01.2025).
23. Comaroff J.L., Comaroff J. *Ethnicity, Inc*. Chicago : The University of Chicago Press, 2009. 236 p.
24. Yu J. Caught in the Middle? Chinese International Students' Self-Formation amid Politics and Pandemic // *International Journal of Chinese Education*. 2011. Vol. 10, № 3. P. 1–15.
25. Cheng Y. *Infrastructuring Student Mobilities in Asia* // *Routledge Handbook of Asian Transnationalism* / ed. by A.K. Sahoo. New York : Routledge, 2022. P. 181–192.
26. Fong V.L. *Paradise Redefined: Transnational Chinese Students and the Quest for Flexible Citizenship in the Developed World*. Stanford : Stanford University Press, 2011. 267 p.

References

1. Gavrilieva, L.A., Gavrilieva, S.A. & Ratz, G.I. (2021) Rekrutiring inostrannykh studentov v otdalennye regiony so slozhnymi climaticeskimi usloviyami [Recruiting International Students to Remote Regions with Harsh Climatic Conditions]. *Perspektivy nauki i obrazovaniya*. 53 (5). pp. 178–191.
2. Leontieva, E.O. & Nikitenko, E.V. (2017) Aktualnye sposoby rekrutiruga kitayskikh studentov v vuzy Dalnevostochnogo regiona [Current Methods of Recruiting Chinese Students to Universities in the Far Eastern Region]. *Innovatsionnye infokommunikatsii XXI veka* [Innovative Infocommunications of the 21st Century]. Proceedings of the 18th (XVIII) Interuniversity All-Russian Conference, 5 May 2017. Khabarovsk: Izdatelstvo KhIK "SibGUTI". pp. 464–469.
3. Krasnova, G.A. (2017) Luchshie praktiki rekrutiruga inostrannykh studentov [Best Practices for Recruiting International Students]. *Akkreditatsiya v obrazovanii*. 94 (2). pp. 20–22.
4. Krasnova, G.A. & Grinshkun, V.V. (2017) Osobennosti i preimushchestva onlayn-rekrutiruga inostrannykh studentov [Features and Advantages of Online Recruiting of International Students]. *Vestnik RUDN. Seriya: Informatizatsiya obrazovaniya*. 14 (4). pp. 391–398.
5. Sharmashkeeva, N.Zh. (2007) Povsednevnye praktiki kitayskikh posrednikov v Respublike Buryatiya [Everyday Practices of Chinese Intermediaries in the Republic of Buryatia]. In: Dyatlov, V.I. (ed.) *Migranty i diaspori na Vostoke Rossii: praktiki vzaimodeystviya s obshchestvom i gosudarstvom* [Migrants and Diasporas in the Russian East: Practices of Interaction with Society and the State]. Moscow; Irkutsk. pp. 131–144.
6. Simion, K. (2021) *Rule of Law Intermediaries: Brokering Influence in Myanmar*. Cambridge: Cambridge University Press.
7. Michie, M. (2014) *Working Cross-Culturally: Identity Learning, Border Crossing and Culture Brokering*. Rotterdam: Sense Publishers.
8. Zhou, J. (2010) *Zwischen 'Elite von morgen' und Liu Xue La Ji ('Müllstudenten'): Chinesische Studenten in Deutschland*. Münster: Verlagshaus Monsenstein und Vannerdat.
9. Reisch, U. (2021) Angewandte Wissenschaften und forschendes Lernen: Deutsch-chinesische Hochschulpartnerschaften [Applied Sciences and Research-Based Learning: German-Chinese University Partnerships]. *Berliner China-Hefte*. 53. pp. 69–78.
10. Maslov, A.A. (2022) Perspektivy i vozmozhnosti vykhoda rossiyskikh universitetov na kitayskiy obrazovatelnyy rynek [Prospects and Opportunities for Russian Universities to Enter the Chinese Educational Market]. *Rossiyskiy sovet po mezhdunarodnym delam*. 40. pp. 1–16.
11. Mosse, D. & Lewis, D. (2006) Theoretical Approaches to Brokerage and Translation in Development. In: Lewis, D. & Mosse, D. (eds) *Development Brokers and Translators: The Ethnography of Aid and Agencies*. West Hartford, Connecticut: Kumarian Press. pp. 1–26.
12. Morozova, Yu.V. (2018) K voprosu ob adaptatsii inostrannykh studentov v mnogonatsionalnom vuzе: regionalnye aspekty [On the Issue of Adaptation of International Students in a Multinational University: Regional Aspects]. *ANI: pedagogika i psikhologiya*. 22 (1). pp. 129–132.
13. Kalmykov, P.N. (2009) Kitayskaya uchashchayasya molodezh Moskvy. Resurs migratsionnogo pritoka ili rossiyskie kontragenty v Kitae? [Chinese Student Youth in Moscow. A Resource for Migration Inflow or Russian Counteragents in China?]. *Vestnik RGGU. Seriya "Filosofiya. Sotsiologiya. Iskusstvovedenie"*. 2. pp. 234–250.
14. Fokin, A. (2024) "Fabriki diplomov" voryat sotnyami millionov rubley: Kak na samom dele zhivut i uchatsya kitayskie studenty v Rossii ["Diploma Mills" Turn Over Hundreds of Millions of Rubles: How Chinese Students Really Live and Study in Russia]. *Komsomolskaya pravda*. May 6th. [Online] Available from: <https://kp-ru.turbopages.org/turbo/kp.ru/s/daily/27601.5/4927737/> (Accessed: 05.01.2025).
15. Turner, V. (1969) *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*. New York: Cornell University Press.
16. Ricoeur, P. (1992) *Oneself as Another*. Chicago: The University of Chicago Press.
17. Gregor, B. (2018) *Ricoeur's Hermeneutics of Religion: Rebirth of the Capable Self*. London: Lexington Books.
18. Feng, S. & Horta, H. (2021) Brokers of International Student Mobility: The Roles and Processes of Education Agents in China. *European Journal of Education*. 56 (2). pp. 248–264.
19. Brown, L. (2009) An Ethnographic Study of the Friendship Patterns of International Students in England: An Attempt to Recreate Home through Co-National Interaction. *International Journal of Educational Research*. 48 (3). pp. 184–193.
20. Liu, Y. & Dong, L. (2019) Shared Experiences and Resilience of Cultural Heritage: Chinese Students' Social Interaction with Non-Host Nationals in the United States. *Journal of International Students*. 9 (1). pp. 111–128.
21. McLean, S. (2009) Stories and Cosmogonies: Imagining Creativity beyond "Nature" and "Culture". *Cultural Anthropology*. 24 (2). pp. 213–245.
22. Frølund, L. & Ziethen, M. (2016) The Wisdom of the Intermediary: The Role, Function, and Ways-of-Being of the Intermediary in a Strategic Program for University-Industry Relations. *Triple Helix*. 3. doi: 10.1186/s40604-016-0039-4
23. Comaroff, J.L. & Comaroff, J. (2009) *Ethnicity, Inc*. Chicago: The University of Chicago Press.

24. Yu, J. (2011) Caught in the Middle? Chinese International Students' Self-Formation amid Politics and Pandemic. *International Journal of Chinese Education*. 10 (3). pp. 1–15.
25. Cheng, Y. (2022) Infrastructuring Student Mobilities in Asia. In: Sahoo, A.K. (ed.) *Routledge Handbook of Asian Transnationalism*. New York: Routledge. pp. 181–192.
26. Fong, V.L. (2011) *Paradise Redefined: Transnational Chinese Students and the Quest for Flexible Citizenship in the Developed World*. Stanford: Stanford University Press.

Информация об авторе:

Емец С. – аспирант кафедры антропологии и этнологии Национального исследовательского Томского государственного университета (Томск, Россия). E-mail: sebastjan.jemec@outlook.com

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

S. Jemec, postgraduate student, National Research Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: sebastjan.jemec@outlook.com

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 21.01.2025;
одобрена после рецензирования 25.05.2025; принята к публикации 31.07.2025.*

*The article was submitted 21.01.2025;
approved after reviewing 25.05.2025; accepted for publication 31.07.2025.*