

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 070

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-607-617>

Шифр научной специальности 5.9.9

Сравнительный анализ международных каналов CGTN-English и CGTN-Русский «Китайской глобальной телевизионной сети»

Наталья Сергеевна ГЕГЕЛОВА^{1,2}  , Ду ЮЙВЭЙ¹

¹ФГАОУ ВО «Российский государственный университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы»

117198, Российская Федерация, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

²ОЧУ ВО «Московский университет им. А.С. Грибоедова»

111396, Российская Федерация, г. Москва, Зелёный просп., 66А

 mikhail0001@mail.ru

Аннотация. Приведены результаты сравнительного анализа английского и русского международных каналов CGTN. Исследование основано на опросе граждан и анализе материалов из китайской базы научных публикаций CNKI и российской базы данных eLibrary. Цель исследования – изучить различия международных коммуникативных стратегий CGTN для русскоязычной и англоязычной аудитории, а также проанализировать возможности Китая таким образом изменить существующий мировой порядок информации и коммуникации. Применён комплексный системный подход, использованы междисциплинарные методы и методики. Обобщённо изложен коммуникационный эффект работы CGTN на русском в России. Статья предназначена журналистам, специалистам по международным отношениям, а также соответствующим ведомствам Российской Федерации и Китайской Народной Республики для анализа и улучшения уровня международной коммуникации посредством телевизионных средств массовой коммуникации.

Ключевые слова: CGTN, телевидение, международная коммуникация, новые медиа, медийная дипломатия

Для цитирования: Гегелова Н.С., Юйвэй Ду. Сравнительный анализ международных каналов CGTN-English и CGTN-Русский «Китайской глобальной телевизионной сети» // Неофилология. 2023. Т. 9. № 3. С. 607-617. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-607-617>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Comparative analysis of international channels CGTN-English and CGTN-Russian “China Global Television Network”

Natalia S. GEGELOVA^{1,2}  , Du YUWEI¹

¹Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba
6 Miklukho-Maklaya St., Moscow, 117198, Russian Federation

²Moscow University named after A.S. Griboyedov
66A Green Ave., Moscow, 111396, Russian Federation

 mikhail0001@mail.ru

Abstract. The results of a comparative analysis of English and Russian international CGTN channels are presented. The research is based on a survey of citizens and analysis of materials from the Chinese database of scientific publications CNKI and the Russian database eLibrary. The purpose of research is to study the differences between CGTN's international communication strategies for Russian-speaking and English-speaking audiences, as well as to analyze the possibilities of China in this way to change the existing world order of information and communication. An integrated systematic approach is applied, interdisciplinary methods and techniques are used. The communication effect of CGTN work in Russian language in Russia is summarized. The work is intended for journalists, specialists in international relations, as well as relevant departments of the Russian Federation and the People's Republic of China to analyze and improve the level of international communication through television media.

Key words: CGTN, television, international communication, new media, media diplomacy

For citation: Gegelova, N.S., & Yuwei, Du. Comparative analysis of international channels CGTN-English and CGTN-Russian “China Global Television Network”. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(3): 607-617. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-607-617>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

В международной коммуникации телевизионные средства массовой информации могут сокращать дистанцию между странами и осуществлять взаимодействие иностранных культур – это основной канал для стран, осуществляющий межкультурную пропаганду. Чжао Кэцзинь, профессор Университета Цинхуа, определяет «медийную дипломатию» как правительство, манипулирующее за кулисами и использующее возможности СМИ для предоставления информации жителям других стран в определённой области, влияющая на общественное мнение и формирования поведения с целью завоевать дове-

рие жителей других стран, заручиться их поддержкой и укрепить контакты, а затем косвенно влиять на поведение правительств других стран [1].

В 1976 г. на Симпозиуме по вопросам коммуникации, проведённом неприсоединившимися странами, была предложена доктрина «Нового мирового порядка в области информации и коммуникаций». Другими словами, Британские и американские СМИ обладают значительной силой дискурса и инициативой в международной коммуникации. В настоящее время подавляющее большинство стран мира (включая все развивающиеся страны) стали пассивными получателями информации из немногочисленных ме-

диацентов (находящихся в развитых странах) [2]. Однако Al Jazeera в арабском мире и RT в России бросили серьёзный вызов многолетней монополии англоязычных СМИ на глобальное распространение информации.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

2 марта 2023 г. международная компания по оценке брендов Brand Finance опубликовала рейтинг Global Soft Power Index 2023. В опросе участвовало более 100 000 респондентов из 121 страны мира. В тройку лидеров вошли США, Великобритания и Германия. Китай занял пятое место с общим баллом 65,0, что ниже четвертого места в прошлом году. Конкретные индикаторы рейтинговой оценки индекса мягкой силы включают 12 аспектов¹ (табл. 1).

Таблица 1
Brand Finance по Глобальному
индексу мягкой силы стран
Table 1
Brand Finance by Global Country
Soft Power Index

Аспекты оценки	Оценка, баллы	Рейтинг
Знакомство (Familiarity)	8,4	4
Репутация (Reputation)	6,5	26
Влияние (Influence)	7,1	2
Бизнес и торговля (Business & trade)	7,7	3
Управление (Governance)	4,4	27
Международные отношения (International relations)	6,5	7
Культура и наследие (Culture & heritage)	5,3	10
СМИ и коммуникации (Media & communication)	4,0	24
Образование и наука (Education & science)	6,9	3
Люди и ценности (People & values)	3,6	95
Устойчивое будущее (Sustainable future)	5,7	23
Влияние Интернета (Netinfluence +/-)	16,9 %	77

¹ Brand Finance – ведущая в мире независимая консалтинговая компания по оценке брендов и стратегии. URL: <https://brandirectory.com/softpower/report>

Китай занимает высокие позиции в некоторых областях, таких как влияние, бизнес и торговля, образование и наука и т. д. Эти данные отражают экономическое развитие и жёсткую силу Китая в последние годы. Но в то же время по некоторым аспектам Китай не имеет высоких показателей. Среди них, например, «Люди и ценности» набрали всего 3,6 балла, заняв лишь 95 место в рейтинге, а «СМИ и коммуникации» набрали 4,0 балла, заняв 24 место в мире. Любые результаты ранжирования индекса подвержены определённым предубеждениям или отклонениям. Однако после горизонтального сравнения ранжирования различных показателей в Китае можно заметить, что Британские и американские СМИ всегда занимали доминирующее положение в международном общении, и Китаю трудно заявить о себе, поэтому изучение международной коммуникационной стратегии CGTN имеет большое практическое значение.

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

Источником данных для данного исследования является журнальная литература по исследованиям CGTN в Китае и России, на русском – взята из базы данных eLibrary, а на китайском – из CNKI. Дата начала поиска литературы – 28 марта 2023 г. Ограниченный тип документа – «Научная статья».

По ключевому слову «CGTN» был проведён поиск по русскоязычной литературе, всего было получено 203 статьи, из которых 19 действительных статей были опубликованы в 2017–2023 гг. Также был проведён поиск китайской литературы по ключевому слову «CGTN», и было получено в общей сложности 316 результатов, среди которых действительные статьи были опубликованы в 2017–2023 гг. (рис. 1).

Из табл. 1 видно, что с момента создания канала исследования CGTN привлекли внимание академического круга. Исследование международной коммуникации CGTN в Китае делится на два основных направления: с одной стороны, это исследование содержания, в котором в качестве примера рассматривается конкретный аспект CGTN, например, темати-

ческая программа или новостное событие. С другой стороны, это анализ содержания коммуникации CGTN, каналов коммуникации и построения платформы с точки зрения международной коммуникации, а также предложения для CGTN по улучшению его международной коммуникационной мощи.

На первый тип исследований приходится большая часть исследований CGTN в Китае.

Например, Вэй Сяо и Пань Пань проанализировали, как CGTN создаёт имидж Китая с помощью новостных сообщений на платформе Facebook* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), резюмировали стратегии и эффекты коммуникации в социальных сетях и предоставили рекомендации по оптимизации стратегий внешней коммуникации внешних средств массовой информации в социальных сетях [3]. У Минсу, Лю Цзыцзинь и Вэй Юйхун выбрали специальный национальный отчет «Две сессии» нового медиатерминала CGTN за 2018 г. в сочетании с конкретными отчетными случаями, подробно проанализировали характеристики интеграции и распространения текущих политических новостей и предложили меры по оптимизации [4].

Второй тип исследований в основном включает в себя: Цзян Хэпин – «Новостная коммуникация в эпоху конвергенции СМИ – на примере CGTN» [5], Ли Сюэцун «Состояние развития CGTN-English и предложения по оптимизации» и т. д. [6]. Эти статьи оказывают большое влияние на коммуникацию.

Исследования CGTN в российских академических кругах начались практически одновременно с исследованиями в Китае. Поскольку CGTN принадлежит национальному телеканалу Китая, российское академическое сообщество относительно невелико по количеству исследований, и большинство из них начинают с конкретных кейсов для контент-анализа.

* Соцсети Instagram* и Facebook* (принадлежат Meta**) запрещены в Российской Федерации. 21 марта 2022 г. компания Meta** признана в России экстремистской организацией и деятельность холдинга на территории РФ запрещена. Решение вынес Тверской суд Москвы и оно вступило в силу немедленно.

В научной работе Инь Жуюй анализируются состояния медиаактивности компании CGTN в социальной сети «Фейсбук»* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), а также стратегии и проблем этой активности [7].

Российские исследования в основном начинаются с анализа мягкой силы, как Китай может улучшить свою мягкую силу через СМИ.

Исследователь Ткачёва Н.В. пишет, что, приступив к реализации амбициозных планов ускоренного развития национальной системы массмедиа, включая инновационные и кинематограф, КНР удалось создать современную медиаиндустрию, способную потеснить монополию западных глобальных медиа в мировом информационном пространстве [8].

Для анализа новых медиаплатформ CGTN-English и CGTN-Русский для качественного и количественного анализа были



Рис. 1. Количество публикаций о телеканале CGTN в Китае и России. График составлен авторами

Fig. 1. The number of publications about the CGTN TV channel in China and Russia. Schedule compiled by the authors

* Соцсети Instagram* и Facebook* (принадлежат Meta**) запрещены в Российской Федерации. 21 марта 2022 г. компания Meta** признана в России экстремистской организацией и деятельность холдинга на территории РФ запрещена. Решение вынес Тверской суд Москвы и оно вступило в силу немедленно.

отобраны видеоролики, размещённые на русском и английском каналах CGTN в Facebook* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации) во время визита председателя КНР Си Цзиньпина в Россию с 20 по 22 марта 2023 г.

Это исследование в основном сопоставляет следующие аспекты: отличие в позиционировании двух каналов, анализ аудитории и результатов опроса, сравнение программ телеканалов, новые медиа.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Известно, что чёткое позиционирование способствует успеху новых медиагрупп. Об этом свидетельствует успех как RT, так и Al Jazeera. RT широко и эффективно выражает взгляды России на международные события и рассматривает изменение национального имиджа России и распространение новостей о России как чёткую стратегическую позицию. Мусульманская и арабская культуры – непреодолимая пропасть для британских и американских СМИ. Между людьми арабского мира, Европы и США нет средств связи. Al Jazeera ухватила за эту возможность и заполнила образовавшуюся пустоту.

Al Jazeera не следует за британскими и американскими СМИ, а уделяет внимание тому, чтобы найти уникальную точку зрения, сообщая новости, которые были проигнорированы западными СМИ с арабской точки зрения, и высказывая мнение, отличное от голоса западных СМИ.

Китай продолжает расширять своё влияние на мировую экономику, при этом формируя информационные потоки, которые направлены на изменение медиаландшафта. Это происходит благодаря ускоренному развитию международных СМИ, направленному на увеличение ресурсов «мягкой силы». Такие учреждения, как Центральное телевиде-

ние Китая (CCTV), Международное радио Китая (CRI), информационное агентство (ИА) «Синьхуа» и газета «Жэньминь жибао», формируют новостную повестку дня, альтернативную той, которую задают западные СМИ. Быстрое развитие китайских СМИ, направленных на зарубежную аудиторию, позволяет стране представлять собственное видение главных международных проблем и событий [9]. Телеканал CGTN для международной аудитории был основан 31 декабря 2016 г.

CGTN-English создан китайской глобальной телевизионной сетью с её превосходными ресурсами. Канал обозначен как комплексный, который в основном транслирует новостные программы на английском языке 24 часа в сутки. Его миссия – “see the difference”, и он будет работать 24 часа в сутки для основной зарубежной аудитории. Для достижения цели создания телеканала англоязычный канал CGTN имеет как китайскую, так и глобальную перспективу. Телестанции уделяют больше внимания глобализации, локализации и интеграции телестанций и сетей. CGTN выбрала дифференцированную связь в качестве направления своего будущего развития.

Программы CGTN производятся и транслируются по всему миру: 8 часов в Пекине, 8 часов в Северной Америке, 5 часов в Европе и 3 часа в Африке. Помимо производства и вещания по всему миру, CGTN-English считает себя голосом медиа развивающихся стран, представляемых Китаем, который стремится построить надёжный информационный канал и разрушить старый мировой порядок информации и коммуникации.

CGTN на русском имеет сильную региональную идентичность. Аудитория CGTN на русском сосредоточена в странах СНГ. Есть пять стран Центральной Азии, которые в основном исповедуют ислам, а также Россия, Беларусь и Украина, которые исповедуют православие, и Кавказский регион с множеством этнических групп. CGTN на русском должен удовлетворять потребности аудитории в русскоязычных странах, быть в курсе всевозможных новостей и информации, происходящих в русскоязычных регионах событиях, и, наконец, транслировать их в собст-

* Соцсети Instagram* и Facebook* (принадлежат Meta**) запрещены в Российской Федерации. 21 марта 2022 г. компания Meta** признана в России экстремистской организацией и деятельность холдинга на территории РФ запрещена. Решение вынес Тверской суд Москвы и оно вступило в силу немедленно.

венных программах каналов. Таким образом, CGTN на русском может синхронизироваться с эстетикой, мышлением и интересами зрителей в русскоязычных регионах. Поэтому первая цель, поставленная российским каналом, – «локализация». Политика развития «локализации» и стратегия реализации, сформулированные с учётом особенностей просмотра и привычек аудитории в русскоязычных регионах. «Локализация» CGTN выражается в сотрудничестве с русскоязычными регионами в плане планирования, съёмок, трансляции и маркетинга.

На уровне международных телеконтактов CGTN на русском предварительно сформировала различные формы сотрудничества, исходя из намерений разных регионов и разных партнёров и потребностей зрителей. Например, форма сотрудничества с российскими СМИ в основном основана на обмене программами, кроме Москвы, где контакты представляют собой сочетание в том числе обмена съёмочными группами и совместное производство программ. Форма сотрудничества с Кыргызстаном и другими странами в основном основана на совместном производстве программ. Форма сотрудничества с такими частями Европы, как Беларусь, Украина, представляет собой сочетание обмена съёмочными группами, обмена программами и совместного производства программ [10].

Главная цель CGTN – формирование позитивного образа КНР в глобальном медиапространстве, с одной стороны, и единого информационного пространства, позитивного для КНР, в рамках инициативы BRI² – с другой [11].

13 февраля 2023 г. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представил результаты опроса, посвящённого доверию россиян СМИ. Как показал январский опрос, уровень доверия россиян к различным видам СМИ серьёзно разнится, но приоритет по-прежнему сохраняется за традиционными медиа – телевидением³.

Можно отметить, что сегодня со стремительным развитием скорости методов распространения информации, телевизионные СМИ по-прежнему являются самым надёжным каналом получения информации аудиторией, полагающейся на его авторитет, профессионализм и сильную способность интеграции информации.

² В 2013 г. Китай предложил инициативу «Один пояс, один путь» (ОПОП) для улучшения связи и сотрудничества в трансконтинентальном масштабе.

³ ВЦИОМ: старейшая российская государственная исследовательская организация, регулярно проводящая социологические и маркетинговые исследования на основе опросов общественного мнения. URL: <https://wciom.ru/analyticalreviews/analiticheskii-obzor/doverie-smi-v-rossii>

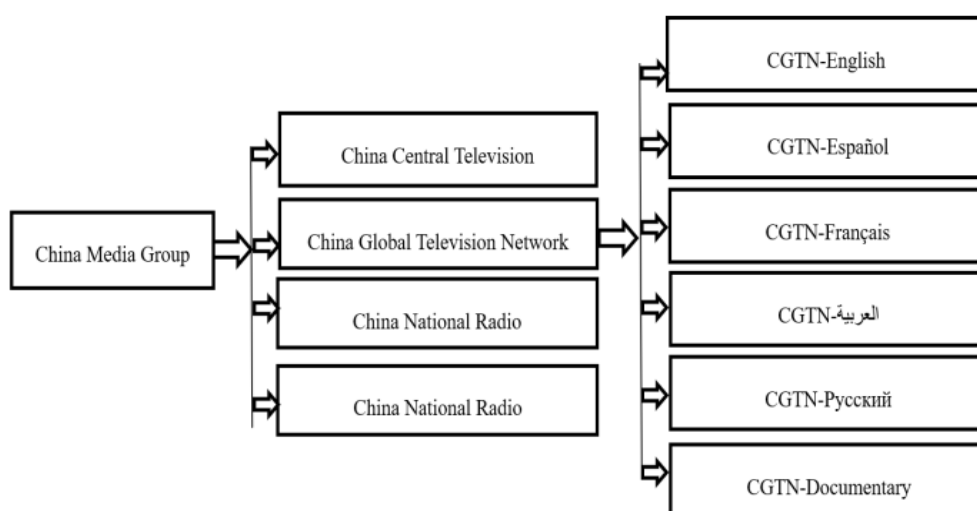


Рис. 2. Отношения между CGTN-English и CGTN на русском

Fig. 2. Relationship between CGTN-English and CGTN-Russian

Русскоязычная аудитория является важной группой в международной коммуникации Китая. Китай создал относительно полную международную систему СМИ, включающую различные формы, но нельзя отождествлять широкий охват и хороший эффект распространения. Международная коммуникация может быть принята и понята только путём предоставления контента, интересующего иностранную аудиторию.

Чтобы понять, что россияне знают о канале CGTN-русский, для сбора информации был проведён анкетный опрос. Всего в исследовании участвовало 100 человек, все они граждане России.

Во-первых, респондентов женского пола было 49 человек, что составило 70 % от общего числа опрошенных. Число респондентов-мужчин – 21 человек, что составляет 30 % от общего числа респондентов.

Во-вторых, с точки зрения возрастной группы, 27,14 % респондентов были в возрасте от 26 до 35 лет, затем 24,29 % респондентов в возрасте от 36 до 46 лет и такой же процент респондентов в возрасте от 46 до 55 лет.

В-третьих, с точки зрения образования, 30 % имели степень магистра или выше, 32,86 % имели степень бакалавра и 20 % – студенты или учащиеся вузов.

Только 12,8 % респондентов смотрели CGTN-русский. При выборе телепрограммы 80 % людей предпочитают новостные программы и около 30 % – сериалы и программы интервью. Почти 94,29 % из них уделяют больше внимания теме программы при просмотре телевизора. Они считают тему программы важным фактором, привлекающим их к просмотру. Что касается тем телепрограмм CGTN, то самой популярной темой для респондентов была культура и история – 65,71 %, затем путешествия и туризм – 58,57 %, повседневная жизнь и технологии заинтересовали 28,57 % зрителей.

Результаты этого анкетного опроса имеют большое значение для производства и программирования программ CGTN-русский. Документальные фильмы на исторические и культурные темы, показывающие изменение образа жизни через путешествия и еду, а

также новостные программы – всё это популярные направления для русскоязычной аудитории. На вопрос о том, что они хотели бы знать о новостях и информации в Китае, самой популярной оказалась государственная политика (61,43 %), за которой следует углублённое знание новостных событий (40 %). Объяснение политики китайского правительства является самой важной задачей новостных программ для официальных СМИ, поэтому глубокий подход к освещению новостей должен быть приоритетным для новостных программ CGTN-русский.

CGTN-English – это телевизионный канал, транслирующий в основном новости, комментарии и интервью. Более 95 % программ, транслируемых на канале, являются новостными. Они в основном производятся на основе глобальной ротации, опираясь на другие региональные подписки для усиления эффекта локализации программ. CGTN-English также создал брендинговые программы, такие как “The Point with Liu Xin”, “World Insight with Tian Wei” и “Closer to China with R.L. Kuhn”, которые названы в честь ведущих.

CGTN-русский делает упор на новостях, подкрепляя их культурными, сервисными и развлекательными программами. Поэтому CGTN-русский имеет широкий спектр программ в четырёх категориях: новости, тематические, развлекательные и обучающие. В начале работы канала программы выходили в эфир шестичасовыми блоками. Помимо новостных и информационных программ, которые обновляются своевременно, другие программы выходят в эфир один раз в день в первый раз и повторно транслируются три раза в день. В настоящее время новостными программами являются «Новость», «Диалог» и «Точка зрения». Тематические и документальные программы включают «Путь к успеху», «Документальные фильмы», «Калейдоскоп».

В последние годы, с расширением пространства и форм интеграции между телевидением и социальными медиа, учёные-исследователи больше не считают расширение телевидения основной функцией и единственным способом трансформации телевизионных медиа, а обращаются к изучению

особенностей совместного участия телевидения и новых медиа, в частности социальных медиа, для проведения исследований коммуникационных эффектов и социальных последствий многоэкранного взаимодействия и смены сцен [12].

В эпоху традиционных СМИ международная аудитория была связана с международным сообществом в основном через коммуникационные каналы, контролируемые СМИ, а информация, циркулирующая в этом канале, фильтровалась и обрабатывалась различными факторами, такими как политические намерения, пропагандистские указания и ценности [13]. Узость информационных каналов является важной причиной дисбаланса в потоке информации в международном общении. Появление социальных сетей расширило каналы распространения информации, поэтому официальные СМИ во всех странах придают большое значение социальным сетям.

CGTN – это глобальная новостная организация с телевизионными каналами в более чем 160 странах и регионах мира. Движимая волной конвергенции СМИ, CGTN также распространяет голос Китая через свою веб-страницу (CGTN.com), мобильные приложения, YouTube, Facebook* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), Twitter (заблокирован в России 4 марта 2022 г.) и другие платформы социальных сетей и имеет более 150 миллионов поклонников в мире, несмотря на то что большая часть этих онлайн-социальных сетей запрещены к использованию на территории Китая.

По состоянию на апрель 2023 г. российский канал CGTN имеет в общей сложности 1,911 млн подписчиков на четырёх зарубежных платформах социальных сетей:

Facebook* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), ВКонтakte, Twitter* (заблокирован в России 4 марта 2022 г.) и YouTube. YouTube, самый популярный в мире видеосайт, насчитывает более 2 млрд активных пользователей ежемесячно. По состоянию на 1 апреля 2023 г. за аккаунтом CGTN следят в общей сложности более 3 млн пользователей YouTube.

CGTN разработал стратегию развития “mobile-first”. В процессе производства новостей в первую очередь учитываются потребности мобильной платформы. В случае срочных новостей журналистам необходимо как можно быстрее отправить сжатую информацию на платформу с помощью мобильных устройств, чтобы воспользоваться самыми свежими новостями, а затем подготовить программы для телеканала и радио CGTN.

Разница в освещении новостей на Youtube между CGTN-English и CGTN-русский была проанализирована на примере визита председателя КНР Си Цзиньпина в Россию в марте 2023 г. На CGTN-English в период с 20 по 22 марта было размещено 24 видеоролика и создана рубрика, посвящённая этому визиту. Видеоролики варьировались от документального фильма о визите до глубокого анализа российско-китайских отношений с приглашёнными комментаторами. Также были размещены видеозаписи интервью с обычными россиянами и китайцами об их восприятии друг друга. Видеоролики в среднем набирают около 10 000 просмотров. CGTN-русский, с другой стороны, не имеет рубрики и опубликовал в общей сложности 30 видеороликов о визите. Однако в них не было глубокого обсуждения визита и интервью с простыми людьми. В среднем транслировалось около 1500 видеороликов.

* Соцсети Instagram* и Facebook* (принадлежат Meta**) запрещены в Российской Федерации. 21 марта 2022 г. компания Meta** признана в России экстремистской организацией и деятельность холдинга на территории РФ запрещена. Решение вынес Тверской суд Москвы и оно вступило в силу немедленно.

* Соцсети Instagram* и Facebook* (принадлежат Meta**) запрещены в Российской Федерации. 21 марта 2022 г. компания Meta** признана в России экстремистской организацией и деятельность холдинга на территории РФ запрещена. Решение вынес Тверской суд Москвы и оно вступило в силу немедленно.

ВЫВОДЫ

В институциональном плане телеканал CGTN получает финансовую поддержку от правительства Китая и является национальным телеканалом. В соответствии с основным принципом создания новостной станции все пять языковых каналов CGTN сосредоточены на новостных программах, при этом наиболее влиятельным является флагманский канал CGTN-English.

Все пять языковых каналов CGTN обладают сильной степенью независимости и автономии в сборе и редактировании новостей.

Они настаивают на самостоятельном сборе информации при освещении новостей и редко ретранслируют материалы других СМИ, представляя международной аудитории китайскую точку зрения и отличаясь по содержанию от британских и американских СМИ.

Стратегия внешней коммуникации CGTN-English основана на использовании социальных медиа и модели коммуникации «ТВ + Интернет». Международная коммуникация через социальные медиа преодолевает географические ограничения традиционных СМИ. Интерактивный и удобный характер социальных медиа также позволяет быстрее получать обратную связь от аудитории.

CGTN реализует конвергентную коммуникационную стратегию, которая с самого начала была разработана с учётом идеи конвергентных медиа, создавая новый, высоко интегрированный ландшафт международной коммуникации.

Медиацентр CGTN руководит производством и работой штаб-квартиры в Пекине, зарубежных филиалов и выпуском новостей и информации на пяти языках. Он предоставляет новости и информационные продукты, которые подходят для многоканального распространения на телевидении, в мобильной сети, мобильных клиентах и социальных сетях круглосуточно.

CGTN учитывает точку зрения аудитории и добивается точной коммуникации путём производства дифференцированного и отличительного коммуникационного контента. Это включает в себя привлечение местных сборщиков новостей и создание комплексной локализованной за рубежом модели работы и управления, которая отвечает привычкам местной аудитории. Использование местных журналистов при освещении международных новостей устраняет ощущение дистанции и оторванности от международной аудитории.

CGTN на русском уделяет особое внимание «локализации». CGTN-Russian сотрудничает с русскоязычными странами в области планирования программ, съёмок, постпродакшна и маркетинга, чтобы удовлетворить интересы русскоязычных зрителей. Помимо новостных программ, CGTN на русском создал серию телефильмов, документальных фильмов, интервью и эстрадных шоу, которые демонстрируют особенности Китая со всех сторон.

Эпоха конвергенции СМИ создала возможности для многих развивающихся стран и новых СМИ, включая CGTN, участвовать в международных коммуникациях. Как флагман международной коммуникации Китая, CGTN стал важным звеном в международной культурной коммуникации Китая через Facebook* (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации), Twitter* (заблокирован в России 4 марта 2022 г.) и другие социальные сети, играя ведущую и коммуникативную роль.

* Соцсети Instagram* и Facebook* (принадлежат Meta**) запрещены в Российской Федерации. 21 марта 2022 г. компания Meta** признана в России экстремистской организацией и деятельность холдинга на территории РФ запрещена. Решение вынес Тверской суд Москвы и оно вступило в силу немедленно.

Список источников

1. Чжао Кэцзинь. Медиадипломатия и её операционный механизм // Мировая экономика и политика. 2004. № 4. С. 21-26. [赵可金: 媒体外交及其运作机制. 世界经济与政治, 2004年第4期, 第21-26页]

2. Ли Айке, Ву Минсу, Чжао Пэн. Эволюция мирового порядка информационных коммуникаций и вклад Китая // Современная коммуникация. 2018. № 6. С. 65-75. [李艾珂吴敏苏赵鹏: 世界信息传播秩序演变与中国的贡献. 现代传播, 2018年第6期, 第65-75页]
3. Вэй Сяо, Пань Пань. Стратегия внешней коммуникации национального имиджа Китая в эпоху социальных сетей – на основе анализа отчётов Китая о зарубежных социальных сетях CGTN в 2017 году // Медиа. 2018. № 10. С. 79-81. [韦笑, 潘攀: 社交媒体时代中国国家形象的对外传播策略——基于2017年CGTN海外社交媒体的中国报道分析. 传媒, 2018年10月第1期, 第79-81页]
4. У Минсу, Лю Цзыцзинь, Вэй Юхун. Внешняя интеграция и распространение текущих событий и политических новостей Китая – на основе исследования специального отчёта о национальных «двух сессиях» 2018 года на новом медиа-терминале CGTN // Исследование телевидения. 2018. № 6. С. 25-28. [吴敏苏, 刘子衿, 魏雨虹: 中国时政新闻的对外融合传播——基于CGTN新媒体端2018年全国“两会”专题报道的研究. 电视研究. 2018年第6期, 第25-28页]
5. Цзян Хэтин. Новостная коммуникация в эпоху конвергенции СМИ – на примере CGTN // Исследование телевидения. 2017. № 6. С. 23-25. [江和平. 融媒体时代的新闻传播——以CGTN为例. 电视研究. 2017年第6期, 第23-25页]
6. Ли Сюэцзюн. Состояние развития CGTN-English и предложения по оптимизации // Глобальная коммуникация. 2019. № 3. С. 21-26. [李雪琼: CGTN英语频道发展现状和优化建议. 国际传播. 2019年第3期, 第21-26页]
7. Инь Жуюй. Формирование образа Китая на странице CGTN в социальной сети «Фейсбук»: результаты контент-анализа // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2017. № 2. С. 51-66. <https://elibrary.ru/yjtvlf>
8. Ткачёва Н.В. Национальные медиа как инструменты продвижения мягкой силы Китая // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2019. № 6. С. 94-128. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.6.2019.94128>, <https://elibrary.ru/daxgku>
9. Подоляк Д.В. СМИ как инструмент «мягкой силы» во внешней политике КНР // Общество: политика, экономика, право. 2018. № 11 (64). С. 41-44. <https://doi.org/10.24158/pep.2018.11.8>, <https://elibrary.ru/younnr>
10. Цзя Фан. Анализ межкультурной коммуникации телевизионных СМИ на примере российского канала CGTN // Технологическая коммуникация. 2015. № 6. С. 51-67. [贾凡: 电视媒体的跨文化传播分析——以央视俄语频道为例. 科技传播. 2015年6月上, 第51-67页]
11. Ярных В.И. Использование инструментов бренд-журналистики при формировании модели медиавлияния в информационном пространстве // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2019. С. 70-76. <https://doi.org/10.28995/2686-7249-2019-9-70-76>, <https://elibrary.ru/slfcbb>
12. Ма Юань. Размышления об изучении трансформации интеграции телевизионных СМИ и социальных медиа – Обзор на основе исследований отечественных и зарубежных учёных // Журналистика и писательское дело. 2019. № 5. С. 48-51. [马原: 关于电视媒体与社交媒体融合转型研究的思考——基于国内外研究学者的研究综述. 新闻与写作. 2019年第5期, 第48-51页]
13. Лю Сяо, Дун Цзымин. Дисбаланс и сдержки и противовесы: теоретический взгляд на операционный ландшафт государственной коммуникации // Вестник Сычуаньского университета. 2017. № 3. С. 73-81. [刘肖, 董子铭: 失衡与制衡: 国际传播运行格局的理论透视. 四川大学学报(哲学社会科学版). 2017年第3期, 第73-81页]

References

1. Zhao Kejin. Media diplomacy and its operation mechanism. *World Economy and Politics*, 2004, no. 4, pp. 21-26. (In Chinese).
2. Li Aike, Wu Minsu, Zhao Peng. The evolution of the world information communication order and China's contribution. *Modern Communication*, 2018, no. 6, pp. 65-75. (In Chinese).
3. Wei Xiao, Pan Pan. External communication strategy of China's national image in the social media era – based on the analysis of China's reports on CGTN's overseas social media in 2017. *Media*, 2018, no. 10, pp. 79-81. (In Chinese).
4. Wu Minsu, Liu Zijin, Wei Yuhong. External integration and dissemination of China's current affairs news – a study based on the special report of the 2018 National “Two Sessions” on the CGTN new media terminal. *TV Research*, 2018, no. 6, pp. 25-28. (In Chinese).

5. Jiang Heping. News communication in the age of convergent media – taking CGTN as an example. *Television Research*, 2017, no. 6, pp. 23-25. (In Chinese).
6. Li Xueqiong. CGTN English channel development status and optimization suggestions. *International Communication*, 2019, no. 3, pp. 21-26. (In Chinese).
7. Yin Ruyu. Creating the image of China on the CGTN page on Facebook*: results of a content analysis. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistsika = Lomonosov Journalism Journal*, 2017, no. 2, pp. 51-66. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yjtvlf>
8. Tkacheva N.V. National media as a promotional tool of China's soft power. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistsika = Lomonosov Journalism Journal*, 2019, no. 6, pp. 94-128. (In Russ.) <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.6.2019.94128>, <https://elibrary.ru/daxgku>
9. Podolyak D.V. Media as a soft power tool in the PRC's foreign policy. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo = Society: Politics, Economics, Law*, 2018, no. 11 (64), pp. 41-44. (In Russ.) <https://doi.org/10.24158/pep.2018.11.8>, <https://elibrary.ru/younnr>
10. Jia Fan. Analysis of intercultural communication of TV media – taking the Russian channel of CCTV as an example. *Science and Technology Communication*, 2015, no. 6, pp. 51-67. (In Chinese).
11. Yarnykh V.I. Brand journalism tools in the formation of the media influence model in information space. *Vestnik RGGU. Seriya: Literaturovedenie. Yazykoznanie. Kul'turologiya = RGGU Bulletin. Series: Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies*, 2019, pp. 70-76. <https://doi.org/10.28995/2686-7249-2019-9-70-76>, <https://elibrary.ru/slfcb>
12. Ma Yuan: Thoughts on research on the integration and transformation of TV media and social media – based on the research reviews of domestic and foreign scholars. *News and Writing*, 2019, no. 5, pp. 48-51. (In Chinese).
13. Liu Xiao, Dong Ziming. Imbalance and check and balance: a theoretical perspective on the operation pattern of international communication. *Journal of Sichuan University (Philosophy and Social Science Edition)*, 2017, no. 3, pp. 73-81. (In Chinese).

* Соцсети Instagram* и Facebook* (принадлежат Meta**) запрещены в Российской Федерации. 21 марта 2022 г. компания Meta** признана в России экстремистской организацией и деятельность холдинга на территории РФ запрещена. Решение вынес Тверской суд Москвы и оно вступило в силу немедленно.

Информация об авторе

Гегелова Наталья Сергеевна, доктор филологических наук, профессор кафедры массовых коммуникаций, Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы; профессор кафедры теории и практики журналистики, современных медиакоммуникаций, Московский университет им. А.С. Грибоедова, г. Москва, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0003-1329-0169>, mikhail0001@mail.ru

Вклад в статью: общая концепция статьи, написание части текста, редактирование текста статьи.

Ду Юйвэй, аспирант, кафедра массовых коммуникаций, Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, г. Москва, Российская Федерация, 1042228058@rudn.ru

Вклад в статью: идея, сбор и анализ материала, написание части текста.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 26.04.2023

Поступила после рецензирования 17.06.2023

Принята к публикации 22.06.2023

Information about the author

Natalia S. Gegelova, Dr. habil. (Philology), Professor of Mass Communications Department, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba; Professor of Theory and Practice of Journalism, Modern Media Communications Department, Moscow University named after A.S. Griboyedov, Moscow, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0003-1329-0169>, mikhail0001@mail.ru

Contribution: main study conception, part manuscript text drafting, manuscript text editing.

Du Yuwei, Post-Graduate Student, Mass Communications Department, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation, 1042228058@rudn.ru

Contribution: idea, material acquisition and analysis, part manuscript text drafting.

There is no conflict of interests.

Received April 26, 2023

Revised June 17, 2023

Accepted June 22, 2023