

УДК 654.197

EDN [SDBOBE](#)

DOI [10.17150/2308-6203.2023.12\(2\).347-359](#)

Научная статья



## **«CGTN на русском» на видеохостинге *YouTube* в контексте сравнения с другими международными каналами**

**Чжан Мэн**

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, [1065704486@qq.com](mailto:1065704486@qq.com)

**Аннотация.** В настоящее время взаимодействие международных телевизионных каналов с *YouTube* является актуальной проблемой для исследования. Это связано прежде всего с расширением возможностей для привлечения аудитории, формирования имиджа страны и конкуренции за право говорить. В статье представлены результаты анализа работы китайского телеканала «CGTN на русском» на видеохостинге *YouTube*. Канал анализируется в контексте сравнения его с другими международными телеканалами, которые имеют русскоязычное вещание. В частности, речь идет о «*BBC News* — Русская служба» и «*Euronews* по-русски». В период с 16 декабря 2016 г. (дата регистрации канала) по 5 января 2023 г. были изучены все видео с более чем 100 000 просмотров на *YouTube*-канале «CGTN на русском» и классифицированы по просмотрам, продолжительности видео и тематике. Всего автором был проанализирован 171 материал. Результаты исследования показали: 1. Исходя из полученных данных, телевизионный канал недостаточно хорошо понимает специфику *YouTube* и процессы конвергенции. 2. С точки зрения русскоязычных аккаунтов *YouTube*, все еще существует разрыв между *CGTN* и СМИ в развитых странах. 3. Для того, чтобы увеличить количество просмотров видео и привлечь больше зрителей на платформе *YouTube*, русскоязычный канал Китая активно развивает контент, объединяет текущие и локальные события русскоязычных стран, и приносит эксклюзивный контент для местной аудитории. 4. Одной из наиболее очевидных целей международного вещания является пропаганда. В стратегию контента канала *CGTN* входит продвижение российско-китайской дружбы и имиджа Китая. 5. Как официальный телеканал Китая, *CGTN* следует чаще использовать метод «встраивания мнений в материалы» и выражать свою позицию и предложения, сообщая и интерпретируя международные горячие точки.

**Ключевые слова.** Журналистика, международные СМИ, *CGTN*, *YouTube*, видеохостинг.

**Финансирование.** Автор спонсируется Китайским стипендиальным советом (CSC). Номер проекта: 201908090327.

**Информация о статье.** Дата поступления 10 января 2023 г.; дата поступления после доработки 18 января 2023 г.; дата принятия к печати 30 января 2023 г.; дата онлайн-размещения 23 июня 2023 г.

Original article

## TV Channel *CGTN-Russian* on Video Hosting *YouTube* in the Context of Comparison with Other International Channels

Zhang Meng

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation,  
[1065704486@qq.com](mailto:1065704486@qq.com)

---

**Abstract.** Currently, the interaction of international television channels with YouTube is a topical research issue. This is primarily due to the expansion of opportunities to attract the audience, the formation of the country's image and competition for the right to speak. The article presents the results of the analysis of the Chinese TV channel “CGTN in Russian” on the video hosting site *YouTube*. The channel is analyzed in the context of comparing it with other international TV channels, which have Russian-language broadcasting. In particular, this refers to “*BBC News — Russian Service*” and “*Euronews in Russian*”. In the period from December 16, 2016 (channel registration date) to January 5, 2023, all videos with more than 100,000 views on the YouTube channel “CGTN in Russian” were studied and classified by views, video duration and subject matter. In total, the author analyzed 171 materials. The results of the study showed the following: 1. Based on the obtained data, the TV channel does not understand the specifics of *YouTube* and the processes of convergence well enough. 2. From the point of view of Russian-language *YouTube* accounts, there is still a gap between *CGTN* and media in developed countries. 3. In order to increase video views and attract more viewers on the *YouTube* platform, China's Russian-speaking channel is actively developing content, integrating current and local events of Russian-speaking countries, and bringing exclusive content to the local audience. 4. One of the most obvious goals of international broadcasting is propaganda. *CGTN* channel's content strategy includes promoting Russian-Chinese friendship and China's image. 5. As China's official TV channel, *CGTN* should more often use the method of “embedding opinions into materials” and express its position and proposal by reporting and interpreting international hotspots.

**Keywords.** Journalism, international media, *CGTN*, *YouTube*, video hosting.

**Funding.** The author is sponsored by the China Scholarship Council (CSC).  
Project number: 201908090327.

**Article info.** Received January 10, 2023; revised January 18, 2023; accepted January 30, 2023; available online June 23, 2023.

---

### Введение

В настоящее время взаимодействие международных телевизионных каналов с *YouTube* является актуальной проблемой для исследования. Это связано прежде всего с расширением возможностей для привлечения аудитории, форми-

рования имиджа страны и конкуренции за право говорить. Современные телеканалы с международным вещанием, такие как китайский телеканал *CGTN*, российский *RT*, американский *CNN*, являются важными инструментами пропаганды образа страны в сознании аудитории. Однако в усло-

виях глобализации международная модель распространения информации характеризуется дисбалансом и непоследовательностью. Информация основана зачастую на одностороннем распространении от развитых стран к развивающимся странам. Развивающиеся страны пока слабо представлены в мировой системе передачи информации.

В последние годы в целях защиты основных национальных интересов развивающиеся страны используют СМИ для расширения своих международных коммуникационных возможностей. Например, Китай использует *CGTN* для повышения собственного имиджа и разрушения стереотипов. *CGTN (China Global Television Network)* — китайский международный телеканал, ведущий трансляции на английском, русском, испанском, французском, арабском языках. «*CGTN на русском*» — международный телеканал, вещающий на русском языке. Сегодня китайские СМИ продолжают обращать внимание на создание и развитие собственных онлайн-версий, а потом еще и осваивать платформы *YouTube* для продвижения своих цифровых проектов и расширения аудитории за рубежом, в том числе и в России.

Платформа *YouTube* является крупнейшим видеохостингом в мире. Появившись в 2005 г. в США, видеохостинг очень быстро расширил сферу своего географического присутствия за счет возможности пользоваться сервисом в разных странах с использованием национальных языков [1]. Видеосервис *YouTube* стал одним из наиболее значимых явлений в медиамире, и традиционное телевидение вынуждено считаться с этим фактом. Многие меди-

акомпании создают официальные аккаунты на *YouTube*, осуществляя продвижение собственных материалов через сервис [2]. Не является исключением и телевизионный канал *CGTN*. *YouTube*-канал «*CGTN на русском*» был зарегистрирован 16 декабря 2016 г. и на данный момент имеет более 246 000 подписчиков. Основной аудиторией являются зрители, чьим родным или вторым языком является русский язык. *YouTube*-канал *CGTN* как окно для экспорта имиджа страны является важным инструментом пропаганды и международного общения Китая [3].

#### **Методология, объект, предмет и цель исследования**

В качестве основного метода исследования был использован контент-анализ выбранного эмпирического материала. Научную основу исследования составили работы российских и зарубежных исследователей, в частности работы Г.Г. Щепиловой, Л.А. Кругловой, С.А. Вартанова, В.А. Константюк, И.И. Волковой, А.А. Фокина, А.О. Кональцевой, Н.В. Ткачевой, А.Г. Верника, Цзан Синьхэн и Лу Синьрань.

С приходом интернета телевидение потеряло монополию на распространение видеоконтента [4]. Традиционные телеканалы и их аккаунты на *YouTube* не раз становились объектом изучения исследователей. В частности, В.А. Константюк рассмотрела «*YouTube*-площадку как новую форму медиатизации» [5]. Эпоху интернет-визуальности изучал А.А. Фокин. Он отмечал, что «*YouTube* является точкой пересечения профессионального и любительского контента» [6]. И.И. Волкова обращала внимание на такие тенден-

ции, как стабильное уменьшение аудитории телеканалов и рост доверия к *YouTube*-каналам [7]. Л.А. Круглова и А.О. Коновальцева изучали российские телевизионные каналы на *YouTube* и отмечали, что «на большинстве каналов присутствует накрутка ботами просмотров и лайков, вследствие чего видео не выходят в раздел “тренды *YouTube*”» [8].

Стоит отметить, что в последние годы появились работы, которые посвящены анализу создания профессионального интернет-контента (на примере телеканалов «Дождь» и *Russia Today*) [9], а также анализу русскоязычных разговорных радиостанций с *YouTube*-платформой [10]. Но *CGTN* на *YouTube*, особенно его русскоязычный канал «*CGTN* на русском», в целом, продолжает оставаться слабоизученными в академической сфере.

Через поиск в российских и зарубежных научных базах данных можно найти следующие работы о *CGTN*: «Основные каналы внешней коммуникации в Китае» в работе Ван Юе [11], «Особенности использования национальных медиа Китая в качестве инструментов продвижения мягкой силы» в работе Н.В. Ткачевой [12], «Исследование стратегии продвижения бренда *CGTN*» в работе Ду Ифэй [13], «Развитие англоязычного канала *CGTN*» в работе Ли Сюэцун [14].

Цюй Ц. считает, что китайские СМИ освещают различные темы для зарубежной аудитории, уделяя особое внимание позитивному контенту, что в свою очередь указывает, что «целью внешней пропаганды любых национальных СМИ является формирование положительного имиджа своей страны на международной арене» [15]. Цзян Х. предлагает че-

тыре типа мышления, которые необходимы Китаю в международной коммуникации: глобальное мышление, локальное мышление, цифровое мышление и деловое мышление [16]. Чжоу Т. и Гун Ю. провели сравнительный анализ между *CGTN*, *CNN* и *BBC*. Они провели исследование относительно освещения темы коронавируса международными СМИ и пришли к выводу, что *CNN* и *BBC* все еще являются сильными основными СМИ в международной среде. Хотя *CGTN* продемонстрировал свои способности широко распространяться, все еще существует разрыв между этим телеканалом и основными СМИ в развитых странах [17].

А.Г. Верник рассказывал об особенностях использования видеохостинга *YouTube* для продвижения собственных материалов *RT*. Он указывает, что «среди телевизионных каналов, которые активно принимают участие в “правильном”, идеологически верном наполнении информационного пространства, можно назвать *CNN* (США), *BBC* (Великобритания), *Deutsche Welle* (Германия), а также *EuroNews* (Евросоюз). Все эти каналы неоднократно были уличены в искажении фактов для достижения целей информационной политики собственных стран» [18]. Как видно из приведенного выше обзора научной литературы об объекте нашего исследования, подходы к анализу его контента самые разнообразные и порой не состыкуются друг с другом. Мы выделили несколько критериев для анализа материала. Среди них: время существования канала на видеохостинге, количество подписчиков, самые просматриваемые видео, хронометраж видеоконтента, основные тематиче-

ские блоки. Все эти критерии дают представление о контентных стратегиях телеканала и являются **предметом исследования**.

Стоит упомянуть, что англоязычную версию *YouTube*-канала *CGTN* проанализировали Цзан Синьхэн и Лу Синьрань [19], но русскоязычная версия канала еще не анализировалась. В этом заключается научная новизна исследования и его актуальность. Целью данного исследования был анализ контента русскоязычного канала «*CGTN* на русском» на площадке *YouTube*. **Объектом исследования** стали материалы на *YouTube*-канале «*CGTN* на русском». В период с 16 декабря 2016 г. (дата регистрации канала) по 5 января 2023 г. в статье были изучены все видео с более чем 100 000 просмотров на *YouTube*-канале «*CGTN* на русском». Всего в поле исследования оказался 171 материал.

### Результаты исследования

Так как *CGTN* не является единственным среди русскоязычных за-

рубежных телеканалов на *YouTube*, то мы сочли необходимым сравнить «*BBC News — Русская служба*», «*Euronews по-русски*» с каналом «*CGTN* на русском» по дням регистрации, количеству просмотров и количеству подписчиков (табл. 1). В то же время автор также сравнила их самые просматриваемые видео на аккаунтах *YouTube* (табл. 2).

«*CGTN* на русском» открыл свой канал на *YouTube* значительно позднее, чем его основные конкуренты. Возможно, этим обстоятельством можно объяснить и тот факт, что китайский канал проигрывает европейским каналам и в количестве просмотров, и в количестве подписчиков.

По состоянию на 5 января 2023 г. у канала «*BBC News — Русская служба*» насчитывается 2,02 млн подписчиков, у «*Euronews по-русски*» — 1,28 млн подписчиков, а у «*CGTN* на русском» — лишь 246 000 подписчиков. У самого популярного видео «*CGTN* на русском» также наименьшее количество просмотров — 2 455 619 просмотров, а у самого популярного видео

Таблица 1 / Table 1

### Количество просмотров и подписчиков на аккаунтах *YouTube* по состоянию на 5 января 2023 г.

#### Number of Views and Subscribers on *YouTube* Accounts as of January 5, 2023

Аккаунты <i>YouTube</i> / <i>YouTube</i> accounts	Дата регистрации / Date of registration	Количество просмотров / Number of views	Подписчики (млн чел.) / Subscribers (million people)
<i>BBC News</i> - Русская Служба / <i>BBC News</i> - Russian Service	26.02.2007	700 312 838	2,02
<i>Euronews</i> по-русски / <i>Euronews</i> in Russian	30.05.2007	673 535 902	1,28
<i>CGTN</i> на русском / <i>CGTN</i> in Russian	16.12.2016	93 478 893	246 000 п

Таблица 2 / Table 2

**Самое просматриваемое видео на YouTube-аккаунтах.  
Мониторинг января 2023 г.**

**Most Viewed Video on YouTube Accounts. Monitoring January 2023**

Аккаунты <i>YouTube</i> / <i>YouTube</i> accounts	Название самого про- сматривае- мого видео / Name of most viewed video	Дата пу- бликации / Publication date	Просмо- тры / Views	Хрономе- траж / Timing	Количество коммен- тариев / Number of comments
<i>BBC News</i> — Русская служба / <i>BBC News</i> — Russian Service	Пародию на танец Медведева убрали из эфира — BBC Russian	12.08.2014	15 316 578	1 мин. 28 сек.	Коммента- рии к видео отключены.
<i>Euronews</i> по-русски / <i>Euronews</i> in Russian	“Валентинка” во всех от- тенках серо- го — cinema	12.02.2015	6 377 989	2 мин. 39 сек.	124
<i>CGTN</i> на русском / <i>CGTN</i> in Russian	Как исчезают пустыни?	01.06.2019	2 455 619	3 мин. 06 сек.	3 395

«*BBC News* — Русская служба» — 15 316 578 просмотров. Довольно очевидно, что с точки зрения русскоязычных аккаунтов *YouTube*, все еще существует разрыв между *CGTN* и СМИ в развитых странах. Подобная диспропорция обозначает заметный разрыв в аудиторном охвате.

Что касается комментариев к трем видео, комментарии к самому популярному видео «*BBC News* — Русская служба» отключены. У самого популярного видео «*Euronews* по-русски» всего 124 комментария, а у самого популярного видео «*CGTN* на русском» — «Как исчезают пустыни?»<sup>1</sup> — больше всего коммен-

тариев — 3 395. Видео показывает, что в Китае процесс опустынивания сдерживается довольно эффективно, некоторые пустыни уже почти исчезли. В этой грандиозной битве участвуют миллионы обычных людей, которые прикладывают невероятные усилия, занимаясь озеленением своей территории. Из 3 395 комментариев большинство носят позитивный характер. Например, пользователь под никнеймом Игорь Брудс написал: «Я только что увидел настоящего человека. Спасибо! Спасибо за то что выполняешь самую важную роль в жизни каждого из нас. Роль охранителя нашей планеты.».

А самое просматриваемое видео «*Euronews* по-русски» посвящено премьере фильма «Пятьдесят от-

<sup>1</sup> Как исчезают пустыни? // *CGTN* на русском. 2019. 01 июня. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zl-QWTAYEwo&t=98s>.

тенков серого». Можно обнаружить, что в разделе комментариев к видео много негативных отзывов из-за репутации фильма. Например, пользователь под никнеймом *Faulkner Laird* написал: «*Не вижу тут особого повода для освещения, фильм никакой глубины за собой не несет.*» Автор считает, что видео *CGTN* имеет наименьшее количество просмотров, но больше комментариев, это связано с тем, что тема охраны окружающей природной среды тесно связана с каждой страной. Это также показывает важность высококачественного и оригинального контента на платформе *YouTube* для привлечения аудитории к обсуждениям.

Далее мы подробно останавливаемся на анализе материалов китайского телеканала. Как уже отмечалось ранее, анализируется 171 материал на *YouTube*-канале «*CGTN на русском*» в период с 16 декабря 2016 г. по 5 января 2023 г. Выборка была сделана на основании того, что каждое видео набрало не менее 100 000 просмотров. Классификация видео по просмотрам представлена в табл. 3.

Анализируя данные, приведенные в таблице, можно заметить, что на ка-

нале количество видео с количеством просмотров более двух миллионов очень мало, всего два. Больше всего видео с просмотрами от 100 000 до 1 млн, на которые приходится 88 %. Видео с более чем миллионом просмотров входят в Топ-20 видео.

Классификация 171 видео *YouTube*-канала «*CGTN на русском*» по продолжительности видео представлена в табл. 4. Нетрудно заметить, что на канале больше всего видео продолжительностью более 300 секунд (30 %). Видео продолжительностью менее 30 секунд меньше всего — 2 %.

Чтобы получить более глубокое понимание о контенте телеканала *CGTN* на платформе *YouTube*, автор делит 171 материал на девять категорий в зависимости от их содержания: новости, социальная жизнь, культура и развлечения, документальный фильм, природа, мультфильм, эксклюзив, интервью и другие. Классификация видео по тематике представлена в табл. 5.

Анализируя данные, приведенные в таблице, можно заметить, что на канале большое количество видео посвящено рубрике «Эксклюзив», которые относятся к серии

Таблица 3 / Table 3

**Классификация видео *YouTube*-канала «*CGTN на русском*» по просмотрам**

**Classification of the Video of the *YouTube* Channel “*CGTN in Russian*” by Views**

Число просмотров видео / Number of video views	Количество видео / Number of videos	%
Более 2 млн / Over 2 million	2	1
От 1 до 2 млн / 1 to 2 million	18	11
От 100 000 до 1 млн / From 100,000 to 1 million	151	88

Таблица 4 / Table 4

**Классификация видео YouTube-канала «CGTN на русском»  
по продолжительности видео**  
**Video Classification of the YouTube Channel “CGTN in Russian”  
by Video Duration**

Продолжительность (секунд) / Duration (seconds)	Количество / Quantity	%
30 и менее / 30 or less	4	2
30–60	32	19
60–120	35	20
120–180	24	14
180–240	19	11
240–300	6	4
Более 300 / Over 300	51	30

Таблица 5 / Table 5

**Классификация видео YouTube-канала «CGTN на русском»  
по тематике**  
**Classification of the YouTube-Channel Video “CGTN in Russian”  
by Topic**

Тематика / Subject	Количество / Quantity	%
Новости / News	53	31
Социальная жизнь / Social life	24	14
Культура и развлечения / Culture and entertainment	12	7
Документальный фильм / Documentary	9	5
Природа / Nature	5	3
Мультфильм / Cartoon	3	2
Эксклюзив / Exclusive	57	33
Интервью / Interview	5	3
Другие / Other	3	2

«Дневник Маслака» — эксклюзивный материал CGTN с передовых позиций российских военных на южном участке линии фронта. Среди них самым просматриваемым видео является «Ответный огонь: репортер CGTN показал сражение сил ополчения Донецка и ВСУ»<sup>2</sup>. В видео

репортеру CGTN Дмитрию Маслаку удалось запечатлеть дальнейшее продвижение по линии фронта под Донецком. В результате исследования выяснилось, что с точки зрения настройки контента, CGTN принимает дифференцированную коммуникационную стратегию для разных

<sup>2</sup> #ДневникМаслака #21 Ответный огонь : репортёр CGTN показал сражение сил ополчения Донецка и ВСУ // CGTN на

русском. 2022. 28 марта. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=JK9edfE1z-c&t=82s>.



аудиторий и разных регионов, начиная с локальных событий и выделяя локализованные услуги [20].

Видео к серии «Дневник Маслака» с локальных событий занимает второе место среди всех видео по количеству просмотров. Видео имеет 1 529 комментариев и более 30 000 лайков. Можно заметить, что многие пользователи оставили комментарий «Берегите себя» под видео. В частности, пользователь под никнеймом *AI X* написал: «*Дмитрий, молодец! Такие репортажи, просто супер*». Пользователь *Vitaly 123* также сказала: «*Какая тяжелая и ответственная работа для журналиста. Спасибо за репортаж!*» Кроме того, среди Топ-20 видео «CGTN на русском» всего есть 15 эксклюзивных видео о «Дневнике Маслака», что составляет 75 %.

«CGTN на русском» также занимается продвижением имиджа Китая в сознании русскоязычной аудитории. Например, для продвижения уникальной культуры Китая, CGTN выпустил такие видео, как «Ланьчжоуская лапша с говядиной»<sup>3</sup>, «Смотрите выступление с копьем чемпионки Китая по ушу-таолу — Кан Вэньцун»<sup>4</sup>, документальный фильм «Китай на кончике языка» и т.д.

«CGTN на русском» также транслирует российско-китайскую дружбу аудитории с помощью мультфильма российско-китайского сотрудничества. Например, видео «Встречайте, трейлер к первому российско-

китайскому мультфильму «Панда и Крош»»<sup>5</sup>. Это первый российско-китайский мультфильм по мотивам известных в России и в Китае «Смешариков». Мультсериал создают российская группа компаний «Рики» и китайская Animation CCTV.

Довольно очевидно, что пропаганда — одна из самых очевидных целей международных телеканалов. Хотя «*BBC News — Русская служба*» и «*Euronews по-русски*» в основном фокусируются на новостях, на каналах также есть видео, пропагандирующие свои культуры. Например, видео *BBC* «Петербург–Лондон: столицы двух империй»<sup>6</sup> показывает взгляд на Лондон глазами петербуржца. В этой серии четыре видео, всего 3 580 просмотров; видео *Euronews* «*Rendez-Vous: искусство и культура Европы за неделю*»<sup>7</sup> рассказывает о выставке «Солнце — источник света в искусстве» в потсдамском музее Барберини (1 265 просмотров).

## Выводы

Взаимодействие международных телевизионных каналов с *YouTube* является актуальной проблемой для исследования. Результаты исследования показали, что деятельность телеканала *CGTN* на *YouTube* оставляет желать лучше-

<sup>5</sup> Встречайте, трейлер к первому российско-китайскому мультфильму «Панда и Крош» // CGTN на русском. 2017. 14 сент. 2017. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wZbnYgpWBSA>.

<sup>6</sup> Петербург-Лондон: столицы двух империй // BBC News - Русская служба. 2015. 19 окт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wZbnYgpWBSA>.

<sup>7</sup> Rendez-Vous: искусство и культура Европы за неделю // Euronews по-русски. 2023. 03 марта. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=R2YNg2i0i8&t=66s>.

го. Исходя из полученных данных, количество просмотров и подписчиков «*BBC News — Русская служба*» и «*Euronews по-русски*» намного выше, чем «*CGTN на русском*». Подобная диспропорция обозначает заметный разрыв в аудиторном охвате.

Хотя китайский канал проигрывает европейским каналам и в количестве просмотров, и в количестве подписчиков, автор проанализировала самые просматриваемые видео трех каналов и заметила, что видео *CGTN* «Как исчезают пустыни?» получил наибольшее количество комментариев. Из 3 395 комментариев большинство выражают положительные эмоции. Это показывает важность высококачественного и оригинального контента на платформе *YouTube* для привлечения аудитории к обсуждениям.

Телевизионный канал недостаточно хорошо понимает специфику *YouTube* и процессы конвергенции. На канале количество видео с более чем двумя миллионами просмотров очень мало, всего два. Но в 2022 г. количество просмотров *CGTN* увеличено за счет эксклюзивного контента «Дневника Маслака». Сегодня среди Топ-20 видео есть 15 эксклюзивных видео о «Дневнике Маслака»

(75 %). Это показывает, что на русскоязычном канале Китая основное внимание уделяется динамике русскоязычных стран, которая приносит эксклюзивный контент для местной аудитории.

Помимо разработки эксклюзивного контента, в стратегию контента канала также входит продвижение российско-китайской дружбы и имиджа Китая, а также использование позитивного языка и контента для продвижения уникальной культуры. Как видно из вышесказанного, видеоконтент *CGTN* очень богат и разнообразен, что отражает глобальное мышление и локальное мышление в его коммуникационной стратегии.

По мнению автора, для того, чтобы увеличить количество просмотров видео и привлечь больше зрителей на *YouTube*, «*CGTN на русском*» должна активно развивать контент, объединять текущие и локальные события, и использовать интерактивные инструменты социальных сетей. Кроме того, *CGTN* следует чаще использовать метод «встраивания мнений в материалы» и выражать свою позицию и предложения, сообщая и интерпретируя международные горячие точки, чтобы лучше доносить до мира свои голоса.

### Список использованной литературы

1. Щепилова Г.Г. Рекламные возможности блогосферы на платформе YouTube / Г.Г. Щепилова, В.С. Огурцова. — DOI 10.17150/2308-6203.2021.10(4).792-806. — EDN [AKJSVU](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2021. — Т. 10, № 4. — С. 792–806.
2. Круглова Л.А. Телеканалы в эфире и на YouTube: специфика взаимодействия на примере «России К» и ARTE / Л.А. Круглова, А.С. Артес. — DOI 10.25205/1818-7919-2019-18-6-139-149. — EDN [WEWEVA](#) // Вестник Новосибирского государственного университета Серия: История, филология. — 2019. — Т. 18, № 6. — С. 139–149.
3. Чжан Мэн. Анализ освещения визита Владимира Путина в Китай телеканалами RT и CGTN / Чжан Мэн. — DOI 10.15826/izv1.2022.28.4.066. — EDN [RCYTAF](#) // Известия Уральского государственного университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. — 2022. — Т. 28, № 4. — С. 64–69.

4. Вартанов С.А. Телевизионные измерения в эпоху Big Data: концепции и примеры / С.А. Вартанов. — EDN [YTOBOH](#) // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2017. — № 3. — С. 37–58.
5. Константиук В.А. YouTube: желание в медиа и серийность / В.А. Константиук. — EDN [PCOQJX](#) // Международный журнал исследований культуры. — 2012. — № 3 (8). — С. 42–51.
6. Фокин А.А. Эпоха Интернет-визуальности: YouTube, Instagram, GIF, Soub / А.А. Фокин. — EDN [RBLBBD](#) // Челябинский гуманитарий. — 2013. — № 2 (23). — С. 80–86.
7. Волкова И.И. Телеканалы на YouTube: причины неэффективности / И.И. Волкова. — EDN [WEUQLA](#) // Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 6-8 февр. 2019 г. — Москва, 2019. — С. 468–469.
8. Круглова Л.А. Российские телевизионные каналы на платформе YouTube / Л.А. Круглова, А.О. Коновальцева. — DOI 10.22363/2312-9220-2020-25-2-351-359. — EDN [DVRRWP](#) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. — 2020. — Т. 25, № 2. — С. 351–359.
9. Верник А.Г. Создание профессионального интернет-контента: российский опыт и сравнительный анализ YouTube-канала «Дождь» / А.Г. Верник. — EDN [TIWICZ](#) // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. — 2014. — № 9-2. — С. 186–195.
10. Круглова Л.А. Русскоязычные разговорные радиостанции на платформе YouTube: визуализация аудиоконтента / Л.А. Круглова. — DOI 10.25205/1818-7919-2020-19-6-159-17. — EDN [YDUVVP](#) // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология. — 2020. — Т. 19, № 6. — С. 159–170.
11. Ван Юе. Основные традиционные каналы внешней коммуникации в Китае / Ван Юе. — EDN [WAWOKL](#) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. — 2016. — № 2. — С. 142–150.
12. Ткачева Н.В. Национальные медиа как инструменты продвижения мягкой силы Китая / Н.В. Ткачева. — DOI 10.30547/vestnik.journ.6.2019.94128. — EDN [DAXGKU](#) // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2019. — № 6. — С. 94–128.
13. Ду Ифэй. Исследование стратегии продвижения бренда CGTN / Ду Ифэй // Технологии коммуникации. — 2020. — № 3. — С. 87–89.
14. Ли Сюэцун. Статус развития англоязычного канала CGTN и предложения по оптимизации [J] / Ли Сюэцун // Международная связь. — 2019. — № 3. — С. 21–26.
15. Цюй Ц. О позитивном репортаже в зарубежном вещании / Ц. Цюй // Современная коммуникация. — 1991. — № 2. — С. 58.
16. Цзян Х. Расширение и укрепление международного общения в новую эру / Х. Цзян // Журнал коммуникационного университета Чжэцзяна. — 2018. — № 5. — С. 62–65.
17. Чжоу Т. Сравнительное исследование способности распространения сообщений международных СМИ о коронавирусе: на примере CGTN, CNN и BBC / Т. Чжоу, Ю. Гун // Глобальная связь. — 2020. — № 2. — С. 22–31.
18. Верник А.Г. Телеканал Russia Today как феномен отечественного телевидения: международное признание и интернет-экспансия / А.Г. Верник. — EDN [SQVTRN](#) // Челябинский гуманитарий. — 2013. — № 4 (25). — С. 33–37.
19. Цзан Синьхэн. Эффективное использование коротких видео для внешнего общения — обсуждение на основе основных англоязычных Youtube-каналов CGTN и RT / Цзан Синьхэн, Лу Синьрань // Знание новостей. — 2019. — № 2. — С. 43–48.
20. Чжан Мэн. Короткие видео телеканала «CGTN Русский» как инструмент продвижения образа Китая в сознании русскоязычной аудитории / Чжан Мэн. — EDN [GCAETG](#) // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2022. — № 3. — С. 158–160.

## References

1. Shchepilova G.G., Ogurtsova V.S. Advertising Opportunities of the Blogosphere on the Youtube Platform. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2021, vol. 10, no. 4, pp. 792–806. (In Russian). EDN: [AKJSVU](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(4).792-806.

2. Kruglova L.A., Artes A.S. TV Channels Are on the Air and on the Youtube: The Specificity of Interaction on the Example of “Russia C” and ARTE. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya, filologiya = Vestnik Novosibirsk State University. Series: History and Philology*, 2019, vol. 18, no. 6, pp. 139–149. (In Russian). EDN: [WEWEVA](#). DOI: 10.25205/1818-7919-2019-18-6-139-149.
3. Zhang Meng. Analysis of Coverage of Vladimir Putin's Visit to China on TV Channels RT and CGTN. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury = Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1: Issues in Education, Science and Culture*, 2022, vol. 28, no. 4, pp. 64–69. (In Russian). EDN: [RCYTAF](#). DOI: 10.15826/izv1.2022.28.4.066.
4. Vartanov S.A. Television Measurements in the Age of Big Data: Concepts and Examples. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2017, no. 3, pp. 37–58. (In Russian). EDN: [YTOBOH](#).
5. Konstantsiuk V.A. Youtube: Desire in Media and Seriality. *Mezhdunarodnyi zhurnal issledovaniy kul'tury = International Journal of Cultural Research*, 2012, no. 3, pp. 42–51. (In Russian). EDN: [PCOQJX](#).
6. Fokin A. A. The Era of Internet Visuals: YouTube, Instagram, Gif, Coub. *Chelyabinskii gumanitarii = Chelyabinsk Humanitarian*, 2013, no. 2, pp. 80–86. (In Russian). EDN: [RBLBBD](#).
7. Volkova I.I. TV Channels on YouTube: Reasons for Inefficiency. *Journalism in 2018: Creativity, Profession, Industry. Materials of International Scientific and Practical Conference, Moscow, February, 6-8, 2019*. Moscow, 2019, pp. 468–469. (In Russian). EDN: [WEUQLA](#).
8. Kruglova L.A., Konovaltseva A.O. Russian Television Channels on Youtube Platform. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistsika = RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 2020, vol. 25, no. 2, pp. 351–359. (In Russian). EDN: [DVRRWP](#). DOI: 10.22363/2312-9220-2020-25-2-351-359.
9. Vernik A.G. Creating a Professional Internet-Content: Russian Experience and Comparative Analysis of Youtube Channel “Dozhd”. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Bulletin of the Chelyabinsk State Pedagogical University*, 2014, no. 9-2, pp. 186–195. (In Russian). EDN: [TIWICZ](#).
10. Kruglova L.A. Russian-Speaking Conversational Radio Stations on the Youtube Platform: Audio Content Visualization. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya, filologiya = Vestnik Novosibirsk State University. Series: History and Philology*, 2020, vol. 19, no. 6, pp. 159–170. (In Russian). EDN: [IYDUVP](#). DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-6-159-17.
11. Wang Yue. The Main Traditional Channels of External Communication in China. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistsika = RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 2016, no. 2, pp. 142–150. (In Russian). EDN: [WAWOKL](#).
12. Tkacheva N.V. National Media as a Promotional Tool of China's Soft Power. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistsika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2019, no. 6, pp. 94–128. (In Russian). EDN: [DAXGKU](#). DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2019.94128.
13. Du lfei. CGTN Brand Strategy Study. *Tekhnologii kommunikatsii = Technology Communication*, 2020, no. 3, pp. 87–89. (In Chinese).
14. Li Syuetsyun. Development Status of the Russian-Language Channel CGTN and Proposals for Optimization [J]. *Mezhdunarodnaya svyaz = International Communication*, 2019, no. 3, pp. 21–26. (In Chinese).
15. Tsyui Ts. About Positive Reporting in Foreign Broadcasting. *Sovremennaya kommunikatsiya = Modern Communication*, 1991, no. 2, pp. 58. (In Chinese).
16. Tszyan Kh. Expanding and Strengthening International Communication in a New Era. *Zhurnal kommunikatsionnogo universiteta Chzhetszyana = Zhejiang Communication University Journal*, 2018, no. 5, pp. 62–65. (In Chinese).
17. Chzhou T., Gun Yu. A Comparative Study of the Ability to Disseminate International Media Messages about Coronavirus: Using the Example of CGTN, CNN and BBC. *Global'naya svyaz = Global Communications*, 2020, no. 2, pp. 22–31. (In Chinese).

18. Vernik A.G. TV Channel Russia Today as a Phenomenon of Domestic Television: International Recognition and Internet Expansion. *Chelyabinskii humanitarii = Chelyabinsk Humanitarian*, 2013, no. 4, pp. 33–37. (In Russian). EDN: [SQVTRN](#).

19. Tszan Sinkhen, Lu Sinran. Effective Use of Short Videos for External Communication — Discussion Based on the Main English Youtube Channels CGTN and RT. *Znanie novostei = Knowledge of news*, 2019, no. 2, pp. 43–48. (In Chinese).

20. Zhang Meng. Short Videos of the CGTN-Russian TV Channel as a Tool for Promoting the Image of China in the Minds of the Russian-Speaking Audience. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika = Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2022, no. 3, pp. 158–160. (In Russian). EDN: [GCAETG](#).

### Информация об авторе

Чжан Мэн — аспирант, кафедра телевидения и радиовещания, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, [1065704486@qq.com](mailto:1065704486@qq.com).

### Author Information

Zhang Meng — PhD Student, Department of Television and Radio Broadcasting, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, [1065704486@qq.com](mailto:1065704486@qq.com).

### Для цитирования

Чжан Мэн. «CGTN на русском» на видеохостинге *YouTube* в контексте сравнения с другими международными каналами / Чжан Мэн. — DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(2).347-359. — EDN [SDBOBE](#) // Вопросы теории и практики журналистики. — 2023. — Т. 12, № 2. — С. 347–359.

### For Citation

Zhang Meng. TV Channel “CGTN-Russian” on Video Hosting *YouTube* in the Context of Comparison with Other International Channels. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2023, vol. 12, no. 2, pp. 347–359. (In Russian). EDN: [SDBOBE](#). DOI: 10.17150/2308-6203.2023.12(2).347-359.