Лю Хуэйбинь
Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова
sergey0086453@mail.ru

Аудитория как объект заботы или объект убеждения: коммуникативные стратегии аналитических программ CGTN и RT в освещении специальной военной операции

Анализируются коммуникативные стратегии аналитических программ CGTN и RT о специальной военной операции. На материале выпусков 2022–2025 гг. выявлено соотношение установок на информирование и убеждение аудитории. Показано доминирование убеждающей функции при сохранении внешней аналитической формы. Делается вывод о смещении целевой установки программ.

Ключевые слова: аналитическая тележурналистика, специальная военная операция, CGTN, RT, коммуникативные стратегии.

Аналитическая программа на телевидении всегда балансирует между объяснением и воздействием. В военной журналистике этот баланс особенно хрупок: зрителю нужен не просто перечень событий, а система координат. Исследователи отмечают, что имидж события «подразумевает круг определенных характеристик, отобранных в соответствии с поставленными задачами» [3: 92]. Китайские медиа, освещая специальную военную операцию, придерживаются подробного описания контекста, а «оценочность при этом позитивно-нейтральная» [1: 41]. Российские военные корреспонденты, напротив, все чаще строят материал вокруг драматизации, фиксируя «переход от объективной камеры к субъективной» [4: 288]. Отсюда и вопрос, который я ставлю в этом докладе: аудитория аналитических программ CGTN и RT – это объект заботы (информирования и объяснения) или объект убеждения?

Обратимся к CGTN. В программах The Point with Liu Xin, The Hub with Wang Guan, The Agenda, Dialogue, World Insight with Tian Wei, The Heat доминирует объяснительная модель. В выпуске The Point with Liu Xin от 12 апреля 2023 г. тема санкций раскрывается через концепцию неделимости безопасности: эксперты из стран Глобального Юга последовательно обосновывают позицию России, ведущая подводит аудиторию к выводу о бесперспективности ограничений. Объяснение здесь есть, но оно выстроено в заранее заданной рамке. В World Insight with Tian Wei от 18 октября 2023 г. акцент смещен на гуманитарные аспекты, композиция блочная: официальный комментарий, экспертная оценка, визуальный ряд. В The Heat от 5 сентября 2023 г. тема продовольственной безопасности подается через противопоставление интересов и внешнего давления – забота об информировании сочетается с закреплением нужной интерпретации. В The Hub with Wang Guan от 14 марта 2023 г. речь идет об экономических связях и многополярности, эксперты из разных стран подтверждают тезис о неизбежности нового мирового порядка, что также укладывается в объяснительную модель с заданными рамками.

Теперь RT. В программах Cross Talk, Going Underground, Sanchez Effect, East meets West with Olga and Tara, America First with Scottie Nell Hughes, Deep State, Worlds Apart установка на убеждение выражена отчетливее. В Cross Talk от 25 мая 2023 г. критика западных институтов становится основным содержанием, приглашенные спикеры подтверждают заранее заданную интерпретацию. Композиция строится на дихотомическом противопоставлении, тональность конфронтационная. В Going Underground от 14 ноября 2024 г. монолог ведущего используется для прямой апелляции к аудитории, тема СВО вписывается в антиистеблишментную критику. В Worlds Apart от 20 марта 2024 г. ведущий выстраивает нарратив «вынужденной защиты», апеллируя к категориям суверенитета, контрастный монтаж закрепляет дихотомию «свой – чужой». В Sanchez Effect от 10 октября 2023 г. западная помощь Украине критикуется через личные истории

и эмоциональные обращения, что усиливает убеждающий эффект. В Deep State от 7 июля 2024 г. используется конспирологическая рамка, аудитория вовлекается в разгадывание скрытых сценариев, и аналитика переходит в плоскость убеждения.

Сопоставление показывает, что CGTN сохраняет форму аналитической программы и обращается к аудитории как к получателю объяснения, хотя объяснение служит закреплению нарратива. RT активнее трансформирует аналитический жанр в инструмент позиционной риторики, где аудитория – объект убеждения. Жанровая форма в обоих случаях сохраняется, но целевая установка смещается. Показательно, что «отношение китайских пользователей соцсетей к СВО во многом формировалось российским посольством на его странице в Weibo» [2: 60], что подтверждает эффективность стратегии убеждения. Для профессионального сообщества это ставит критический вопрос: остается ли программа аналитической, если объяснительная функция подчинена задаче удержания заданной интерпретационной модели? Ответ требует дальнейшего изучения рецепции аудитории и сопоставления телевизионных выпусков с материалами цифровых платформ, где граница между анализом и убеждением также остается подвижной.

Литература

1. Калинин О. И. Корпусный анализ языковой репрезентации специальной военной операции ВС РФ на Украине в СМИ КНР // Вестн. Моск. Гос. лингвистич. ун-та. Гуманитарные науки. 2022. Вып. 10 (865). С. 41–47.

2. Музыкант В. Л., Ху Жуйци. Особенности освещения китайскими медиа специальной военной операции (СВО) на Украине // Вопросы теории и практики журналистики. 2024. Т. 13, № 1. С. 52–68.

3. Толоконникова А. В., Будакова Д. О. Роль телеканала RT в формировании международного имиджа России // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2019. № 5. С. 89–119.

4. Юфатов И. А. Трансформация профессиональных практик и контент-стратегий современной российской военной тележурналистики (2023–2025 гг.) // Огарёв-online. 2026. Т. 14, № 3. С. 277–291.