

СМИ ВЬЕТНАМА КАК ФАКТОР ДИАЛОГА С МИРОВОЙ КУЛЬТУРОЙ

Чан Ван Ле

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 10 апреля 2017 г.

Аннотация: в статье анализируются проблемы культурного обмена и развития журналистики во Вьетнаме. Основное внимание уделено вопросу глобализации культуры и СМИ в условиях открытого общества. Подчеркнуты трудности перехода к культурному плюрализму в сфере массмедиа.

Ключевые слова: культура, Вьетнам, массмедиа, фестивали, глобализация.

Abstract: in this article the problems of cultural exchanges and journalistic developments in Vietnam are analyzed. The article deals with globalization of mass media under "open society" policy. The hardships of transition to cultural diversity in mass media is stressed.

Key words: culture, Vietnam, mass media, festivals, globalization.

УКРЕПЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ ОСНОВ СМИ И РОЛЬ ОФИЦИАЛЬНОЙ ПРЕССЫ

Глобализация и обмен культурным опытом представляют собой мощный объективный процесс сближения народов, в котором особое место принадлежит массмедиа. Модернизация периодической печати, появление интернет-коммуникаций и развитие газетно-журнального бизнеса Вьетнама, которое ускорилось с началом «курса обновления» («мой дой»), привели к тому, что традиционная пресса стала менять форматы производства и распространения, реагируя на новую ситуацию. Она получила значительный импульс со стороны новых технологий, которые вызвали перемены в количественном и качественном отношении во всей системе СМИ. Начиная с периода инноваций после VIII съезда ВКП и под влиянием последних решений правительства «курс обновления», на наш взгляд, и сейчас важен для страны, которая находится на подъеме, хотя трудности и противоречия все же существуют. Сегодня глобализируется вся мировая культура, и журналистика в том числе, что играет огромную роль в социальной жизни развивающихся стран.

В данной статье мы попытаемся установить закономерности развития СМИ Вьетнама в условиях реализации политики «открытых дверей», а также определить положение печатных изданий в обществе переходного («транзитивного») типа. Мы учитываем актуальность изучения СМИ как части государственного имиджмейкинга с использованием различных типов изданий, в частности официальных газет и то, что роль официальной периодической печати в демократическом реформировании вьетнамских управленческих структур наиболее

велика, так как у нас реформы идут «сверху». Крайне важно проследить роль СМИ в создании положительного образа Вьетнама, в формировании культуры масс, зная, что специфику становления и развития качественной прессы в условиях глобализации нельзя определить без изучения функционирования принципа государственности в сфере социокультурных обменов и усвоения опыта мировой культуры.

Интенсификация международных связей заставила журналистов выпускать больше изданий на французском и английском языках. Каждый год увеличивается число бюллетеней и корпоративных «листов сообщений», насчитывающих сегодня более 600 наименований. Велика роль правительственных газет, альманахов, бюллетеней и т. п. Из официальных изданий наиболее популярны «Нянан» («Народ»), «Лао донг» («Труд»), а также партийные издания «Ханой мой» («Новый Ханой»), «Туойче» («Молодежь»), «Куандой нянан» («Народная армия») и др. Особо надо отметить функционирование журналов, связанных с развитием культуры и журналистики: «Нгыой ламбао» (Журналистика), «Нья Бао кунглуан» («Журналист и общественное мнение»). Популярен журнал «Фуны Вьетнам» («Женщина Вьетнама»).

Всего издается более 530 центральных и местных газет и журналов, в том числе газет официальных, частных, качественных общественно-политических, развлекательных, детских и молодежных газет, специальных журналов, периодики на иностранных языках. В киосках и библиотеках насчитывается около 700 наименований газет, журналов и бюллетеней, общий годовой тираж которых — более 850 млн экземпляров. 355 наименований журналов имеют солидный тираж от 10 до 150 тысяч экз. Не только в Ханое и Хошимине, но и во всех провинциальных центрах есть свои издания и издательства. Ежедневные издания и газеты, выходя-

щие 5-6 раз в неделю, уступают по тиражу воскресным приложениям развлекательных журналов. Журналы бывают еженедельные, ежемесячные, выходящие один раз в 2 месяца или же 2-3-4 раза в год и т. д. В них материал подается более аналитично и глубоко, есть своя линия на рынке журналов» [1, с. 122].

В последние годы во Вьетнаме в ходе открытого обсуждения, с помощью традиционной прессы удалось **расширить рамки демократии, социальной справедливости, делая страну более сильной, приближая ее к стандартам** мировой цивилизации. За это время в течение двадцати лет происходили изменения как норм и идей общественной агитации, так и структуры общества, менявшего законы и линию политического движения страны. Возросла роль выборов. В последние годы сменились главные субъекты политики, возникли новые политические силы, укрепившие руководящую способность и боеспособность партии, шла борьба с коррупцией, с издержками плановой экономики. **Перемены коснулись экономики знаний:** техническое отставание, совпавшее с деградацией экономики, было частично преодолено, менялась этика и стиль жизни. СМИ внесли свой вклад в дело социально-политической трансформации общества, воспитания и образования **самых способных и талантливых людей, что улучшило духовную жизнь»** [2].

При рыночных отношениях наличие точной и своевременной информации является существенным преимуществом, оно дает возможность выигрывать в конкурентной борьбе. Модернизация экономики не означала отказа от идей Хо Ши Мина, от идеалов ленинизма. Страна привлекает коммунистов и социалистов из других регионов планеты. В тоже время люди признают, что недостатки в управлении в разных сферах ведут к падению веры народа в Партию и государство, угрожают стабильности, развитию страны. ВВП Вьетнама в последние 5 лет составил 7 % в год, трудности в экономике большие: бюрократизм, нехватка кадров и научное отставание дают о себе знать.

Решая проблемы в период инноваций и интеграции в условиях глобализации, страна сделала шаг навстречу Западу, что улучшило качество внешней информации и принесло разнообразие информационных связей с мировой культурой. СМИ Вьетнама стали популяризаторами идей патриотизма и дружбы народов, что помогает строить образ Вьетнама за рубежом. Вьетнам преодолел региональную ограниченность, это сделало его журналистику более интересной. Страна стала частью мировой системы массовых коммуникаций. Оказались фактически преодолены национальные границы и все «национальные, этнические барьеры на пути распространения не только информации, но и инвестиций, технологических нововведений. Некоторые тради-

ционные газеты стали защитниками мультимедийной журналистики, сотрудничающей с любыми медиа — блогами, чатами, сайтами, сотовой связью и т. д. Одновременное существование разных каналов и видов культурной продукции различных СМИ позволяет медиа-агентствам расширить свою сферу влияния и создать условия, платформы для распространения нужного вида продукции с помощью взаимной поддержки в плане финансов, продвижения бренда. История показала, что любой способ использования СМИ для укрепления социализма помогает поддерживать традиционные формы народной жизни, укреплять способ общения народа с властью. В современном обществе СМИ могут отслеживать настроения и поведение масс, поэтому люди, контролирующие СМИ, «контролируют» и действие политического механизма, осведомленность каждого человека в происходящем» [3, с. 33].

Сегодня лидеры Вьетнама хотят дружить со всем миром, и в том числе с Россией. Об этом говорил во время визита в РФ в 2014 г. генеральный секретарь ЦК КПВ Нгуен Фу Чонг. Он сказал: «Вьетнам всегда придает важное значение развитию отношений и всеобъемлющего стратегического партнерства с Россией. Мы искренне желаем усилить и укрепить эти отношения. Мы всегда будем рассматривать Россию в качестве нашего важного и доверительно-го партнера, отношения с которым являются одним из важнейших приоритетов нашей внешней политики» [4].

Некоторые зарубежные сторонники продвижения Вьетнама по капиталистическому приветствуя реформы «дой мой», видели в них альтернативу социализму, и с этих позиций предлагали Вьетнаму дать социализму иное определение, при котором рынок определяет распределение ресурсов в сфере производства, а госпредприятия не являются ведущим сектором экономики. В самом Вьетнаме имелись скептики, которые были не согласны с курсом развития страны, основные положения которого были изложены в проекте документов X съезда КПВ, предложенном обществу для широкого обсуждения. Но жизнь оказалась более динамичной, чем тактика партийных функционеров.

СМИ ВЬЕТНАМА И ОСОБЕННОСТИ УСВОЕНИЯ ОПЫТА МИРОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Периодика Вьетнама часто рассматривает проблемы культуры как способ привлечения инвестиций и туристов. Особенно часто в прессе встречаются сообщения о фестивалях, народных праздниках, спортивных состязаниях. Вот пример из газеты «Нян Зан» от 6 мая 2016 г. о фестивале в Хюэ: «В рамках Фестиваля Хюэ-2016, в течение двух дней 1 мая и 3 мая, на главных улицах города Хюэ состоялся уличный фестиваль «Наследие и культурные особенности» с участием большого количества отечественных

и международных художественных коллективов, таких как: танцевальная группа цилиня — льва-дракона Тхай Нги Дьонг Хьюэ, Вьетнамский цирковой коллектив, традиционная музыкальная группа *Chango Colombia*, дворцовая танцевальная группа Республики Корея, традиционная японская группа *Yosakoi*» [5, с. 5].

СМИ дают обзор культурных событий, анонсируя предстоящие мероприятия и информируя население о предстоящих концертах, фестивалях, шоу, спортивных состязаниях и т. п. Культурные традиции во всех странах являются хорошим пиаром, «товаром», национальная культура помогает сделать страну привлекательной, она тоже продаётся как любой предмет. Но если она будет замкнутой, то привлечет внимание только специалистов, а нужна массовая культура, созвучная мировым тенденциям.

Современная культура (особенно музыка и кино Вьетнама) регулярно освещается и популяризируется с помощью СМИ, что укрепляет национальный язык, способствует просвещению, приносит доход. Во-вторых, газеты помогают деятелям культуры общаться, помогая переносить опыт из разных сфер — кино, науки, литературы и т. д. СМИ помогают организовать группы потребителей для лучшего восприятия искусства, в них много внимания уделяется культуре в провинции. Укрепление межкультурных связей способствует интенсификации диалога с зарубежными государствами. Расширение межкультурных этнических контактов является одной из черт современного мира, что способствует все большему соприкосновению культур, значит, и взаимовлиянию политических, экономических и социальных отношений. В наше время в СМИ Вьетнама стали появляться новые тенденции. В контексте глобализации массовой коммуникации обмен между народами осуществляется как вширь, так и вглубь. Еще один пример: весной 2017 года, как сообщили все официальные СМИ страны и ряд зарубежных источников, во Вьетнаме был проведен Фестиваль сакуры. Вечером 11 марта в городе Халонг «открылся фестиваль сакуры и декоративного абрикоса Йенты-Халонг 2017 года, в рамках которого проходят различные мероприятия». Фестиваль сакуры был организован властями провинции Куангнинь при содействии Японской международной ассоциации содействия культуре *Wanokai* в пятый раз, а в сочетании с декоративным абрикосом горы Йенты — во второй раз. Это событие ежегодно проводится в марте с целью содействия культурному, торговому и туристическому обмену между провинцией Куангнинь и Японией, что способствует укреплению вьетнамо-японских отношений. Председатель Народного комитета города Халонг Фам Хонг Ха отметил: «Фестиваль сакуры и декоративного абрикоса Йенты-Халонг 2017 года обязательно произведет на туристов неизгладимое впечатление и поможет им лучше понять

культуру и историю нашей провинции и разных регионов Японии. Все это проходит в дружественной атмосфере с прекрасными цветами сакуры и декоративного абрикоса» [4].

Очевидны отличия вьетнамской культуры от культуры Европы и Америки и то, что Вьетнам разделяет традиционные ценности Востока, Юга Азии, что ему ближе культура Японии, Китая, Индии. Поэтому Юг-Восточная Азия является для Вьетнама тем контекстом, в котором развивается и журналистика.

Замечено, что усиливается обмен культурными ценностями в Сети, ведь стала актуальной интернет-коммуникация, которая заметно изменила жизнь вьетнамцев. Появившийся во Вьетнаме 20 лет назад Интернет бурно развивается, число интернет-пользователей ежегодно растет. Количество государственного доменного имени «.vn», которые существуют в Сети составляет 291.103 имени» [6]. Достижение темпа роста 13 % позволило Вьетнаму занять первое место в Юго-Восточной Азии и 7-е место в Азии. Возросла активность на форумах, на различных социальных площадках: *Facebook*, *Instagram* и др., где представлены активные граждане, общающиеся со своими друзьями, в том числе и с людьми из далеких стран. Сеть стала местом свободного обмена мнениями.

Журналисты стали активными сторонниками новейших технологий. Это в свою очередь способствовало укреплению идей НМИП (нового международного информационного порядка), кооперации в сфере СМИ. Расширение и повышение эффективности международного сотрудничества в области культуры, массмедиа означало дружбу с Западом и Россией. И в ближайшее время СМИ Вьетнама будут интегрированы в общее развитие мира, что улучшит культуру информирования масс как часть духовной культуры Вьетнама — органической части современного мира. С другой стороны, информационное общество во Вьетнаме способствует появлению новых форм общественной организации, самоуправления. Ответственность лежит не только на правительстве, но и на личности, на социальных группах, в том числе и на сообществе журналистов.

Итак, сохраняя свою стратегию развития, проникнутую идеей национальной идентичности и открытого движения страны и партии, вьетнамские СМИ укрепляют престиж государства в международных делах. Имидж Вьетнама как страны с идеологией либерального социализма интересен для европейцев. Вьетнамский народ, движимый патриотизмом и тягой к знаниям, отвечает на призывы партийной печати сделать страну сильнее и демократичнее. Линия партии и правительства на то, что главные вложения должны быть сделаны в самого человека, что следует поддерживать прежде всего общественно-правовые, общественно-политические

СМИ, тратить средства не только на военные нужды, но и на образование, культуру, качественные СМИ. Конкуренция является мотивом положительного развития, но может заставить многие редакции привлекать аудиторию любой ценой, что противоречит законам социалистической демократии. Печатная пресса всегда рассматривалась как важная сила социального руководства, научного партийного менеджмента. СМИ помогают учесть запросы всех слоев народа, укрепляя платформу социализма. Дух эксперимента и расширение сферы сотрудничества меняет роль информационного пространства, которое все больше влияет на политические решения, принося в общество новые формы горизонтальных социальных связей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чыонг Тхи Ньы Куинь. Формирование системы средств массовой информации Социалистической Республики Вьетнам : опыт периодизации : Дисс...на соиск. учен.

*Воронежский государственный университет
Чан Ван Ле, аспирант кафедры рекламы и дизайна
E-mail: bluestar19891989@gmail.com*

степ. канд. филол. наук / Чыонг Тхи Ньы Куинь. — Москва, 2005.

2. Новый Вьетнам : мифы и правда. — URL <http://www.youtube.com/watch?v=TVWQjAMEy5w> (дата обращения: 10.10.16).

3. Локшин Г.М. Некоторые особенности идейно-политической жизни Вьетнама до и после XI съезда КПВ / Г. М. Локшин // Вьетнамские исследования. Выпуск 1. — Москва, 2011. — С. 30–38.

4. «Вьетнам иллюстрированный». — Ханой, 2014, ноябрь (на англ. языке). — URL <http://vietnam.vnanet.vn/russian/%> (дата обращения: 10.11.16).

5. Мурашева Г.Ф. Вьетнам в 2010–2011 гг.: Основные события / Г. Ф. Мурашева // Юго-Восточная Азия : актуальные проблемы развития. Выпуск № 17. — 2011. — С. 189–195.

6. Чан Зуи. Политические новости интернет-газет Вьетнама / Чан Зуи // Вестник Российского университета дружбы народов. Литературоведение. Журналистика. — Москва, 2016. — № 2. — С. 164–171.

*Voronezh State University
Tran Van Le, Postgraduate Student of the Advertising and Design Department
E-mail: bluestar19891989@gmail.com*