

Нгуен Тхи Зиу

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ В СЕТЕВЫХ СМИ ВЬЕТНАМА

Статья посвящена исследованию образа России в контексте функционирования вьетнамских сетевых СМИ. В статье рассматриваются современное состояние сетевой журналистики во Вьетнаме, ее роль в формировании образа чужой страны; оценивается образ страны в качестве психологического и коммуникативного явления; изучаются некоторые основные компоненты российской образ-структуры в сетевых СМИ; выясняются главные факторы, влияющие на формирование образа России в сетевых изданиях: сформировавшиеся в советское время дружеские отношения, дипломатическое отношение Социалистической Республики Вьетнам (СРВ) и РФ на современном этапе, взгляд редакции сетевых СМИ.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/11-3/12.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 11(65): в 3-х ч. Ч. 3. С. 45-48. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/11-3/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 82

Статья посвящена исследованию образа России в контексте функционирования вьетнамских сетевых СМИ. В статье рассматриваются современное состояние сетевой журналистики во Вьетнаме, ее роль в формировании образа чужой страны; оценивается образ страны в качестве психологического и коммуникативного явления; изучаются некоторые основные компоненты российской образ-структуры в сетевых СМИ; выясняются главные факторы, влияющие на формирование образа России в сетевых изданиях: сформировавшиеся в советское время дружеские отношения, дипломатическое отношение Социалистической Республики Вьетнам (СРВ) и РФ на современном этапе, взгляд редакции сетевых СМИ.

Ключевые слова и фразы: СМИ; Интернет; сетевая журналистика Вьетнама; стереотип; образ России; медийный образ.

Нгуен Тхи Зуи

*Российский университет дружбы народов
diunguyen@nghebao.com*

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ В СЕТЕВЫХ СМИ ВЬЕТНАМА

Первостепенным каналом образования образа какого-либо государства в общественном мнении других стран являются средства массовой информации (СМИ). В последнее двадцатилетие в связи с активным развитием и глобальным распространением Интернета традиционные печать, радио и телевидение больше не есть «триумvirат». Сетевая журналистика способна одновременно использовать все возможности традиционных СМИ (мультимедийность), присоединив к ним невообразимый доступ к гигантским информационным ресурсам, в том числе в режиме онлайн, многократно расширив средства интерактивного общения.

Сетевые СМИ Вьетнама можно различать через соотношение с их традиционными аналогами следующим образом: интернет-газеты, интернет-журналы, интернет-радиостанции, интернет-телепрограммы и интернет-информагентства. Предметом исследования в данной работе являются сетевые газеты и журналы. Опираясь на работу профессора А. А. Грабельникова по типологии современной прессы, мы пришли к обобщению, что под «сетевой журналистикой» Вьетнама подразумеваются электронные издания (газеты, журналы) в сети Интернет, которые разделяются на две группы: электронные форматы бумажных изданий (бумажно-сетевые) и сугубо интернетовские издания (чисто сетевые) [2, с. 44]. Говоря о бумажно-сетевых изданиях, мы наблюдали, что во Вьетнете очень мало изданий так называемых «клонов», копирующих почти полностью своего бумажного близнеца.

Однако широко распространены издания – «гибриды» (от лат. «hibrida» – помесь), модифицированные сетевые форматы печатных СМИ. Они имеют свои интернет-редакции, способствуют проведению самостоятельной информационной политики с целью усовершенствования контента: новости обновляются в режиме реального времени, предлагается читателям множество дополнительных сервисов как блок «поделиться» – быстро публиковать ссылки на интересные им публикации в социальных сетях и блогах. К примеру, популярен и авторитетен во Вьетнаме интернет-формат «Туои Че Онлайн» («Юность Онлайн») одноименной такой же бумажной газеты. В сайте можно следить за свежими новостями последних местных и мировых событий; читать газету на английском языке («Tuoitrenews»); оформить подписку на бумажные издания; смотреть мультимедийное издание «Media Online», включающее в себе два канала – «Юность-Телевидение», «Юность-Радио».

Оглядываясь на становление сетевой журналистики во Вьетнаме за период 1997-2005 гг., нельзя не признать, что нарастающее развитие Интернета в целом и сетевых СМИ в частности существенно изменяло информационное пространство общества в стране. Если в период 1997-2001 гг. тогдашняя вьетнамская сетевая журналистика представляла собой «электронную версию», копию печатных изданий, то с 2001 года стал появляться ряд новых сетевых изданий, которые до сих пор существуют, утверждают свою позицию, улучшают репутацию и признаются читателями, такие как «24h.com.vn», «VnExpress», «Vietnamnet». С 2005 года по настоящий момент интернетовская пресса активно развивается количественно и качественно, чтобы не уступать в конкуренции другим гражданским блогам с «журналистским характером».

С возникновения первых вьетнамских интернет-изданий прошло неполных 20 лет, и рынок сетевых изданий еще нельзя назвать устоявшимся. Процесс интернетизации СМИ происходит уверенно, вьетнамские электронные СМИ постоянно развиваются и видоизменяются. По данным Министерства информации и коммуникации СРВ на декабрь 2015 года [8], в стране было зарегистрировано 105 интернет-газет и интернет-журналов, 207 информационных сайтов при журналистских органах. Здесь надо отметить, что вследствие существующих сложных положений о лицензировании в обнародованном Министерством информации и коммуникации циркуляре, на самом деле количество незарегистрированных интернет-СМИ примерно в четыре раза больше.

Сетевые СМИ уже стали необходимыми в ежедневной жизни населения. В последнее десятилетие население Вьетнама приобрело привычку читать новости в сетевых СМИ посредством компьютеров, ноутбуков, планшетов, мобильных телефонов, и т.п. – всего того, что способно подключиться к сети (локальной, беспроводной, 3G, LTE) в любом обстоятельстве в любое время. Интернет сейчас является единственным информационным источником, который вызывает настоящий интерес аудитории и чья аудитория постоянно расширяется

не только количественно, но и качественно за счет увлеченных читателей [4]. Согласно докладу ведущей американской публичной социологической маркетинговой компании *Nielsen Holdings* о тенденции кроссплатформенности во Вьетнаме в 2015 году [7], традиционное ТВ охватывает 72% вьетнамской аудитории. Однако 78% опрошенных отмечают, что они смотрят телеканалы и телепрограммы именно в сетевом режиме. Среди разновидностей СМИ второе место по рейтингу популярности занимает сетевая журналистика, которая, на наш взгляд, представляет собой самый эффективный канал распространения образа России во Вьетнаме. В то же время, телевидение, по-прежнему, занимает для вьетнамцев первенствующее положение в обеспечении контента и информации. Будучи уникальным средством познания всех происходящих событий за рубежом, сетевые СМИ оказывают большое влияние на представление граждан о чужой стране.

Мы рассматриваем понятие «образ страны» в контексте функционирования средств массовой информации, то есть в центре внимания находится роль СМИ в формировании положительных или отрицательных представлений о какой-либо чужой стране. Образ страны является специфическим коммуникативным явлением, которое можно рассматривать с точки зрения различных коммуникативных моделей. Мы используем модель Г. Лассуэлла [6, р. 37], согласно которой каналами коммуникации являются сетевые газеты и журналы, под воздействием разных факторов образ России трансформируется и передается к читателю – вьетнамцам. И сообщение в этом коммуникационном процессе – отнюдь не объективное отражение реальности, а субъективная реальность, которая служит инструментарием для функционирования самих сетевых изданий. Сетевые СМИ в данном случае, так или иначе, представляют собой средство политической коммуникации. Факторы, влияющие на формирование образа России в сетевых изданиях, – это сформировавшиеся в прошлом дружеские отношения, дипломатические отношения СРВ и РФ, взгляд редактора сетевых СМИ, технические возможности СМИ и т.д.

С другой стороны, образ страны есть психологический феномен, включающий в себя не только отражение реальных характеристик страны, но и набор ожиданий субъекта восприятия. Важнейшим элементом, оказывающим влияние на восприятие образа страны, являются социальные стереотипы, которые выражают привычное отношение человека к какому-либо явлению, сложившееся под влиянием социальных условий или опыта; составная часть установки [1, с. 18]. Вьетнамские культурно-психологические стереотипы о современной России нейтральны. Они в основном создались в советские времена посредством кино и художественной литературы, в которых Россия воспринималась как страна «большевиков», символ массового героизма и мужества. На современном этапе в результате информационной глобализации постепенно формируется в СМИ такое новое клише о России: Россия – противвес США, Россия – путинская диктатура. Рассматривая образ страны в качестве психологического явления, мы опираемся на разработанную профессором Т. Г. Добросклонской концепцию, по сути которой формирование образов и стереотипов посредством СМИ происходит в рамках замкнутой информационной цепочки, звеньями которой являются: отбор фактов → интерпретация событий → создание образов → формирование стереотипов → культурно-идеологический контекст [3, с. 194-197].

С целью актуального всестороннего анализа проблемы был проведен мониторинг публикаций сетевых изданий за период с 2005 по 31 декабря 2015 г., когда интерес к России стал востребованным и перешел в стабильную фазу. Мы для анализа выбрали 17 самых интересных и популярных сетевых изданий, в содержании которых высокая частота упоминания о России:

- самые популярные информационные онлайн-издания: Вьетнамнэт (*Vietnamnet.vn*), Вээнэкспресс (*Vnexpress.vn*);
- партийные издания: газета «Нян Зан» (*Nhân Dân* «Народ»), газета «КПВ» (*Đảng cộng sản* «КПВ»), журнал «Тап чи Конгсан» (*Tạp chí cộng sản* «Коммунистический журнал»);
- интернет-формат авторитетных периодических газет: «Туои Че Онлайн» (*Tuổi Trẻ* «Юность-Онлайн»), «Тхань Ниен Онлайн» (*Thanh Niên* «Молодежь»), «Тиен Фонг Онлайн» (*Tiền Phong* «Авангард»);
- аналитические издания: экономическая газета «Кинь тэ Сайгон» (*Kinh tế Sài Gòn* «Сайгонская экономическая газета»), информационно-аналитический журнал «Тхэжой и Вьетнам» (*Thế giới và Việt Nam* «Мир и Вьетнам»), научный журнал «Нгиен кыу Куок Тэ» (*Nghiên cứu quốc tế* «Исследование международных отношений»), «ДатВьет» (*Đất Việt* «Вьетнамская земля»);
- сайт российского информагентства «Спутник» на вьетнамском языке;
- специальные журналы: «Куандой няззан» (*Quân đội nhân dân* «Народная армия»), «Куок фонг тоан зан» (*Tạp chí quốc phòng toàn dân* «Всенародная оборона»);
- литературные журналы «Фэбинь ванхок» (*Phê bình văn học* «Литературная критика»), «Тапчи ван» (*Tạp chí văn* «Литературный журнал»).

В ходе контент-анализа вышеперечисленных изданий были выявлены следующие преобладающие российские тематики: выдающиеся русские в литературе и искусстве, Россия (СССР) во Второй мировой войне, ностальгия по СССР, современные культурные мероприятия, достопримечательности в России, российские политические лидеры, вьетнамско-российские отношения, сотрудничество СРВ и РФ в разных деятельности, российская экономика, современная техника и вооружение России, позиция РФ на политической карте мира.

Количественный анализ позволил установить, что по эмоциональному признаку образ России в основном носит информационный характер. Нейтральные оценки встречаются в аналитических материалах (обзорных статьях, статьях, комментариях), в которых рассмотрены процессы, события в экономической и политической сферах России. СМИ считают многополярность мировой экономики новым оружием для России на современном этапе, как говорится в одном обзоре: «*Не успев построить совершенно самостоятельную экономику, Россия уже преодолевала экономические трудности. Многие государства встанут на сторону*

Москвы в ответ на американские санкции» [5]. Позитивные оценки многочисленны, включают в себя публикации о культурных мероприятиях, исторических праздниках, например, фестиваль русской культуры во Вьетнаме, день Победы, новые художественные и музыкальные произведения и т.п. Статей с негативной оценкой немного, они касаются военных конфликтов с участием России: события на Украине и в Сирии.

Качественный анализ дает более полное представление об образе России во вьетнамских сетевых СМИ. Мы рассматривали образ России через призму нескольких его основных компонентов структуры: пространственно-географический, социокультурный, образ власти. Исходя из этого, наблюдалось, что СМИ часто отождествляют образ России с представителями власти.

В пространственно-географическом компоненте образа России СМИ стремятся акцентировать внимание читателей именно на ведущих географических знаках, символах и чертах страны в пространственном отношении, также на природных ресурсах. Россия глазами вьетнамцев – это большая страна с великолепной природой, страна медведей, страна березовых рощ. Другие символы-знаки упоминают о России – матрешка, водка, Космос, вооруженные силы.

Сетевые СМИ, наряду с литературой и искусством, играют ключевую роль в формировании пласта коллективных социокультурных представлений России. В сетевых художественно-литературных журналах много упоминаний о таких выдающихся писателях как Л. Толстой, М. Горький, А. Чехов, В. Маяковский, Ф. Достоевский, А. Пушкин, И. Бунин, также знаменитых фигурах в области искусства: П. Чайковский, И. Левитан, И. Шишкин и т.п. Русская и советская культура оказывает довольно значительное и глубокое влияние на сознание многих людей во Вьетнаме, в силу того, что многие поколения вьетнамцев непосредственно живут, учатся и работают в странах бывшего Советского Союза и в современной России. Российское общество, как и любое современное общество, таит в себе устойчивые проблемы дифференциала, кризис идентичности. Но в целом СМИ Вьетнама дают высокую оценку качеству образования и культуры России, стремлению к экономической самостоятельности.

Следует отметить, что именно образ политического лидера определяет образ власти и пространственно-географический компонент образа России. Образ российской власти рисуется как сильный, непримиримый, но не независимый. В сетевых СМИ за период с 2001 по 2015 г. можно найти отражение политических фигур, играющих ключевую роль в политике России: от вождей прошлого века (И. Сталина, И. Ленина, Б. Ельцина) до нынешних правителей (В. Путина, Д. Медведева). В обзорных материалах зачастую дается размышление об исторической роли предшественников В. В. Путина, оценивается феномен «сталинизма» в современном российском обществе. В целом через призму вьетнамских СМИ президент Путин есть «воплощение» России; якобы существуют две России: «до» и «после» Путина. Образ Путина неоднозначен в разных изданиях: в специальных исследовательских изданиях нынешний президент воспринимается как диктатор, второй Сталин; в партийных – влиятельный, решительный политик; в информационно-аналитических – сильный президент. Вместе с тем, образ Д. Медведева не очень заметен, подается как производный от образа В. Путина.

Что касается источников информации о России в вьетнамозычных сетевых изданиях, то в основном это сообщения российских изданий (Интерфакс, Лента.ру и др.) и мировых информационных агентств (Россия Сегодня, ВВС, AP, Reuters, Xinhua). Остальное – от вьетнамских корреспондентов, аккредитованных в России.

Подводя итог сказанному, мы можем сделать вывод о том, что, создавая целенаправленные представления об идентичности русского народа и современном российском обществе, сетевые СМИ стали мощным средством формирования и трансляции образа России в сознании вьетнамской аудитории. Ключевые факторы, оказывающие большое влияние на образ современной России, – это стереотипы, которые исторически стойко прижились во вьетнамском обществе; текущая конъюнктура состояния российско-вьетнамских отношений, определяющая степень интереса СМИ Вьетнама к России. Образ России, сложившийся в ведущих вьетнамских сетевых изданиях, является многогранным и зачастую отождествляется с представлением о ее сильной, непримиримой власти. Положительные аспекты образа России связаны в большей степени с социокультурной сферой (литература, искусство), в которой для вьетнамцев Россия сохранила статус страны с великой культурой.

Список литературы

1. **Барабаш В. В., Бордюгов Г. А., Котеленец Е. А.** Образы России в мире: курс лекций. М.: Ассоциация исследователей российского общества, 2010. 296 с.
2. **Грабельников А. А.** Учебно-методический комплекс по дисциплине «Работа журналиста в газете» для студентов, обучающихся по направлению «Журналистика». М.: РУДН, 2013. 56 с.
3. **Добросклонская Т. Г.** Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи. М.: МАКС Пресс, 2000. 288 с.
4. **Калмыков А. А., Коханова Л. А.** Интернет-журналистика [Электронный ресурс]. URL: <http://www.eartist.narod.ru/text16/022.htm> (дата обращения: 10.04.2016).
5. <http://baodatviet.vn/the-gioi/quan-he-quoc-te/kinh-te-the-gioi-da-cuc-vu-khi-moi-cua-nuoc-nga-3265125/> (дата обращения: 10.04.2016).
6. **Lasswell H. D.** The structure and function of communication in society // The Communication of Ideas / ed. L. Bryson. N.Y.: Harper and Brothers, 1948. P. 37-51.
7. **Nielsen Vietnam Cross-Platform Insights Report 2015** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nielsen.com/vn/vi/insights/2016/vietnam-cross-platform-2016.html> (дата обращения: 10.04.2016).
8. **Tình hình phát triển lĩnh vực báo chí và phát thanh truyền hình năm 2015** (Доклад о СМИ Вьетнама за 2015 год) [Электронный ресурс]. URL: <http://mic.gov.vn/solieubaocao/Pages/TinTuc/116095/Tinh-hinh-phat-trien-linh-vuc-bao-chi-va-phat-thanh-truyen-hinh-nam-2015.html> (дата обращения: 10.04.2016).

ON THE ISSUE OF FORMING THE IMAGE OF RUSSIA IN THE ONLINE MEDIA OF VIETNAM

Nguyen Thi Diu

*Peoples' Friendship University of Russia
diunguyen@nghebao.com*

The article is devoted to the study of the image of Russia in the context of functioning the Vietnamese online media. The author examines the current state of network journalism in Vietnam, its role in shaping the image of a foreign country. The paper estimates the image of the country as a psychological and communication phenomenon and examines some of the major components of the Russian image-structure in the network media. The main factors influencing the formation of Russia's image in online media: friendly relations having been formed in Soviet times, diplomatic relations of the Socialist Republic of Vietnam (SRV) and the Russian Federation at the present stage, the view of editorial staff of online media are found out.

Key words and phrases: mass media; Internet; network journalism of Vietnam; stereotype; image of Russia; media image.

УДК 1751

В статье рассматриваются особенности поэтического языка Александра Еременко. Анализ стихотворений позволяет сделать выводы о логике и специфике дискурсивных практик, с помощью которых автор создает сложные для интерпретации «мерцающие» образы, а также совмещает художественные пространства. Основное внимание уделяется приемам метаболического сопоставления художественных миров и их «выворачивания» («инсайд-аут»).

Ключевые слова и фразы: метареализм; метареалистическая поэзия; концептуализм; метабола; инсайд-аут.

Токарев Алексей Александрович*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
swetozarka@yandex.ru***МЕТАРЕАЛИЗМ КАК ТВОРЧЕСКИЙ МЕТОД АЛЕКСАНДРА ЕРЕМЕНКО**

Одной из ключевых проблем, с которой сталкиваются исследователи метареалистической литературы, является вопрос о том, какие поэты могут быть причислены к участникам течения, а какие, напротив, должны рассматриваться вне связи с метареалистической поэзией. Так, в этом свете фигура Александра Викторовича Еременко представляет интерес для исследователей.

Прежде всего, заслуживает внимания та характеристика, которую поэту дает один из идеологов метареалистического течения и автор наиболее последовательной его концепции – Михаил Наумович Эпштейн. Еще в статье 1983 года «Тезисы о метареализме и концептуализме» ученый высказал предположение, что Еременко находится «посредине между метареалистами и концептуалистами» [9, с. 165], а также что Еременко «формально <...> примыкает к группе метареалистов, занимает промежуточное положение: словами он создает особую предметную реальность и одновременно иронически разрушает ее» [Там же, с. 166].

О том, что для поэтики Еременко характерны именно концептуалистские приемы, свидетельствует и Юрий Арабов, который говорит, что «Еременко <...> в начале восьмидесятых открыл вообще золотonosную жилу, которая пользовалась бешеным успехом у публики. Он вдруг стал пародировать советские штампы, писать соцреалистические биографии Покрышкина, Н. Островского, описывать взятие Зимнего в 1917 году...» [1].

Характеристика, данная Эпштейном, позволяет описать феномен Еременко, который, по словам исследователя, «специально демонстрирует искусственность разнообразных культурных кодов, «вживляя» их в чужеродный материал» [9, с. 132]. В то же время заявление Эпштейна имеет внутреннее противоречие, как верно заметил Данила Давыдов, автор статьи «Александр Еременко в контексте эпохи». Это противоречие, по мнению исследователя, указывает на некоторую неполноту предложенной Эпштейном концепции: Эпштейн снимает таким образом «в сущности, собственную теоретическую рамку. Выходит, что «метаболист» Еременко работает с сугубо концептуалистскими методами остранения и деконструкции всякого культурного кода» [2, с. 300]. В предположении Давыдова, в целом верном, вызывает сомнение радикальная оценка метода Еременко: слова «сугубо концептуалистские методы». Эта же однозначность звучит и в словах Эпштейна, когда исследователь говорит лишь о «формальной» принадлежности Еременко к метареалистам.

Попытку решить литературоведческую проблему определения творческого метода Еременко предпринял Илья Кукулин в статье ««Сумрачный лес» как предмет ажиотажного спроса». Исследователь описал характер работы Еременко с идеологическими штампами следующим образом: «В случае с Еременко критика этих штампов была осмыслена как личное трагическое усилие, и в то же время в стихотворении давался остраненный, словно бы смешливо-удивленный взгляд автора на это усилие» [6, с. 18]. Напротив, по мнению исследователя, «в концептуализме <...> радикальное отчуждение от знака – первоначальный материал, подлежащий исследованию и проработке, а его болезненность не декларируется, а тоже исследуется (поэтому в концептуализме часто есть привкус стоицизма)» [Там же]. Это предположение¹ является попыткой

¹ Стоит отметить, что в той же статье Илья Кукулин, описывая феномен популярности Еременко, оговаривается о том, что «творчество Еременко, по многим чертам близкое не концептуализму, а общему полю полистилистики» [6, с. 18], тем самым снимая предположение о типологической близости поэзии Еременко и концептуалистской поэзии.