

На правах рукописи

НГУЕН ТХИ ЗИУ

**ОБРАЗ РОССИИ ВО ВЬЕТНАМСКОЙ
СЕТЕВОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ (2001-2015 гг.)**

Специальность 10.01.10. – Журналистика

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва – 2017

Работа выполнена на кафедре массовых коммуникаций
Федерального государственного автономного образовательного
учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Научный руководитель:

Доктор исторических наук, профессор **Грабельников Александр Анатольевич**,
профессор кафедры массовых коммуникаций РУДН

Официальные оппоненты:

Доктор филологических наук (10.01.10) **Гринберг Татьяна Эдуардовна**, *доцент
кафедры рекламы и связей с общественностью Московского государственного
университета им. М.В.Ломоносова;*

Кандидат исторических наук (07.00.02) **Бордюгов Геннадий Аркадьевич**, *главный
научный сотрудник АНО «НИЦ - АИРО-XXI»*

Ведущая организация – ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет»

Защита диссертации состоится 23 июня 2017 г. в 14.00 часов
на заседании диссертационного Совета Д 212.203.23
при Российском университете дружбы народов по адресу: 117198, Москва, ул.
Миклухо-Маклая, д. 10/2, ауд.730.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Российского
университета дружбы народов (117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6)
Объявление о защите и автореферат размещены на сайтах <http://vak.ed.gov.ru> и
<http://dissovet.rudn.ru>.

Автореферат разослан «_____» _____ 2017 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат филологических наук, доцент

А.Е. Базанова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертационное исследование посвящено научному осмыслению особенностей формирования и продвижения образа России во Вьетнаме, что является важным условием для достижения целей, соответствующих национальным интересам страны. В основание образа заложены стереотипы о Советской России, сложившиеся в общественном мнении вьетнамцев под воздействием местной прессы и русской литературы, отличавшиеся достаточно большой устойчивостью.

Актуальность темы диссертационного исследования обусловлена усилением дружеских двусторонних отношений России и Вьетнама с 2001 г., что является важным фактором, влияющим на интерес вьетнамских СМИ к российской тематике. Вместе с тем, с начала XXI в. во всем мире наблюдается рост влияния сетевых СМИ на формирование общественного мнения. Во Вьетнаме в связи с развитием Интернета в целом и сетевой журналистики в частности изменилось информационное пространство общества. Появились такие уникальные субъекты, не имеющие прямых аналогов в иных пространствах, как социальное виртуальное сообщество, онлайн-общество, сетевой социум, виртуальная коалиция, которые оказывают большое влияние на общественное мнение.

Исследования сетевой журналистики с точки зрения создания имиджа зарубежной страны сегодня чрезвычайно актуальны, так как призваны ответить на вопрос, какова специфика участия сетевых СМИ в формировании общественного мнения, управлении вниманием аудитории, актуализации читательского интереса к событиям в других странах и формировании их образа в сознании вьетнамской массовой аудитории. Данное исследование является первой попыткой изучения особенностей образа России в контексте функционирования Интернет-журналистики Вьетнама.

Объектом исследования является образ России в сетевых изданиях и интернет-форматах традиционных изданий Вьетнама в период с 2001 по 2015 гг.

Предмет исследования – тематические и жанровые особенности образа России, сложившегося в ведущих вьетнамских сетевых журналах и газетах.

Цель исследования – изучить особенности создания образа России во вьетнамских сетевых СМИ, а также те факторы и механизмы, под влиянием которых этот образ формируется.

Задачи, вытекающие из цели исследования:

- уточнить основные теоретические понятия исследования: «образ», «имидж» и «стереотип»;
- сформулировать понятие «образ страны» в СМИ на основании сопоставления различных научных концепций;
- изучить исторически сложившийся образ России во вьетнамской прессе и других источниках;

- исследовать особенности сетевой журналистики Вьетнама;
- провести количественный и качественный анализ публикаций, посвященных российской тематике, в 14 выбранных сетевых СМИ Вьетнама за период 2001-2015 гг.;
- обосновать тематические предпочтения в публикациях о России;
- выявить основные тенденции формирования образа России во вьетнамских сетевых СМИ.

Степень разработанности проблемы. Поскольку указанная тема изучается впервые, прямых литературных источников пока нет. Однако можно назвать близкие по тематике научные работы, отражающие образ страны средствами массовой информации. Это диссертации «Образ Греции в современной российской прессе» (Димитракопулос Г.), «Образ Анголы в современных британских СМИ» (Кампос И.А.П.), «Образ Анголы в электронных СМИ России» (Калупетека Э.Н.), «Медиаобраз Турции в российских СМИ: особенности формирования имиджа» (Айдоган Х.Дж.), научные работы О.В. Малеевой, Т.В. Моисеевой, Е.А. Тороповой, А.Ю. Ветлугиной, Салима Ахмеда. Проблеме политического образа страны посвящены труды Л.В. Бондаревой, А.Е. Брянцева, Н.С. Виноградовой, М.А. Коломенского, и другие. Одной из основных работ, повлиявших на ход данного исследования и описывающих особенности формирования имиджа государства, является книга российских авторов В.В. Барабаша, Г.А. Бордюгова, Е.А. Котеленец «Образы России в мире».

Научная новизна работы определяется самой темой исследования. Впервые проведен комплексный подход (политико-психологический, исторический, культурологический) к анализу формирования образа России во вьетнамских сетевых СМИ с учетом роли и возможностей авторитетных сетевых журналов и газет. На базе популярных вьетнамских сетевых изданий изучен интерес вьетнамских сетевых СМИ к российской тематике; выявлены первостепенные факторы, влияющие на модификацию образа России и основные тенденции формирования положительного/отрицательного образа России.

Теоретическая база диссертации. Междисциплинарный характер исследования потребовал обращения к широкой базе теоретических источников, в которую вошли научные работы журналистике, имагологии, интернет-журналистике, филологии, социологии. Много научных трудов связано, прежде всего, с особенностями формирования странового образа в общем и медиаобраза России за рубежом в частности. Это работы С. Анхольта, В.В. Барабаша, Г.А. Бордюгова, Э.А. Галумова, Е.А. Котеленец, А.П. Панкрухина, Э.Г. Соловьёва, В.А. Федорова, Дж. Хильдрета. Автор опирался также на исследования по теории и истории журналистики российских ученых Е.Л. Вартановой, А.А. Грабельникова, Я.Н. Засурского, А.А. Калмыкова, Л.А. Кохановой, Е.П. Прохорова, по языку и стилю сетевых СМИ Т.А. Добросклонской, Г.Н. Трофимовой, а также на работы зарубежных

исследователей Максвелла Маккомбса, Дональда Л. Шоу, Э. Рейнолдса и других.

Поскольку понятие «образа» является одним из фундаментальных в психологии, автор опирался на работы А.Н. Леонтьева и К.Г. Юнга. Используются также труды А.А. Гравера, Л. Брауна, У. Липпмана, Е. Сэмпсона, К.Ю. Боулдинга и других.

Признавая состояние российско-вьетнамских отношений одним из основных факторов, влияющих на интерес вьетнамских СМИ к российской теме, автор в своей работе использовал научные статьи русских и вьетнамских специалистов, в которых освещается российско-вьетнамское сотрудничество в экономике, культуре, образовании, обороне, отражается надёжная дружеская связь между двумя народами.

Эмпирическую базу исследования составили 21099 публикаций в 14 интернет-СМИ Вьетнама в период с 2001 по 2015 годы:

– 2-х самых популярных онлайн-новостных изданиях: «Вьетнамнэт» (Vietnamnet.vn), «Вээнэкспресс» (Vnexpress.vn).

– 3-х партийных газетах: «Нянзан» (Народ, nhandan.org.vn), «Данг Конгшан» (Коммунистическая партия Вьетнама, dangcongsan.vn), «Сайгон зайфонг» (Освобождённый Сайгон, sggr.org.vn), которые считаются рупорами идеологии коммунистической партии Вьетнама.

– 3-х авторитетных общественно-информационных газетах: «Туойче онлайн» (Юность онлайн, tuoitre.vn), «Тханьниен онлайн» (Молодёжь онлайн, thanhnien.com.vn), «Тиенфонг» (Авангард, tienphong.vn).

– 3-х аналитических изданиях: экономической газете «Вээнэкономи» (vneconomy.vn), информационно-аналитическом издании «Тхэзой ва Вьетнам» (Вьетнам и мир, baoquocte.vn), журнале «Нгиенкыу куоктэ» (Исследование международных отношений, nghiencuuquocte.net).

– 2-х специализированных изданиях: газете «Куандой нянзан» (Народная армия, www.qdnd.vn), журнале «Куокфонг тоанзан» (Всенародная оборона, tarchiqptd.vn), которые посвящены широкому спектру вопросов, связанных с вооружёнными силами СРВ и обеспечением национальной безопасности Вьетнама.

– сетевом литературном журнале «Шонг Хыонг» (Река Хыонг, tarchisonghuong.com.vn), который является одним из лучших литературных журналов в сети в настоящее время.

Хронологические рамки исследования соответствуют важным вехам в дипломатических отношениях между Россией и Вьетнамом и в развитии сегмента сетевой журналистики Вьетнама.

При отборе публикаций использована поисковая система при каждом сетевом издании, сортирующая публикации по ключевому слову, дате, релевантности, рубрикам, жанрам. Таким способом были найдены публикации, в которых теме России отводилась главная роль.

Методы исследования, применяемые в работе, обусловлены спецификой поставленных задач. В качестве исходных методологических оснований выступают принципы объективности, историзма и системности, что позволяет изучать явления в развитии, выделять этапы изменения в двусторонних отношениях СРВ и РФ. Были использованы теоретические методы исследования: описательный, сопоставительный, сравнительно-исторический методы. Используются принципы сравнительно-типологического анализа, методы систематической классификации при рассмотрении сетевой журналистики Вьетнама и в отборе 14 изданий для контент-анализа. В ходе решения поставленных задач автор опирался на системно-исторические и структурно-функциональные подходы, использовал предметно-тематический анализ, контент-анализ, анализ документов. В исследовании также применяется сочетание количественных (статистических) и качественных методов анализа информации, метод визуализации полученных результатов.

Самостоятельный вклад диссертанта в разработку данной темы заключается в том, что автор лично:

- провел комплексный анализ образа России, представленного в современной сетевой журналистике Вьетнама за период 2001-2015 гг., на основании количественного анализа показал динамику увеличения интереса сетевых СМИ Вьетнама к российской тематике, в ходе контент-анализа выявил структурно-содержательные характеристики образа;
- провел ретроспективный анализ сложившегося образа России в книжных изданиях и во вьетнамской прессе за период 1924-2015 гг.;
- выявил исторически сложившиеся стереотипы в отношении России, существующие во вьетнамском обществе, детерминирующие репрезентацию образа России в СМИ;
- изучил жанрово-тематические направления в создании образа России в сетевых СМИ Вьетнама за четырнадцатилетний период с 2001 по 2015 гг.
- выявил основные тенденции в формировании образа России во вьетнамских сетевых СМИ.

Гипотезой исследования стало предположение о том, что особенность образа России во вьетнамских сетевых СМИ существенно отличается от образа России, создаваемого западными СМИ, которые ведут сегодня против нее информационную войну и используют советскую стилистику как один из многих антироссийских стереотипов, вызывающих русофобию у общественности. Образ Советской России во Вьетнаме исторически сложился очень позитивным, и даже негативные факты текущей действительности существенно на него не влияют.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. В русскоязычных исследованиях в сфере страновой имагологии в большинстве случаев следует различать два понятия: «образ» и «имидж». Если «образ» – продукт стихийно сложившегося восприятия аудиторией тех или иных качеств объекта, то «имидж» – продукт преднамеренно и

целенаправленно создаваемых его характеристик. Эти понятия находятся в логической последовательности: стереотипы - образ - имидж. Стереотип представляет собой важнейший элемент, оказывающий влияние на восприятие образа какого-либо объекта. Имидж рассматривается как вид образа, создающегося путём манипуляции теми же стереотипами и сложившимися под их влиянием образами.

2. Первостепенные факторы, влияющие на модификацию образа России, взаимодействующие друг с другом, – это текущая конъюнктура состояния российско-вьетнамских отношений, положительные стереотипы о Советской России и русском народе, технические возможности и политика сетевых СМИ Вьетнама, позиция России на международной арене.

3. До того как появились сетевые СМИ, вьетнамская традиционная пресса внесла весомый вклад в формирование представлений о русских, о советской и новой России в сознание многих поколений вьетнамцев. Все значительные события, связанные с судьбой России, освещаются довольно подробно в большинстве дружественных публикаций. За два последних века образ России эволюционировал от становления до чёткого формирования представлений о русских как о великом народе, который никогда не сдаётся перед тяжёлыми трудностями, который спешит помочь нуждающимся с искренностью и бескорыстностью, который талантлив и трудолюбив, всегда стремится к свободе, основа движущей силы истории. Поэтому Россия и остаётся ведущей страной.

4. Существуют две группы сетевых газет/журналов во Вьетнаме: 1) издания-«гибриды» (бумажно-сетевые) – модифицированные сетевые форматы печатных СМИ, имеющие свои Интернет-редакции, способные к проведению самостоятельной информационной политики; 2) сугубо интернетовские издания (чисто сетевые). За последние 5 лет сетевые СМИ Вьетнама приобрели достаточно высокую степень влияния на аудиторию и могут способствовать эффективному формированию общественного мнения.

5. Преимущественным источником информации о России для сетевых СМИ Вьетнама являются давно существующие западные информагентства из Великобритании и США, такие как Reuters, BBC, CNN, AP. Другие зарубежные источники – российские информагентства РИА Новости, ИТАР-ТАСС, ближневосточные телеканалы Al-Jazeera, Al Arabiya, и аналитические материалы в печати третьих стран (Project Syndicate, The New York Times, Financial Times). Остальное – от внештатных корреспондентов и корреспондентов, аккредитованных в России. С 2014 г. наблюдался рост востребованности российских источников информации в связи с увеличением потребности у Интернет-пользователей в разностороннем освещении событий.

6. Период 2001-2015 гг. ознаменован возрастанием числа публикаций сетевых СМИ, посвященных российской тематике. Их резкий рост отмечен в период 2011-2015 гг., что отражает большой интерес сетевых СМИ Вьетнама к происходящему в России. Это объясняется технологическим и

профессиональным совершенствованием сетевой журналистики Вьетнама, активизацией вьетнамо-российского всеобъемлющего стратегического партнёрства и изменением геополитического положения России на международной арене.

7. Наибольший интерес для вьетнамских сетевых СМИ в плане российской тематики представляют внешняя политика РФ, международные отношения, вооруженные силы РФ, внутренняя политика, спорт, экономика, терроризм в России.

8. В XXI в. (2001-2015 гг.) во вьетнамских сетевых СМИ формируется новое представление о современной России, которое несколько отличается от сложившегося в советское время. Однако, многие вьетнамцы, те, кто в прошлом с симпатией относился к СССР, сохраняют свою привязанность к России и сегодня. Это и есть «привилегия» России в процессе формирования позитивного ее имиджа во Вьетнаме на современном этапе. Образ России во вьетнамской сетевой журналистике носит по преимуществу положительный характер. Современная Россия представлена в сетевых СМИ как страна, укрепляющая свою позицию на международной арене.

9. Сетевые СМИ Вьетнама активно влияют на формирование образа зарубежных стран. Вместе с телевидением она являются самым эффективным средством, формирующим и распространяющим медийный образ России.

Теоретическая и практическая значимость исследования связана с анализом проблемы создания образа России вьетнамскими сетевыми СМИ. Результаты исследования пополняют теоретические знания о технологии формирования и трансформирования образа России, позволяют определить роль сетевых СМИ как фактора и канала создания образа страны. Наряду с этим изучение восприятия России за рубежом имеет прикладное значение. Материалы работы могут быть полезны в учебном процессе по изучению теории и практики массовой коммуникации, страноведения, стилистики и языка СМИ, жанровой системы, особенностей интернет-журналистики, имагологии и связей с общественностью.

Цель и задачи исследования предопределили **структуру данной работы**, которая состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

В первой главе **«Проблемы создания образа России во вьетнамском обществе»** рассматриваются «образ страны», «имидж страны», «стереотип» как базисные понятия исследования, исторически сложившийся образ России во вьетнамской прессе и других источниках, особенности российско-вьетнамских отношений в новом тысячелетии как главный фактор влияния на содержание образа современной Российской Федерации.

Была предположена логическая последовательность: стереотипы - образ - имидж. Стереотип представляет собой важнейший элемент, оказывающий влияние на восприятие образа какого-либо объекта. Имидж – вид образа, создающийся путём манипуляции тех же стереотипов и сложившихся под их влиянием образов. Понятия «имидж» отличается от понятия «образ» сознательностью формирования; акцентом на целях, тактике, стратегии формирования; отчётливой оценкой объекта.

Многие социологи отмечают, что при ответах на вопросы, касающиеся чужой страны, респонденты в большей мере ориентируются на существующие стереотипы, даже если у них есть знакомые представители данного народа. Согласно У. Липпману, социальный стереотип есть упорядоченный культурный образ, в котором разместились привычки, вкусы способности, удовольствия и надежды какого-либо народа, передающиеся последовательно и авторитетно из поколения в поколение. Стереотип – формообразующая единица общественного мнения, кристаллизация эмоционально окрашенных представлений и мнений. В отличие от «образа», основанного на непосредственном соприкосновении с предметами, стереотип создаётся на основе опосредованного восприятия объекта и начинает действовать до того, как включается разум. Человек воспринимает предметы/явления/мир через стереотипы его культуры.

Образ страны – наиболее общая категория, которая охватывает весь объем представлений о государстве. Это, с одной стороны, психологический феномен, включающий в себя не только отражение реальных характеристик страны, но и набор ожиданий субъекта восприятия; а с другой стороны, – коммуникативное явление, представляющее собой репрезентацию реальности в СМИ, т.е. в центре внимания находится роль СМИ в формировании положительных или отрицательных представлений о какой-либо чужой стране. Основные коммуникативные функции образа страны: идеализация, идентификация и противопоставление. Тут термин «репрезентация» обозначает два основных механизма, существующих в масс-медиа – отражение действительности и ее конструирование. Медиаобраз России воспринимается вьетнамцами как объективное отражение реальности и находится в зависимости от политического, экономического, идеологического фундамента России и Вьетнама, от статуса СМИ во Вьетнаме. В данной работе используется понятие «образ», чтобы подчеркнуть «портрет» России, стихийно создаваемый вьетнамскими сетевыми СМИ. Россия прилагает усилия к созданию своего позитивного имиджа на международной арене посредством СМИ, однако эти усилия пока не носят системно-комплексного характера и, по меньшей мере, равны по эффекту стихийному формированию её имиджа вьетнамскими средствами массовой информации.

В течение длительного времени Россия для вьетнамцев оставалась далёкой и неизведанной. Объективной причиной являлась географическая удалённость двух стран, мешавшая своевременно получать новые сведения. Субъективная

причина заключалась в том, что по-разному сложились исторические судьбы двух народов (разные религии, культуры, политические устройства и т.д.). Вьетнамская пресса сократила эту дистанцию. Массовая информация о России появилась только в 20-е годы XX века во времена СССР, создавая более или менее отчетливое представление о русских.

С целью выяснения целостного представления о формировании образа России во вьетнамском обществе, в работе проведён контент-анализ популярных печатных вьетнамских периодических изданий («Фуны танван», «Нянзан», «Ханой мой», «Кыукуок», «Чанган бао», «Сайгон зайфонг», «Куандой нянзан») за период с 1924 по 2015 гг., также рассмотрено первое упоминание России в книжных изданиях в XVIII-XIX веках, в которых представление о русских формировалось в сопоставлении с другими народами.

Один из первых исследователей, изучавших истоки российско-вьетнамских отношений, известный литературовед-вьетнамист Н.И. Никулин в своей статье «Описание путешествия вьетнамца XVIII в. в Португалию» поддержал мысль о том, что появление первой информации о России у вьетнамцев следует относить примерно к середине XVIII – началу XIX вв. В трудах учёного-энциклопедиста Ле Куи Дона (1726-1784 гг.) Н.И. Никулин обнаружил первое упоминание о Москве. Интересную информацию о России содержит книга католического вьетнамского священника Филиппе Биня (1759-1832 гг.) – «Книга записей разных дел» (1822 г.). В ней есть описание похода Бонапарта против России, касающееся русской армии.

1865-1945 гг. – ранний период вьетнамской прессы, ознаменованный возникновением и становлением революционных изданий. О России упоминала в газете «La vie ouvrière» от 21 марта 1924 г. статья «Русская революция и колониальные народы». Автором статьи был Хо Ши Мин с псевдонимом Нгуен Ай Куок, который трижды побывал в Советском Союзе с целью поиска пути освобождения Родины. Октябрьская революция 1917 г. в России служила одним из крупнейших политических событий XX века, в силу этого Россия воспринималась как страна революционная, мужественная.

В 20-30-е гг. XX в. во Вьетнаме стали появляться первые переводы русской классической литературы с французского и китайского языка. Это были произведения Л. Толстого, А. Чехова, которые публиковались в местных периодических изданиях или выпускались в сериях – отдельными книжечками. В демократической печати появляются очерки и статьи о Советской России, авторами которых были профессиональные вьетнамские революционеры. Россию вьетнамцы воспринимали через такие произведения, как «Анна Каренина», «Воскресение» Л.Н. Толстого, «Палата №6», «Смерть чиновника» А.П. Чехова, «Как закалялась сталь» Н. Островского. Настоящее знакомство вьетнамских читателей с русской и советской литературой состоялось после победы Августовской революции 1945 г. и создания Демократической Республики Вьетнам.

Словосочетание «Советская Россия» зачастую встречалось в новостях, заметках и обзорах в рубриках «Военные новости», «Мир» таких революционных газет как «Чунгбак танван», «Чанган бао», «Кыукуок», «Шытхат», «Доклап». Основу тематики этих материалов составляли ход событий Второй мировой войны на разных фронтах, героизм советской армии. Победа СССР в Великой Отечественной войне освещалась во всех изданиях с поздравлением от вьетнамского народа.

С момента официального установления 30 января 1950 г. между СССР и Демократической Республикой Вьетнам дипломатических отношений дружба двух народов стала развиваться во всех сферах. Страна получила огромную поддержку СССР и советского народа в двух войнах сопротивления против французских колонизаторов (1950-1954 гг.) и против агрессии США (1954-1975 гг.). Все это отражается на страницах разных изданий.

Основу тематики публикаций за период 1946-1959 гг. составляют победа СССР над фашизмом, восстановление страны после Великой Отечественной войны, трудовые подвиги в промышленности и сельском хозяйстве, выборы в Верховный Совет СССР, смерть Сталина, российско-вьетнамские отношения в разных сферах. В публикациях этого времени прослеживается мысль, что СССР – центр мировой революции, а советский режим – самый передовой, демократический; что советский народ – образец красоты человеческой. Переживая столько горечей, поражений, смертей, страданий из-за разных войн, вьетнамцы сочувствуют духовной боли русского народа, искренне верят в победу русского духа и высоко оценивают роль России в мировой истории. Советская Россия воспринималась как большой брат, бескорыстный друг, надёжный товарищ, храбрый борец за мир.

За период с 1960 по 1975 гг. во вьетнамских газетах наблюдалось активное освещение советско-вьетнамских отношений в области культуры и науки, научно-технического прогресса СССР. Популярным жанром является портретный очерк о людях советской эпохи, например, М. Горьком, Ю.А. Гагарине и многих других. В разделе «Реклама» газет «Нянзан», «Ханой Мой» часто обнаружилась афиша советского кино.

Публикации периода 1976-1991 гг. продолжают акцентировать внимание на важных внутривосточных, внешнеполитических, культурных событиях. Одной из значимых тем, освещённых во вьетнамской прессе в этот период, является вооружённый конфликт между Вьетнамом и Китаем, произошедший в феврале - марте 1979 года. Тогда СССР выступал против вторжений китайской армии на землю Вьетнама. Об этом много пишется в прессе (главным образом «Ханой мой», «Сайгон зайфонг»). В этих материалах создаётся образ советской власти, стремящейся послужить делу мира и безопасности во всем мире. Геополитика сверхдержавы СССР достойна доверия всех народов.

После распада СССР Вьетнам 27 декабря 1991 г. признал Россию правопреемницей Советского Союза. В 90-е годы вьетнамско-российские отношения оказались в состоянии застоя, в результате чего был ослаблен

информационный обмен. С начала XXI в. до 2015 гг. российская тематика снова появилась в прессе и стала популярной в интернет-изданиях. В целом, содержание публикаций о России сосредоточено вокруг таких аспектов, как внешняя и внутренняя политика России, экономическое состояние, вооружённые силы, развитие российско-вьетнамского сотрудничества в разных сферах. Культура современной России освещается исключительно сквозь призму советского образа жизни, поэтому тема ностальгии по советской России до сих пор ещё интересна.

Во вьетнамском обществе были сформированы положительные стереотипы о русском народе, которые существуют до наших дней: трудолюбие, находчивость, чувство справедливости, сердобольность, основа движущей силы истории. Публикации, посвященные теме «Советская Россия», «День Победы» занимают определенное место в тематике ведущих СМИ Вьетнама. Это, с одной стороны, «привилегия» России в процессе формирования ее позитивного имиджа во Вьетнаме, но, с другой стороны, это и препятствие восприятию образа современной России. Чем прочнее укоренены некие стереотипы, тем слабее реальный опыт влияет на представления людей. Автор приводит в качестве примера вьетнамские стереотипы о советской России, согласно которым Россия воспринималась как «старший брат» Вьетнама и справедливый судья. В новых условиях геополитики большая часть вьетнамцев, включая должностных лиц, журналистов все ещё продолжают мыслить стереотипами периода «братской советско-вьетнамской дружбы», настаивая на необходимости активной реакции России в поддержку вьетнамской позиции в конфликте с Китаем вокруг проблемы принадлежности островов в Южно-Китайском море. Это трудно согласовать с реальностью, так как Россия связана узами всеобъемлющего стратегического партнёрства не только с Вьетнамом, но и с Китаем, и, разумеется, Москва не хочет обидеть никого. В данном случае стереотип стал препятствием для познания вьетнамцами социальных явлений.

Подытоживая влияние истории тесных взаимоотношений между двумя народами и государствами, следует иметь в виду, что именно они являются одним из главных факторов, формирующих запрос на хорошие двусторонние отношения на текущий момент.

Во второй главе «**Особенности функционирования сетевых СМИ во Вьетнаме**» рассматриваются становление и развитие вьетнамской сетевой журналистики на протяжении восемнадцати лет (1997-2015 гг.), особенности ее аудитории, объясняются критерия выбора сетевых изданий для исследования.

Во Вьетнаме процесс интернетизации СМИ происходит уверенно. Правительство Вьетнама правовыми и техническими методами осуществляет контроль над киберпространством и ограничивает свободу в Интернете. Согласно данным Государственной статистической организации, на ноябрь 2015 г. количество Интернет-пользователей во Вьетнаме составляет 52% населения страны (среднемировой – 44%). В 2016 г. во Вьетнаме насчитывалось

более 128 млн. абонентов мобильной связи, что составляет 150% населения страны (среднемировой – 103 %), в связи с чем количество абонентов 3G, 4G тоже стремительно увеличивается. Интернет-пользователи в основном люди в возрасте 15-54 лет, которые в среднем находятся в сети 3,5 часа в день, а в возрасте 21-29 лет – 3,9 часов в день. Традиционное ТВ охватывает 72% вьетнамской аудитории. Однако, 78% опрошенных отмечают, что они смотрят телеканалы и телепрограммы именно в сетевом режиме. 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 в любых обстоятельствах и в любое время.

Вьетнамские сетевые СМИ сегодня весьма разнообразны. Это интернет-газеты, интернет-журналы, интернет-радиостанции, интернет-телепрограммы и интернет-информанства. Они разделяются на две группы: 1) издания-«гибриды» (бумажно-сетевые) – модифицированные сетевые форматы печатных СМИ, имеющие свои интернет-редакции («Туойче онлайн», «Тханьниен онлайн», «Тиенфонг», «Нянзан» и др.); 2) сугубо сетевые издания («Вьетнамнэт», «Вээнэкспресс» и др.).

Развитие Интернета и сетевых СМИ существенно изменили информационное пространство в стране. 6 февраля 1997 г. вышел первый вьетнамский электронный журнал под названием «Куэхыонг диенты» (Родина Онлайн). Эта дата стала днем рождения электронной прессы Вьетнама. Вслед за ним две качественные газеты «Нянзан» («Народ») и «Лаодонг» («Рабочий») в 1998 и 1999 гг. обзавелись сетевыми аналогами в Интернете. С 2001 г. начали появляться сугубо сетевые газеты, такие как «Вээнэкспресс», «Вьетнамнэт». С 2005 г. по настоящий момент сетевая пресса активно развивается количественно и качественно.

К декабрю 2015 г. в стране было зарегистрировано 105 интернет-газет и интернет-журналов, 207 информационных сайтов печатных изданий. Из-за сложного положения с лицензированием количество незарегистрированных интернет-СМИ примерно в четыре раза больше.

В последние пять лет сетевые СМИ Вьетнама обладают достаточно высокой степенью влияния на аудиторию и эффективно формируют общественное мнение. Особенно новостные издания: если определённая новость часто обсуждается в СМИ, то аудитория будет рассматривать этот вопрос как наиболее важный, чем другой, менее освещаемый. Слушатели и зрители впитывают информацию и бессознательно принимают точку зрения того, кто передал им те или иные сообщения. СМИ обладают исключительными возможностями незаметно изменять взгляды и представления своей аудитории. Повторение одинаковых тем в разных изданиях, и в то же время тиражирование ключевых слов, связанных с Россией, стихийным/сознательным образом воздействует на сознание читателя, заставляя его воспринимать эти события как чрезвычайно важные. Поскольку

само упоминание слов, связанных с Россией, дает разное представление о государстве, можно считать, что повторение/тиражирование этих ключевых слов – количественные показатели, влияющие на формирование образа России. Изучив рубрику, тему, стиль речи, жанр публикации, в которой российской тематике отводится главная роль, можно сказать о степени влияния сетевых СМИ Вьетнама на формирование образа России во вьетнамском обществе.

Сетевые СМИ содержат в себе большой потенциал, которому завидуют традиционные СМИ, скажем, мультимедийность, пользовательская интерактивность, интерактивность содержания (возможность изменения, скорость появления и объёма информации), гипертекстуальность. Наряду с этими особенностями технология Web 2.0 позволяет каждому пользователю становиться со-автором разнообразного контента, который доступен другим и может стать общественно значимым. Тема, однажды сообщённая в традиционных СМИ, может спустя какое-то время выйти на первый план посредством обсуждений в онлайн-СМИ. Они считаются основным ресурсом формирования и эффективным каналом распространения страновых образов.

Для влияния интернет-СМИ не существует не только географических, но и культурных и даже цивилизационных границ. Они целенаправленно и продуманно создают и регулируют социальную реальность, формируют свою аудиторию и её мировоззрение, задают ориентиры мировосприятия, определяют ход мыслей, побуждают к действиям и т.д. Основным критерий влияния СМИ в формировании того или иного имиджа – это авторитет данного СМИ в национальном и международном масштабе.

Стоит отметить рост социальных медиа и их воздействие на сетевую журналистику. Во Вьетнаме самой популярной соцсетью является Фейсбук (Facebook), занимающая доминирующую позицию в области пересечения социальных медиа и новостных изданий. По данным на ноябрь 2015 г., Фейсбук здесь насчитывает 36 миллионов пользователей. Сейчас многие сетевые СМИ получают часть своего трафика с Фейсбука. В данном случае можно считать Фейсбук своего рода проводником сетевых СМИ, а остальное – дополнительным источником информации.

В третьей главе «**Особенности образа России во вьетнамских сетевых СМИ**» проводится количественный и качественный анализ публикаций в 14 выбранных сетевых СМИ Вьетнама за период 2001-2015 гг., изучаются жанрово-тематические направления в создании образа России в этих изданиях, выявляются основные тенденции в формировании образа России во вьетнамских сетевых СМИ.

На основании процессов, происходивших в самих сетевых СМИ и дипломатических отношениях между Россией и Вьетнамом, автор предлагает следующую периодизацию описания образа России во вьетнамских сетевых СМИ: 2001-2005 гг., 2006-2010 гг., 2011-2015 гг. Исследование выявило растущий с каждым годом интерес вьетнамских сетевых СМИ к России, что

объективно связано с активизацией взаимодействия между Россией и Вьетнамом, а также развитием Интернета и сетевой журналистики во Вьетнаме. Динамика увеличения год за годом количества публикаций о России выглядит следующим образом: 2001 г. – 35, 2002 г. – 69, 2003 г. – 125, 2004 г. – 423. 2005 г. – 470, 2006 г. – 880, 2007 г. – 994, 2008 г. – 1059, 2009 г. – 902, 2010 г. – 1390, 2011 г. – 1821, 2012 г. – 2161, 2013 г. – 2391, 2014 г. – 3587, 2015 г. – 4792. Число публикаций о России в период 2011-2015 гг. в 2,8 раз больше, чем в период 2006-2010 гг., и в 13 раз больше чем в период 2001-2005 гг.

Период 2001-2005 гг. отмечен началом создания вьетнамских сетевых изданий, когда они находились в процессе становления профессионализма сотрудников редакции и корреспондентского корпуса. В это время тема России освещалась лишь тогда, когда случались экстремальные события. Общее количество публикаций о России в этот период - 1122. Основу тематики публикаций о России составляют международные отношения между РФ и США, Ираном, Европейским Союзом; проблемы терроризма, сепаратизма и расизма в России; происшествия с российскими морскими судами; безопасность вьетнамской диаспоры в России.

За период 2006-2010 гг. интернет-редакциям удалось утвердить свои преимущества в новостной оперативности и мультимедийности. Они стали наиболее интересными и содержательными благодаря постоянному обновлению ленты новостей в каждой рубрике. Появились новые качественные онлайн-издания, которые заинтересовались темой России в разных ракурсах: дипломатических отношениях («Тхэзой ва Вьетнам»), экономике («Вээнэкономи»), литературе и искусстве («Шонг Хыонг»). В этот период российская тематика стала чаще освещаться, но не была постоянной. Информация о России появлялась только тогда, когда в России происходили чрезвычайно важные политические события (президентские выборы 2008 года, выборы в Государственную думу 2007 года), большие социально-экономические изменения, воздействующие на жизнь вьетнамской диаспоры в России (ликвидация Черкизовского рынка в Москве), и конечно, визиты на высшем уровне во Вьетнам глав РФ (визиты В. Путина во Вьетнам в 2006, 2010 гг.; Д. Медведева - в 2008, 2012 гг.). Спектр российской тематики был расширен, доминирующей темой стала внутренняя и внешняя политика России.

В период 2011-2015 гг. сайты в условиях конвергенции становятся опорными центрами информационной и аналитической деятельности СМИ. Новая информационная среда охватывает как онлайн-источники информации, так и традиционные – газеты, радиовещание, телевидение. Все сетевые СМИ непрерывно развивают и улучшают собственный контент, отвечающий требованиям своей аудитории. Они нацелены на оперативное информирование, постоянное обновление ленты новостей, простоту в языке и стиле речи. В редакциях работают не только журналисты, но и переводчики с хорошим знанием английского, французского языков, чтобы оперативно находить свежие новости из международных информационных агентств и

СМИ. В этот период интерес к России стал стабильным и востребованным. Появились частный исследовательский журнал «Нгиенкыу куоктэ», предлагающий неоднозначный взгляд на политику России, общевойсковой журнал «Куокфонг тоанзан», заинтересованный темой российской армии. К 2011-2015 гг. российская тематика является постоянной в разных рубриках СМИ, зачастую появляется в ленте новостей информационных СМИ. Основу российской тематики составляют: внешняя политика РФ, ее влияние в международных отношениях; вооружённые силы России; внутренняя политика; терроризм; экономика.

Наблюдается расширение тематического и жанрового спектра публикаций. Однако частота упоминания российской тематики в сетевых СМИ Вьетнама неравномерна: в общественно-информационных («Туойче онлайн», «Тханьниен онлайн», «Тиенфонг») и новостных изданиях («Вьетнамнэт», «Вээнэкспресс») размещено гораздо больше материалов, чем в специализированных СМИ («Куандой нязан», «Вээнэкономии», «Куокфонг тоанзан», «Шонг Хыонг», «Нгиенкыу куоктэ», «Вьетнам ва Тхэзой»). В то же время в партийных изданиях («Нязан», «Данг Конгшан») наблюдался рост интереса к российской тематике. С 2014 г. повысилась востребованность российских источников информации.

Результаты тематического анализа публикаций 14 электронных СМИ Вьетнама с 2001 по декабрь 2015 гг. представлены в таблицах приложений № 2 и № 3 к данной работе. Приложение № 2 включает в себя две большие таблицы: общая тематическая классификация и темы с подразделами. Приложение № 3 состоит из 14 таблиц, каждая из них отражает тематическую классификацию по определенному СМИ за указанный период.

Было выяснено, что наибольший интерес для вьетнамских сетевых СМИ в российской тематике представляют внешняя политика РФ, международные отношения между Россией и другими государствами – 6161 публикация (29,2 % от общего количества публикаций о России); вооруженные силы РФ (2983 публикации – 14,14 %), внутренняя политика (2405 публикаций – 11,4 %); спорт (1068 публикаций – 5,06 %); экономика, бизнес, финансы (1030 публикаций – 4,88 %), терроризм (998 публикаций – 4,73 %). На взгляд автора, международные отношения являются плодотворной средой для формирования имиджа России во вьетнамском обществе, хотя ее возросшая роль в международном процессе в последнее время неизбежно вызывает неоднозначные реакции СМИ.

В сетевых СМИ Вьетнама широко используются традиционные газетные жанры, разделенные на три большие группы: информационные, аналитические и художественно-публицистические. Но границы между этими жанрами часто размыты. В связи с мультимедийностью, гипертекстуальностью, интерактивностью сетевых СМИ все журналистские материалы могут быть представлены в любой форме, готовой к восприятию – как текст, графика, фото- и видеоматериалы, звук. Появились и такие новые жанры, как онлайн-

конференция, инфографика, онлайн-репортаж, твиттер-репортаж, фейсбук-репортаж.

Доминирующими жанрами во всех проанализированных СМИ являются информационные, к которым относятся лента новости, фотонности, хроника, заметка, (фото/видео) репортаж, интервью, онлайн-репортаж, дайджест, сводка новостей (спортивных, биржевых), информационный отчет, письма читателей, инфографика, ориентированные на сообщении фактов, цифр, свидетельств. В партийных газетах «Нязан», «Сайгон зайфонг», «Данг Конгшан» и общевойсковых изданиях «Куандой нязан», «Куокфонг тоанзан» материалы достаточно серьёзны, что ярко отражается и в самом тексте, и в «заголовочных комплексах», заключающих в себя рубрику, заголовок, подзаголовок, лид, иллюстрацию. Во всех заголовках не используются метафоры или какие-нибудь выразительные средства. Заголовок – одно предложение, информирующее о теме публикации. В информационных изданиях применяются разные виды заголовков, в том числе образные (шокирующие), заголовки-клише.

Основу специализированных изданий «Вээнэкономи», «Нгиенкыу куоктэ» составляют аналитические жанры – статья, комментарий, обозрение. Они дают более углублённое знание о разных вопросах, касающихся современной России. Оценки авторитетной экономической газеты «Вээнэкономи» оказывают большое влияние на инвестиционные решения вьетнамской стороны.

В меньшей степени занимают место материалы художественно-публицистических жанров (проблемный очерк, эссе) в общественно-информационных газетах «Туойче онлайн», «Тханьниен онлайн», где рассматриваются социальные острые вопросы терроризма, сепаратизма, фашизма, вьетнамской диаспоры в современной России. К примеру, в очерковом цикле «Вьетнамцы в России, двадцать зим», состоящем из восьми очерков, обобщены многие ситуации и судьбы вьетнамцев-иммигрантов, представлены разносторонние взгляды на России, далеко отличающиеся от сложившегося образа в советское время. Путевые очерки о России пишутся в разделе «Туризм» многих изданий. В литературном журнале «Шонг Хыонг» основными жанрами являются очерк, эссе, статья, рецензия.

В отличие от скучноватых материалов партийных изданий, публикации в общественно-информационных газетах более разнообразны, интересны, предназначены для большего круга читателей. Российские темы освещаются в следующих разделах и рубриках: «Мир», «Экономика», «Политика-общество», «Культура», «Туризм», «Закон», «Образование», «Здоровье», «Интересное». Основу развлекательных материалов составляют фотоматериалы и видеоклипы о русских олигархах и их светской жизни, российских красавицах и других сенсационных новостях. Общественно-информационная газета «Туойче онлайн» превалирует над всеми остальными сетевыми СМИ по количеству и жанровому разнообразию публикаций на тему России.

Международный имидж РФ во многом зависит от результатов информационной войны между Россией и антироссийскими странами, от того,

кто о ней пишет. Негативные представления о России публикуют вьетнамские и западные специалисты в области международных отношений и геополитики, независимые журналисты, также российские журналисты. К примеру, большинство материалов журнала «Нгиенкыу куоктэ» берется из газетного синдиката «Project syndicate» и западных СМИ, у которых сложилось негативное отношение к России. Поэтому образ России в этом журнале воспринимается исключительно сквозь внешнюю политику РФ и глазами западных экспертов. Воссоединение Крыма с Россией воспринимается как аннексия его Россией. В остальных проанализированных изданиях РФ отражается положительно.

Образ России зачастую отождествляется с представлением о её сильной власти. За период 2011-2015 гг. В. Путин стал одним из самых медийных узнаваемых брендов не только во Вьетнаме, но и по всему миру. Имидж В. Путина главным образом определяет образ России и ее власти в массовом сознании вьетнамцев. СМИ Вьетнама играют огромную роль в продвижения имиджа российского президента Путина, включая и его репутацию (надежность и справедливость): политическая программа, публичная дипломатия, внешний вид, здоровый образ жизни соответствуют ожиданиям вьетнамцев. Отношение вьетнамских читателей к российской власти основывается не только на вере в силу закона (рационально-правовая власть), но и на вере в лидера страны, которому приписываются великие личные качества (харизматическая власть). Поэтому оппозиционные СМИ намеренно критикуют харизматический тип российской власти. Образ Путина неоднозначен в разных изданиях: в исследовательском журнале «Нгиенкыу куоктэ» нынешний президент РФ воспринимается как диктатор (*«Путин – ненадежный союзник», «Путинская Россия: тьма на окраине Европы», «Советская мечта Путина» и др.*); а партийных «Нянзан», «Данг Конгшан», «Сайгон зайфонг» – влиятельный, решительный политик (*«Путин – самый влиятельный лидер в мире», «Несмотря на экономические трудности, рейтинг одобрения Путина растет»*); в информационных «Туойче онлайн», «Тханьниен онлайн», «Тиенфонг», «Вээнэкспресс», «Вьетнамнэт» – сильный президент, медийный персонаж (*«Новая победа Путина над США в мозговом штурме», «Фотографии Путина на рыбалке», «Секрет передачи власти Ельциным Путину», «Путин - Обама: расхождение во мнениях о Сирии»*).

Для уточнения особенностей сложившегося образа России во вьетнамских сетевых СМИ автор использует систему оценок отношения вьетнамских СМИ к России, основанных на содержании высказываний о России. К положительным высказываниям относятся следующие показатели: 1) заинтересованное отношение к России: позитивное отношение к России журналиста, общественности, экспертов, позитивные прогнозы, конкретные факты, попытка встать на сторону России; 2) смягчение критической позиции; 3) сопоставление с положительно оцениваемыми историческими лицами/культурными героями; 4) сопоставление с цивилизованным миром. К негативным параметрам были

отнесены такие же параметры: негативное/отрицательное отношение к России журналиста, общественности, экспертов, негативные прогнозы, запугивающие критические утверждения экспертов и журналистов, сопоставление с нецивилизованным миром, отрицательно оцениваемыми историческими лицами/культурными героями.

Положительные аспекты образа России связаны в большей степени с социокультурной сферой (литература, искусство, история), в которой для вьетнамцев Россия сохранила статус цивилизационной страны с великой культурой. Современная Россия представлена в СМИ как страна, укрепляющая свою позицию на международной арене.

К основным позитивным тенденциям в формировании образа России отнесены:

- Создается имидж туристической России: страна с многообразной природой, многими достопримечательностями, красивыми городами.
- Создается образ России как цивилизационной страны с богатой культурой и искусством.
- Общепринято, что советские народ и армия сыграли решающую роль в победе над фашистской Германией во Второй мировой войне.
- Создается образ российского президента В. Путина как авторитетного, влиятельного лидера, защищающего российскую территорию, способствующего изменению существующего миропорядка. Россияне доверяют Путину, одобряют его решения.
- Вооруженные силы РФ имеют реальную мощь.
- Россия играет ключевую роль в борьбе против ИГИЛ.
- Надежные и дружеские отношения между Россией и Вьетнамом.
- Россия как потенциальный рынок для привлечения вьетнамских инвестиций. Россия не боится экономических санкций со стороны западных стран.

Отрицательные аспекты образа России связаны в большей степени с образом президента В. Путина, затем социально-политическими вопросами, допинг-скандалом в спорте. К основным негативным тенденциям в формировании образа России во вьетнамских сетевых СМИ относятся:

- Создание образа В. Путина как диктатора.
- Действия в Грузии, Украине, Крыму трактуется как агрессия России.
- Фашизм, сепаратизм, терроризм делают Россию небезопасным местом для иностранцев.
- Экономика России нестабильна, неперспективна.
- Россия – коррумпированное государство.

В итоге автор приходит к выводу, что вместе с телевидением сетевые СМИ являются самым эффективным каналом, формирующим и распространяющим медийный образ России. В числе первостепенных факторов, влияющих на модификацию данного образа, – текущее состояние российско-вьетнамских

отношений, положительные стереотипы о советской России и русском народе, технические возможности и политика сетевых СМИ Вьетнама, позиция России на международной арене.

В **Заключении** подведены итоги, сформулированы главные выводы на основе результатов исследования.

Список изученной литературы включает в себя 225 наименований.

Приложение представляет собой таблицу всех изученных публикаций.

По теме диссертационного исследования автором были опубликованы следующие работы:

Статьи, опубликованные в периодических изданиях, рекомендуемых ВАК РФ:

1. Нгуен Тхи Зиу. К вопросу формирования образа России в сетевых СМИ Вьетнама // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. № 11 (65). С. 45-48.

2. Нгуен Тхи Зиу. Генезис публикаций о России во вьетнамской прессе // Успехи современной науки и образования: научный журнал. 2016. № 11. Т. 8. С. 58-62.

3. Нгуен Тхи Зиу. Российско-вьетнамское сотрудничество в области обороны в зеркале СМИ // Успехи современной науки и образования: научный журнал. 2016. № 12. Т. 9. С. 21-23.

4. Нгуен Тхи Зиу. Роль вьетнамских сетевых СМИ в формировании образа России // Успехи современной науки. 2017, № 3. С.29-33.

Статьи, опубликованные в иных изданиях:

5. Нгуен Тхи Зиу. Вьетнамские сетевые издания // Молодая наука в классическом университете: тезисы докладов научных конференций фестиваля студентов, аспирантов и молодых учёных. – Иваново, 2014. С. 52.

6. Нгуен Тхи Зиу. Отражение во вьетнамской сетевой прессе роли России в событиях на Украине // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции. – М.: РУДН, 2015. С. 594-599.

7. Нгуен Тхи Зиу. Отражение Великой Победы России на страницах вьетнамской прессы // Великая Отечественная война: проблемы междисциплинарного осмысления в современную эпоху: материалы XVII межвузовской научно-практической конференции к 70-летию Победы. – М.: РУДН, 2015. С. 121-125.

8. Нгуен Тхи Зиу. Особенности литературных Интернет-журналов во Вьетнаме // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: Сборник статей по материалам LXII международной научно-практической конференции, №7 (62). – Новосибирск, 2016. С. 21-27.

9. Нгуен Тхи Зиу. Сетевые СМИ Вьетнама // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы VII Всероссийской научно-практической конференции 10 ноября 2016 г. Москва, РУДН. – М.: РУДН, 2016. С. 130-135.

10. Нгуен Тхи Зиу. Основные факторы, влияющие на формирование образа России в сетевых СМИ Вьетнама // В кн.: Материалы Международного молодежного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2017» [Электронный ресурс] – 1 электрон. опт. диск (DVD-ROM) / Отв. ред. И.А. Алешковский, А.В. Андриянов, Е.А. Антипов. – М.: МАКС Пресс, 2017.

**НГУЕН ТХИ ЗИУ (ВЬЕТНАМ)
ОБРАЗ РОССИИ ВО ВЬЕТНАМСКОЙ СЕТЕВОЙ
ЖУРНАЛИСТИКЕ (2001-2015 гг.)**

Диссертационное исследование посвящено научному осмыслению образа России, формирующегося в общественном мнении массовой вьетнамской аудитории через сетевые СМИ Вьетнама в период 2001-2015 гг. Автор обобщает предпосылки развития российско-вьетнамских отношений и их освещения в СМИ Вьетнама с точки зрения современных тенденций в изучении имиджеобразующих признаков; проводит ретроспективный анализ сложившегося образа России в книжных изданиях и во вьетнамской прессе за период 1924-2015 гг.; выявляет исторически сложившиеся стереотипы в отношении России, существующие во вьетнамском обществе, детерминирующие репрезентацию образа России в СМИ; исследует особенности сетевой журналистики Вьетнама; проводит комплексный анализ образа России, представленного в современной сетевой журналистике Вьетнама за период 2001-2015 гг.; анализирует тематику, проблематику, жанрово-стилистические особенности публикаций, в которых теме России отводилась главная роль; выявляет основные тенденции в формировании образа России во вьетнамских сетевых СМИ.

**NGUYEN THI DIU (VIETNAM)
THE IMAGE OF RUSSIA IN VIETNAMESE
ONLINE NEWSPAPER (2001-2015)**

Dissertation research is devoted to scientific understanding of the image of Russia, held in the public opinion of the Vietnamese mass audience through online newspaper of Vietnam in the period of 2001-2015. The author generalizes prerequisites of development of the Russian-Vietnamese relations and their lighting in mass media of Vietnam from the point of view of current trends in studying the image signs; conducts retrospective analysis of the Russia's image formed by Vietnamese books and press in the period 1924-2015; reveals historical stereotypes towards Russia, existing in Vietnamese society, determining the representation of the image of Russia in mass media; examines the characteristics of online journalism in Vietnam; conducts a comprehensive analysis of the image of Russia presented in the Vietnamese online newspaper in the period 2001-2015; analyses the topic, issue, genre, stylistic and linguistic features of publications in which topics about Russia played the main part; identifies the main trends in the formation of Russia's image in the Vietnamese online media.