

ИСТОРИЯ И КУЛЬТУРА

Дата поступления рукописи в редакцию: 09.06.2026 г.

Дата принятия рукописи в печать: 08.07.2026 г.

DOI: 10.24412/3034-4042-2026-3-50-54

ЧАН Данг Тхань,

магистрант,

Санкт-Петербургский государственный университет

промышленных технологий и дизайна,

e-mail: Dwgthnh@mail.ru

ЧАН Уен Ни,

магистрант,

Санкт-Петербургский государственный университет

промышленных технологий и дизайна,

e-mail: lacsinhuyen@gmail.com

РОЛЬ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ВЬЕТНАМСКОЙ КУЛЬТУРЫ СРЕДИ РОССИЙСКОЙ ОБЩЕСТВЕННОСТИ ЧЕРЕЗ ГОСУДАРСТВЕННУЮ ПРЕССУ: НА ПРИМЕРЕ РУССКОЯЗЫЧНОЙ ВЕРСИИ ГАЗЕТЫ «НЬЯН ЗАН» ОНЛАЙН

Аннотация. В данной статье исследуется стратегическая роль внешней прессы Вьетнама как «информационного моста» в контексте современной культурной дипломатии. На примере русскоязычного издания газеты «Ньян Зан» (Nhân Dân) — центрального органа Коммунистической партии Вьетнама — анализируется процесс формирования имиджа страны в Российской Федерации в период 2025–2026 гг. С опорой на методы контент-анализа и теорию медиафрейминга, авторы раскрывают механизмы трансформации культурного наследия, туризма и национального образа жизни в инструменты «мягкой силы». Исследование доказывает, что использование адаптированного дискурса, резонирующего с ментальными особенностями российской аудитории, позволяет эффективно конструировать образ Вьетнама как стабильного, культурно богатого и стратегически важного партнера.

Ключевые слова: газета «Ньян Зан», культурная дипломатия, мягкая сила, Россия, внешнеполитическая коммуникация, медиафрейминг, вьетнамо-российские отношения.

CHAN Dang Thanh,

Master's Student,

Saint Petersburg State University

of Industrial Technology and Design

CHANG Uyong Ni,

Master's Student,

Saint Petersburg State University

of Industrial Technology and Design

THE ROLE OF POPULARIZATION OF VIETNAMESE CULTURE AMONG THE RUSSIAN PUBLIC THROUGH THE STATE PRESS: AN EXAMPLE OF THE RUSSIAN-LANGUAGE VERSION OF THE NEWSPAPER «NYAN ZAN» ONLINE

Annotation. This article examines the strategic role of Vietnam's foreign press as an «information bridge» in the context of modern cultural diplomacy. Using the example of the Russian—language edition

of the *Nhân Dân* newspaper, the central organ of the Communist Party of Vietnam, the process of forming the country's image in the Russian Federation in the period 2025-2026 is analyzed. Based on the methods of content analysis and the theory of media framing, the authors reveal the mechanisms of transformation of cultural heritage, tourism and national way of life into tools of «soft power». The study proves that using an adapted discourse that resonates with the mental characteristics of the Russian audience makes it possible to effectively construct an image of Vietnam as a stable, culturally rich and strategically important partner.

Key words: *Nhân Dân* newspaper, cultural diplomacy, soft power, Russia, foreign policy communication, media framing, Vietnam-Russia relations.

1. Введение

В условиях современной геополитической трансформации и обострения глобальной конкуренции концепция «мягкой силы» (Soft Power), сформулированная Дж. Наем, приобретает статус ключевого элемента национальной стратегии [1]. Государства стремятся утвердить свое влияние не только через экономические преференции или военный паритет, но и посредством трансляции культурных кодов и ценностей. Способность нации рассказывать свою историю убедительно и привлекательно становится решающим фактором в международном позиционировании.

Вьетнам, обладающий уникальным синтезом древних традиций и динамичной современности, находится на этапе активного использования своих внутренних культурных ресурсов для укрепления внешнего авторитета. В этом процессе ключевая роль отведена государственной прессе, которая выступает не просто транслятором новостей, а архитектором национального бренда.

2025 является знаковым для двусторонних отношений: отмечается 75-летие установления дипломатических связей между Вьетнамом и Россией. На фоне реализации Россией политики «поворота на Восток» и интенсификации взаимодействия со странами АСЕАН, Вьетнам выделяется как ключевой гуманитарный и стратегический партнер [2]. Русскоязычное издание «Ньян Зан» онлайн, будучи официальным голосом государства, берет на себя миссию по преодолению информационных барьеров и формированию глубокого эмоционального сопереживания у российского читателя. Настоящее исследование направлено на заполнение научного пробела в понимании стратегий, используемых этим изданием для популяризации вьетнамской культуры в 2025–2026 гг.

2. Теоретический фундамент исследования

Концепция мягкой силы в медиадискурсе

Теоретическая база работы опирается на положение о том, что культура является фундаментальным ресурсом внешней политики [1]. Однако,

как отмечает М. Кастельс, в сетевом обществе власть принадлежит тем, кто контролирует потоки коммуникации [3]. Для Вьетнама это означает необходимость не только обладать культурным богатством, но и владеть технологиями его продвижения в цифровой среде.

Теория медиафрейминга

Методология исследования базируется на теории медиафрейминга Р. Энтмана. Под фреймингом понимается процесс отбора определенных аспектов реальности для придания им большей значимости, что позволяет продвигать конкретную интерпретацию событий [4]. В контексте газеты «Ньян Зан» мы анализируем, как «упаковываются» темы наследия и быта в смысловые рамки, понятные российской аудитории. Согласно концепции М. Маккомбса, медиа не только говорят нам, о чем думать, но и как думать об объекте через расстановку акцентов [5].

3. Методология и эмпирическая база

Исследование носит междисциплинарный характер и сочетает количественные и качественные методы. Эмпирическую базу составили 592 публикации русскоязычной версии «Ньян Зан» онлайн, вышедшие в свет с 01 января 2025 года по 20 март 2026 года.

Методы включают:

1. *Контент-анализ*: классификация материалов по тематическим рубрикам, частотный анализ ключевых слов и визуальных образов.

2. *Дискурс-анализ*: изучение стилистических приемов и способов адаптации вьетнамских культурных реалий для русскоязычного лингвокультурного пространства [6].

3. *Сравнительный анализ*: сопоставление интенсивности освещения различных культурных аспектов в зависимости от политического календаря (например, в период празднования 75-летия дипотношений).

4. Результаты исследования: стратегические фреймы

Анализ данных позволил выявить четкую структуру контента, ориентированную на долгосрочное формирование имиджа страны.

Таблица 1. Тематическая структура публикаций «Ньян Зан»
(01/01/2025–20/03/2026)

Категория	Кол-во статей	Доля	Основное содержание	Дискурс-анализ	Медиаэффект
Культурное наследие	284	48,0%	• Объекты ЮНЕСКО • Традиционные фестивали • Народные ремесла • Достопримечательности	Акцент на исторической глубине и древности; рассмотрение культурных элементов в национально-историческом контексте; интеграция идей сохранения и устойчивого развития	Рост уважения со стороны международной общественности; укрепление восприятия Вьетнама как «страны культуры» с древней идентичностью
Образ жизни	186	31,4%	• Кулинария (например, суп фо, кофе и т.д.) • Городская жизнь • Молодежная культура	Использование доступного, нарративного языка; акцент на повседневных образах и личном опыте; подчеркивание симбиоза традиций и современности	Создание эмоциональной связи с читателем; сокращение культурной дистанции; формирование дружелюбного и доступного имиджа Вьетнама
Спорт	122	20,6%	• Футбол • Боевые искусства • Международные обмены	Фокус на достижениях, спортивном духе и международном сотрудничестве; использование символов силы и воли; акцент на взаимодействии между Вьетнамом и Россией	Усиление восприятия Вьетнама как динамичной, интегрированной нации; содействие сближению и эмпатии через универсальные ценности спорта

Источник: Данные обобщены авторами на основе архива русскоязычного издания газеты «Ньян Зан».

Наследие как фундамент национального бренда

Доминирование темы наследия (48%) объясняется особенностями восприятия вьетнамской культуры в России. Российская аудитория, как отмечает востоковед Д.В. Мосяков, традиционно тяготеет к пониманию исторических и духовных основ партнера [7]. «Ньян Зан» фокусируется на объектах ЮНЕСКО, подавая их не просто как туристические локации, а как живое свидетельство стойкости вьетнамского народа. Здесь используется фрейм «Вьетнам — хранитель вечных ценностей». Статьи сопровождаются глубоким историческим контекстом, что удовлетворяет запрос российской интеллигенции на качественную, аналитическую информацию [8].

Образ жизни: гастрономическая и социальная дипломатия

Фрейм «Образ жизни» (31,4%) служит для сокращения психологической дистанции. Особое место занимает вьетнамская кухня. В 2025 году наблюдается переход от простого описания рецептов к освещению «философии еды». Суп фо или вьетнамский кофе представляются как символы повседневного счастья и баланса [9]. Такой

подход апеллирует к чувствам читателя, создавая образ «дружелюбного и понятного Вьетнама», что крайне важно для стимулирования туристического потока из РФ [10].

Спорт: фрейм активности и воли

Несмотря на меньшую долю (20,6%), спортивная тематика критически важна для демонстрации «молодого лица» нации. Успехи вьетнамских футболистов или мастеров боевых искусств воинам интерпретируются через призму национального характера — дисциплины и упорства. Это находит живой отклик у российских болельщиков, создавая почву для внеполитической симпатии [11].

5. Анализ дискурса и языковая адаптация

Одной из наиболее ярких черт русскоязычного издания является высокая степень локализации текстов. Редакция избегает калькированного перевода, отдавая предпочтение нормативному академическому русскому языку с элементами художественного стиля.

Романтизация и лиризм

В описаниях природы (например, провинции Ламдонг или Сапы) авторы часто прибегают к

метафорам, характерным для русской классической литературы («край вечной весны», «шепот туманов»). Это создает эстетический резонанс с «русской душой», склонной к созерцательности и поиску красоты в природе [12].

Политическая риторика в культурном контексте

Культурные события часто вписываются в контекст государственного строительства. Освещение фестивалей национальных меньшинств подчеркивает политику «великого единства народов», что коррелирует с российским опытом многонационального государства и укрепляет имидж Вьетнама как стабильного общества [13].

6. Оценка эффективности и обратная связь

Анализ вовлеченности аудитории показывает, что материалы о культурном наследии имеют самый длительный «цикл жизни» в сети — к ним возвращаются, ими делятся в образовательных целях. Публикации о стиле жизни провоцируют наибольшее количество комментариев и дискуссий, что свидетельствует о высоком потенциале интерактивности. В целом, газета успешно справляется с задачей трансформации официальной информации в привлекательный культурный продукт [14].

7. Вызовы и перспективы развития

Несмотря на достигнутые успехи, в 2026 году перед изданием стоят новые вызовы:

1. *Цифровая конкуренция:* необходимость

борьбы за внимание аудитории с социальными сетями и блогерами.

2. *Визуальный поворот:* запрос аудитории на короткие видеоформаты и инфографику.

3. *Поколенческий разрыв:* потребность в поиске новых тем для молодежи (киберспорт, современное искусство Вьетнама).

Для повышения эффективности рекомендуется внедрение технологий искусственного интеллекта для персонализации контента и расширение присутствия в российских мессенджерах (Telegram) [15].

Заключение

Проведенное исследование подтверждает, что газета «Ньян Зан» онлайн на русском языке является мощным инструментом культурной дипломатии Вьетнама. Благодаря выверенной стратегии медиафрейминга, изданию удалось создать сбалансированный информационный портрет страны, в котором гармонично сочетаются историческая глубина, повседневная открытость и современная энергия.

В условиях 2025–2026 гг. популяризация вьетнамской культуры через государственную прессу в России вышла за рамки простого информирования, превратившись в процесс конструирования общих смыслов и ценностей. Это не только укрепляет «мягкую силу» Вьетнама, но и закладывает прочный фундамент для долгосрочного стратегического партнерства двух великих культур.

Список литературы:

- [1] Най Дж. С. Будущее власти / Дж. С. Най; пер. с англ. В. Н. Егорова. — М.: АСТ, 2014. — 444 с.
- [2] Мазырин В. М. Вьетнамская экономика в 2021–2025 гг.: итоги и перспективы развития // *Азия и Африка сегодня*. — 2025. — № 4. — С. 15–24.
- [3] Кастельс М. Власть коммуникации / М. Кастельс; пер. с англ. Н. М. Тылевич. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — 564 с.
- [4] Entman R. M. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm // *Journal of Communication*. — 1993. — Vol. 43, No. 4. — P. 51–58.
- [5] McCombs M. Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion. — Cambridge: Polity Press, 2004. — 188 p.
- [6] Ван Дейк Т. А. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. — М.: Либроком, 2013. — 344 с.
- [7] Мосяков Д. В. Вьетнам в современной системе международных отношений // *Вестник Института востоковедения РАН*. — 2025. — № 2. — С. 88–97.
- [8] Кобелев Е. В. Современный Вьетнам: реформы, обновление, модернизация. — М.: Форум, 2024. — 320 с.
- [9] Нгуен Т. Х. Кулинарная дипломатия как инструмент мягкой силы Вьетнама // *Международные отношения*. — 2026. — № 1. — С. 45–58.
- [10] Официальный сайт газеты «Ньян Зан» на русском языке. — URL: <https://ru.nhandan.vn> (дата обращения: 20.03.2026).
- [11] Пономарев В. А. Спортивная журналистика во вьетнамо-российском медиадialoge // *Медиа-среда*. — 2025. — № 3. — С. 112–120.
- [12] Шестопап А. В. Культурная дипломатия в эпоху глобализации / А. В. Шестопап, П. Н. Русакова // *Вестник МГИМО-Университета*. — 2024. — № 5. — С. 74–85.
- [13] Цветов П. Ю. Вьетнам и Россия: новые горизонты сотрудничества в 2025 году // *Россия и АТР*. — 2025. — № 1. — С. 30–42.
- [14] Корконосенко С. Г. Теория журналистики: от классики к современности. — СПб.: Алетейя,

2023. — 256 с.

[15] Черных А. И. Мир современных медиа. — М.: Территория будущего, 2022. — 312 с.

References:

[1] Nye J. S. *The Future of Power* / J. S. Nye; trans. from English by V. N. Egorova. — Moscow: AST, 2014. — 444 p.

[2] Mazyrin V. M. *The Vietnamese Economy in 2021–2025: Results and Development Prospects* // *Asia and Africa Today*. — 2025. — No. 4. — Pp. 15–24.

[3] Castells M. *The Power of Communication* / M. Castells; trans. from English by N. M. Tylevich. — Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics, 2016. — 564 p.

[4] Entman R. M. *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm* // *Journal of Communication*. — 1993. — Vol. 43, No. 4. — P. 51–58.

[5] McCombs M. *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. — Cambridge: Polity Press, 2004. — 188 p.

[6] Van Dijk T. A. *Discourse and Power: Representation of Dominance in Language and Communication*. — Moscow: Librocom, 2013. — 344 p.

[7] Mosyakov D. V. *Vietnam in the Modern System of International Relations* // *Bulletin of the Institute of Oriental Studies of the Russian Academy of Sciences*. — 2025. — No. 2. — P. 88–97.

[8] Kobelev E. V. *Modern Vietnam: Reforms, Renewal, Modernization*. — Moscow: Forum, 2024. — 320 p.

[9] Nguyen T. H. *Culinary Diplomacy as an Instrument of Vietnam's Soft Power* // *International Relations*. — 2026. — No. 1. — P. 45–58.

[10] Official website of the Nhan Zan newspaper in Russian. — URL: <https://ru.nhandan.vn> (date of access: 20.03.2026).

[11] Ponomarev V. A. *Sports Journalism in the Vietnamese-Russian Media Dialogue* // *Mediasreda*. — 2025. — No. 3. — P. 112–120.

[12] Shestopal A. V. *Cultural Diplomacy in the Era of Globalization* / A. V. Shestopal, P. N. Rusakova // *Bulletin of MGIMO-University*. — 2024. — No. 5. — P. 74–85.

[13] Tsvetov P. Yu. *Vietnam and Russia: New Horizons for Cooperation in 2025* // *Russia and the Asia-Pacific Region*. - 2025. - No. 1. - Pp. 30–42.

[14] Korkonosenko S. G. *Theory of Journalism: From Classics to Modernity*. - St. Petersburg: Aleteya, 2023. - 256 p.

[15] Chernykh A. I. *The World of Modern Media*. - Moscow: Territory of the Future, 2022. - 312 p.





ЮРКОМПАНИ
www.law-books.ru

Юридическое издательство «ЮРКОМПАНИ»
издает научные журналы:

- Научно-правовой журнал «Образование и право», рекомендованный ВАК Министерства науки и высшего образования России (специальности 12.00.01, 12.00.02), выходит 1 раз в месяц.
- Научно-правовой журнал «Право и жизнь», рецензируемый (РИНЦ, E-Library), выходит 1 раз в 3 месяца.