



Роль языка вьетнамских СМИ в формировании этнического самосознания

В. А. Сербин

*Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
vietvladimir@gmail.com*

Аннотация. Цель настоящего исследования – проанализировать, каким образом язык вьетнамских средств массовой информации способствует формированию этнического самосознания в условиях цифровизации и международной интеграции. Эмпирическую базу составили тексты государственных и альтернативных медиа (печатные и онлайн-издания), а также примеры дискурсивных стратегий, применяемых в медиaprостранстве. Методология включает прагматический и стилистический анализ, а также сравнительно-сопоставительный подход. Установлены лексико-стилистические особенности официальных СМИ, формирующие образ национального единства, и практики альтернативных платформ, акцентирующие региональную идентичность. Отдельное внимание уделено трансформациям языка под влиянием заимствований и глобальных медиатрендов.

Ключевые слова: вьетнамские СМИ, этническое самосознание, национальная идентичность, язык медиа, лексика, дискурс, заимствования, международная интеграция, диалекты, этнические маркеры

Для цитирования: Сербин В. А. Роль языка вьетнамских СМИ в формировании этнического самосознания // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2025. Вып. 10 (904). С. 87–95.

Original article

The Role of Vietnamese Media Language in Shaping Ethnic Self-Consciousness

Vladimir A. Serbin

*Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
vietvladimir@gmail.com*

Abstract. The paper aims to examine how the language of Vietnamese mass media contributes to the formation of ethnic self-consciousness in the context of digitalization and international integration. The empirical base includes texts from state and alternative media (print and online editions), as well as documented examples of discursive strategies employed in contemporary Vietnamese media space. The methodological framework combines pragmatic and stylistic analysis as well as a comparative approach. The research identifies lexico-stylistic features of official media promoting national unity and strategies employed by alternative platforms that emphasize regional identity. Particular attention is given to the transformation of media language under the influence of lexical borrowing and global media trends.

Keywords: Vietnamese media, ethnic self-consciousness, national identity, media language, lexis, discourse, borrowing, international integration, dialects, ethnic markers

For citation: Serbin, V. A. (2025). The Role of Vietnamese Media Language in Shaping Ethnic Self-Consciousness. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 10(904), 87–95. (In Russ.)

ВВЕДЕНИЕ

Современные медиа обладают уникальной способностью формировать не только информационное пространство, но и культурные ориентиры общества. Они предлагают своим пользователям тщательно выстроенные нарративы, наполненные национальными ценностями и усиленные визуальными и аудиальными средствами, создавая при этом развлекательный эффект, воздействующий сразу на несколько сенсорных каналов восприятия. В этом контексте их влияние на процесс самовосприятия личности и формирование коллективной идентичности становится бесспорным, особенно в эпоху цифровых технологий, когда идентичность все более «социально опосредована» [Harré, 1983].

Несмотря на то, что данная идея была высказана несколько десятилетий назад, она остается актуальной и в современной медиасреде, где границы между личной, этнической и национальной идентичностью становятся все более размытыми.

Этническое самосознание соотносится с национальной идентичностью в контексте Вьетнама, учитывая многонациональный состав страны. Вьетнам, обладая богатым историческим наследием и этнокультурным многообразием, демонстрирует особую динамику формирования этнического самосознания в условиях активной международной интеграции и интенсивного проникновения лексических и культурных заимствований. Средства массовой информации (СМИ) играют ключевую роль в этом процессе, выступая инструментом не только передачи культурных ценностей, но и конструирования национального дискурса, влияющего на процессы самоидентификации общества.

Актуальность исследования обусловлена трансформацией роли СМИ в условиях цифровой эпохи: они перестают быть лишь каналом распространения информации и становятся мощным инструментом влияния на массовое сознание. Вьетнамские медиа выполняют не только информационную, но и идеологическую функцию, формируя общественное мнение и воздействуя на восприятие национальной идентичности. В условиях активного взаимодействия локальных и глобальных дискурсов анализ их языковых стратегий приобретает особую значимость.

Научная новизна заключается в том, что ранее недостаточно изучались конкретные языковые механизмы формирования этнической идентичности именно в контексте вьетнамских СМИ, особенно с учетом их специфики и влияния международной интеграции и распространения заимствований.

Материал исследования включает публикации ведущих вьетнамских СМИ (печатных и онлайн-изданий), а также примеры дискурсивных стратегий, применяемых в медиaprостранстве. Для анализа использованы методы прагматического и стилистического анализа, а также сравнительно-сопоставительный подход. Такой комплексный подход позволил выявить языковые средства, с помощью которых формируется образ этнического единства и конструируется национальная идентичность в различных типах медийных дискурсов.

Для достижения данной цели решаются следующие задачи:

- определить основные лексико-стилистические особенности языка государственных СМИ Вьетнама;
- рассмотреть роль региональных диалектов и этнических маркеров в альтернативных медиа;
- оценить влияние международной интеграции и распространения заимствований на языковые трансформации в медиaprостранстве Вьетнама и их роль в процессах национальной самоидентификации.

Прежде чем приступить к нашему исследованию, следует уточнить, что понимается под этническим самосознанием, а также провести анализ существующих работ по данной теме.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭТНИЧЕСКОГО САМОСОЗНАНИЯ И ОБЗОР ИССЛЕДОВАНИЙ

Этническое самосознание представляет собой осознание индивидом своей принадлежности к определенной этнической общности, что выражается в идентификации себя с ее культурными, историческими и социальными особенностями. Этот процесс включает когнитивные, эмоциональные и поведенческие компоненты. Когнитивный аспект отражает знания о своей этнической группе, ее истории, языке и традициях; эмоциональный компонент проявляется в чувстве гордости, сопричастности или, наоборот, отчуждения; поведенческий аспект выражается в сохранении и воспроизводстве культурных норм и традиций в повседневной жизни.

Исследования, посвященные этническому самосознанию, подтверждают его сложную многоуровневую природу. Ф. С. Файзуллин определяет этническое самосознание как отражение бытия этнических общностей, формируемое под влиянием различных факторов, включая язык, культуру, территорию и религиозные принципы [Файзуллин, 2013]. Оно развивается в ходе исторических процессов и формирует устойчивые механизмы самоидентификации и социального взаимодействия. Подобный

подход поддерживается и другими исследователями, отмечающими, что этническое самосознание позволяет людям осознанно идентифицировать себя с определенным этносом и поддерживать культурную преемственность [Бромлей, 1983; Козлов, 1969].

Современные исследования подчеркивают, что язык играет ключевую роль в формировании этнического самосознания, обеспечивая трансляцию ценностей и норм, а также выступая этнодетерминирующим фактором [Бражникова, 2023; Зененко, 2018]. Исследования С. И. Баляева и Ф. С. Файзуллина показывают, что этнические стереотипы, формируемые СМИ, не только закрепляют существующие образы этнических групп, но и оказывают влияние на восприятие идентичности внутри самой группы [Баляев, 2012]. Баляев указывает, что в зависимости от политического и социального контекста стереотипы могут быть как консолидирующими, так и деструктивными.

Исследования медиалингвистического аспекта этнического самосознания показывают, что язык в СМИ является инструментом не только передачи информации, но и конструирования социальной реальности [Прощенкова, 2010, с. 61]. В частности, изучение лексики, семантики и риторических стратегий показывает, как СМИ формируют образы «своих» и «чужих», создавая устойчивые нарративы идентичности. В частности, Баляев подчеркивает, что медиадискурс регулирует восприятие этнических групп и может как укреплять национальную идентичность, так и приводить к ее трансформации [Баляев, 2012].

Определение этнического самосознания и его зависимость от языковых механизмов в СМИ позволяет перейти к рассмотрению конкретных лексико-стилистических особенностей языка государственных медиа Вьетнама.

ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СМИ

Государственные СМИ Вьетнама играют ключевую роль в формировании национального единства, выступая в качестве основного инструмента интеграции. Их главная задача заключается в создании единого в идеологическом плане дискурса, отражающего основные ценности общества. Для этого в текстах широко используется стандартизированная лексика, подчеркивающая важность коллективных усилий и национального духа. Например, такие выражения, как *đại đoàn kết dân tộc* (великое национальное единство), *xây dựng đất nước phồn vinh* (создание процветающей страны) и *chủ nghĩa yêu nước* (патриотизм), регулярно появляются в официальных сообщениях, особенно в речи политических

лидеров и государственных новостных порталах, таких как *Báo Nhân Dân* (газета «Народ») и VTV1.

Одна из ключевых стилистических особенностей языка государственных СМИ состоит в использовании формально-нейтрального и официального стиля, исключающего акцентирование этнических различий. Такой подход позволяет создавать универсальное информационное пространство, которое понятно для всех этнических групп страны. Например, в материалах на платформе *Báo Nhân Dân* можно наблюдать строгое следование официальным литературным нормам вьетнамского языка, которые преимущественно опираются на северный диалект (ханойский говор) и отсутствие региональных диалектизмов. Это способствует восприятию контента как объективного и инклюзивного, что особенно важно в условиях этнокультурного многообразия страны.

Важным элементом языковой политики в СМИ является контроль над терминологией, связанной с межэтническими отношениями. Так, вместо использования терминов, акцентирующих различия между этническими группами, применяются обобщенные понятия, такие как *cộng đồng các dân tộc Việt Nam* (сообщество народов Вьетнама), *người con đất Việt* (дети вьетнамской земли) или *đồng bào* (соотечественники, букв. 'дети из одной утробы'). Этот термин, активно используемый со времен Хо Ши Мина, подчеркивает идею общего происхождения всех вьетнамцев, восходя к мифу о драконе и фее. Согласно легенде, их дети родились из одного мешка, в котором было 100 яиц (*bọc trăm trứng*), символизируя кровное единство нации, которое сохраняется вне зависимости от региональных или социальных различий.

В случае необходимости упоминания о каких-либо народностях используется понятие *dân tộc thiểu số* (национальные меньшинства) вместо конкретных этнонимов, таких как Хмонг, Тай, Зяо и др. Для терминов, которые могли бы подчеркнуть различия между этническими группами, СМИ используют обобщенные или позитивно окрашенные формулировки, среди которых *vùng sâu vùng xa* (отдаленные районы, вместо «этнические меньшинства в труднодоступных районах») или *văn hóa truyền thống các dân tộc* (традиционная культура народов, вместо указания на различие между этническими традициями).

При описании развития общества и этнических отношений государственные СМИ используют единые, инклюзивные формулировки, избегая разделения населения по национальному признаку:

Chính sách hỗ trợ vùng khó khăn – политика поддержки **сложных регионов** (вместо указания конкретных этнических групп);

Xóa đói giảm nghèo cho mọi người dân – борьба с бедностью **для всего населения** (вместо «поддержка бедных этнических меньшинств»).

О. В. Новакова полагает, что свою идентичность восточные общества сохраняют только путем восстановления прежней системы ценностей в новом контексте [Новакова, 2021]. Данная тенденция наблюдается и во Вьетнаме. В языке государственных СМИ Вьетнама активно используются отсылки к исторической памяти для консолидации общества и легитимации государственной политики. Вьетнамские СМИ регулярно обращаются к периодам, интерпретируемым как «золотые века», таким как эпоха Хонг Дык (XV в.) или правление императора Минь Манга (XIX в.), представляя их как периоды процветания и укрепления национального суверенитета [там же]. Например, выражения: *Lịch sử hào hùng của dân tộc ta* (героическая история нашей нации) и *Học tập và noi gương tổ tiên* (учиться и следовать примеру предков) – подчеркивают преемственность исторического опыта и его значимость для современности. Подобная риторика формирует представление о Вьетнаме как о государстве с глубокими историческими корнями, способном преодолевать современные вызовы благодаря национальному единству и культурно-этнической устойчивости.

Особое место в языковых маркерах СМИ, способствующих консолидации общества, занимает мифологическая составляющая, связанная с легендой о происхождении вьетнамского этноса, в официальной риторике Вьетнама, особенно в программных речах политических лидеров, нередко звучит выражение *con Rồng cháu Tiên* (дети дракона и феи). Этот образ символизирует идею этнического единства и подкрепляет государственную идеологию, согласно которой все вьетнамцы происходят от общих предков, независимо от этнической принадлежности. В политическом дискурсе также часто встречаются отсылки к королям Хунгам как основателям первого вьетнамского государства, что выражается в таких фразах, как *cháu vua Hùng* (потомки королей Хунгов) и пословице *Con người có tổ, có tông. Như cây có cội, như sông có nguồn* (У людей есть предки и род, как у дерева – корни, как у реки – исток). Эти выражения не только укрепляют национальную идентичность, но и служат инструментом поддержания общественной сплоченности. Аналогично, культ личности Хо Ши Мина приобретает сакральное значение, его образ позиционируется как продолжение традиционной государственной идеологии. СМИ часто подчеркивают роль Хо Ши Мина и исторических героев, таких как Чан Хынг Дао, в качестве духовных покровителей и символов

национального единства, используя выражения вроде *noi gương Bác Hồ* (следовать примеру дяди Хо) и *trinh thần Trần Hưng Đạo* (дух Чан Хынг Дао).

Государственные СМИ активно используют риторические приемы, направленные на эмоциональное воздействие. В политических речах и официальных публикациях встречаются метафоры, подчеркивающие силу и стойкость вьетнамского народа:

Việt Nam **kiên cường** vượt qua thử thách. –
Вьетнам **стойко** преодолевает испытания.

Đất nước **vững vàng** tiến lên. –
Страна **уверенно** движется вперед.

Trinh thần **bất khuất** của dân tộc ta. –
Несгибаемый дух нашего народа.

Данный подход можно наблюдать в репортажах о многонациональных фестивалях, таких как *Lễ hội văn hóa các dân tộc Việt Nam* (Фестиваль культуры народов Вьетнама), где акцент делается на общей культурной интеграции, а не на индивидуальных особенностях каждого этноса. Аналогичная стратегия прослеживается в освещении национальных праздников, например, *Ngày hội Đại đoàn kết toàn dân tộc* (День великого национального единства), где подчеркивается сплоченность всех этнических групп страны вокруг общих исторических и культурных ценностей.

В медийном пространстве такие события преподносятся как проявление единства национального духа и гармоничного сосуществования различных народов под эгидой общего вьетнамского наследия. СМИ подчеркивают не только культурное многообразие, но и его роль в формировании единой национальной идентичности. Таким образом, концепция этнического и культурного единства, основанная на мифологических и исторических нарративах, находит отражение не только в официальных речах, но и в повседневных медиапрактиках.

Однако стандартизированный язык государственных СМИ имеет и определенные ограничения. Вопросы этнической идентичности часто рассматриваются через призму общей национальной политики, что снижает степень индивидуализации восприятия отдельных этнических групп. Например, уникальные традиции народа хмонг, такие как ритуал *pạr ta* (духовное подношение), или фестиваль *Gạo Tày* у народа Тэй, редко получают глубокое освещение в государственных медиа. В то же время, культурные элементы, которые можно представить в контексте национального единства, такие как празднование *Tết Nguyên Đán* – Нового года

по лунному календарю или фестиваля *Trung Thu* – «Праздника середины осени», широко освещаются и позиционируются как объединяющие символы.

В условиях активного экономического роста и технологического прогресса наблюдается интенсивное расширение понятийного аппарата, что сопровождается возрастанием количества заимствований в языке государственных СМИ. Наиболее заметны заимствования из английского языка, что подтверждает наш ранее сформулированный тезис: «на современном этапе развития вьетнамского языка основным языком, из которого заимствуется лексика, является английский» [Сербин, 2021, с. 119]. Так, в репортажах на телеканале VTV1 часто можно встретить англицизмы, такие как *startup*, *blockchain*, *AI*, *IoT*, *IPO* и др. Эта тенденция указывает одновременно на стремление заполнить лексические лакуны и на курс Вьетнама к включению в глобальное информационное и технологическое пространство. Однако, наряду с вновь появившимися понятиями, нередко наблюдается их постепенная адаптация и вьетнамизация, обусловленная как фонетическими и грамматическими особенностями национального языка, так и политикой, направленной на сохранение чистоты национального языка.

Рассмотрев лексико-стилистические особенности государственных СМИ в формировании этнического самосознания, представляется важным обратиться к роли альтернативных медиа в этом процессе.

РОЛЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ ДИАЛЕКТОВ И ЭТНИЧЕСКИХ МАРКЕРОВ В АЛЬТЕРНАТИВНЫХ МЕДИА

В отличие от государственных СМИ, ориентированных на стандартизированный и формально-нейтральный язык, альтернативные медиа Вьетнама часто используют региональные диалекты и этнические маркеры как инструмент привлечения аудитории, выражения локальной идентичности и укрепления связи с представителями различных этнических групп. Эти платформы, включая независимые новостные сайты, блоги, каналы YouTube, подкасты и социальные сети, служат пространством для более свободного самовыражения и отображения культурного многообразия страны.

Одним из главных отличий альтернативных медиа является активное использование региональных диалектов, преимущественно в устной и аудиовизуальной коммуникации. Особенностью представления диалектов в альтернативных медиа служит их различное позиционирование в зависимости от региональной принадлежности. Так, южный диалект (особенно говор Хошимина и дельты Меконга) активно используется в юмористическом

контенте и развлекательных программах, так как воспринимается аудиторией как неформальный, открытый и подходящий для шуток и сатиры. Примеры такого контента можно найти на популярных каналах YouTube «Color Man», «Dura Leo», в юмористических шоу «Cười xuyên Việt» и многочисленных роликах TikTok. Северный диалект (ханойский говор), напротив, традиционно считается основой национального литературного стандарта и широко представлен во всех жанрах медиа – от официальных государственных программ до юмористических и сатирических проектов «1977 Vlog», «Kem Xôi TV», «Loa Phở» и др. Благодаря этому он воспринимается как универсальный и не привязанный исключительно к формальным или аналитическим жанрам. Центральный диалект (особенно говор провинции Тхыатхьен-Хюэ и города Хюэ) чаще всего используется в историко-культурных, туристических, документальных и познавательных передачах, чтобы подчеркнуть культурную уникальность и богатую историческую память региона. Примеры можно встретить на региональных телеканалах (VTV Huế, HuếTV) или канале *Nét Huế*.

Такое различное представление диалектов в альтернативных медиа подчеркивает региональное языковое и культурное разнообразие Вьетнама и одновременно способствует формированию устойчивых стереотипов о характере и особенностях жителей каждого региона страны.

Кроме того, диалекты в альтернативных медиа часто используются для создания юмористического или сатирического эффекта. Например, в TikTok и YouTube регулярно появляются короткие видео, в которых разыгрываются речевые контрасты между носителями разных региональных вариантов. Например, южане иронизируют над «жесткой» интонацией северян, а северяне – над расслабленным произношением южан. Особое место в этом ряду занимает говор провинции Нгеан, считающийся одним из самых трудно понимаемых среди носителей других регионов. В массовом восприятии он часто ассоциируется с чрезмерной сжатостью звуков, гортанностью и нестандартной лексикой, что делает его объектом шуток и пародий. Так, в популярных роликах можно услышать фразы вроде *Răng rúa mi đi mô rồi hầy?* (Куда ты опять делся?), которые для многих вьетнамцев из других регионов звучат почти как иностранная речь. Языковая вариативность становится инструментом для пародий на различные социальные группы, что делает контент более привлекательным для широкой аудитории. В сатирических передачах, таких как *Ghiền Mì Gõ*, подобные диалектные особенности используются для создания юмористических типажей и социальных карикатур, усиливая комический

эффект и способствуя вирусному распространению «продукта».

Важным аспектом является использование этнических маркеров, которые помогают подчеркнуть культурную специфику контента и повысить его привлекательность для представителей этнических меньшинств. Например, в альтернативных медиа часто встречаются заимствования из языков малых народов, таких как *pơ thi* (традиционный ритуал у народности Ба На) или *cồng chiêng* (гонги, используемые в ритуалах горных народов). В таких проектах, как «Radio Tây Nguyên» и «VTV5 – Đài Truyền hình dân tộc», активно применяются местные выражения, этнографические термины и даже уникальные фразеологизмы, характерные для различных этнических групп Вьетнама.

Кроме лексических особенностей, альтернативные медиа используют визуальные и аудиальные этнические маркеры. Например, блогеры TikTok, представляющие народы хмонг, тэй, нунг или эде, не только говорят на своем языке, но и демонстрируют традиционные костюмы, музыкальные инструменты и элементы быта, делая свои видео более колоритными и аутентичными. Некоторые блогеры, такие как *A Páo Vlog*, активно продвигают культуру своего народа, рассказывая о традиционных праздниках, особенностях национальной кухни и истории этнических групп. Такой подход создает эффект «этнического повествования», позволяя зрителям погрузиться в локальные традиции, минуя стандартизированные форматы официальных СМИ.

Продолжением этой тенденции становится интеграция этнокультурных кодов в музыкальные и сценические форматы, особенно на площадке YouTube. Здесь традиционные жанры, такие как *quan họ*, *hát chầu văn* или горские протяжные мелодии, нередко перерабатываются в современных аранжировках, сохраняя при этом региональную интонационную и символическую структуру. Так, в вирусном клипе *Bắc Bling* (2024) певица Hòa Minzy объединяет визуальные и речевые элементы фестиваля *Hội Lim* с народным песенным жанром *quan họ* и ритмикой EDM, создавая поликодовый текст, в котором диалект, костюм, музыка и ритуальный контекст работают совместно. Похожим образом в выступлении Kiều Anh с номером *Phong Nữ – Cô Đồi Thượng Ngàn* ритуал *hát chầu văn*, связанный с культом Матери (*thờ Mẫu*), переосмысливается как сценическая композиция, сочетающая традиционные инструменты, вокал и обрядовую пластику. В свою очередь, диджей 2pillz интегрирует звучание национальных инструментов и этническую мелодику в электронную музыку, формируя гибридный звуковой ландшафт. Все эти практики демонстрируют, как современные альтернативные медиа

формируют новое пространство репрезентации локальной идентичности, в котором этнические знаки обретают актуальность через взаимодействие различных выразительных кодов.

Тем не менее, роль альтернативных медиа в сохранении и популяризации региональных диалектов и этнических идентичностей нельзя недооценивать. Они создают пространство, в котором малые народы и региональные группы могут говорить на своем языке, обсуждать свои проблемы и транслировать свою культуру широкой аудитории. Например, этнические радиостанции, такие как *Đài Phát thanh và Truyền hình Tây Bắc*, ориентированные на народы северо-западного Вьетнама, не только сохраняют язык хмонг, но и предоставляют платформу для обсуждения социально-экономических и культурных вопросов, актуальных для этой общины.

Таким образом, альтернативные медиа Вьетнама играют важную роль в популяризации региональных диалектов и этнических особенностей, предлагая более гибкий и аутентичный формат коммуникации. В то же время формирование этнического самосознания в языке СМИ тесно связано с процессами лексических заимствований, обусловленными активной международной интеграцией Вьетнама.

ВЛИЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНТЕГРАЦИИ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЗАИМСТВОВАНИЙ НА ЯЗЫК СМИ

Активная международная интеграция и распространение заимствований оказывают значительное влияние на язык СМИ, приводя к трансформации лексики, стилистики и коммуникативных стратегий. В условиях цифровой эры медиaproстранство становится всё более международным, а языковые процессы в СМИ отражают сложные тенденции взаимодействия глобального и локального дискурсов. Это проявляется в заимствовании иностранных слов, адаптации англоязычных терминов, использовании гибридных языковых форм и изменении традиционных журналистских стандартов.

Одним из ключевых последствий международной интеграции для медийного языка является распространение англицизмов. В современных СМИ, особенно в цифровых и молодежных платформах, всё чаще встречаются заимствования из английского языка, такие как *trend* (тренд), *hashtag* (хештег), *influencer* (инфлюенсер), *livestream* (прямая трансляция) и *fact-checking* (проверка фактов). Например, во вьетнамских новостных порталах и социальных сетях можно встретить заголовки типа *Hot trend*

TikTok или *KOLs đang làm mưa làm gió trên mạng xã hội*, где *KOLs* (Key Opinion Leaders)¹ обозначает лидеров мнений (Лидеры мнений бушуют в соцсетях). Такие выражения становятся частью современного медиадискурса, поскольку они делают контент более привлекательным для молодежной аудитории, ориентированной на мировые тренды.

Наряду с этим наблюдается и более глубинная трансформация, при которой заимствуется не только лексика, но и стилистика англоязычной журналистики. Онлайн-издания вроде *VNExpress* и *Zing News* чаще используют заголовки, построенные по западному образцу: краткие, динамичные, рассчитанные на немедленное привлечение внимания. В них заметна ориентация на риторику кликабельности: *Bí kíp thành công của CEO trẻ tuổi (Секрет успеха молодого CEO)*², *Điều bất ngờ về xu hướng NFT*³ (*Неожиданные факты о тренде NFT*) и другие примеры демонстрируют адаптацию под алгоритмическую логику платформ. В результате заголовков начинает функционировать как автономный медиатекст, теряющий связь с традиционной структурой новостного сообщения. Это свидетельствует о глубинной трансформации журналистского дискурса под влиянием глобальных медиастандартов.

Международная интеграция также влияет на тональность и стилистику СМИ. Если ранее журналистика в большинстве стран придерживалась официально-нейтрального или академического стиля, то сегодня наблюдается переход к неформальной и персонализированной подаче материала. Это особенно заметно в онлайн-журналистике и социальных медиа, где широко используется разговорная лексика, мемы, эмодзи и сленговые выражения. Например, заголовки в социальных сетях часто оформляются в формате, близком к разговорному стилю: *Sốc! Một YouTuber nổi tiếng bị bóc phốt lừa đảo! (Шок! Известного YouTube-блогера разоблачили на мошенничестве!)* Такой стиль делает информацию более доступной для массовой аудитории, но одновременно снижает стандарты формальной журналистики.

Одним из характерных трендов последних лет становится рост мультимодальности, сочетающей текст с визуальными и аудиальными элементами. Влияние англоязычных и западных СМИ приводит к тому, что инфографика, короткие видеоролики и интерактивные элементы становятся важной

частью журналистики. Например, на платформах *Tuổi Trẻ Online* и *VietnamNet* всё чаще публикуются новости в формате коротких видеозаметок с субтитрами, что напоминает формат, популярный в западных медиа, таких как *BBC News* или *CNN*.

Однако активное заимствование зарубежных моделей несет в себе вызовы для языковой идентичности СМИ. Возникает риск потери национальных языковых черт, ослабления традиционной журналистской этики и растущая зависимость западных стандартов подачи информации. Например, во Вьетнаме некоторые языковеды обеспокоены тем, что чрезмерное использование англицизмов может привести к снижению интереса к вьетнамскому языку и его культурным кодам⁴. Кроме того, под влиянием глобальных медиатрендов в новостях стало больше сенсационности, кликбейта и упрощенных интерпретаций сложных проблем, что снижает качество информационного контента.

В ответ на эти вызовы многие государственные СМИ и академические круги стремятся защитить языковую идентичность. Например, академия общественных наук Вьетнама активно изучает влияние иностранных заимствований и предлагает рекомендации по их адаптации в национальный контекст. Одновременно некоторые государственные каналы, такие как *Báo Nhân Dân*, намеренно сохраняют традиционные лексические и стилистические нормы: *Startup – Khởi nghiệp (стартап)*; *Brand – Thương hiệu (бренд)*; *CEO (Chief Executive Officer) – Giám đốc điều hành (исполнительный директор)*; *Livestream – Phát trực tiếp (прямая трансляция)* и др.), избегая чрезмерного влияния англицизмов и западных стандартов подачи информации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование показало, что вьетнамские СМИ играют ключевую роль в формировании этнического самосознания, используя различные лексико-стилистические, дискурсивные и медиалингвистические механизмы. Государственные медиа демонстрируют тенденцию к стандартизации языка, подчеркивая ценности национального единства, патриотизма и исторической преемственности. С помощью унифицированных формулировок, мифологических нарративов и стилистически-нейтральных выражений они формируют идеологически выстроенное медиaprостранство, ориентированное на интеграцию этнически разнородного населения.

¹URL: <https://vtv.vn/xa-hoi/bao-ve-ban-sac-van-hoa-viet-nam-truoc-su-xuyen-tac-doc-hai-idol-lech-chuan-20230429005629016.htm> (дата обращения: 10.07.2025).

²URL: <https://vnexpress.net/bi-quyet-thanh-cong-cua-ceo-nvidia-4723184.html> (дата обращения: 10.07.2025).

³URL: <https://tuoitre.vn/thay-doi-cach-nghi-ve-truyen-thong-giai-tri-viet-nam-20220421070605646.htm> (дата обращения: 10.07.2025).

⁴URL: <https://www.sgpp.org.vn/cao-xuan-hao-va-noi-tran-tro-giu-gin-tieng-viet-post146480.html> (дата обращения: 10.07.2025).

⁵URL: <https://baocaovien.vn/tin-tuc/nguoi-tre-noi-chem-tieng-anh-can-lam-chu-va-thuan-thuc-ngon-ngu/56591.html> (дата обращения: 10.07.2025).

Альтернативные медиа создают возможности для выражения локальной идентичности, активно используя региональные диалекты, этнические маркеры и визуально-звуковые коды, что способствует популяризации локальных культур и укреплению этнической идентичности. Популярные медиаплатформы (*YouTube, TikTok, Instagram*) позволяют представителям этнических меньшинств выражать свою культурную принадлежность, демонстрируя языковое и культурное разнообразие Вьетнама.

Международная интеграция и распространение англоязычных заимствований существенно трансформируют медиадискурс, стимулируя адаптацию западных моделей подачи новостей и мультимедиаформатов. Это позволяет сделать медиа более динамичными и привлекательными, особенно для молодой аудитории, но одновременно ставит под вопрос устойчивость национальных языковых норм. В условиях давления со стороны глобальных стандартов перед вьетнамским медиаполем

встает задача сохранения языковой и культурной самобытности.

Таким образом, современное медиaprостранство Вьетнама развивается в условиях напряженного взаимодействия между государственными и альтернативными медиа, локальными и глобальными дискурсами, единообразием и многообразием. Язык в этом контексте выполняет не только коммуникативную, но и символическую функцию, он становится пространством, где пересекаются национальное, региональное и глобальное.

Дальнейшее развитие вьетнамских СМИ будет зависеть от способности интегрировать инновационные подходы к коммуникации, сохраняя при этом национальную и этническую специфику. Важно, чтобы язык СМИ продолжал выполнять свою интеграционную функцию, не ущемляя языковое и культурное многообразие страны, а также способствовал формированию устойчивой и самобытной национальной идентичности.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Harré R. *Personal Being: A Theory for Individual Psychology*. Cambridge: Harvard University Press, 1983.
2. Файзуллин Ф. С. Этническое самосознание и факторы его формирования // Вестник Академии наук Республики Башкортостан. 2013. Т. 18. № 3. С. 58–65.
3. Бромлей Ю. В. *Очерки теории этноса*. М.: Наука, 1983.
4. Козлов В. И. Динамика численности народов: методология исследования и основные факторы // Акад. наук СССР, Ин-т этнографии им. Н. Н. Миклухо-Маклая. М.: Наука, 1969.
5. Бражникова И. Е. Национальная идентичность и ее языковая репрезентация в мексиканском лингвокультурном пространстве // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2023. Т. 23. № 1. С. 54–61. DOI :10.37482/2687-1505-V239.
6. Зененко Н. В. Этническое самосознание и лингвистический национализм (на материале испанского языка) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. № 10 (803). С. 59–69.
7. Баляев С. И. Этнический стереотип как социально-перцептивный феномен группового самосознания // Сборники конференций НИЦ «Социосфера». 2012. № 4. С. 9–11.
8. Прощенкова Н. В. Лексика как отражение этнического самосознания (на материале близкородственных языков) // Этнопсихологические проблемы в современном мире : Материалы международной научно-практической конференции, Благовещенск, 01 марта 2010 года / отв. ред. Е. В. Афонсенко. Вып. IV. Благовещенск: Благовещенский государственный педагогический университет, 2010. С. 130–135.
9. Новакова О. В. Национальные ценности, вызовы модернизации и религиозная ситуация во Вьетнаме в XXI веке // Независимый Вьетнам: национальные интересы и ценности: Статьи международной онлайн конференции, Москва, 21–22 октября 2020 года. М.: Институт Дальнего Востока Российской академии наук, 2021. С. 265–281.
10. Сербин В. А. О заимствованиях в военной терминологии современного вьетнамского языка // *Litera*. 2021. № 1. С. 110–124.

REFERENCES

1. Harré, R. (1983). *Personal Being: A Theory for Individual Psychology*. Cambridge: Harvard University Press.
2. Faizullin, F. S. (2013). Ethnic consciousness and its forming factors. *Herald of the Academy of sciences of the Republic of Bashkortostan*, 18(3), 58–65. (In Russ.)
3. Bromlej, Yu. V. (1983). *Essays on the Theory of Ethnos*. Moscow: Nauka. (In Russ.)

4. Kozlov, V. I. (1969). Population Dynamics: Methodology and Key Factors. Moscow: Nauka. (In Russ.)
5. Brazhnikova, I. E. (2023). National Identity and Its Linguistic Representation in the Mexican Linguocultural Space. Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i social'nye nauki, 23(1), 54–61. DOI :10.37482/2687-1505-V239. (In Russ.)
6. Zenenko, N. V. (2018). Ethnic identity and Linguistic Nationalism (Based on the Spanish). Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 10(803), 59–69. (In Russ.)
7. Balaev, S. I. (2012). Ethnic Stereotype as a Socio-Perceptive Phenomenon of Group Identity. Sborniki konferencij NITs "Sociosfera", 4, 9–11. (In Russ.)
8. Proshchenkova, N. V. (2010). Lexis as a reflection of ethnic self-consciousness (based on related languages). In Afonasenkov, E. V. (Ed.), Ethnopsychological issues in the modern world (Vol. IV, pp. 130–135): proceedings of the international scientific-practical conference, Blagoveshchensk, March 1, 2010. Blagoveshchensk: Blagoveshchensk State Pedagogical University. (In Russ.)
9. Novakova, O. V. (2021). National values, challenges of the modernisation and religious situation in Vietnam in the XXI century. In Independent Vietnam: national interests and values (pp. 265–281): proceedings of the international online conference, 2020, October 21–22, Moscow.M.: Institute of Far Eastern Studies of the Russian Academy of Sciences. (In Russ.)
10. Serbin, V. A. (2021). On Borrowings in the Military Terminology of the Contemporary Vietnamese Language. Litera, 1, 110–124. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Сербин Владимир Алексеевич

кандидат филологических наук

доцент Военного учебного центра

Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Serbin Vladimir Alekseevich

PhD in Philology

Associate Professor at the Military Training Center

Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

18.07.2025
14.08.2025
15.09.2025

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication