

Вьетнамское телевидение в современном обществе: проблемы и возможности

Научный руководитель – Тулупов Владимир Васильевич

чан ван ле

Аспирант

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

E-mail: bluestar19891989@gmail.com

Телевидение Вьетнама (ТНВН - Truỳ n hình Vĩt Nam), возникшее намного позже, чем в европейских странах, в настоящее время стремительно развивается, охватив почти все города страны и оказывая мощное влияние на общественное мнение [Деопик Д.В., 153]. Сегодня оно находится под эгидой государственного Министерства информации и связи по управлению делами печати и частотами вещания, разработавшего новую систему, допускающую платное телевидение, которое практикуется приватизированными каналами.

Главным с точки зрения совершенствования технологий, является развитие ТВ в направлении цифровой конвергенции, слияния с другими службами, такими, как массовые спутниковые телекоммуникации, интернет и другие услуги с добавленной стоимостью. Базовые технологические инновации, создание программ модернизации системы вещания стали магистралью эволюции ТВ в нашей стране [Деопик Д.В., 154]. Особенно важна конвергенция ТВ и сетевых коммуникаций.

Поскольку Вьетнам стал членом ВТО, у страны появилась возможность участия в глобальном информационном обмене. Когда же будут сняты все барьеры, медийный экспорт Вьетнама увеличится в разы [Новый Вьетнам- URL <http://www.youtube.com/watch?v=TVWQjAMEy5w>]. Интеграция с мировым ТВ уже позволяет пересматривать политику в области культуры, массовой коммуникации, что позволяет вносить изменения в соответствии с новейшими практиками и мировыми стандартами. Отсюда - требование повышения профессионализма, нового уровня анализа действительности.

У качественного медиапродукта очень высокая стоимость, однако в настоящее время местные телестанции обладают скромными средствами, выделенными из государственного бюджета. Для привлечения рекламодателя также необходим первоначальный капитал для приобретения современного оборудования, для технической модернизации. Привлечение внешних ресурсов является, по мнению исследователя Чыонга Тхи Ньы Куинь, одним из «соответствующих решений партии, активно использующей ТВ в ходе избирательной кампании и для освещения текущих событий» [Чыонг Тхи Ньы Куинь , 21].

Важно использовать и возможности популярных развлекательных программ. Когда на ТВ есть всего две популярные программы, есть смысл частным владельцам купить права, сделать серьезные инвестиции в производство подобных передач, привлекающих и рекламодателей. Пока же наиболее популярны массовые корейские, индийские фильмы, на которые продолжает ориентироваться и новый канал ТНВН. Для эффективного решения информационных, идеологических и просветительских задач следует активизировать программу управления контентом ТВ. Пока же умеренный вклад ТВ в содействие экономическому и социальному развитию, реализации хозяйственных обязательств объясняется низким уровнем медиаменеджмента, отсутствием финансов и кадров. Национально ориентированный подход к программному управлению должен ограничить риск «культурной гибридации» [Luong Quang Đang, 5], противостоять трендам, противоречащим этическим нормам традиционного этнического большинства, а также риск всеобъемлющей коммерциализации.

Источники и литература

- 1) Деопик Д.В. Вьетнам: история, традиции, современность / Д.В. Деопик. – Москва, 2002.
- 2) Новый Вьетнам: мифы и правда – URL <http://www.youtube.com/watch?v=TVWQiAMEy5w> (дата обращения 01.10 2016)
- 3) Чьонг Тхи Ньы Куинь. Формирование системы средств массовой информации Социалистической Республики Вьетнам: опыт периодизации Дисс. на соиск учен. степ. канд. филол. наук / Чьонг Тхи Ньы Куинь. – Москва, 2005.
- 4) Luong Quang Đang. Chi s' h' òa bình toàn c' u năm, Việt nam x' p th' 2012.