

УДК 130.2

DOI: 10.34670/AR.2023.58.92.003

Гастрономическая культура Вьетнама в современном пространстве медиа*

Во Тхи Хонг Зьеу

Аспирант,

Московский педагогический государственный университет,
119991, Российская Федерация, Москва, ул. Малая Пироговская, 1/1;
e-mail: natasha.vodieu@gmail.com

Аннотация

Развитие цифровой культуры в современном медиапространстве изменило то, как мы потребляем культурный контент и взаимодействуем с ним. Интеграция технологий и искусства открыла новые возможности для инноваций и творчества, но также поднимает вопросы о влиянии технологий на традиционные культурные практики. Данная статья посвящена исследованию тенденций развития и форм выражения вьетнамской гастрономической культуры в современном медиапространстве. Благодаря развитию социальных сетей и цифровых платформ традиционные вьетнамские блюда привлекают все больше внимания и получают признание во всем мире. Фуд-блогеры, видеоблогеры и кулинарные онлайн-сообщества сыграли жизненно важную роль в продвижении и демонстрации разнообразия и богатства вьетнамской кухни. Доступность цифровых платформ помогла людям открыть вьетнамскую кухню, это в свою очередь привело к растущей ее популярности и признанию кулинарного наследия страны, также это способствовало росту туризма во Вьетнаме. Благодаря творчеству и мастерству кинематографистов, фотографов, журналистов и блогеров вьетнамская кухня широко пропагандируется в средствах массовой информации, включая фотографии, видео, статьи и программы. Глобализация средств массовой информации также способствовала популяризации вьетнамской кухни на международном уровне. В целом, современная медиа-среда позволила расширить культурный обмен и оценить вьетнамские гастрономические традиции.

Для цитирования в научных исследованиях

Во Тхи Хонг Зьеу. Гастрономическая культура Вьетнама в современном пространстве медиа // Культура и цивилизация. 2023. Том 13. № 8А. С. 23-29. DOI: 10.34670/AR.2023.58.92.003

Ключевые слова

Гастрономическая культура, медиа, медиапространство, Вьетнам, интернет, социальные сети.

* В материале используются ссылки на публикации соцсетей Instagram и Facebook, а также упоминаются их названия. Эти веб-ресурсы принадлежат компании Meta Platform Inc., она признана в России экстремистской организацией и запрещена.

Введение

Мир стремительно движется во взрывоопасную эпоху научно-технической революции, особенно в сфере медиа. Это делает процесс глобализации быстрым и радикальным, как в пространственном, так и во временном аспектах. Глобализация вызывает обмен, вмешательство во многие области, включая культуру в целом и гастрономическую культуру в частности. В современном медиапространстве, наряду с появлением и выдающимся развитием технологических платформ, инструментов цифровой социальной коммуникации, гастрономическая культура Вьетнама имеет интересные изменения.

Целью данной работы является изучение гастрономической культуры Вьетнама в современном медиапространстве.

В соответствии с поставленной целью предполагается решить ряд исследовательских задач: выявить влияние медиа на развитие и интеграцию культуры; рассмотреть скорость развития Интернета и социальных сетей во Вьетнаме; проанализировать тенденции и формы репрезентаций гастрономической культуры Вьетнама в современной медиасреде.

Влияние медиа на развитие и интеграцию культуры

Коммуникация – это базовая потребность человека. Человеческое общество не смогло бы развиваться без обмена информацией. Общение или коммуникация восходит к самому началу человечества: «Общение – это обмен сообщениями между членами или группами людей в обществе с целью достижения взаимопонимания» [Та, 2001, 59]. В условиях быстрого роста численности населения людям необходима помощь средств информации (медиа), чтобы сделать процесс коммуникации более быстрым и эффективным. Иными словами, именно средства информации управляют коммуникативными процессами широкого социального характера. Массовая коммуникация представляется как один из видов социальной коммуникации, который подразумевает распространение информации на массовую аудиторию в широком пространственно-временном диапазоне [Быченко, www]. Средства массовой коммуникации были созданы для того чтобы удовлетворять коммуникативные потребности людей и обеспечивать эффективность в глобальном масштабе. Средства коммуникации тесно связаны с развитием человеческого общества и находится под непосредственным влиянием двух факторов: информационно-коммуникативных потребностей и информационных технологий. К видам медиа относятся: книги, печатные газеты, фильмы, радио, телевидение, реклама, интернет, видео, аудиодиски и др. Медиа считается частью жизни современной общественной и культурной жизни.

Развитие Интернета и социальных сетей во Вьетнаме

В 2020 году Вьетнам начал национальную цифровую трансформацию с тремя основными планами: цифровое правительство, цифровая экономика и цифровое общество. Одним из основных факторов, обеспечивающих успех цифровой трансформации, является телекоммуникационная инфраструктура и потребность людей к доступу в интернет. Недавно WeAreSocial и Hootsuite совместно опубликовали годовой отчет «Digital 2021», основанный на исследовании инфраструктуры телекоммуникационных сетей и частоты использования интернета в ряде стран и территорий по всему миру. Соответственно, за последний год интернет

во Вьетнаме добился значительных успехов с темпами роста выше, чем в среднем по региону, и постепенно выходит в число ведущих стран мира в этой области [Данг, 2017].

Вьетнам является одной из стран с быстрым развитием информационных технологий, количество людей, использующих Интернет и социальные сети, велико и продолжает расти. По статистике, к январю 2020 года во Вьетнаме количество пользователей интернета достигало 68,17 млн человек (70% населения); количество пользователей социальной сети составляло 65 млн человек (67% населения). Вьетнам – 18-я страна в мире по проценту людей, пользующихся интернетом, и одна из 10 стран с наибольшим количеством пользователей Facebook¹ и YouTube [Чуен..., www].

Тенденции и формы репрезентаций гастрономической культуры Вьетнама в современной медиасреде

В культуре Вьетнама прием пищи – это искусство, которое предназначено не только для удовлетворения основных потребностей людей, но и имеет тесные отношения с образом жизни и национальными традициями в целом, что очень четко можно исследовать на примере приборов, используемых при приемах пищи, а также местного этикета, предписывающего тот или иной стиль поведения во время еды [Нгуен, 2007, 14]. Уникальность гастрономической культуры Вьетнама отражается в использовании натуральных пищевых ингредиентов, в изысканности использования специй, в гармонии между традицией и новшествами, между восточным и западным стилями и философиями в кулинарии. В настоящее время многие вьетнамские блюда, такие как суп Фо, блинчики Нэм, суп Бун Ча, багет Баньми и т.д. стали всемирно известными, а кухня стала эффективным инструментом для создания и формирования национального бренда [Нго, 2019].

В последние годы национальная кухня широко используется на многих мероприятиях по продвижению внутреннего и иностранного туризма, таких как туристические ярмарки и фестивали. Правительство Вьетнама уделяет особое внимание созданию медиа-базы данных о гастрономической культуре для продвижения национального туризма [Ву, www]. Медийная деятельность может осуществляться путем создания высококачественных изображений, видеороликов, представляющих блюда, программ о реальных кулинарных впечатлениях для трансляции на телевидении, каналах YouTube, TikTok подобных социальных сетях, а также другой рекламной продукции, такой как фотокниги, рецепты, путеводители, буклеты как в печатном, так и в электронном виде и т.д..

Заработок на YouTube в настоящее время является довольно популярным трендом, а просмотр YouTube также является развлекательным хобби многих людей всех возрастов. Каналы YouTube с разнообразными очень интересными темами, множеством культурных ценностей и полезных знаний привлекают много просмотров. Известные YouTube-каналы вьетнамской кухни перечислены Topshare следующим образом: Oops Banana, Hoa Ban Food, Vuong Anh's Cooking, Khoai Lang Thang, Âm Thực Mẹ Làm, Hương vị miền quê, Tuệ Vân, Feedy VN и др.

Кроме того, в социальной сети TikTok стремительно развивается тенденция создания кулинарного контента, что делает эту платформу отличным потенциальным инструментом для развития гастрономической культуры каждой страны.

¹ Facebook – проект Meta Platforms Inc., деятельность которой в России признана экстремистской и запрещена.

Согласно недавнему исследованию, проведенному MRC Data и Flamingo, 7 из 10 пользователей считают, что TikTok вносит серьезные культурные изменения. TikTok становится не только формой социальной сети, но и каналом для привлечения огромного количества потенциальных клиентов и идеальным рекламным инструментом для любого бренда. Запущенный в сентябре 2016 года в Китае, TikTok набрал рекордное количество пользователей, оставив другие социальные сети далеко позади себя. Первоначально TikTok был короткой платформой для обмена видео с основной целью исполнения танцев для молодежи, но постепенно TikTok превратился в полноценный сервис видеозаписи с множеством творческих платформ для всех пользователей. Только в 2020 году общий доход TikTok оценивается в 1,9 миллиарда долларов. Если в 2017 году TikTok насчитывал 65 миллионов пользователей, то к 2021 году количество людей, заходящих в эту социальную сеть, достигло уже более 1 миллиарда человек [Фуонг, www].

В гастрономической сфере TikTok считается отличным каналом продвижения. Во Вьетнаме из-за сложной эпидемической ситуации (COVID-19) в 2020-2021 годах, когда большинство людей работали из дома и ограничивали выход на улицу в соответствии с директивой правительства, TikTok 14 июня 2021 года запустил хэштег #AnCungTiktok (рус. – есть с ТикТок). Этот хэштег инициировал движение по созданию вьетнамских блюд на платформе, привлекая к ответу тысячи пользователей. На данный момент этот хэштег набрал около 17,6 миллиардов просмотров и все еще показывает признаки роста [Нгиа, www].

Одной из особенностей TikTok является контент, который помечен т.н. хэштегом. Просто набрав в строке поиска хэштеги, связанные с едой, мы увидим бесчисленное количество кулинарных видео, из которых пользователи могут выбирать понравившийся контент. Благодаря таким возможностям, отслеживать кулинарные видео для пользователей стало намного проще.

Соблюдая меры социального дистанцирования, у онлайн-сообщества во Вьетнаме появилось больше времени для личных развлечений, особенно для приготовления пищи, с появлением множества впечатляющих кулинарных тенденций. В частности, для сообщества пользователей TikTok это открытая тема, которая вызывает множество творческих идей, не требуя при этом особых усилий. Прямо на кухнях многих семей рождались видеоролики кулинарного содержания. Короткие видеоролики о еде в сочетании с творческими инструментами TikTok не просто служат целью «обзора», они приносят зрителям неожиданную развлекательную ценность: привлекательные изображения знаменитых блюд от @phuongmin, развлечения с кулинарным контентом от @sautivi5, продвижение мира сайгонских закусок от @Canquetsaigon или новые кулинарные тенденции от предложений @manhoangcao и т.д. [Хам ..., www].

В отличие от таких глобальных явлений, как «МастерШеф», поварам в TikTok не нужно обладать выдающимся талантом, чтобы сделать свои блюда трендовыми. В то время как мир уделяет все больше внимания гастрономической культуре, особенно среди среднего класса, TikTok демократизировал процесс влияния на культуру питания. Теперь каждый может стать звездой кулинарии в этой социальной сети. Каждое кулинарное видео в TikTok – это культурный обмен между многими людьми и сообществами всего за 60 секунд, если не меньше.

Общей особенностью текущих видео о еде на TikTok является то, что пользователи могут полностью вставлять рецепты в видео, при этом они могут отходить от темы и освещать истории иного характера. Такие повседневные истории косвенно отражают культуру, традиции и многомерную жизнь, которую пытаются передать тиктокеры.

Если кулинарный мир в основе своей знаком с западными ингредиентами, благодаря таким программам, как «МастерШеф», которая широко рекламируется, то ингредиенты из азиатских стран всегда вызывают большой интерес в социальных сетях. Например, Габриэль Рейес, которая использовала тропические ингредиенты, такие как джекфрут или цветки банана, для приготовления пищи в роликах TikTok, пояснила для зрителей, что использование менее распространенных ингредиентов в приготовлении пищи – это также способ дать зрителям возможность узнать о других культурах.

Заключение

Таким образом, из приведенного выше анализа и статистики, мы пришли к следующим выводам: тенденции и течения развития гастрономической культуры Вьетнама находятся в постоянном движении, и эти движения становятся все более сложными, разнообразными и многомерными с сильными, даже революционными разработками современного медиа. Интернет играет значительную роль в продвижении и распространении вьетнамской кухни. При этом онлайн-платформы, такие как Google, обеспечивают легкий доступ к исследованиям и анализу по этой теме. Кроме того, платформы современных социальных сетей стали ценными инструментами для обмена гастрономическими впечатлениями и демонстрации местных блюд. Благодаря творчеству и мастерству кинематографистов, фотографов, журналистов и блоггеров вьетнамская кухня широко пропагандируется в средствах массовой информации, включая фотографии, видео, статьи и программы. Глобализация средств массовой информации также способствовала популяризации вьетнамской кухни на международном уровне. В целом, современная медиа-среда позволила расширить культурный обмен и оценить вьетнамские гастрономические традиции.

Библиография

1. Быченков В.М. и др. Коммуникация массовая. URL: <https://gtmarket.ru/concepts/7135>
2. Chuyển đổi số tại Việt Nam và những thông kê đầy ấn tượng đầu năm 2021. URL: <https://specials.laodong.vn/chuyen-doi-so-tai-viet-nam-va-nhung-thong-ke-an-tuong-2021>
3. Đặng T.T. Truyền thông với sự phát triển của văn hóa đại chúng // Tạp chí VHNT số 401, tháng 11 – 2017. URL: <https://vhnt.org.vn/truyen-thong-voi-su-phat-trien-cua-van-hoa-dai-chung/>
4. Khám phá thế giới ẩm thực trên TikTok với 10 tài khoản nội dung được ưa thích nhất. URL: <https://tuoitrethudo.com.vn/kham-pha-the-gioi-am-thuc-tren-tiktok-voi-10-tai-khoan-noi-dung-duoc-ua-thich-nhat-153107.html>
5. Nghĩa H. Văn hóa ẩm thực Việt trên Youtube. URL: <https://baodantoc.vn/van-hoa-am-thuc-viet-tren-youtube-1612251890186.htm>
6. Ngô Đ.T. Khám phá ẩm thực truyền thống Việt Nam. H.: Đại học Quốc gia Hà Nội; Tp. Hồ Chí Minh. Công ty Tri thức Văn hóa Sách Việt Nam, 2019. 336 tr.
7. Nguyễn T.D.T. Văn hoá ẩm thực Việt Nam. Nhà xuất bản Đại học Sư phạm, 2007, 298 tr.
8. Phương T. Văn hóa ẩm thực ‘lên ngôi’ trên nền tảng TikTok. URL: <https://baoquocte.vn/van-hoa-am-thuc-len-ngoai-tren-nen-tang-tiktok-169208.html>
9. Tạ N.T. Truyền thông đại chúng, Nxb Chính trị Quốc gia. Hà Nội, 2001. 291 tr.
10. Vũ N. Đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá du lịch ẩm thực Việt Nam. URL: http://itdr.org.vn/nghien_cuu/day-manh-xuc-tien-quang-ba-du-lich-am-thuc-viet-nam/

Gastronomic culture of Vietnam in the modern media space

Vo Thi Hong Dieu

Postgraduate,
Moscow Pedagogical State University,
119991, 1/1, Malaya Pirogovskaya str., Moscow, Russian Federation;
e-mail: natasha.vodieu@gmail.com

Abstract

The development of digital culture in the modern media space has changed how we consume and interact with cultural content. The integration of technology and the arts has opened new opportunities for innovation and creativity, but also raises questions about the impact of technology on traditional cultural practices. This article is devoted to the study of development trends and forms of expression of the Vietnamese gastronomic culture in the modern media space. In accordance with the set goal, the research tasks of the article are determining the influence of media on development and cultural integration; considering the speed of development of the Internet and social networks in Vietnam; analyzing trends and forms of expression of Vietnamese gastronomic culture in the modern media space. Thanks to the development of social media and digital platforms, traditional Vietnamese dishes are gaining more attention and recognition around the world. Food bloggers, vloggers and online culinary communities have played a vital role in promoting and showcasing the diversity and richness of Vietnamese cuisine. The accessibility of digital platforms has helped people discover Vietnamese cuisine, which in turn has led to its growing popularity and recognition of the country's culinary heritage and has contributed to the growth of tourism in Vietnam.

For citation

Vo Thi Hong Dieu (2023) Gastronomicheskaya kul'tura V'etnama v sovremennoy prostranstve media [Gastronomic culture of Vietnam in the modern media space]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 13 (8A), pp. 23-29. DOI: 10.34670/AR.2023.58.92.003

Keywords

Gastronomic culture, media, media space, Vietnam, internet, social networks.

References

1. Bychenkov V.M. et al. *Kommunikatsiya* [Mass communication]. Available at: <https://gtmarket.ru/concepts/7135> (Accessed 15/10/2022)
2. *Chuyen doi so tai Vietnam va nhung thong ke day an tuong dau nam 2021* [Digital transformation in Vietnam and impressive statistics in early 2021]. Available at: <https://specials.laodong.vn/chuyen-doi-so-tai-viet-nam-va-nhung-thong-ke-an-tuong-2021/> (Accessed 09/10/2022)
3. Dang T. T. (2017) *Truyen thong voi su phat trien cua van hoa dai chung* [Communication with the development of the mass culture]. Available at: <https://vhnt.org.vn/truyen-thong-voi-su-phat-trien-cua-van-hoa-dai-chung/> (Accessed 01/11/2022)
4. *Kham pha the gioi am thuc tren TikTok voi 10 tai khoan noi dung duoc ua thich nhat* [Explore the culinary world on TikTok with 10 most popular content accounts]. Available at: <https://tuoitrethudo.com.vn/kham-pha-the-gioi-am-thuc-tren-tiktok-voi-10-tai-khoan-noi-dung-duoc-ua-thich-nhat-153107.html> (Accessed 16/11/2022)
5. Nghia H. *Van hoa am thuc Viet tren Youtube* [Vietnamese gastronomic culture on Youtube]. Available at: <https://baodantoc.vn/van-hoa-am-thuc-viet-tren-youtube-1612251890186.htm> (Accessed 22/10/2022)

6. Ngo D.T. (2019) *Kham pha am thuc truyen thong* [Discover traditional Vietnamese cuisine]. Ha Noi national university; Ho Chi Minh: Vietnam Book Cultural Knowledge Co
7. Nguyen T.D.T (2007) *Van hoa am thuc Viet Nam* [Gastronomic culture of Vietnam]. Pedagogical University.
8. Phuong T. *Van hoa am thuc 'len ngoi' tren nen tang TikTok* [Gastronomic culture is “on the throne” on TikTok platform]. Available at: <https://baoquocte.vn/van-hoa-am-thuc-len-ngoi-tren-nen-tang-tiktok-169208.html> (Accessed 12/10/2022)
9. Ta N.T. (2001) *Truyen thong dai chung* [Mass communication]. Ha Noi: National Politics.
10. Vu N. *Đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá du lịch ẩm thực Việt Nam* [Promoting Vietnam's gastronomic tourism]. Available at: http://itdr.org.vn/nghien_cuu/day-manh-xuc-tien-quang-ba-du-lich-am-thuc-viet-nam/ (Accessed 11.10.2022)