



Краткое Видео Как Средство Формирования Национальной Идентичности В Современном Китае (Short Video as a Tool of Forming National Identity in Contemporary China)*

Hu Ruiqi,¹ Valerii L. Muzykan²

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN) University, Moscow Russia



[10.15408/jch.v10i1.25806](https://doi.org/10.15408/jch.v10i1.25806)

Abstract

Nowadays, social media plays a vitally important role in the transmission and exchange of data around the world, and China is certainly no exception. Short video platforms have gained particular popularity among social media in recent years. In this regard, we have conducted a study that provides insight into how Chinese short video platforms can be a tool for building national identity in the era of social media in China. As a result of the analysis, it was noted that short videos play an important role in shaping a sense of national identity in modern China. Short videos as a tool for the formation of national identity were considered on the example of the Douyin service. On Douyin, the formation of national identity is reflected in videos with the hashtag "Positive Energy". The Positive Energy page displays videos to describe China's wealth, prosperity, and national strength. "Positive Energy" focuses on social and moral issues, reinforcing the shared responsibility to address such issues in unison with the state, encouraging active moral behavior, making it a useful expression for the formation of national identity. It was also noted that Douyin's short videos visualize and vocalize the symbolic attachment to the nation, which contributes to a greater emotional attachment to the nation and a sense of national identity.

Keywords: Short Video; National Identity; Social Media; China.

* Received: January 21, 2022, revised: March 27, 2022, accepted: April 10, 2022, Published: April 30, 2022.

¹ **Hu Ruiqi** is a PhD Student of in Journalism Program at Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), 6 Miklukho-Maklaya Street Moscow, 117198 Russian Federation. (Российский университет дружбы народов, филологический факультет. кафедра массовых коммуникаций, Москва, Россия). Email: 972115969@qq.com

² **Valerii L. Muzykant** is a Professor, Doctor of Sciences (Sociology) at Peoples' Friendship University of Russia (RUDN) University, Russia. ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9422-351X>

*Corresponding Author: 972115969@qq.com

Video Pendek Sebagai Alat Pembentukan Identitas Nasional di Tiongkok Kontemporer

Abstrak

Saat ini, media sosial memainkan peran yang sangat penting dalam transmisi dan pertukaran data di seluruh dunia, tidak terkecuali China. Platform video pendek telah mendapatkan popularitas khusus di antara media sosial dalam beberapa tahun terakhir. Berkaitan dengan hal tersebut, kami telah melakukan studi yang memberikan wawasan tentang bagaimana platform video pendek Tiongkok dapat menjadi alat untuk membangun identitas nasional di era media sosial di Tiongkok. Sebagai hasil analisis, diketahui bahwa video pendek memainkan peran penting dalam membentuk rasa identitas nasional di Tiongkok modern. Video pendek sebagai alat untuk pembentukan identitas nasional dipertimbangkan pada contoh layanan Douyin. Di Douyin, pembentukan identitas nasional tercermin dalam video dengan tagar "Energi Positif". Halaman Energi Positif menampilkan video untuk menggambarkan kekayaan, kemakmuran, dan kekuatan nasional China. "Energi Positif" berfokus pada isu-isu sosial dan moral, memperkuat tanggung jawab bersama untuk menangani isu-isu tersebut berbarengan dengan negara, mendorong perilaku moral yang aktif, menjadikannya ekspresi yang berguna untuk pembentukan identitas nasional. Juga dicatat bahwa video pendek Douyin memvisualisasikan dan menyuarakan keterikatan simbolis dengan bangsa, yang berkontribusi pada keterikatan emosional yang lebih besar pada bangsa dan rasa identitas nasional.

Kata Kunci: Video Pendek; Identitas Nasional; Media sosial; Cina

Краткое Видео Как Средство Формирования Национальной Идентичности В Современном Китае

Аннотация

В последние годы социальные медиа играют особую роль в передаче и обмене данными по всему миру, и Китай, безусловно, не является исключением. Особую популярность среди социальных медиа сегодня приобретают платформы коротких видео. В связи с этим нами было проведено исследование, которое дает представление о том, как китайские платформы коротких видео могут быть средством формирования и продвижения национальной идентичности в эпоху социальных медиа в Китае. В результате проведенного анализа было отмечено, что короткие видео играют важную роль в формировании чувства национальной идентичности в современном Китае. Короткие видео как новый способ формирования национальной идентичности рассматривались на примере сервиса Douyin. На Douyin формирование национальной идентичности отражено в видеороликах с хештегом «Позитивная энергия». На странице «Позитивной энергии» отображаются видео, для описания благосостояния, процветания и национальной мощи Китая. «Позитивная энергия» сосредоточена на социальных и моральных проблемах, усилении общей обязанности решать подобные проблемы в унисон с государством, поощрении активного нравственного поведения и поддержке государственного контроля над Интернетом, что делает ее полезным выражением для формирования национальной идентичности. Было также отмечено, что короткие видео сервиса Douyin визуализируют и озвучивают символическую привязанность к нации, что способствует большей эмоциональной привязанности к нации и чувству национальной идентичности. Следовательно, можно утверждать, что короткие видео стимулируют общую память граждан, которая укрепляет национальную идентичность.

Ключевые слова: Краткое Видео; Национальная Идентичность; Социальные Медиа, Китай

А. ВВЕДЕНИЕ

Современные технологические достижения и Развитие мобильных устройств позволили разработать беспрецедентные медиа-формы, такие как мобильные приложения и, в частности, платформы для коротких видеороликов.

Как китайский исследователь Ли Мяо отмечает: «Короткие видеоролики, родившиеся в эпоху мобильного Интернета и основанные на цифровых технологиях, создали новую форму эстетики изображения и, как считается, положили начало третьей революции массового выражения после текста и изображений» (Ли Мяо, 2019).

Специального определения коротких видео не существует. Однако короткое видео можно определить как относительно новый медиаформат с такими особенностями, как низкозатратное производство, широко распространяемый контент и размытые границы между производителями и потребителями. В целом продолжительность коротких видео колеблется от нескольких секунд до 20 минут (часто от 15 до 60 секунд). На сегодняшний день короткие видео оказались ценным инструментом для начинающих создателей онлайн-контента.

Приложения для создания коротких видео дебютировали в Китае еще в 2011 г. и достигли первой волны популярности в 2015 г. ([Wang W., Wu L., 2021](#)). Вторая волна популярности коротких видео поднялась в 2017 г. и теперь претендует на доминирующее положение в социальных сетях Китая. По состоянию конца 2021 года количество пользователей платформ «коротких видео» достигло 934 миллионов, что составляет 90.5% всего населения Сети ([CNNIC, 2022](#)).

Исследования в области коммуникации показывают, что характеристики видео могут быть особенно благоприятны для убеждения ([Stenberg G, 2006](#)). Благодаря визуальной модальности видео может отображать реальность более прямо, чем текст, что позволяет быстрее обрабатывать информацию и глубже кодировать ее в памяти и, как следствие, вызывать более сильные эмоциональные реакции ([Habes M., 2020](#)). Таким образом, краткое видео не только развлекает людей, но и может представлять собой средство распространения политических сообщений.

Многие ученые ([Polonska-Kimunguyi E, Kimunguyi P, 2011](#)) утверждают, что социальные медиа, наряду с системой образования, являются одним из самых мощных инструментов, которыми располагают

государства для построения национальной идентичности. Иногда такие эффекты являются прямыми и очевидными, и их можно отнести к успешным пропагандистским усилиям. Однако ученые часто указывали, что даже в обществах, в которых социальные медиа свободны от государственного контроля, тонкие течения национализма способствуют продвижению национальной идентичности ([Schlesinger P, 1991](#)). Deutsch K. W. ранее высказывал аналогичную идею, когда разрабатывал идею национального самосознания, которую он определяет как «прикрепление вторичных символов национальности к первичным элементам информации, движущимся по каналам социальной коммуникации или через сознание индивидуума» ([Deutsch K. W\) 1966](#)). Суть здесь в том, что, поскольку медиа «национализируются», они также «национализируют» индивидуальное чувство идентичности и лояльности. Другими словами, независимо от того, преднамеренно задумано и реализовано пропагандистами или просто бессознательно вообразено через тонкие подтексты нации, потребление медиа формирует и поддерживает определенную концепцию национальной идентичности.

Б. МЕТОД

В процессе исследования применялись методы обобщения, дедукции, синтеза, статистический метод, методы комплексного анализа и системного подхода к исследованию необходимых теоретических источников, а также эмпирического материала.

Статистика данного исследования основанна на самые новейшие и авторитетные материалы о ситуации развития медиа в Китае - «тчет о развитии интернета в Китая», который был опубликованы Китайский информационный Интернет-центр (CNNIC) в феврале 2022.

В. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Сегодня Naokan, Weishi, Kuaishou, Douyin и другие приложения для коротких видео стали особенно популярными в Китае. В том числе, особенно платформа Douyin привлекла огромное количество испольцователей. К августу 2020 г. количество ежедневных активных пользователей достигло уже 600 миллионов (2022). В связи с вышесказанным в данной статье рассмотрим краткие видео из Douyin как инструмент формирование национальной идентичности в эпоху социальных медиа в Китае.

В отличие от других соцсетей, контент Douyin отображается только в виде видео, а не в виде сочетания текста, изображений и видео ([Chen Z. et al\) 2019](#)). При этом видеоролики Douyin заполняют весь экран мобильного устройства. Хотя Douyin, как и другие платформы социальных сетей, поощряет пользователей к взаимодействию с другими пользователями, наличие сети друзей или подписчиков не является обязательным условием для использования Douyin.

Заметим, что Douyin относится к китайской технологической компании ByteDance, которой также принадлежит TikTok. Хотя Douyin и TikTok похожи по своему дизайну и функциональности, эти две платформы не идентичны ([Sun L. et al\) 2020](#)). Так, для поиска контента пользователи Douyin видят рекомендуемые хэштеги видео и списки популярных слов в текстовой форме, а пользователи TikTok видят популярные хэштеги с миниатюрами видео под каждым хэштегом. Также важно отметить, что Douyin и Tiktok различаются с точки зрения политического управления. Douyin доступен на материковом Китае, а Tiktok заблокирован ([Yang Y& Ha L\) 2021](#)). Это означает, что Douyin связан правилами Китая в отношении Интернета и должен соблюдать директивы правительства Китая о контроле за информацией. В последние годы Управление киберпространства Китая приняло ряд нормативных актов, регулирующих возникающее пространство для производства контента, которые предписывают, чтобы контент на платформах соответствовал официальной идеологии.

Обратим внимание на то, что китайское правительство отметило необходимость использования Douyin и других платформ для обмена короткими видео для прямого общения с населением. Так, начиная с 2018 года Управление по вопросам киберпространства Китая работало с Douyin над созданием учетных записей для официальных СМИ и местных органов власти. По состоянию на конец 2018 г. более 250 000 коротких видеороликов были созданы Коммунистической партией Китая или государственными учетными записями, а более 150 000 коротких видеороликов были созданы официальными учетными записями на Douyin, что набрало 6,9 миллиарда лайков. По состоянию на июнь 2020 г. правительство Китая сообщило, что на Douyin было создано 25 313 аккаунтов, связанных с китайским правительством, из разных административных регионов и уровней (2021).

На Douyin присутствие китайского государства отражено в видеороликах с хэштегом #正能量 (PositiveEnergy/позитивная энергия) ([Lu](#)

[Y., Pan J, 2022](#)). На странице «Позитивной энергии» отображаются видео, которые соответствуют определенной государственной идеологии.

«Позитивная энергия» впервые появилась в Китае в начале 2000 г. и стала популяризироваться во время Олимпийских игр 2012 г. в Лондоне, примерно в то же время, когда к власти пришло правительство Си Цзиньпина ([Peidong Y& Lijun T,2018](#)). Этот термин широко описывается как массовое движение из-за его спонтанного появления в Китае.

«Позитивная энергия» породила своего рода «трансцендентный китайский патриотизм» ([Du S, 2014](#)), который отличается от господствующего китайского патриотизма, созданного государством, тем, что носит более «низовой» характер. С 2012 года государство эффективно присвоило дискурс «положительной энергии» и связало его значение с «отношением или эмоциями, которые соответствуют идеологическим или ценностным системам Коммунистической партии Китая» ([Peidong Y & Lijun T, 2018](#)). К июню 2018 г. на Douyin было более 500 правительственных аккаунтов Китая, продвигающих «Позитивную энергию», включая государственные учреждения и государственные СМИ, чьи видео в совокупности набрали более 1,6 миллиарда просмотров (2022).

Отметим, что раздел «Позитивная энергия» не был особенностью платформы, когда она дебютировала. Добавление этой функции может быть связано с закрытием приложения ByteDance, Neihanduanzi, в апреле 2018 г. из-за вульгарности. Это событие подтолкнуло ByteDance к переосмыслению того, как лучше соответствовать доминирующей идеологии. После закрытия Neihanduanzi основатель ByteDance Чжан Имин опубликовал обширное письмо с извинениями, пообещав продвигать социалистические основные ценности в продуктах Bytedance, а генеральный менеджер Douyin Чжан Нан прямо заявил, что Douyin должен наполнить платформу «положительной энергией». Этот сдвиг подчеркивает усилия Douyin сбалансировать свои коммерческие интересы с вмешательством китайского государства. Итак, в ответ на предупреждение ByteDance превратил Douyin в цифровой анклав для государства, чтобы продвигать патриотизм.

В условиях обслуживания Douyin говорится, что на платформе запрещен контент, «свергающий социалистическую систему, подстрекающий к сепаратизму и подрывающий объединение страны» ([Chen X., Valdovinos Kaye D. B., Zeng J, 2021](#)). По словам генерального менеджера Douyin Чжан Нана, цель продвижения «Позитивной энергии» на Douyin – привести идеологию платформы в соответствие с основными

социалистическими ценностями. Основные социалистические ценности были впервые упомянуты бывшим президентом Китая Ху Цзиньтао, включая «процветание, демократию, цивилизованность и гармонию на национальном уровне; свободу, равенство, справедливость и верховенство закона как общественные ценности, а патриотизм, самоотверженность, честность и доброжелательность как заботу граждан» ([Gow M, 2016](#)).

«Позитивная энергия» сегодня используется для описания благосостояния, процветания и национальной мощи Китая как части более широкого политического повествования о китайском счастье ([Hird D, 2018](#)). «Позитивная энергия» сосредоточена на «социальных и моральных проблемах ..., усилении общей обязанности решать такие проблемы в унисон с государством, поощрении активного нравственного поведения и поддержке государственного контроля над Интернетом» ([Triggs F, 2019](#)), что делает ее полезным выражением для формирования национальной идентичности.

Поскольку сегодня всё больше и больше новости Китая сосредоточены на изменениях на национальном уровне, нация становится «субъектом» новостей. В платформе Douyin рассматривая новости как рассказываемую историю, становится ясно, что нация является главным героем. Суть в том, что сегодня правительство КНР регулировало свою стратегию внутренней пропаганды, внесёт больше внимания коммуникации с общества по социальным сетям особенно те каналы, которых распространяют краткие видео, создав много на платформе Douyin учетной записей государственных ведомств, тем более построен эффективный двусторонний механизм коммуникаций между правительством и гражданами.

Г. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, благодаря развитию коммуникационных технологий короткие видео играют важную роль в формировании чувства национальной идентичности. Отметим, что короткие видео могут способствовать коммуникации в условиях глобализации, которая не только предоставляет пользователям свободный доступ, но и позволяет создавать специальные микро- и даже макросообщества, которые могут преодолевать или укреплять этнические границы. Поэтому [Conversi D, 2012](#) утверждает, что это приводит к возникновению виртуальных этнических сообществ. Члены виртуальных этнических сообществ взаимодействуют

через цифровые медиа на основе их предполагаемого общего происхождения, что является расширением сообщества.

Короткие видео визуализируют и озвучивают символическую привязанность к нации, побуждая людей помнить и переопределять свою национальную историю, что может способствовать более эмоциональной привязанности к нации и чувству национальной идентичности. Следовательно, можно утверждать, что короткие видео Douyin стимулируют общую память граждан, которая формирует и укрепляет национальную идентичность. Таким образом, это исследование способствует пониманию того, как короткие видео могут использоваться для формирования национальной идентичности в Китае.

БИОГРАФИЯ

Wang W., Wu J. Research Perspectives on TikTok & Its Legacy Apps | Short Video Platforms and Local Community Building in China //International Journal of Communication. – 2021. – Т. 15. – P. 23.

Stenberg G. Conceptual and perceptual factors in the picture superiority effect //European Journal of Cognitive Psychology. – 2006. – Т. 18. – №. 6. – P. 813-847.

Habes M. et al. The influence of youtube videos on ELA during the COVID-19 outbreaks in Jordan //2020 Sixth International Conference on e-Learning (econf). – IEEE, 2020. – P. 133-138. DOI: 10.1109/econf51404.2020.9385501

Polonska-Kimunguyi E., Kimunguyi P. The making of the Europeans: Media in the construction of pan-national identity //International Communication Gazette. – 2011. – Т. 73. – №. 6. – P. 507-523.

Schlesinger P. Media, the political order and national identity //Media, Culture & Society. – 1991. – Т. 13. – №. 3. – P. 297-308.

Deutsch K. W. Nationalism and social communication: An inquiry into the foundations of nationality. – mit Press, 1966. – Т. 34.

Douyin released a report about its 2020 statistics, and 1.8 billion comments were about “Fight On” URL: <https://www.bytedance.com/zh/news/60489e2c5dc4ed02d13cb3b9> (дата обращения: 06.04.2022).

Chen Z. et al. A study on the characteristics of douyin short videos and implications for edge caching //Proceedings of the ACM Turing

- Celebration Conference-China. – 2019. – P. 1-6. DOI:
<https://doi.org/10.1145/3321408.3323082>
- Sun L. et al.* Content-based analysis of the cultural differences between TikTok and Douyin //2020 IEEE International Conference on Big Data (Big Data). – IEEE, 2020. – P. 4779-4786. DOI:
<https://doi.org/10.1109/BigData50022.2020.9378032>
- Yang Y., Ha L.* Why People Use TikTok (Douyin) and How Their Purchase Intentions Are Affected by Social Media Influencers in China: A Uses and Gratifications and Parasocial Relationship Perspective //Journal of Interactive Advertising. – 2021. – Т. 21. – №. 3. – P. 297-305. DOI:
<https://doi.org/10.1080/15252019.2021.1995544>
- Lu Y., Pan J.* The Pervasive Presence of Chinese Government Content on Douyin Trending Videos //Computational Communication Research. – 2022. – Т. 4. – №. 1. DOI: <https://doi.org/10.5117/CCR2022.2.002.LU>
- Peidong Y., Lijun T.* "Positive Energy": Hegemonic Intervention and Online Media Discourse in China's Xi Jinping Era //China: An International Journal. – 2018. – Т. 16. – №. 1. – P. 1-22.
- Du S.* Social media and the transformation of 'Chinese nationalism': 'Igniting positive energy' in China since the 2012 London Olympics //Anthropology Today. – 2014. – Т. 30. – №. 1. – P. 5-8. DOI:
<https://doi.org/10.1111/1467-8322.12083>.
- Douyin Government Account Analysis Report URL:
<https://zhuanlan.zhihu.com/p/38066659> (дата обращения: 06.04.2022).
- Chen X., Valdovinos Kaye D. B., Zeng J.* # PositiveEnergy Douyin: constructing "playful patriotism" in a Chinese short-video application //Chinese Journal of Communication. – 2021. – Т. 14. – №. 1. – P. 97-117. DOI:
<https://doi.org/10.1080/17544750.2020.1761848>
- Gow M.* The core socialist values of the Chinese dream: Towards a Chinese integral state //Critical Asian Studies. – 2017. – Т. 49. – №. 1. – P. 92-116. DOI: <https://doi.org/10.1080/14672715.2016.1263803>.
- Hird D.* Smile yourself happy: zheng nengliang and the discursive construction of happy subjects. – Hong Kong University Press, 2018. – p. 106–128.
- Triggs F.* The ideological function of "positive energy" discourse: A people's daily analysis //British Journal of Chinese Studies. – 2019. – Т. 9. – №. 2. – P. 83-112.

Conversi D. Irresponsible radicalisation: Diasporas, globalisation and long-distance nationalism in the digital age //Journal of Ethnic and Migration Studies. – 2012. – Т. 38. – №. 9. – P. 1357-1379. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369183x.2012.698204>.

李淼.数字“新视界”：移动短视频的社交化生产与融媒传播(J).中国编辑, 2019 (03) :82-86. Ли Мяо. Цифровое "Новое видение": социальное производство и распространение в СМИ мобильных коротких видеороликов(J). Китайский редактор.

第 49 次中国互联网络发展统计报告//中国互联网络信息中心. The 49th China statistical report on internet development//CNNIC 2022 URL: <http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/202202/P020220407403488048001.pdf> .

第 46 次中国互联网络发展统计报告 The 46th China statistical report on internet development//CNNIC 2021 URL: <http://cnnic.cn/gywm/xwzx/rdxw/202009/W020200929343125745019.pdf>