



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Microblogging and Media Policy in China: Xinhua's Strategic Communication on the Belt and Road Initiative

Nie, Y.

Citation

Nie, Y. (2019, October 15). *Microblogging and Media Policy in China: Xinhua's Strategic Communication on the Belt and Road Initiative*. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/79516>

Version: Publisher's Version

License: [Licence agreement concerning inclusion of doctoral thesis in the Institutional Repository of the University of Leiden](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/79516>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Cover Page



Universiteit Leiden



The handle <http://hdl.handle.net/1887/79516> holds various files of this Leiden University dissertation.

Author: Nie, Y.

Title: Microblogging and Media Policy in China: Xinhua's Strategic Communication on the Belt and Road Initiative

Issue Date: 2019-10-15

Samenvatting

Dit onderzoeksproject vraagt: wat is de relatie tussen berichten op social media en het mediabeleid in China? Welke rol spelen social media in communicatie binnen en buiten China met de huidige mediawetgeving, specifiek in het geval van China's officiële persbureau, Xinhua? Dit project beoogt het antwoord op deze vragen te vinden door de interacties te bestuderen tussen Weibo, Twitter en het Chinese nationale persbureau Xinhua, een actieve deelnemer aan beide platforms.

Xinhua is een groot officieel persbureau in China onder toezicht van de centrale Chinese overheid. Echter, de openheid van Xinhua ten aanzien van informatie-uitwisseling houdt de snelgroeende economie van het land niet bij sinds het hervormings- en openingsbeleid van de jaren 80. De toename in globale communicatie door middel van social media heeft een noemenswaardige transitie teweeggebracht in China's externe-communicatiestrategieën. Om een nationaal imago te cultiveren, heeft de Chinese overheid verschillende communicatieve strategieën waarin digitale media leidend zijn, omarmd en diverse mediarijntlijnen opgezet, verfijnd en aangepast. Deze moedigen traditionele massamedia-organisaties, zoals Xinhua, aan om social-media-platforms zoals Weibo en Twitter te gaan gebruiken onder toezicht van de centrale overheid, en daarbij te streven naar een *status quo* waarin ze hun huidige leidende rol in zowel interne als externe communicatie handhaven. Deze studie onderzoekt de wisselwerking tussen digitale media en de beleidsvorming van de overheid onder het huidige bewind. Door de onderzoeksdoelen naar China's politieke communicatie en een empirische *case study* van Xinhua's verschuiving naar digitale media te verbinden met bredere, conceptuele kwesties, zet dit onderzoek de intrinsieke verbindingen tussen de communicatiestrategieën van de overheid en de convergentie van media helder uiteen.

Om te achterhalen hoe een massamedia-organisatie zoals Xinhua digitale platforms integreert in haar verslaggeving, zodat het in het overkoepelende systeem van regulering past, heb ik in de eerste fase van mijn onderzoek de wettelijke- en beleidsdocumenten van zowel de websites van de centrale overheid als van Xinhua's officiële website verzameld en bestudeerd. Daarnaast heb ik een serie kwalitatieve semi-gestructureerde interviews gehouden met mediaspecialisten, academici en beleidsmakers tijdens mijn veldwerk. De vergelijking tussen deze beleidsdocumenten en de interviews laten de verbanden tussen beleidsvorming en veranderingen in media zien. Deze fase van het onderzoek is bedoeld om de politieke context van Chinese mediaproductie gericht aan een nationaal en internationaal publiek te ontrafelen.

Het publiek behandelt social-mediaplatforms vaak als daadwerkelijke forums met een meer wederkerig discours. Of de andere kant (in dit geval, de Chinese media) zo'n rol als open forum zal erkennen en gebruiken, moet echter nog blijken. Daarnaast is het de moeite waard om te evalueren wat de impact hiervan is op het mediabeleid van de overheid. In de tweede fase van mijn onderzoek heb ik, met behulp van digitale hulpmiddelen, een uitgebreide analyse van het publieke discours van het *Belt and Road Initiative* (BRI, "Gordel- en Weginitiatief": de Nieuwe Zijderoute) op Weibo en Twitter uitgevoerd. Na een analyse van het gedrag van de meest actieve deelnemers, heb ik gebruikgemaakt van kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethodes om de activiteiten van Xinhua in het bijzonder te analyseren op deze platformen. Deze studie demonstreert dat, ondanks de drastische expansie

van Xinhua op social media en het hoge aantal volgers op Weibo en Twitter, de berichten, rapportages en retweets nog verre van interactief zijn.

Als belangrijk onderdeel van de Chinese diplomatie toont het BRI aan de ene kant dat de Chinese overheid haar rol in de internationale verhoudingen wilt opschalen; aan de andere kant heeft de oprichting ervan zowel binnen China als erbuiten controversies teweeggebracht. Mijn onderzoek verkent hoe Xinhua deze diplomatieke taak op zich heeft genomen door middel van een case study van China's huidige beleid omtrent het BRI. Om te onderzoeken hoe Xinhua als officieel Chinees nieuwsorgaan met deze situatie omgaat, voer ik een discoursanalyse uit op hoe Xinhua het BRI op Weibo en Twitter promoot. Deze analyse onderzoekt of Xinhua verschillende communicatiestrategieën toepast op Twitter en Weibo, hoe Xinhua nieuwswaarde conceptualiseert op deze platforms en of deze vorm afwijkt van haar traditionele manier van communiceren. Deze studie toont dat, ondanks recente inspanningen om social media te benutten om sneller en meer transparante berichtgeving te garanderen, er nog steeds ruimte is voor verbetering. Op Weibo en Twitter tonen de redactionele keuzes van Xinhua dat het gezichtsbehoud van China vaak tegenstrijdig is met de pogingen van het land om zich als "open" te presenteren. Het slechts in stand houden van een positief imago naar de rest van de wereld toe kan zowel het nationale als het internationale publiek misleiden. Het optreden van Xinhua laat zo de uitdagingen zien waar China voor staat in haar interne en externe communicatie-inspanningen, gedurende deze periode van verandering waarin digitale media leidend zijn.

Mijn onderzoek vestigt de aandacht op het belang van het discours van politieke communicatie onder invloed van digitale media. Deze studie beoogt het openen van nieuwe wegen voor toekomstig onderzoek naar hoe andere nieuwsorganisaties zich gedragen op digitale mediaplatforms. Mijn project tracht inzicht te verkrijgen in hoe ICT China's officiële persbureau, Xinhua, beïnvloedt met betrekking tot de communicatiestrategie van de Chinese overheid. Het richt zich verder op het ontwikkelen van diverse theorieën en onderzoeksmethodes die bijdragen aan de studie van hedendaagse Chinese media. Op basis van de verkregen resultaten eindigt dit proefschrift met het benoemen van implicaties van de invloed van ICT op de officiële persbureaus, en laat zien dat het hoogst aannemelijk is dat in deze fase technologische innovaties op zich niet gezien kunnen worden als betrouwbare stimulans voor maatschappelijke veranderingen tijdens de voortzetting van China's hervormings- en openingsbeleid.

*Vertaald door:
Vincent Overdeest*