



Universiteit
Leiden
The Netherlands

The construction of nationalism in Chinese media events in the reform era: an analysis of online mass communication, 2008-2012

Zhang, Q.

Citation

Zhang, Q. (2022, May 12). *The construction of nationalism in Chinese media events in the reform era: an analysis of online mass communication, 2008-2012*. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/3303704>

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/1887/3303704>

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

Samenvatting

Deze scriptie bestudeert de constructie van Chinees nationalisme door de Chinese overheid en mediabedrijven door middel van massacommunicatie van door de overheid geënceneerde en spontane gebeurtenissen in het hervormingstijdperk van 2008 tot 2012. Het onderzoekt hoe het Chinese publiek online nationalistische sentimenten uitdrukt, wat aangeeft of de communicatie van gebeurtenissen voldoet aan de sociale eisen die door “droomdiscoursen” zijn vastgesteld. Wanneer aan de sociale eisen wordt voldaan, helpt de massacommunicatie de heersende legitimiteit van de Chinese autoriteiten te versterken. Als dat niet het geval is, kan het de legitimiteit teniet doen.

Ik laat voorbeelden zien van massacommunicatie van nationalisme met twee casestudies: de Olympische Spelen van 2008 in Peking en het incident op de Diaoyu (Senkaku)-eilanden in 2012. De eerste, georganiseerd door de Chinese regering voor de “Olympische droom,” straalt staatsnationalisme van bovenaf uit. De laatste, die spontaan tot uitbarsting komt en de “eenwordingsdroom” symboliseert, veroorzaakt volksnationalisme van onderop. Ik gebruik een gemengde benadering, waaronder kwalitatieve (kritische discoursanalyse) en kwantitatieve methoden (handmatige en geautomatiseerde data-analyse), om nationalistische communicatie geïmplementeerd door autoriteiten (de overheid en mediabedrijven) en online reacties in de vorm van nationalistische publieke opinie te onderzoeken.

De onderzoeksresultaten tonen aan dat de Olympische Spelen in Peking, die de verwezenlijking van de “Olympische droom” voorstellen, de Chinese autoriteiten helpen de legitimiteit van de regering te versterken door middel van verschillende communicatiestrategieën. Bij het incident met de Diaoyu (Senkaku)-eilanden echter, omdat het nauwelijks mogelijk is om de “eenwordingsdroom” te vervullen, zorgt meer onzekerheid in de ontwikkeling van het incident ervoor dat het commerciële mediabedrijf (Tencent) het populaire nationalisme bemiddelt door de media-inhoud aan te passen. Hoewel het incident buitensporig populair nationalisme oproept dat de regering voor uitdagingen stelt, wordt de legitimiteit uiteindelijk gehandhaafd.

Het Chinese publiek heeft zich de afgelopen jaren steeds meer online uitgesproken vanwege de uitbreiding van ICT. De autoriteiten en mediabedrijven, als vertegenwoordigers van instellingen begiftigd met “knowledge power,” bedacht door Michel Foucault, spelen echter nog steeds een essentiële rol bij het vormgeven van nationalistische sentimenten. Aangezien nationalisme een gemengde zegen is, zullen de autoriteiten voortdurend profiteren van de goedaardige aspecten ervan door media-evenementen te organiseren om de nationale solidariteit te vergroten en de legitimiteit te bevorderen. Door middel van mediabeheer en censuurmechanismen zullen ze ook spontane media-evenementen met de gezamenlijke inspanningen van mediabedrijven om de heersende legitimiteit te behouden.