

СУБКУЛЬТУРА ВЕБ-ТРАНСЛЯЦИИ КАК ПРОСТРАНСТВО КОММУНИКАЦИИ КИТАЙСКИХ ПОДРОСТКОВ

Чжао Цзэнфан

Белорусский государственный университет культуры и искусств,
кафедра культурологии, ул. Рабкоровская, 17,
220012, Минск, Республика Беларусь,
e-mail: 2585862165@qq.com

В статье анализируется место и роль современных интернет-технологий в жизни китайских детей. Показан процесс коммуникаций субъектов неформальных детских формирований, в частности субкультур посредством мобильного интернета. Дается характеристика наиболее распространенных среди юного поколения социальных сетей Instagram, Liker, TikTok, Facbook.

Ключевые слова: дети; веб-трансляция; интернет; Китай; коммуникация; социальные сети; субкультура.

WEB BROADCASTING SUBCULTURE AS A COMMUNICATION SPACE OF CHINESE TEENAGERS

Zhao Zengfang

Belarusian State University of Culture and Arts,
Department of Culturology, 17 Rabkorovskaya st.,
220012, Minsk, Republic of Belarus,
e-mail: 2585862165@qq.com

The article analyzes the place and role of modern Internet technologies in the lives of Chinese children. The process of communication of subjects of informal children's formations, in particular subcultures, through the mobile Internet is shown. The characteristics of the most widespread among the young generation of social networks Instagram, Liker, TikTok, Facbook are given.

Keywords: children; webcast; internet; China; communication; social networks; subculture.

В настоящее время первой благодаря популяризации технологии мобильного интернета 4G и совершенствованию тех-

нологии 5G, веб-трансляция стала востребована все большим количеством юных пользователей интернета в КНР. Согласно неполной статистике, в Китае существует более 500 приложений веб-трансляции (APP) различных типов. Количество китайских интернет-пользователей в 2020 году составляет 904 млн., а количество пользователей мобильного Интернета – 897 млн. С точки зрения распределения по возрасту, пользователи веб-трансляции в основном сконцентрированы на молодых людях, что составляет более 75% [2].

На основании анализа статистических данных можно утверждать, что веб-трансляция в XXI в. стала обычным делом для китайских подростков «сетевого поколения». Она, по мнению Чжэн Мэннинга, улучшает терминал обслуживания с помощью различных технических средств, таких как заграждение, вознаграждение, подключение и изображение в реальном времени, удовлетворяя социальные потребности юных пользователей [4].

Появление новых медиа в интернете представило наиболее удобное, свободное и творческое пространство общения для подрастающего поколения.

Подростки, по мнению психологов, являются своеобразными маргинализированными группами в обществе, они подвержены давлению «взрослой культуры» и лишены самостоятельной дискурсивной силы, поэтому они всячески пытаются освободиться от ограничений взрослого мира и подчеркнуть свое существование. Подростки, полагает Лю Фан, стремятся к атрибуции индивидуальной и коллективной идентичности порой даже через делинквентные действия и поведение, направленные против основной (официальной) культуры, а новые средства массовой информации предоставляют им, возможность достичь этого [3]. Современные медиа создали совершенно новый мир для подростков, а виртуальное пространство дает возможность показать и всесторонне представить свою личность. В этом виртуальном мире с их умелым использованием технологий и ярким воображением они могут воссоздать свою индивидуальность

и значение. Свобода, открытость и терпимость в онлайн-мире сняли географические ограничения их деятельности. Ограниченные концепции и модели поведения в реальном мире были перенесены ими в виртуальное пространство, что сделало их почвой для воспроизводства различных типов юношеских субкультур.

Социальные сети стали своего рода интернет-пространством, где каждый индивид может найти техническую и социальную базу для создания своего виртуального «Я». Так же каждый пользователь сети имеет возможность не только общаться, созидать, но и делиться своим творчеством с многомиллионной аудиторией той или иной социальной сети. Кроме этого, социальные сети предоставляют возможность для поиска не только единомышленников по интересам, но и самих объектов этих интересов: веб-сайтов, прослушиваемой музыки и т. п.

Наиболее распространенной среди юного поколения является социальная сеть TikTok, появившаяся в Китае в 2016 г. и обошедшая по загрузкам Instagram. Ее популярность обусловлена феноменом клипового мышления, ростом популярности видеоконтента, короткими, развлекательными и забавными роликами, которые привлекают юных пользователей. Самой важной особенностью данной социальной сети является то, что платформа сама продвигает в ленту с «Рекомендациями» молодых и перспективных блоггеров. Пользователь с миллионом подписчиков и подросток, который только попал в социальную сеть, имеют одинаковые шансы на то, чтобы стать популярным. Все зависит от качества контента и отклика аудитории (лайки, комментарии и просмотры). Уже через два года (2018 г.) после своего появления аудитория сервиса TikTok составила 800 млн. человек в месяц. Самыми активными пользователями являются дети и подростки – 40 % аудитории [1]. Конкретным и эффективным инструментом, позволяющим выстраивать взаимодействия между представителями различных подростковых субкультур являются также Facebook, Instagram, Liker, которые молодое поколение КНР использует как площадку для осуществления различных форм самоутверждения.

Интернет не только имеет техническое материальное пространство, но и имеет социальные атрибуты, место для практики детской субкультуры. Социальные сети создали гетерогенное пространство для общения, помогая молодым людям преодолевать боязнь и сдержанность подросткового возраста, не бояться мониторинга и подавления со стороны мира взрослых, а также свободное пространство, которое позволяет им полностью выразить себя. Очевидно, что новые средства массовой информации стали эффективным средством для распространения их субкультуры и культурным полем для молодого поколения в поиске единомышленников и создания субкультурных сообществ. Носители субкультурных образований, владеющие современными интернет-технологиями, используют эти гетеротопические места для своих практик в интернет-пространстве.

Эпоха веб-трансляции сети, глобализации, постмодернизма и других современных социальных особенностей, таких как ритмизация, развлекательность, персонализация и символизация, вместе составляют социальный фон новых веяний в субкультурах китайских подростков. Они являются факторами, влияющими через Интернет на жизнь китайских детей и их ценности. Трансцендентность сетевого времени и пространства обуславливает и трансцендентность детских субкультур.

Литература

1. 中国互联网络信息中心网站《2015年中国青少年上网行为研究报告》，2016年 = Веб-сайт Китайского информационного интернет-центра. «Отчет об исследовании поведения молодежи в Интернете за 2015 год», 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzbg/qsnbg/201608/t20160812_54425.htm – Дата доступа: 10.02.2020.
2. 中国互联网络信息中心（CNNIC），第45次《中国互联网络发展状况统计报告》，2020年 = Китайский информационный интернет-центр (CNNIC). 45-й «Статистический отчет о развитии Интернета в Китае», 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzbg/hlwtjbg/202004/t20200428_70974.htm – Дата доступа: 18.02.2021.
3. 刘芳《“制造青春”：当代流行文化与青少年的自我认同》，北京，中国社会科学出版社，2015年版，233页 = Лю, Фан. Создание молодежи: современ-

ная популярная культура и самоидентификация молодежи / Фан, Лю. – Пекин: Пресса общественных наук Китая, 2015. – 233 с.

4. 郑满宁《“戏谑化”:社会化媒体中草根话语方式的嬗变研究》,《中国人民大学学报》,2013年第5期,第18-23页 = Чжэн, Мэннинг. «Шутливость»: исследование эволюции массового дискурса в социальных сетях / Мэннинг, Чжэн // журнал Китайского университета Жэньминь, – 2013. – № 5. – С. 18–23.