

Anatomia dorabiania gęby czyli cyfrowa wojna informacyjna

31 grudnia 2016

Popularny facebookowy serwis „I Fucking Love Maps” (odpowiednik polskiej „Kartografii ekstremalnej”) publikuje właśnie 10 najlepszych map 2016. Na miejscu 10 mapa: jak Japończycy widzą Europę. Okazuje się, że z prawie każdym krajem Europy Japończycy mają jakieś pozytywne skojarzenia, natomiast Polska okazuje się być krajem „głupich ludzi”.

Można takie mapki traktować jako internetowe głupstewka, lecz tak samo traktowano początkowo „pomyłki” dotyczące „polskich obozów”, aż się okazało, że owe niewinne pomyłki bardzo realnie kształtują negatywne opinie o naszym kraju w skali globalnej. Polskie obozy wykreowane zostały przez prasę tradycyjną. Dziś dominację przejmuje internet, stąd należy śledzić internetowe „pomyłki” o masowej skali, bo to one kształtują opinię o Polsce nowego e-pokolenia na świecie.

Uporczywość tej mapy jest istotna, bo stała się ona internetowym wiralem, czyli memowirusem, o setkach tysięcy jeśli nie milionach odsłon (np. tylko na stronie Imgur.com zanotowała 300 tys. odsłon). Za sukcesem tym stoi fakt, że jest ona zasadniczo pozytywna wobec krajów Europy oraz/lub oparta na faktach, np. Rumunia widziana jest przez pryzmat miodu, co oparte jest na tym, że jest ona drugim największym eksporterem miodu w UE a Japonia jest jednym z największych importerów; Bułgaria kojarzy się z jogurtem, bo jedną z najpopularniejszych marek jogurtu w Japonii jest „Jogurt Bułgarski”. Generalnie skojarzenia wobec wszystkich krajów Europy są mniej więcej trafne.

Jedynie w przypadku dwóch mamy bardzo specyficzną

dezinformację: Łotwa, która „nie może jeść ziemniaków” oraz Polska – kraj „głupich ludzi”.

Polacy należą do najbardziej inteligentnych narodów świata. Według badaczy zajmujących się inteligencją na poziomie społecznym, Richarda Lynna, brytyjskiego psychologa, oraz Tatu Vanhanena, fińskiego politologa, którzy przebadali poziom inteligencji ponad 80 krajów świata, inteligencja Polaków kształtuje się na pozycji 8 na świecie. W skali Europy nie tylko nie odstawiamy, ale wyróżniamy się inteligencją: taki sam poziom jak najsilniejszy kraj unijny – Niemcy.

Jak więc doszło do tego, że jeden z najinteligentniejszych narodów świata viralowo jest promowany na kraj głupich ludzi?

Jest to otóż związane z memem internetowym Polandball, który taki właśnie image Polski popularyzuje na świecie. Także ziemniaczane skojarzenie dotyczące Łotwy wywodzi się wprost z Polandballa.

Polandball prezentowany jest jako satyryczny mem, lecz nie opisuje to charakteru zjawiska. Polandball wywodzi się z „cyberwar” wymierzonej w Polaków, która zrodziła się – co znamienne – na niemieckim forum obrazkowym Krautchan.net we wrześniu 2009. Za jego twórcę uważany jest brytyjski anonim o pseudonimie Falco, który postanowił w ten sposób strolłować Polaka z którym polemizował. Jego popularizatorem czyli właściwym twórcą zjawiska byli rosyjscy internauci. Można przypuszczać, że mogła to być sławetna armia kremlowskich trolli, gdyż upowszechnienie tego wyjątkowo głupiego mema nosi wszelkie znamiona akcji zaplanowanej. Na Wikipedii artykuły poświęcone Polandballowi były masowo dodawane przez posiadającego wysokie uprawnienia w Wikipedii użytkownika Russavia: w ten sposób, że w różnych wersjach językowych dodawał on hasło w języku angielskim, starając się skłonić innych internautów do jego tłumaczenia na wiele języków. W ten sposób sztucznie hasło zostało wypromowane w bardzo wielu językach. Russavia to redaktor o bardzo specyficznym profilu,

bo poza tym, że bardzo nie lubi Polski i kocha Rosję, jego konikiem było rosyjskie lotnictwo (stąd nick: Russavia – Russian aviation). Dziś jego konto jest już zablokowane, choć artykuły o Polandballu pozostały.

Warto dodać, że kiedy w polskiej „Wikipedii” dyskutowano usunięcie hasła, wskazując jego spamowy i ksenofobiczny kontekst oraz działalność Russavia, jako argument za pozostawieniem tego (wówczas) mało znaczącego memu antypolskiego wskazywano fakt, że „został on omówiony w niemieckiej książce o memach, więc zauważony i uznany za warty omówienia”. Chodzi o książkę Nilsa Dagssona Moskoppa i Christiana Hellera pt. „Internet-Meme” (2013), gdzie cały rozdział poświęcony został Polandballowi.

Główną trampoliną dla Polandballa był serwis Reddit.com, czyli amerykański „Wykop”, z kilkudziesięcioma milionami czytelników. W serwisie tym bardzo aktywnie działała rosyjska armia trolli. W sierpniu 2013 r. „Reddit” zablokował cały serwis oficjalny Kremla, „Russia Today”, który był nachalnie promowany w sposób zorganizowany przez użytkowników tworzących mnóstwo fikcyjnych kont. Ci sami użytkownicy organizowali akcje polegające na grupowym plusowaniu lub minusowaniu linków, by wybijać lub zapobiegać ich wybiciu na stronę główną. W konsekwencji Rosja zagroziła, że zablokuje na swoim terytorium „Reddita”.

Ważne jest również to, że samo zjawisko Polandballa dostało dobrą i sympatyczną prasę w samej Polsce, w czym przodowała, naturalnie, Gazeta Wyborcza. Mem dostał ładną oprawę jako „satyra wyśmiewająca narodowe stereotypy”, polskie opisy skupiają się na budowie „legendy” Polandballa, jako czegoś uzasadnionego: według niej to wina „polskich nachalnych patriotów z Naszej Klasy”, że ktoś się zdenerwował i zrobił satyrę na Polskę. Zupełnie natomiast przemilczany jest fakt zorganizowanej promocji. Jakby nikogo nie zastanawiało, dlaczego „anonimowi rosyjscy użytkownicy” tworzą antypolską karykaturę akurat w okresie apogeum napięcia polsko-

rosyjskiego (2009: budowa sojuszu środkowoeuropejskiego pod przewodnictwem Polski mająca na celu emancypację energetyczną całego regionu od Rosji, a z drugiej strony budowa Nord Stream do Niemiec, z pominięciem Polski, czyli inauguracją rozbitcia gospodarczego Unii Europejskiej).

Polska prasa i opisy zupełnie zafałszowały fakt, że nie jest to żadna satyra na stereotypy narodowe, lecz element szerokiej cyberwojny wymierzonej w Polskę, poprzez wygenerowanie zjawiska memu o charakterze ksenofobicznym (sic!). Można by się zastanawiać jakież to podwójne standardy myślenia sprawiają, że gazeta taka jak „Wyborcza”, która kreuje się na Świętą Inkwizycję wymierzoną w ksenofobię, nie dostrzega, że promowana przez nią „satyra” to par excellence zjawisko ksenofobiczne, wymierzone w Polskę.

Polandball nie jest żadną „satyrą na stereotypy”, lecz prostackim antypolskim przekazem: Polska jest głupia. Kiedy jeden z najinteligentniejszych narodów świata przedstawiasz jako głupi, to nie robisz satyry na stereotyp (ponieważ nie ma w Polsce żadnego stereotypu o wyjątkowej mądrości Polaków, Polacy nie zdają sobie sprawy, że lokują się tak wysoko w rankingu inteligencji), lecz zwyczajnie fałszujesz rzeczywistość, przedstawiając czarne jako białe – by wykreować negatywny obraz całego narodu (co w efekcie ma prowadzić do tego, by w razie konfliktu z udziałem Polski, kraje sprzymierzone z Polską, nie były naciskane przez swoje społeczeństwa na rzecz wsparcia Polski, lub by nasz głos nie był brany pod uwagę na arenie międzynarodowej; niszcząc lub ignorując kraj głupków robisz coś dobrego dla cywilizacji).

Naturalnie, można wskazać, że Polandball wcale nie ogranicza się do kpin z Polski, że uderza on także w inne narody. Tak, ale pozostaje to bez realnego znaczenia w zakresie budowy image innych krajów. Tak się jakoś przypadkowo złożyło, że w Europie jedynie dwa kraje mają dziś image budowany w oparciu o ksenofobie zjawiska Polandball: Łotwa i Polska. Przypadkowo, Łotwa to centralny kraj regionu Pribałtyki, który uważany jest

za newralgiczny w kwestii napięcia między zachodem a Rosją. Polska natomiast była liderem budowy niezależności energetycznej od Rosji całego postsowieckiego regionu.

Tylko o nas opinia międzynarodowa zaczyna być kształtowana w oparciu o głupkowaty internetowy mem. I to nie tylko lokalna opinia, ale i globalna, skoro wspomniana na początku mapa z „głupimi ludźmi” powstała w oparciu o mechanizm autouzupełnienia wyszukiwarki Google – jej japońskiej wersji (autor mapy sporządzał ją z terytorium USA). Sam autor mapy to też nie jest przypadkowa osoba, lecz profesor amerykański Nick Kapur, związany z uniwersytetami Rutgers oraz Harvard. Ów profesor wyjaśniał genezę poszczególnych stereotypów, wskazując np. że łotewski wywodzi się wprost z Polandballa. Niestety, nie był łaskaw wskazać, że główny problem dotyczy Polski, która przypisane ma skojarzenie fikcyjne i ksenofobiczne, również związane z Polandballem. Kapur jest osobą o korzeniach japońskich, więc z pewnością zna na tyle japońską kulturę, by orientować się, że jeśli już pewna część Japończyków ma jakieś skojarzenia z Polską to jest to najpierw Fryderyk Chopin a następnie Jan Paweł II (pierwszy i jedyny papież, który odwiedził Japonię). Wkrótce może jednak być tak, że image Polski młodszego pokolenia w Japonii bardziej będzie kształtował antypolski mem stworzony przez Rosjan.

Póki jednak co, ów stereotyp popularyzowany jest przede wszystkim w samej Europie, bo to w Europie nieszczęsna mapa Kapura zdobyła tak wielką popularność.

Przypadkowo zbiega się to z problemami Polski na arenie unijnej...

Nie warto bagatelizować tego rodzaju zjawisk, gdyż możemy się obudzić z taką samą ręką w nocniku, jak w przypadku „polskich obozów”, które przez długi czas broniono w ten sposób, że są to niewinne pomyłeczki, a obruszanie się na to jest przejawem „braku dystansu”.

Za długo byliśmy tresowani koniecznością nauki śmiania się z siebie oraz „rozliczania się z własnymi grzechami”. Owa tresura działała na następującej zasadzie: jakakolwiek krytyka innego narodu, włącznie z tymi z którymi mamy niełatwą historię, jest przejawem ksenofobii, w różnych odmianach: krytyka Niemiec to germanofobia, krytyka Rosji to rusofobia, krytyka Izraela to antysemityzm. Wobec Polski (jak i Polaków) dozwolona czy nawet polecana jest nie tylko wszelka krytyka, ale i nawet najgorsza fobia, która zawsze będzie jedynie „umiejętnością śmiania się z siebie”, „samokrytycyzmem” oraz (jeśli czynią to obcokrajowcy) – „dystansem”. Według tej tresury, wszelkie fobie są zakazane, nawet jeśli mają podstawy historyczne, natomiast polonofobia jest zalecana, nawet jeśli jest irracjonalna i arcszkodliwa.

Trzeba się z tego wyzwolić z dwóch zasadniczych powodów:

Nasza historia dała nam lekcję na temat wojny wizerunkowej o wymiarze międzynarodowym: nasi zaborcy nim dokonali rozbiorów Polski, postarali się o to, aby europejska oaza tolerancji dostała gębę siedliska nietolerancji, którego zniszczenie jest w interesie narodów europejskich. Kiedy dziś analogiczne operacje infowojenne przerobiły główną ofiarę II wojny światowej i Holocaustu w sprawcę Holocaustu oraz kiedy kraj wyróżniający się inteligencją przerabiany jest na najgłupszy naród – widzimy wyraźnie, że mamy do czynienia z próbą odgrzania sprawdzonej strategii, choć oczywiście w oparciu o nowe już technologie i mechanizmy.

Samokrytycyzm narodowy potrzebny jest przede wszystkim narodom dominującym, a nie osłabionym, tym ostatnim potrzebna autoafirmacja, czyli wiara w to, że dysponuje się wewnętrznym potencjałem do samonaprawy.

Pojawiają się opinie, iż dziś Polandball ewoluował już stając się pozytywną marką promującą polską historię. Polacy nie przyglądali się beczynnemu dorabianiu gęby. Tym niemniej pozytywnych efektów Polandballa dla Polski póki co nie widać,

zaś 7 lat odkąd mem ten zaczął być upowszechniany jego efektem jest Polska jako kraj głupich ludzi na mapie amerykańskiego profesora o milionowym zasięgu rażenia. Jest to efekt nad którym nie można przejść do porządku. Niektórzy wskazują, że jest to raczej zasługa Polish jokes, tyle że siła rażenia tego sztucznie stworzonego pseudostereotypu już generalnie wygasła. Dziś jego rolę przejął właśnie Polandball, o czym świadczy także etykieta Łotwy.

Autorstwo: Mariusz Agnosiewicz

Źródło: Racjonalista.pl