

Wielki brat 2.0, czyli za garść mao

22 sierpnia 2014

Data publikacji: 18.12.2010

Aby utrzymać rząd dusz, chińskie władze sięgają po najnowsze techniki reklamy i public relations. Jedną z nich jest tzw. marketing szeptany, za Wielkim Murem wykorzystywany na masową skalę do wspierania rządu.

Nikt nie wie, ilu ich dokładnie jest ani jak się nazywają. Pracują anonimowo – w domach, kafejkach internetowych, czasem w urzędach i na uczelniach. Udają zwykłych internautów, komentują artykuły na portalach i forach. Prowadzą mikroblogi, a niektórzy pojawiają się nawet na Twitterze i Facebooku, choć oba te serwisy są w Chinach oficjalnie zablokowane.

Władze nazywają ich „internetowymi komentatorami”. Zwykli użytkownicy wolą ich nazywać wu mao albo wu mao dang, czyli partia pięciu mao. Określenie wzięło się od połówki chińskiego pieniądza, juana. Pięć mao to równowartość około 20 polskich groszy – tyle władze płacą za jeden internetowy komentarz.

Wumao są wyrazem bezradności chińskich władz. Choć internet za Wielkim Murem należy do najściślej kontrolowanych na świecie, to z roku na roku staje się wobec władz coraz bardziej krytyczny. Matematyka jest bezwzględna: Chiny mają już przeszło 440 milionów internautów, którzy każdego dnia produkują miliardy wpisów, e-maili i komentarzy. Nawet najlepiej zorganizowany aparat policyjny nie byłby w stanie przetrwać takiej masy informacji.

Chińska kryptopropaganda w nowej, internetowej formie ma początki sięgające 2004 roku. To wtedy wydział propagandy w Changsha – stolicy Hunanu, ojczystej prowincji Mao Zedonga – wpadł na pomysł, by zatrudnić płatnych komentatorów. Okazało

się, że stare metody pracy propagandowej już nie wystarczają, bo internauci nie zrażają się usuwaniem komentarzy czy nawet całych blogów i portali przez cenzurę. Wciąż wyśmiewają i krytykują rządzących.

Pomysł z Changsha chwycił i zaczęły go kopiować władze w innych regionach Chin i na wszystkich szczeblach administracji. W ten sposób powstał w Chinach nowy zawód, w dodatku wykonywany przez rzeszę osób, głównie młodych, np. przez absolwentów uczelni, którzy nie znaleźli innej pracy. David Bandurski, medioznawca z China Media Project na Uniwersytecie Hongkońskim, szacuje liczbę wumao na 280-300 tys. osób.

W oficjalnej ideologii ich praca nazywa się – jak to określił w przemowie z 2007 r. prezydent Hu Jintao – „kierowaniem opinią publiczną”. Komunistyczne władze nawet nie kryją się z tym, że szkolą i zatrudniają wangpingyuan, czyli „internetowych komentatorów”. Na przykład w lutym tego roku w prowincji Gansu ogłoszono 650 takich wakatów.

Często podaje się wymagane kwalifikacje. Na przykład wydział higieny w mieście Nanning podawał dwa lata temu, iż komentator musi mieć „dobre profesjonalne i polityczne kwalifikacje, a także reprezentować przedsiębiorczego i pionierskiego ducha”. Z kolei szef niepopularnej straży miejskiej (chengguan) w Kantonie, informując w maju tego roku o naborze komentatorów, tłumaczył, że zadaniem nowego zespołu będzie „zabezpieczanie przed rozpowszechnianiem niepożądanych informacji”.

Komentatorzy z jednej strony wspomagają cenzurę, bo pomagają wyszukiwać i usuwać niepożądane treści; z drugiej – starają się wpływać na przebieg dyskusji i urabiać opinię publiczną w pożądanym kierunku. Przykładem może być sprawa, którą w 2007 roku pochwaliły się lokalne władze w mieście Jiaozuo w prowincji Henan w miejscowej gazecie „Jiaozuo Ribao”. Otóż pewien ukarany mandatem internauta zamieścił na miejscowym forum krytyczny komentarz pod adresem policji. Komentarz

został wykryty 10 minut po opublikowaniu przez jednego z 35 wumao, których tam wcześniej zatrudniono, m.in. spośród rodzin policjantów.

Do walki z pieniaczem i popierającymi go internautami policja w Jiaozuo momentalnie rzuciła 120 sieciowych tajniaków. Zabierając głos na forum, zakrzyczeli przeciwnika i przekonywali, że działania policji były słuszne.

Wumao zajmują się też oczywiście sprawami większego kalibru: bronią partii i władz, czy przekonują o chińskości Tybetu i Tajwanu. Ostatnio krytykowali Pokojową Nagrodę Nobla dla Liu Xiaobo, przedstawiając ją jako spisek Zachodu przeciw Chinom.

Zwykli internauci zdają sobie sprawę z manipulacji. Są nimi sfrustrowani, a termin wumao nabrał obraźliwego wydźwięku. Na chińskich forach każdy, kto popiera stanowisko władz musi się liczyć z tym, że prędzej czy później zostanie tak nazwany. Cenzura oczywiście o tym wie i od dawna usuwa termin wumao, dlatego internauci zastępują go bezpieczniejszym skrótami: WM, WMD albo 5m.

Sposobem na rozładowanie frustracji jest kpina. Przykładem może być popularny swego czasu internetowy mem – fotomontaż banknotu o wartości pięciu mao, na którym widnieją dwie alpaki. Te sympatyczne zwierzaki są w chińskiej sieci symbolem „konia trawiasto-błotnego” (caonima), który oczywiście nie istnieje – jego nazwę po chińsku wymawia się tak, jak ordynarną obelgę. Cały banknot można odczytać jako rebus: „pieprz..ie wasze matki, wumao!”

Frustracja popycha internatów do szukania miejsc wolnych od manipulacji. Najbardziej znany chiński bloger Han Han pisze, że kiedyś wumao łatwo było wskazać i wyizolować. Dziś jest ich tylu, że czasem przewyższają liczebnie pozostałych użytkowników dyskusji. Jednocześnie ich zyski maleją: dziś za jedną opinię propagandziści zarabiają już nie pięć, a tylko jedno mao.

Ochronę przed kryptopropagandą zapewniają również serwisy społecznościowe, w tym – mikroblogowe, jak chińska t.sina czy amerykański Twitter. Jak zauważa Han Han, tajniakom trudno jest tam funkcjonować, bo nie mogą używać jednorazowych kont. A wystarczy, że raz zostaną napiętnowani, by ich profil od razu został „spalony”. Mimo to wumao nie poddają się i zdaniem części komentatorów pojawiają się nawet na stronach anglojęzycznych.

Napiętnowanie to podstawowa broń internautów w walce z manipulacją. Przekonał się o tym niejaki Wu Hao z wydziału propagandy w herbacianej prowincji Yunnan. Jako jeden z pierwszych w Chinach urzędników partyjnych tak wysokiego szczebla, Wu Hao rok temu założył mikrobloga w serwisie Sina Weibo. Szybko stał się gwiazdą sieci, bo większość chińskich aparatczyków unika otwartej dyskusji w internecie. Wu Hao zdobył nawet przychylność internautów, gdy przekonywał, że chińskie władze powinny „kierować opinią” poprzez siłę argumentów, a nie argument siły.

W grudniu ub. roku Google oskarżył Chiny o włamanie na konta pocztowe na swoich serwerach i zagroził wyjściem z Państwa Środka, o ile władze nie przestaną cenzurować sieci. Wu Hao zaczął wówczas bronić stanowiska Pekinu. Kiedy wiosną Google opuścił Chiny, urzędnik zachwalał pracę wumao krytykujących amerykańską firmę. Obrońców Google oskarżył nawet o to, że sami biorą pieniądze od Amerykanów, i to znacznie większe, niż pięć mao. W odpowiedzi internauci zalali go potokiem oskarżeń i obelg. Jeden z grzeczniejszych użytkowników pytał: Czy walka o wolność słowa czyni ze mnie zdrajcę?

Niepyszny urzędnik skasował mikrobloga. W kwietniu na Uniwersytecie Ludowym w Pekinie zebrał kolejny owoc frustracji, jaką wywołał: w trakcie wykładu jeden ze słuchaczy podbiegł do mównicy i znienacka sypnął mu w twarz garścią banknotów o nominale pięciu mao.

Był to rzadko spotykany w Chinach przejaw otwartego protestu

przeciw propagandzie. Mówca próbował potraktować całe zajście ze spokojem – wziął jeden z banknotów do ręki i tłumaczył: „oto nowy sposób oporu ze strony internautów”.

W państwie policyjnym, jakim ciągle pozostają Chiny, nawet niepozorny banknot o niewielkiej wartości może nabrać wielkiego, politycznego znaczenia.

Autor: Konrad Godlewski

Źródło: [Dziennik Internautów](#)