

Natalia Broś

Model chińskiej cyberdyplomacji

Podążając za zmianami społecznymi dokonującymi się w XXI w., dotychczasowa forma prowadzenia dyplomacji zaczęła ulegać daleko idącym przeobrażeniom. Współczesne koncepcje dyplomatyczne oparte są o strategię prowadzenia jej w formule „nowej dyplomacji publicznej”. Owa zmiana oblicza dyplomacji spowodowała rewolucję w stosunkach międzynarodowych, zmieniając cele i narzędzia prowadzenia polityki zagranicznej, której wizja, kierunki, a także codzienne działania, zaczęły być prezentowane opinii publicznej za pośrednictwem środków masowego przekazu¹. Jednym z kluczowych elementów prowadzenia dyplomacji publicznej stało się ukierunkowanie aktywności państwa na budowanie jego korzystnego wizerunku i reputacji w świecie, uzyskiwanej za pomocą atrakcyjności i środków z kategorii miękkiej siły.

Współczesną postacią nowej dyplomacji publicznej, opierającą się na wykorzystywaniu nowych technologii, połączeń internetowych, nowych mediów, jest cyberdyplomacja, która to adekwatnie do możliwości i potrzeb państw czy społeczności międzynarodowych w XXI w. umożliwia rozwijanie form realizacji interesów państwa w płaszczyźnie międzynarodowej. Tym samym rola klasycznej dyplomacji została znacznie rozszerzona, a nowa dyplomacja publiczna pod postacią dyplomacji cyfrowej (digital diplomacy, cyberdiplomacy) okazuje się być jednym z najlepiej rozwijających się podejść do współczesnej dyplomacji, jak i jedną z najbardziej adekwatnych i skutecznych metod czy praktyk dyplomatycznych we współczesnym świecie.

Chiny dążąc do wyrównania swojego potencjału komunikacyjnego i dyplomatycznego względem zachodnich państw, zdecydowały się na wykorzystanie narzędzi z obszaru cyberdyplomacji dostosowując je do swoich potrzeb i możliwości. Niniejszy artykuł skupia się na zarysowaniu strategicznej koncepcji cyberdyplomacji Chińskiej Republiki Ludowej, zidentyfikowaniu jej celów, a także wyzwań czy zagrożeń, podkreślając także jej wyjątkowy charakter względem koncepcji wykorzystywanych przez zachodnie państwa.

¹ C. Archetti, *The Impact of New Media on Diplomatic Practice: An Evolutionary Model of Change*, „The Hague Journal of Diplomacy” 2012, vol. 7, no. 2.

Cyberdyplomacja – przypadek Chin

Na tle rozwiniętego na Zachodzie podejścia do cyberdyplomacji (liczne strategie państwowe, dokumenty, programy, platformy, analizy, zaangażowanie podmiotów w proces tworzenia i użytkowania tychże narzędzi) chińska koncepcja cyberdyplomacji jest we wczesnej fazie tworzenia. Zauważalny jest wyraźny trend polegający na wykorzystywaniu przez rząd chiński metod i koncepcji bazujących na narzędziach internetowych opracowanych przez inne państwa². Chiński rząd, obserwując wyraźny wzrost liczby użytkowników sieci, analizując korzyści jakie uzyskiwały zachodnie mocarstwa korzystające z Internetu, zaktywizował swe działania w obszarze cybernetycznym w celu propagowania polityki wewnętrznej i zewnętrznej.

Po blisko 30 latach od wysłania pierwszej wiadomości e-mail w Chinach (1987 r.) Państwo Środka stało się liderem pod względem liczby użytkowników Internetu. W 1994 r. rozpoczęto procedurę usieciowienia kraju, w ciągu ostatnich lat Chin stały się świadkiem szybkiego rozwoju rynku internetowego, wraz ze wzrostem populacji internautów. Według statystyk opracowanych przez China Internet Network Information Center (CINIC), Chiny w czerwcu 2014 r. posiadały 632 mln użytkowników Internetu, zajmując tym samym pierwsze miejsce w światowym rankingu i stanowiąc blisko 19% wszystkich użytkowników Internetu na całym globie³. W oparciu o łączną liczbę ludności Chin, ogólny wskaźnik penetracji Internetu wynosi 46,9%.

Rozwój dyplomacji publicznej w Chinach w XXI w.

W grudniu 2003 r., chiński premier Wen Jiabao wygłosił przemówienie na Uniwersytecie Harvarda zatytułowane „Odkryj na nowo Chiny”. W przemówieniu tym po raz pierwszy kompleksowo nakreślony został obraz strategicznej koncepcji Chin określanej jako „Pokojowy wzrost Chin”, opartej o zasadę „harmonijnego społeczeństwa”. W związku z postępującą modernizacją kraju i chęcią odmienienia jego międzynarodowego wizerunku, nowego znaczenia nabrały narzędzia z zakresu soft power skupiające się na atrakcyjności państwa w celu realizacji jego założeń politycznych. W przypadku Chin wykorzystanie tychże środków było o tyle istotne, iż nad Państwem Środka wisiał negatywny wizerunek – państwa korzystającego jedynie z instrumentów twardej siły, co doprowadziło do powstania teorii międzynarodowej ujmującej Chiny jako zagrożenie dla światowego sys-

² M. Franda, *China and India Online. Information Technology Politics and Diplomacy in the World's Two Largest Nations*, Lanham 2002, s. 195-201.

³ *China Internet Network Information Center (CNNIC)*, „Statistical Report on Internet Development in China” 2014, no. 6, s. 3.

temu. Pokojowy wzrost miał być osiąganym poprzez kulturę, dyplomację, udział w organizacjach międzynarodowych, zagranicznych przedsięwzięciach biznesowych oraz poprzez wzrastający potencjał chińskiej gospodarki⁴. Wykorzystanie narzędzi soft power miało przynieść odmianę wizerunku ChRL, która przeobrażała się w państwo promujące zasadę dobrego sąsiedztwa, popierającego pokojowe rozwiązywanie sporów, czy wzajemnie korzystne związki ekonomiczne⁵.

Problematycznym zagadnieniem, stojącym na drodze budowania pozytywnego wizerunku przez Chiny, jest ich ograniczona moc w obszarze wpływu na zachodnie społeczeństwa, które czerpią wiedzę z zachodnich mediów⁶. Ten negatywny bilans soft power oznacza, iż wizerunek chińskiego rządu jest nadzarpnięty, polityka zniekształcona, a kultura i wartości państwowe pozostają na marginesie⁷. W celu wyeliminowania tych zjawisk chiński rząd stworzył strategię „Step Out, Welcome In”, której celem jest m.in. promocja Chin poprzez tworzenie stron internetowych w obcych językach, utworzenie Instytutu Konfucjusza, rozpowszechnianie swojej branży kulturalnej i organizację dużych międzynarodowych imprez takich jak Igrzyska Olimpijskie w Pekinie i Expo w Szanghaju. Chińska dyplomacja publiczna przenosi się w XXI w. do świata online, co pozwala państwu rozwijać swoją politykę zagraniczną, przyczyniając się do zwiększenia zrozumienia i tym samym empatii wobec Chin zagranicą. W przypadku Chin, rząd stara się korzystać z nowej technologii, aby doprowadzić do zmniejszenia przepaści cyfrowej pomiędzy ChRL a krajami rozwiniętymi. Jednocześnie działania te są dowodem na rozwijanie polityki informacyjnej przez Chiny, która pozwala realizować interesy polityczne. Promowanie w Chinach dyplomacji publicznej opartej o narzędzia internetowe stanowi element realizacji strategii soft power, która stała się jednym z najważniejszych mechanizmów wykorzystywanych we współczesnej erze informacji.

Koncepcja chińskiej cyberdyplomacji

Dowodem na to, iż chińska cyberdyplomacja jest we wczesnej fazie rozwoju jest chociażby brak rządowej wyspecjalizowanej agendy, której działalność skupiałaby się na aktywności w przestrzeni online. Ponadto dopiero w 2015 r. został wydany

⁴ J. Kurlantzick, *China's Charm: Implication of China Soft Power*, „Policy Brief. Carnegie Endowment for International Policy” 2006, vol. 47, no. 6, s. 1.

⁵ B. Gill, Y. Huang, *Sources and Limits Chinese „Soft Power”*, „Survival” 2006, vol. 48, no. 2, s. 17-23.

⁶ L. Zhang, *The Rise of China: media perception and implications for international politics*, „Journal of Contemporary China” 2010, vol. 19, issue 64, s. 241-245.

⁷ P. Chen, *Cyber Public Diplomacy as China's Smart Power Strategy in an Information Age*, „International Journal of China Studies” 2012, vol. 3, no. 2, s. 193.

pierwszy dokument dotyczący powstawania rządowej koncepcji budowania aktywności dyplomatycznej w sieci⁸. Chiński rząd ma w planach opracowanie szerokiej strategii wykorzystania przestrzeni wirtualnej w celu promocji swojego kraju poza granicami, utrzymywania pozytywnych relacji z przedstawicielami obcych rządów czy obywatelami innych krajów. Tego typu działalność miałyby uzupełniać dyplomację skierowaną do wewnątrz, która w przypadku Chin jest nad wyraz rozwinięta. Cyberdyplomacja skierowana do zagranicznej publiczności opierałaby się o inne wyznaczniki czy strategię niż te, które są wykorzystywane do budowania jej wewnętrznej odpowiedniczki, której zarzuca się propagandowy charakter i powszechne cenzurowanie wypowiedzi⁹.

Już na wstępie dokumentu zaznaczono, iż ze względu na wczesną fazę tworzenia cyberdyplomacji Chinę potrzebują zwiększenia starań na rzecz poprawy świadomości obywateli czym jest cyberdyplomacja, a także wzmocnienia działań służących ograniczeniu agresywnej e-dyplomacji innych krajów¹⁰. Kolejnym krokiem miałyby być powstanie rządowej strategii dotyczącej tegoż rodzaju dyplomacji, a następnie utworzenie specjalnej agencji zarządzającej nią (obecnie za prowadzenie działań z zakresu cyberdyplomacji odpowiedzialne są głównie: Biuro Internetu w Departamencie Informacji Ministerstwa Spraw Zagranicznych, Generalna Administracja Prasy, Ministerstwo Przemysłu i Technologii Informatycznych). Determinantą do podjęcia tego typu aktywności są widoczne efekty działań z zakresu dyplomacji publicznej osiągnięte podczas Igrzysk Olimpijskich w Pekinie czy Wystawy Światowej – Expo 2010 w Szanghaju. Kolejnym punktem, który powinien być rozwijany, jest zbudowanie profesjonalnej platformy internetowej służącej komunikowaniu się z zagranicznymi rządami, a szczególnie z obywatelami innych państw. Narzędzia powszechnie wykorzystywane przez inne państwa (w tym social media) mogłyby nieść ze sobą znaczną ilość wyzwań i zagrożeń dla chińskiego rządu. Opinie internautów, zamiast wchodzić w pozytywne interakcje, mogłyby skupiać się na łamaniu praw człowieka, wolności słowa, niszczeniu środowiska.

Zgodnie z koncepcją chińskiego rządu cyberdyplomacja miałyby służyć pokojowemu rozwojowi Chin i pracy na rzecz budowania harmonijnego krajowego i zagranicznego cyber środowiska. Ponadto chińska dyplomacja internetowa powinna służyć rozwiązywaniu międzynarodowych nieporozumień, a w dłuższej perspektywie jej celem powinno być promowanie chińskich wartości i koncepcji polityki¹¹. Wyrazem tego, jak istotną rolę rząd przypisuje cyberdyplomacji, jest fakt, iż określa ją jako nie tylko narzędzie komunikacji, ale najlepiej rozwiniętą formę współczesnej dyplomacji. Innymi działaniami, które zdaniem chińskiego

⁸ L. Zhang, *op.cit.*, s. 239.

⁹ G. Austin, *Cyber Policy in China*, Cambridge 2014, s. 27-33.

¹⁰ W. Xu, *Chinese Cyber Nationalism: Evolution, Characteristics, and Implications*, „The China Journal” 2008, no. 60, s. 191-193.

¹¹ P. Chen, *op.cit.*, s. 198.

rzędu muszą zostać podjęte w celu stworzenia harmonijnie funkcjonującej cyberdyplomacji, są: wyszkolenie e-dyplomatów, aktywne wykorzystanie nowych mediów, zaangażowanie się w komunikację z zagranicznymi internautami. Zgodnie z doktryną autorytarnego rządu wszelka aktywność dyplomatyczna, w tym także ta ze świata online, musi być podporządkowana i prowadzona jedynie przez władze państwowe. Jednym z priorytetów jakie wyznacza sobie rząd w tej materii jest szybkie i rzetelne publikowanie informacji o aktualnych wydarzeniach, tak, aby zmniejszać nieporozumienia z obywatelami Chin, jak i państw trzecich, wynikających z poczucia zatajania informacji przez rządzących. Rząd dodał jednak istotną klauzulę w tym zapisie, która stwierdza, że ze względu na zagrożenie państwa pewne informacje mogą nie być upubliczniane, co stanowi bardzo wygodny zapis dla autorytarnych przywódców.

Uwaga rządu skupia się nie tylko na działaniach podejmowanych przez jego członków. W celu budowania aktywnej cyberdyplomacji, służącej kreowaniu dobrych relacji z zagranicą należy zaktywizować społeczeństwo chińskie, szczególnie wykształconych studentów. Ich rola miałaby polegać na pomaganiu światu w lepszym rozumieniu Chin – ich kultury, polityki itp.¹². Rola rządu miałaby polegać na udzielaniu wskazówek dotyczących przedstawiania pewnych incydentów dyplomatycznych, tak, aby internauci mogli zrozumieć dynamikę tychże zjawisk oraz odczytali je w świetle aktywności polityki zagranicznej Chin. Zapis ten należy rozumieć jako wykorzystywanie i dostosowywanie narzędzi cyberdyplomatycznych do oficjalnej państwowej polityki informacyjnej Chin, która niejednokrotnie przekazuje zafałszowane informacje i obraz państwa.

Z uwagi na coraz większą powszechność Internetu, a także rosnącą liczbę aktywnych użytkowników platform online, Chiny planują rozbudować serwisy informacyjne w sieci, w celu wpływania na opinię publiczną w kraju, a także za granicą (w tym przypadku należy tworzyć platformy w języku angielskim). Celem, jaki przyświecałby rządowi podczas tworzenia tychże serwisów, byłoby równoważenie obrazu Chin za ich pośrednictwem, które w zachodnich mediach bardzo często przedstawiane są w negatywnym świetle.

Rozwój chińskiej cyberdyplomacji

Chiński rząd wykorzystuje media cyfrowe w dyplomacji na wiele różnych sposobów. Władze tego kraju są świadome, jak zdecydowaną dominację w kształtowaniu opinii zdobył przekaz płynący z mediów międzynarodowych, które według rządzących Państwem Środka przedstawiają wypaczony obraz ich kraju.

¹² T. Xiaosong, L. Yanfang, *New Developments in the E-diplomacy of Western Countries and Their Implications for China*, „China International Studies” 2012, no. 1, s. 147.

W żargonie politycznym skutki tej sytuacji nazywają niekorzystnym saldem miękkiej siły (adverse balance of soft power), aby przeciwdziałać temu zjawisku Chiny wykorzystują politykę „Step Out, Welcome In”¹³. Niezbędnym działaniem służącym osiągnięciu tegoż celu jest szerzenie chińskiego punktu widzenia za pomocą narzędzi internetowych, które uzupełniają tradycyjną dyplomację. Jedną z głównych metod cyberdyplomatycznych podejmowanych przez chiński rząd jest tworzenie stron internetowych w języku angielskim, promujących markę Chiny (Brand China). Charakterystycznym działaniem autorytarnego rządu w obszarze internetowej dyplomacji jest zatrudnienie blisko 300 tys. osób, których zadaniem jest umieszczenie w sieci informacji kształtujących pozytywny wizerunek Chin, zarówno w kraju, jak i zagranicą. Ich aktywność ma także na celu kształtowanie opinii publicznej czy dementowanie niekorzystnych dla władzy pogłosek rozpowszechnianych w zagranicznych mediach. Rząd Chin wspiera działalność tychże internautów wypłacając im 50 centów za każdy post umieszczony w sieci¹⁴.

Chiński model cyberdyplomacji przeszedł wielką próbę podczas masowych zamieszek w Tybecie rozpoczętych w marcu 2008 r., kiedy chiński rząd opublikował w Internecie ocenzurowaną wersję wydarzeń i jednocześnie potępił przekaz przedstawiany przez zachodnie media jako obraz nie mający pokrycia z rzeczywistością. Przez cały 2008 r. – czas Igrzysk Olimpijskich w Pekinie, czy w 2010 r. podczas World Expo w Szanghaju, chiński rząd używał internetowych platform do przedstawiania pozytywnego wizerunku państwa w świecie. Obraz ten, przedstawiający harmonijne społeczeństwo i prosperującą cywilizację, był zgodny z prowadzoną polityką zagraniczną i wizerunkową Państwa Środka. Użycie Internetu miało na celu wzmocnić ten wizerunek, a także uciszyć dyskurs aktywistów sprzeciwiających się chociażby łamaniu praw człowieka w Chinach.

Kontrola Internetu

W 2014 r. Chińska Republika Ludowa zintensyfikowała kampanię dotyczącą kształtowania międzynarodowych norm dotyczących Internetu. Wykorzystując zręcznie dyplomację i budując wizerunek państwa zainteresowanego zacieśnianiem międzynarodowej cyberwspółpracy, w rzeczywistości rząd chciał podporządkować świat online władzy państwowej tak, by móc wykorzystywać moc tego medium do osiągnięcia celów narodowych. Chińskie władze opowiadając się za zasadą suwerenności Internetu, dają wyraźny sygnał, iż świat online będzie wykorzystywany przez nie w celach ideologicznych, a kontrola zasobów internetowych, zakłócanie dostępu do

¹³ D. Clarc, E. Harwit, *Government Policy and Political Control over China's Internet*, [w:] J. Damm, S. Thomas, *Chinese Cyberspaces: Technological Changes and Political Effects*, New York 2006, s. 22.

¹⁴ M. Kotoky, *Digital Diplomacy in Asia: A Review of 2013*, <http://www.yenidiplomasi.com/2014/01/digital-diplomacy-in-asia-review-of-2013.html> (8 IV 2015).

informacji, ma na celu chronić suwerenność Chin¹⁵. Według raportu przygotowanego przez Freedom House Chiny zajmują 3 miejsce pod względem braku wolności w Internecie¹⁶. Rządowe zarządzanie krajową siecią, wprowadzanie licznych ustaw służących ograniczaniu usług internetowych, karanie osób rozpowszechniających nieprzychylnie opinie na temat rządu, propagowanie treści zgodnych z oficjalną polityką kraju, stanowią dowód na rosnącą determinację władz w zarządzaniu cyberprzestrzenią i uświadamianie jak wielką siłę stanowią współcześnie wirtualne społeczności. Skutkiem tego podejścia jest także rozwój cyberdyplomacji, która w wydaniu chińskim skierowana jest głównie w stronę obywateli Państwa Środka.

Social media i dyplomacja publiczna Chin – ścieżka przyszłości

Obecnie na arenie międzynarodowej, istnieją dwa równoległe trendy w obszarze przekształcania krajobrazu dyplomacji publicznej: rozkwit mediów społecznościowych i wzrost znaczenia Chin.

W 2014 r. liczba aktywnych użytkowników social media wynosiła ponad 2 mld ludzi na świecie, co stanowi 29% populacji¹⁷. Oprócz rozległej platformy komunikacyjnej social media wpływają także na sposób myślenia ludzi, a także umożliwiają dokonywanie, a następnie wzmacniają oddolne inicjatywy społeczne, takie jak powstania czy protesty (Arabska Wiosna, Rewolucja Słoneczników na Tajwanie itp.). Dominująca pozycja mediów społecznościowych wpływa także na sferę dyplomacji publicznej, wywołując zainteresowanie tym tematem zarówno badaczy, jak i praktyków. W dobie informacji cyfrowej, wysoko rozwiniętych mediów, wzrostu połączeń internetowych media społecznościowe wykorzystywane są jako przestrzeń zdobywania publiczności i wpływania na jej opinie.

Drugi trend – wzrost znaczenia Chin spowodował, iż Państwo Środka zaczęło rozwijać swoją aktywność w oparciu o środki z zakresu soft power, szczególnie poprzez dyplomację publiczną, w tym kulturę, pomoc zagraniczną i międzynarodową transmisję w celu poprawy swojego wizerunku¹⁸. Znaczący wzrost liczby Instytutów Konfucjusza, hojna pomoc dla Afryki, globalna ekspansja chińskich mediów, są jednymi z wielu przykładów działań podejmowanych przez rządowe

¹⁵ W. Xu, *op.cit.*, s. 199.

¹⁶ Freedom House. *Freedom of the net 2014*, https://freedomhouse.org/sites/default/files/FOTN_2014_Full_Report_compressedv2_0.pdf (7 IV 2015).

¹⁷ *GlobalWebIndex, WeAreSocial, Digital, Social and Mobile in 2015 report*, <http://wearesocial.net/blog/2015/01/digital-social-mobile-worldwide-2015/> (11 IV 2015).

¹⁸ C. Bjola, L. Jiang, *Social Media and Public Diplomacy: A Comparative Analysis of the Digital Diplomatic Strategies of the EU, U.S. and Japan in China*, [w:] C. Bjola, M. Holmes, *Digital Diplomacy. Theory and Practice*, London 2015, s. 127-130.

zespoły zajmujące się m.in. dyplomacją. Aktualnie opracowywanie przez Chiny narzędzi społecznościowych wykorzystywanych przez dyplomację publiczną ma przynieść poprawę zdolności rządu w zakresie bezpośredniego angażowania zagranicznej publiczności i w efekcie zbudowanie pozytywnego wizerunku Chin na arenie międzynarodowej.

Ostatnie lata to przede wszystkim szybki rozwój portali społecznościowych i mikroblogów. W roku 2012 serwis społecznościowy Weibo (odpowiednik zablokowanego w Chinach Twittera) osiągnął liczbę 309 mln użytkowników, co stanowiło ponad połowę wszystkich użytkowników Internetu w Chinach¹⁹. Weibo wprowadziło zmianę sposobów otrzymywania wiadomości i wyrażania poglądów, które nie były wcześniej możliwe, przenikając niemal każde miejsce, które może uzyskać dostęp do Internetu w Chinach. Możliwość kontaktu z mieszkańcami innych krajów, bardziej swobodny dostęp do informacji, metod komunikacji, stanowi ogromne wyzwanie dla chińskiego autorytarnego rządu, który podejmuje coraz bardziej aktywne metody cenzurowania Internetu. Z tego powodu wiele popularnych światowych mediów społecznościowych jest zablokowane w Chinach, na ich miejscu utworzone zostały chińskie odpowiedniki cieszące się bardziej ograniczoną swobodą wypowiedzi. W ostatnich latach Weibo, podobnie jak Twitter, stało się najbardziej znaną platformą służącą wyrażaniu poglądów, a także najważniejszym źródłem pozyskiwania informacji²⁰. Według statystyk w roku 2012 liczba użytkowników tego serwisu w Chinach wynosiła 309 mln²¹, a według przewidywań do końca 2016 r. osiągnie liczbę ok. 950 mln. Weibo stało się na tyle popularnym i opiniotwórczym portalem, iż chiński rząd, elity społeczne, media tradycyjne i masowe utworzyły profile, na których udostępniają informacje dostępne szerokiej publiczności. Dodatkowym celem aktywizacji działań na tejże platformie było mierzenie opinii i nastrojów społecznych panujących w Chinach, przez co Weibo stało się bardziej wiarygodnym narzędziem służącym monitorowaniu społeczeństwa przez autorytarny rząd.

Chiński rząd a social media

Weibo ze swoją mocą oddziaływania zostało wykorzystane przez rząd do stworzenia przestrzeni kontaktu ze społeczeństwem. Tym samym aktywność władzy w obszarze Internetu znalazła nową formę, inną niż wydawanie kolejnych restrykcji czy cenzurowanie tego medium.

¹⁹ *China Internet Network Information Center (CNNIC)*, „The 31st Statistic Report on China Internet Network Development” 2013, no. 1, s. 11 [dalej: *CNNIC*, 2013].

²⁰ K. Hille, *China's Tweeting Cops Blog to Keep Peace*, <http://www.ftchinese.com/story/0010-42115/en> (5 IV 2015).

²¹ *CNNIC*, 2013, s. 11.

Tabela 1. Najpopularniejsze profile rządowe aktywne na portalu Weibo w 2013 r.

Miejsce	Nazwa użytkownika	Opis	Liczba polubień (Followers)	Wynik
1	@上海发布	Biuro Informacji Władz Miasta Szanghaju	2 267 435	96,88
2	@平安北京	Biuro Bezpieczeństwa Publicznego w Pekinie	3 958 537	95,02
3	@成都发布	Biuro Informacji Władz Miasta Chengdu	4 639 063	94,73
4	@平安中原	Biuro Bezpieczeństwa Publicznego Prowincji Henan	2 314 164	94,14
5	@公安部打四黑除四害	Ministerstwo Bezpieczeństwa Publicznego, Biuro do spraw Kampanii Walki z 4 Plagami	4 321 733	93,33
6	@南京发布	Biuro Informacji Władz Miasta Pekin	1 894 744	92,59
7	@广州公安	Biuro Bezpieczeństwa Publicznego w Guangzhou	2,487,330	92,19
8	@警民直通车-上海	Biuro Bezpieczeństwa Publicznego w Szanghaju	1 831 820	91,98
9	@上海铁警发布	Szanghajskie Biuro Kolejowego Bezpieczeństwa Publicznego	1 787 660	91,97
10	@外交小灵通	Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Biuro Dyplomacji Publicznej	3 149 816	91,92

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *The 2013 Sina Government Weibo Report*, <http://yuqing.people.com.cn/NMediaFile/2012/1203/MAIN201212031436000123338318108.pdf> (26 III 2015).

Raport „The 2013 Sina Government Weibo Report” przygotowany przez Biuro Monitorowania Aktywności Obywateli (People Online Public Monitoring Office) przedstawia listę rządowych organizacji korzystających z platformy Weibo, a także omawia najpopularniejsze trendy w social media i wysuwa prognozy na temat zachowań rządu – aktywności na Weibo, na dalsze lata²². Według raportu rząd otworzył ponad 60 tys. kont, m.in.: 20 rządowych ministerstw utworzyło w sumie 46 kont, w tym Ministerstwo Spraw Zagranicznych – 11, Ministerstwo Bezpieczeństwa Publicznego – 7, Ministerstwo Zdrowia – 5. Na podstawie danych pochodzących z ministerialnych kont, organów bezpieczeństwa publicznego, policji i agencji regulacji ruchu, biur Ligii Młodzieży Komunistycznej i poszczególnych urzędników opracowano listę najbardziej popularnych kont (w raporcie brano

²² *The 2013 Sina Government Weibo Report*, <http://yuqing.people.com.cn/NMediaFile/2012/1203/MAIN201212031436000123338318108.pdf> (26 III 2015).

pod uwagę wiele czynników – od ilości postów i częstotliwości ich publikowania, udostępnień postów, ilości polubień, aż po wizerunek w mediach). Tabela 1 prezentuje 10 najpopularniejszych rządowych profili aktywnych na portalu w Weibo w 2013 r. Ostatnia sekcja w tabeli, oznaczona jako wynik, jest wyrazem użyteczności i praktyczności podanych informacji, a także stopniem szybkości rozwoju konta na portalu Weibo.

Konta obywatelskie i rządowe do spraw zarządzania kryzysowego

W Raporcie została podkreślona także rosnąca liczba kont należących do obywateli działających jako funkcjonariusze publiczni, pracownicy administracji, wykładowcy akademicy, którzy poruszają ogólnopństwowe zagadnienia, czy też tematy istotne dla lokalnych społeczności. Przykładem takiego konta aktywnego na Weibo jest @王子京, prowadzone przez policjanta z prowincji Zhejiang. Jego wpisy dostarczają informacji lokalnej społeczności, a konto przez niego prowadzone ma ponad 2 mln subskrypcji. Kolejnym proobywatelskim użytkownikiem Weibo jest Luo Chongmin (@罗崇敏), doktor ekonomii, członek Komitetu Pracy Wojewódzkiego Komitetu Partii w prowincji Yunnan. Jego konto cieszy się niezwykłym zainteresowaniem (blisko 4 mln subskrypcji), a głównymi zagadnieniami, które porusza, są reforma edukacji, oddolne kwestie edukacyjne.

Kolejnym nowym trendem z zakresu cyberdyplomacji jest wykorzystywanie Weibo przez chińskie agencje rządowe w sytuacjach kryzysowych. Konta agencji odpowiedzialnych za reagowanie w sytuacjach zagrożenia zostały wykorzystane na szeroką skalę w czasie lipcowej powodzi w Pekinie w 2012 r. Ponadto administratorzy tychże kont umieszczają na nich informacje dotyczące niebezpiecznych rejonów miasta, danych o ruchu drogowym, alertów pogodowych itp.

Przewidywane trendy w używaniu social media przez chińskie władze

W związku ze wczesnym etapem adaptowania Internetu do potrzeb chińskiej dyplomacji wskazane jest skupianie się przez rząd Państwa Środka na budowaniu strategii, koncepcji rozwijających tenże obszar stosunków społecznych. Wyznacznikiem dla nich są konta zagranicznych agend rządowych działających na kanałach społecznościowych, skupiających uwagę szerokiej publiczności, zarówno w kraju, jak i zagranicą. Zgodnie z obserwacją społeczeństwa chińskiego, wzrostem znaczenia cybernetycznych łącz w XXI w., powstawaniem społeczności

online, „The 2013 Sina Government Weibo Report” przewiduje trzy trendy w obszarze chińskiej cyberdyplomacji w nadchodzących latach.

Po pierwsze, mikroblogi (popularna nazwa kont na portalach społecznościowych) rządowe przybiorą bardziej naukowy charakter, a wiadomości w nich umieszczane będą bardziej ustandaryzowane. W 2013 r. chińskie władze wykorzystywały Weibo głównie w formie testowej, w celu zmierzenia efektywności aktywności rządu w Internecie. Nadchodzące lata mają przynieść bardziej usystematyzowane podejście do kwestii wykorzystania kanałów social media w praktyce mikroblogowania, co oznacza implementację powszechnych na Zachodzie zasad i standardów tworzenia kont na portalach społecznościowych (dotyczących głównie zawartości postów, dostosowania tematyki do odbiorców, co wiąże się także ze zmianą języka używanego w wirtualnej przestrzeni).

Po drugie, mikroblogowanie przez rząd ma być bardziej zorientowane i skierowane w stronę młodzieży, gdyż to właśnie ta grupa społeczna jest głównym użytkownikiem Internetu i social media. Planowane jest, aby rządowe konta na portalu Weibo wykorzystywały energię młodzieży i partycypowały w ich pasjach. Realizacja tego planu wiązałaby się ze zmianą charakteru kont przybierających mniej formalny wydźwięk.

Po trzecie, mikroblogi rządowe miałyby rozszerzać tematykę postów na nowe obszary, takie jak przemysł, administracja, zarządzanie innowacjami i innych obszarach z zakresu rządowych świadczeń.

Potencjalne bariery w efektywnym wykorzystywaniu mediów społecznościowych przez chińskie placówki dyplomatyczne

Chenzhuo Gong z Uniwersytetu w Fudanie zwraca uwagę na 5 problemów, które mogą utrudniać prowadzenie efektywnej cyberdyplomacji przez Chiny, głównie w formacie wykorzystania social media (przede wszystkim Twitter i Facebook) przez ambasady i inne placówki państwowe²³. Te współistniejące problemy są powszechnie uważane za przyczyny nierozwijania na szeroką skalę cyberdyplomacji, pomimo potrzeb i możliwości, przez Chiny. Chenzhuo Gong zalicza do nich: brak odpowiedniej kultury organizacyjnej wykorzystywanej w obszarze social media, istnienie nieodłącznych napięć pomiędzy bezpieczeństwem a zaangażowaniem, działanie upolitycznionych organów w nieupolitycznionej sferze, przyniesienie odwrotnych skutków w sferze dyplomacji publicznej, niewystarczające zaangażowanie odbiorców²⁴.

²³ C. Gong, *Social Media and China's Public Diplomacy: A Path to the Future*, Shanghai 2014, s. 16.

²⁴ *Ibidem*.

Brak odpowiedniej kultury organizacyjnej wykorzystywanej w obszarze social media. Większość państwowych podmiotów niechętnie podejmuje ryzyko²⁵. Konserwatywny charakter placówek, a także niejednokrotnie ich skostniała struktura, utrudniają podążanie za najnowszymi trendami, które mogą nieść ze sobą ryzyko. Przykładem może być wykorzystywanie social media przez ambasady. Charakter mediów społecznościowych, ich działanie w czasie rzeczywistym, otwartość, może wykazywać wysokie niedopasowanie względem cech i potrzeb placówek dyplomatycznych. Chenzhuo Gong zwraca uwagę, iż wykorzystanie Twittera czy Facebooka przez chińskie ambasady może wiązać się z marginalizowaniem ich roli w większej strukturze biurokratycznej ambasad. Przejawem tego zjawiska może być niska jakość bądź częstotliwość publikowania postów przez odpowiednie placówki, co w efekcie nie będzie przynosić promocji treści w nich umieszczanych.

Występowanie napięć pomiędzy bezpieczeństwem a zaangażowaniem. W przypadku cyberdyplomacji wykorzystującej kanały social media istotne jest reagowanie w czasie rzeczywistym. Wiąże się to z nadawaniem większej swobody umieszczanym treściom, gdyż kontrolowanie i ograniczanie informacji może przynosić odwrotne efekty od zamierzonych. Istnienie przeciwności między bezpieczeństwem a zaangażowaniem jest głęboko zakorzenione w napięciach strukturalnych pomiędzy rządem i social media. Hierarchiczna struktura wiadomości (typu top-down) reprezentowana przez rząd jest z natury niezgodna z charakterem mediów społecznościowych, opartych o sieci poziome. Sukces cyberdyplomacji korzystającej z social media opiera się o szybkie i dokładne podawanie treści i reagowanie na aktywność, pytania użytkowników. W przypadku Chin ten rodzaj dyplomacji może przynieść wiele problemów z uwagi na selektywną politykę dostarczania informacji przez władze Państwa Środka, a także ich powolną reakcję oraz, co więcej, ze względu na brak doświadczenia w kontaktach i reagowaniu na nieprzychylnie opinie internautów umieszczane w sieci, których nie można w łatwy sposób skontrolować.

Działanie upolitycznionych organów w nieupolitycznionej sferze. W świecie social media kluczem do sukcesu jest nadawanie osobowości profilom generowanym przez ich twórców. Wiąże się to z nadawaniem mniej oficjalnego, a bardziej przystępnego i atrakcyjnego tonu treściom publikowanym (m.in. poprzez używanie specyficznego języka wypowiedzi). Zatem jeśli władze chińskie decydują się na ten szczególny rodzaj cyberdyplomacji, stoją przed wyzwaniem związanym ze zmianą żargonu politycznego jakim posługują się w oficjalnych kanałach dyplomatycznych²⁶. W przypadku ChRL jest to trudne do osiągnięcia ze względu na założenie dotyczące spójności przekazu, które jest fundamentem chińskiej

²⁵ D. Beetham, *Max Weber and the theory of modern politics*, New York 2013, s. 431.

²⁶ C. Gong, *op.cit.*, s. 18.

polityki zagranicznej. Ta spójność jest wielką zaletą w przypadku tradycyjnej dyplomacji, jednak w cyberdyplomacji przy użyciu social media może oznaczać znaczne ograniczenie w swobodzie publikowania treści przez ambasady i w efekcie może przynieść niską atrakcyjność takiego profilu. Jednak podstawowym problemem w przypadku adaptowania social media przez chińskie ambasady jest kwestia wiarygodności dostarczanych informacji. Należy przez to rozumieć odbiór tychże wiadomości przez społeczeństwa, które z uwagi na fakt, iż podawane są przez rząd o charakterze autorytarnym, będą cieszyć się wątpliwą dozą zaufania. Dodatkowo chińskie ambasady, podobnie jak ich zachodnie odpowiedniki, będą musiały zmierzyć się z napięciami pomiędzy rozpowszechnianiem oficjalnej rządowej polityki a preferencjami odbiorców nastawionymi na inny rodzaj komunikacji. Niewielu internautów będzie zainteresowanych czytaniem informacji o koncepcjach chińskiej polityki zagranicznej. W istocie w świecie apolitycznej społeczności korzystającej z mediów społecznościowych upolitycznione treści, wpłatające w siebie propagandę państwową, są anachronizmem skazanym na niepowodzenie.

Negatywne skutki w obszarze dyplomacji publicznej. Pojawienie się globalnych mediów operujących w czasie rzeczywistym wywołało efekt w postaci wzrostu przejrzystości w polityce zagranicznej²⁷. W związku z tym negatywny wizerunek Chin, szczególnie silny w zachodnich krajach, w połączeniu z zaktywizowaniem działań w mediach społecznościowych, może przynieść negatywne efekty i ów wizerunek jeszcze bardziej pogorszyć²⁸. Bez zabezpieczającego parasola cenzury, powszechnie stosowanego przez władze w Chinach, chińscy dyplomaci będą narażeni na ataki ze strony internautów korzystających z mediów społecznościowych. Co więcej, z uwagi na fakt, iż Chiny blokują dostęp swojego społeczeństwa do Twittera czy Facebooka, a rząd ChRL ma w planach otwarcie swoich kanałów w tychże platformach, paradoks ten może wywołać lawinę krytyki ze strony internautów z innych państw, gdyż to właśnie oni mają być głównymi odbiorcami treści publikowanych przez chińskie ambasady w social media.

Niewystarczające zaangażowanie odbiorców. W badaniach dotyczących Internetu i social media popularność określonego kanału czy profilu mierzy się najczęściej poprzez odczytanie ilości polubień, subskrypcji czy wyświetleń danego profilu. Jednakże, zdaniem Malcolma Gladwella, kliknięcie przycisku „lubię to” nie można zdefiniować jako zaangażowania w ścisłym tego słowa znaczeniu, jest to zbyt słaba interakcja, aby mogła być brana pod uwagę i określana jako zaangażowanie. Tylko seria polubień, dodawania uwag, komentarzy, subskrypcji,

²⁷ S. Livingston, *The New Media and Transparency: What Are the Consequences for Diplomacy?*, [w:] *Cyber-Diplomacy: Managing Foreign Policy in the Twenty-First Century*, E.H. Potter (ed.), Montreal 2002, s. 110-127.

²⁸ C. Gong, *op.cit.*, s. 19.

udostępnienia postów konkretnego użytkownika może być na tyle silna, aby uznawać to za rzeczywiste zaangażowanie, które pozwala na wytworzenie istotnych zmian w ludzkich umysłach²⁹. To czego oczekują dyplomaci od mediów społecznościowych to pojawienie się zmian na poziomie poznawczym (np. zmiana postawy wobec kraju), a nawet na poziomie behawioralnym (np. wystąpienie ruchów społecznych). Wymaga to jednak wykształconych silnych więzi, a nie ich słabych odpowiedników, które dominują w mediach społecznościowych, bowiem dla wielu internautów kliknięcie przycisku „lubię to” stanowi jedynie zaznaczenie swojej obecności w mediach społecznościowych i nie jest wyrazem realnego zaangażowania czy wsparcia aktywności konkretnego profilu. Zatem duża liczba kanałów ambasad poszczególnych krajów może stanowić jeszcze większą przeszkodę w budowaniu funkcjonalnej cyberdyplomacji. Co gorsza, w obliczu dużej grupy fanów, których charakter jest niezwykle dynamiczny i hybrydowy, zapewnienie dostosowanych do konkretnego rodzaju odbiorców mocno spersonalizowanych wiadomości jest niemal niemożliwe. Zimnowojenny sposób mierzenia wpływu za pomocą liczby odbiorców, do których przekaz był stosowany, ustępuje w epoce masowej komunikacji modelowi opartemu na jakości przekazu.

Ze względu na niską aktywność rządu Chin i innych podmiotów w obszarze zachodnich platform cybernetycznych, takich jak Twitter czy Facebook, cyberdyplomacja w wydaniu chińskim ma ograniczony zasięg i skuteczność. Do końca 2013 r. żadna z chińskich ambasad nie posiadała konta na tychże portalach. Rok 2014 przyniósł pewne zmiany, bowiem 10 chińskich placówek dyplomatycznych otworzyło konta na Twitterze, jednakże w świetle poczynań innych rządów wciąż jest to niezadowolająca i nisko efektywna aktywność. Rok 2015 przyniósł kolejne kroki w rozwoju chińskiej cyberdyplomacji: Pod koniec lutego różne wydziały chińskiego MSZ i misje zagraniczne otworzyły ponad 40 kont na największych chińskich portalach społecznościowych, takich jak Weibo czy WeChat. Liczba chińskich ambasad posiadających konto na Twitterze wzrosła do 17. Konsulat Generalny w Nowym Jorku rozpoczął aktywność w przestrzeni online, w lutym założył oficjalne konto na WeChat pod nazwą „chinaconsulate_ny”. Główne tematy podejmowane na platformie to informacje o wizach, stosunkach USA – Chiny. Pomimo nieznacznego postępu wciąż wielką przeszkodą w rozwijaniu działań cyberdyplomatycznych przez Chiny jest cenzurowanie Internetu przez władze, w tym blokowanie najbardziej popularnych i wpływowych światowych platform komunikacyjnych.

²⁹ M. Gladwell, *Small Change, Why the revolution will not be tweeted*, „The New Yorker” 2010, no. 10, s. 13.

Podsumowanie

Chiny, wpisując się w grupę państw wykorzystujących soft power, podjęły próbę reorientacji metod wykorzystywania dyplomacji, odchodząc od jej klasycznej wersji. Tym samym zaczęły kłaść nacisk na środki z obszaru dyplomacji publicznej, w tym cyberdyplomacji. Ich strategia dotycząca wykorzystania Internetu, social media, portali integrujących szeroką publiczność, przypomina te, które zostały opracowane przez państwa Zachodu. Jednakże wyjątkowość Chin widoczna jest w wykorzystaniu cyberdyplomacji, czy szeroko rozumianej komunikacji internetowej, zarówno na szczeblu krajowym, jak i międzynarodowym. Ta hybrydowa formuła wynika z konieczności integrowania nie tylko zagranicznych odbiorców, co jest jednym z podstawowych celów, jakie stawiane są przed cyberdyplomacją, ale także obywateli Chin, u których konieczne jest wytworzenie poczucia świadomości i zobrazowania im znaczenia nowych technologii dla rozwoju państwa i osiągnięcia jego strategicznych celów, w tym, co często podkreślane, wspieranie rozwoju harmonijnego społeczeństwa.

Chińska koncepcja cyberdyplomacji – co wielokrotnie podkreślane jest przez rząd – wymaga doprecyzowania i uszczegółowienia. Ze względu na jej początkową fazę tworzenia, niejasność pewnych zapisów ujętych w strategii rozwoju, brak wyraźnie zarysowanego podmiotu, który byłby odpowiedzialny za jej integrację i harmonizację na każdym etapie tworzenia i realizacji, model chińskiej cyberdyplomacji wciąż pozostaje niekompletny. Tym samym rola i znaczenie jaką ma ona spełniać, będąc jednym z ogniw kreowania dyplomacji publicznej państwa, jest ograniczona. Istotną przeszkodą może być dla Państwa Środka jego podejście do publikowania wiadomości przez internautów, masowe cenzurowanie wypowiedzi, bazowanie na propagandzie, w oczach zagranicznych odbiorców może pogłębiać to negatywne nastawienie do Chin, postrzeganych jako autorytarne państwo łamiące prawa człowieka.

Chiny, obserwując wzrost aktywności i znaczenia nowych technologii w kształtowaniu stosunków międzynarodowych, będą angażować się w pogłębianie wykorzystywania potencjału cyberdyplomacji, tak aby w dłuższej perspektywie móc osiągać swoje cele w środowisku międzynarodowym. Ich model cyberdyplomacji będzie skupiał się na kilku podstawowych dążeniach: kształtowaniu zewnętrznego otoczenia, które będzie wspierało politykę zagraniczną Chin poprzez zrozumienie, odpowiednie informowanie i wpływanie na międzynarodową publiczność, a także na budowaniu relacji – rozumieniu potrzeb innych narodów, kultur i państw, prezentowaniu w odpowiedni sposób swojej racji stanu i tłumaczeniu niezrozumiałości czy też na poszukiwaniu obszarów, gdzie odnaleźć można wspólnotę wartości z innymi państwami za pośrednictwem nowych cyfrowych technologii.

Summary

Natalia Broś

Model of Chinese cyber diplomacy

Objective of the article is to present Chinese concept of cyberdiplomacy which refers to global trend in foreign affairs to use model of new public diplomacy as modern approach in international relations. The Chinese government, observing a significant increase in the number of network, Internet users and analyzing the benefits which has been achieved by Western countries, activated its actions and strategies in the cyber environment in order to promote domestic and foreign policies. Due to the progressive modernization of the country and the desire to alter its international image, the importance of new tools acquired in the field of soft power focusing on the attractiveness of the state in order to achieve its political objectives connected with concept of „China’s peaceful rise”. Their cyberdiplomacy strategy involves the use of the Internet, social media, portals to integrate a wide international audience. However China faces many challenges to create effective cyberdiplomacy and widely used censorship and propaganda are the biggest obstacle in this matter.

Natalia Broś – mgr stosunków międzynarodowych, doktorantka w Zakładzie Komunikowania Międzynarodowego w Instytucie Studiów Międzynarodowych Uniwersytetu Wrocławskiego