

Kinas mikrobloggar och kommunistpartiets strävan efter stabilitet

1. Användare, samtalsämnen och censur

Jerker Hellström

Sommaren 2009 blockerade kinesiska myndigheter åtkomsten till sociala medier, däribland Twitter och Facebook. Kort därefter sjösattes med kommunistpartiets goda minne Sina Weibo, en mikroblogg som sedan dess har blivit enormt populär. Idag använder hundratal miljoner kineser Weibo och de andra diskussionsforum som finns på Kinas internet.

Livsstilsfrågor och populärkultur dominerar samtalet på mikrobloggarna i Kina. Det går dock inte att bortse ifrån att de även bidragit till att sprida information om händelser som annars hade förblivit okända för en bredare allmänhet. För aktivister har det samtidigt blivit tekniskt möjligt att mobilisera stora skaror likasinnade.

Mikrobloggarna har å ena sidan medfört nya utmaningar för den kinesiska säkerhetsapparaten. Å andra sidan utgör mikrobloggarna ett värdefullt verktyg för partistaten att övervaka, påverka och kartlägga opinionen.

Detta är den första i en serie artiklar som syftar till att beskriva sociala medier i Kina och förklara hur den kinesiska staten agerar på mikrobloggar för att förebygga och hantera social instabilitet i landet. Nästa artikel redogör för de statliga aktörer och internetföretag som styr innehållet på de kinesiska mikrobloggarna.

Kinas mikrobloggar idag

Kina har enligt officiella uppgifter 538 miljoner internetanvändare (juni 2012), vilket motsvarar ca 40% av befolkningen. Till 2015 väntas antalet användare ha passerat 800 miljoner. Hälften av internetanvändarna (274 miljoner) sägs ha konton på mikrobloggar, varav en fjärdedel uppdaterar sina konton dagligen. Idag finns det fyra gånger fler mikrobloggare än det gjorde 2010.

Kinas användare av mikrobloggar och andra sociala medier är i huvudsak unga, jämförelsevis välutbildade

medelinkomsttagare som bor i större städer. Medan det är fler män som har mikrobloggar är kvinnor mer aktiva. Enligt en uppskattning har 90% av internetanvändare under 30 år som bor i städer ett konto på en mikroblogg.

De första kinesiska mikrobloggarna lanserades 2008 och var då modellerade efter Twitter, som grundades två år tidigare. Det finns idag uppemot 1400 sociala medier och internetforum i Kina, varav de två i särklass största är mikrobloggarna Sina Weibo och Tencent Weibo. *Weibo* (uttalas *wei-bā*) är kinesiska för mikroblogg, men begreppet används även ofta för att referera specifikt till Sina Weibo (vars webbadress är weibo.com). Sina Weibos mikrobloggare bor i stor utsträckning i större städer, medan Tencents användare företrädesvis bor i mindre städer och på landsbygden. Sina Weibos användare anses därför ha större inflytande på samhällsdebatten i stort.

Vad som förenar Twitter med mikrobloggarna i Kina är i generella termer att de erbjuder möjligheten att publicera, läsa och vidarebefordra korta meddelanden (140 tecken inklusive blanksteg). När ett inlägg vidarebefordras når det samtliga av de mikrobloggare som följer användaren ifråga. Det är möjligt att följa i princip vilka användare som helst, men också att se andra användares följare. Detta skiljer mikrobloggarna från sociala medier som Facebook, där varje användare godkänner sina "vänner".

Sina Weibo har till sitt format likheter med Twitter, men det finns även betydande skillnader. Det finns bl.a. större möjligheter att bifoga bilder och video till inläggen. En viktig detalj i sammanhanget är att det med kinesiska skrivtecken går att förmedla betydligt mer information i ett inlägg än med latinska bokstäver. Trots detta är det vanligt att mikrobloggare lägger upp hela dokument med text, sparade som bilder.

Vilka är det som mikroblogger?

Sina Weibo har enligt egen utsägo över 300 miljoner registrerade användare¹ som dagligen skriver över 100 miljoner inlägg. Den absoluta majoriteten av Weibos användare bor i kustregionerna, varav en större andel i Peking, Shanghai och Guangzhou. Det finns såväl enskilda användare som myndigheter, företag och organisationer representerade på Weibo.

De tio mikrobloggerare som är mest populära har omkring 20 miljoner följare var. Mest populär är för närvarande (okt 2012) skådespelerskan Yao Chen, som följs av 25 miljoner på Sina Weibo. I Sina Weibos ranking av mikrobloggerare, baserat på störst inflytande, ledde dock i september 2012 den frispråkige fastighetsmagnaten Ren Zhiqiang, Googles f.d. Kina-chef Kai-fu Lee och investeraren Charles Xue (som bl.a. öppet förespråkade politisk liberalisering i Kina).²

Bland aktivisterna på Weibo märks forskaren Yu Jianrong (1,5 milj följare), som är chef för en institution vid China Academy of Social Sciences (CASS). Yu är rankad 51 i inflytande (okt 2012) och tar på sin Weibo ofta ställning för arbetare och bönder som hamnat i problem. Till de mikrobloggerare som tenderar att försvara kommunistpartiets politik räknas bl.a. Hu Xijin (2,7 milj), chefredaktör för den nationalistiska och populära dagstidningen Global Times, som rankas 81.

Det är även alltmer vanligt att myndigheter har konton på Kinas mikroblogger. Fram till september 2012 hade olika delar av den kinesiska byråkratin startat över 50.000 Weibo-konton, vilket motsvarar mer än en fördubbling från slutet av 2011. Delegater till kommu-

¹ Sinas siffra för registrerade användare är således högre än de 274 miljoner som myndigheten CNNIC anger för det totala antalet mikrobloggerare. Detta visar på olika beräkningsmetoder och är en påminnelse om att kinesisk internetstatistik generellt bör tas med en nypa salt.

² Sina Weibo baserar sitt index för inflytande på tre faktorer: *graden av aktivitet* (baserat på antalet publicerade inlägg, vidarebefordrade inlägg och kommentarer), *graden av spridning* (baserat på i vilken mån användarens inlägg har vidarebefordrats och kommenterats) och *täckningsgrad* (baserat på antalet aktiva följeslagare). Sinas information om indexet: <http://data.weibo.com/top/help#tags5e>; Se senaste topplistan här: <http://data.weibo.com/top/influence>

nistpartiets nationella folkkongress har konton på bl.a. Sina Weibo och statsägda medieföretaget Xinhuas mikroblogger, Xinhua Weibo. Många lokala poliskontor har öppnat Weibo-konton, där de bl.a. efterlyser misstänkta och ber om tips från allmänheten. Partimedlemmar uppmuntras att använda mikroblogger; på Pekings partihögskola ges t.o.m. kurser i mikrobloggerande på Weibo. Bland kinesiska medier på Weibo märks bl.a. Folkets dagblad, vars Weibo-konto som startades i juli 2012 administreras av en grupp på sex anställda.

Weibo har även lockat till sig kända utländska namn såsom Bill Gates, Paris Hilton och Tom Cruise, som använder mikrobloggeren vid sidan av Twitter som en del av sin kommunikationsstrategi. Många ambassader och konsulat i Kina kommunicerar även via Weibo, däribland USA:s, Storbritanniens och Danmarks ambassader.³

Vad skriver man om?

Mikrobloggerarna i Kina spelar främst en social roll, med diskussioner om livsstilsfrågor och populärkultur, men det finns även utrymme för debatt om politik och samhälle, även kritisk sådan.⁴ Tjänstemän som misstänks för korruption, eller agerat på andra sätt som provocerat fram reaktioner hos mikrobloggerare, exponeras allt oftare. Det är alltmer vanligt med spridning av information om orättvisor, brister i samhället och incidenter som annars förblivit okända för en bredare allmänhet.

Flera av de nyheter som väckte störst uppståndelse i Kina under 2011 blev kända via Sina Weibo eller Tencent Weibo. Den Weibo-nyhet som genererade mest mediebevaktning var kollisionen mellan två höghastighetståg utanför Wenzhou i sydöstra Kina i juli 2011, och

³ De utländska beskickningarnas Weibo-konton nås via <http://bit.ly/TugFsM>. Svenska ambassaden i Peking saknar i skrivande stund ett Weibo-konto, dock finns en användare registrerad i Liaoning-provinsen som utger sig för att representera ambassaden.

⁴ Ett bra verktyg för att få en snabb överblick över de hetaste diskussionsämnena är WeiboScope, som är skapat av medieforskare på Hong Kong University. WeiboScope samlar in inlägg från ett representativt urval av Weibos användare och visar en kontinuerligt uppdaterad topplista med de bilder som tillhör de mest spridda inläggen. URL: <http://research.jmcs.hku.hk/social/obs.py/sinaweibo/>

myndigheternas försök att sedan mörklägga incidenten. Den händelse som ledde till störst reaktioner på Kinas mikroblogger skapades dock av 20-åriga Guo Meiling. Guo, som mikroblogger under namnet Guo Meimei, utgav sig för att arbeta som chef på Röda korset och gav upphov till ett ramaskri (över 8 miljoner inlägg) på Weibo när hon lade upp bilder som visade att hon levde ett liv i lyx.

Två av de största diskussionsämnena på Weibo blev kända via andra kanaler; en videoupptagning av hur en tvååring blir överkörd av två olika fordon men lämnas åt sitt öde av förbipasserande, och en olycka där en överfull förskolebuss kolliderade med en lastbil och 19 barn omkom.

Weibo är även ett allt viktigare forum för att bedriva olika typer av kampanjer. En affärsman i Peking startade i april 2011 en framgångsrik djurrättskampanj för att rädda hundar från att slaktas för försäljning till restauranger. I oktober 2011 började flera mikrobloggare lägga upp resultaten från mätningar av luftkvaliteten i Peking som USA:s ambassad genomför sedan 2008. Mätningarna visade på värre luftföroreningar än vad den officiella statistiken gjorde gällande, och efter skarpa reaktioner på Weibo lät myndigheter även offentliggöra data för mer skadliga partiklar i luften.

Inför valen till de lokala folkkongresserna i juli 2011 bedrev oberoende kandidater politiska kampanjer via sina Weibo-konton. Det var första gången sedan 1980 som sådana kampanjer av kandidater utanför kommunistpartiet skett så offentligt.

Censuren på mikrobloggarna

Tidigare har traditionella medier utgjort det främsta verktyget för att utöva politisk kontroll och sprida ideologisk propaganda i Kina. I och med det friare informationsflödet på internet har kommunistpartiet fått anledning att utveckla ett nytt system av metoder för direkt censur, självcensur och dynamisk manipulation av opinionen.

Vilken typ av information som anses som olämplig att sprida, och därmed bör censureras, varierar. En officiell ståndpunkt i det regelverk som antogs år 2000 är dock att ”ryktesspridning, förtal eller annan publicering och spridning av skadlig information, samt anstiftan till att störta regeringen, det socialistiska systemet eller en uppdelning av riket” är att beteckna som cyberkriminalitet.

Det finns två huvudtyper av censur på Kinas mikroblogger; censur i form av spärrade otillåtna sökbegrepp och censur av inlägg med otillåtet innehåll. Vid en sökning på ett otillåtet sökbegrepp får användaren ett meddelande om att gällande lagar, regler och policies förhindrar att sökresultaten visas.⁵ Censur av inlägg innebär att censorerna raderar opassande inlägg alternativt avslutar hela Weibo-konton.⁶ Användare kan också drabbas av ett slags osynlig munkavle, där nya inlägg endast syns för användaren själv och är osynliga för andra användare.

Omkring 13% av alla inlägg på Kinas sociala medier censureras, enligt en studie som genomfördes nyligen av en forskargrupp vid Harvard. Studien visar att det är särskilt stor sannolikhet för att ett inlägg tas bort av internetföretagens moderatorer om det rör pornografi, kritik mot internetcensuren eller om det antas leda till någon form av mobilisering, oavsett motivet, d.v.s. även om det handlar om stöd till partiet. Kritik som riktas mot staten, kommunistpartiets politik eller ledarskapet tolereras i viss mån, åtminstone om den inte riskerar att leda till protester utanför internet. Var gränsen går för att ett inlägg ska anses som opassande justeras dock hela tiden beroende på det politiska läget i landet.

Till skillnad från blockering av otillåtna söktermer sker censuren av inlägg till stor del manuellt. Medan det

⁵ China Digital Times listar med jämna mellanrum de senaste kända blockerade sökbegreppen, s.k. känsliga ord (kin. 敏感词). Se <http://chinadigitaltimes.net/china/sensitive-words/?view=all>

⁶ Ett urval av de inlägg som har raderats av censorer dokumenteras och kommenteras löpande av China Media Project, som tillhör Centret för journalistik- och mediastudier vid Hong Kong University. URL: <http://cmp.hku.hk/~asl/>

uppenbarligen finns ett automatiskt system som varnar censorer för känsliga ord raderas inlägg med dessa ord inte per automatik utan enbart när inlägget i sin helhet anses som opassande. När ett inlägg raderas, sker detta generellt inom ett dygn efter att det har lagts upp. I och med den tids- och arbetskrävande manuella hanteringen kan dock även ett ”olämpligt” inlägg hinna få viss spridning innan det tas bort.

Internetföretagen bär ett direkt ansvar för innehållet på webbportalerna, vilket innebär att censuren är decentraliserad och huvudsakligen genomförs av företagens egna censorer. Det finns ingen offentlig information om antalet censorer, men en uppgift gör gällande att t.ex. Sina Weibo har ca 1000 anställda som övervakar och censurerar inlägg. Utöver webbportalernas censorer arbetar ett stort antal internetpoliser (uppskattningar varierar mellan 20.000 och 50.000) med att övervaka informationen på internet.

För att kringgå censuren skapar användare kontinuerligt alternativa termer som till viss del möjliggör diskussion om känsliga ämnen, vilket har resulterat i mer eller mindre avancerade ordlekar.⁷ Efter att varje sådan omskrivning har börjat användas tar det dock tid innan den blir känd för en vidare krets av mikrobloggare. När en omskrivning har hunnit få större spridning är sannolikheten därmed stor att den också har hunnit hamna på censorernas radar och placeras på listan över känsliga ord.

Den mest effektiva metoden för att kontrollera diskussionen på Weibo är dock att skapa en miljö som leder till utökad självcensur, både bland användare av mikrobloggar och internetföretagen som tillhandahåller mikrobloggarna. En faktor som bidrar till självcensur bland användarna är den flytande gränsen för vad som anses vara olämpligt. Den mikrobloggare som inte vidtar tillräckligt stora försiktighetsåtgärder riskerar att bli av med sitt Weibo-konto, och därmed förlora kontakten

⁷ Som exempel kan nämnas den högsta partiledningens familjenamn, som omfattas av sökcensur: ”不厚” (=inte tjock) har använts för Bo Xilai, vars familjenamn, tecknet薄, bl.a. betyder ”tunn”. ”刁哥” (=Broder Slug) har använts för Xi Jinping eftersom tecknet 刁 liknar Xis familjenamn 刁. Sedermera har dessa två begrepp blockerats som söktermer.

med ett stort antal följare.

Kinas mikrobloggare är dock medvetna om att konsekvenserna kan bli betydligt värre. Det finns gott om varnande exempel, såsom domen mot Cai Haibo för ”omstörtande verksamhet”. Cai hade startat ett diskussionsforum för att debattera konstitutionell demokrati. Efter över ett år i förvar dömdes han i oktober 2012 till ett åttaårigt fängelsestraff.

För att ytterligare förhindra ”olämpligt innehåll” på Kinas mikrobloggar genom självcensur begränsas nu möjligheterna till anonymitet. Sina Weibo meddelade i slutet av 2011 att mikrobloggare skulle behöva ange sina identitetsuppgifter för att kunna registrera nya konton (det s.k. Real-Name System, 实名制). Enligt Sina var motivet att få bukt med problem såsom anonym ryktesspridning och förtal. Ett nytt försök till stärkt kontroll är Sina Weibos poängsystem (Weibo Credit, 微博信用) som uppmantrar mikrobloggare till att anmäla varandra för spridning av bl.a. ”osann information”.

Slutord

Det finns stora möjligheter att nå ut till en bred publik via Weibo, men som denna artikel visar är allt som sker på Kinas internet beroende av kommunistpartiets implicita eller explicita godkännande. Censuren av mikrobloggarna är omfattande, dock förhindras spridning av obekvämt information sannolikt mest effektivt av självcensur bland användare. Nästa artikel i denna serie redogör för aktörerna som påverkar utvecklingen av mikrobloggarna.

Jerker Hellström

Totalförsvarets forskningsinstitut

Besök gärna www.foi.se/asien för mer information om Asienprogrammet vid FOI.