



# LUND UNIVERSITY

## Samhällsdebatt, aktivism och välgörenhet på mikroblogger (weibo) i Kina

Svensson, Marina

*Published in:*  
Kinarapport

2012

[Link to publication](#)

*Citation for published version (APA):*

Svensson, M. (2012). Samhällsdebatt, aktivism och välgörenhet på mikroblogger (weibo) i Kina. *Kinarapport*, (4), 31-41.

*Total number of authors:*

1

### General rights

Unless other specific re-use rights are stated the following general rights apply:

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

Read more about Creative commons licenses: <https://creativecommons.org/licenses/>

### Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

LUND UNIVERSITY

PO Box 117  
221 00 Lund  
+46 46-222 00 00



Asien vill ha den kinesiska drömmen eller tränar efter att leva i en kinesisk värld. Inte ens kineserna vet riktigt vad detta skulle innebära.”<sup>1</sup>

Utan att ta hänsyn till Kinas ekonomiska betydelse idag och dess förväntade framtida betydelse har Kina inte alls mycket mjuk makt. När omvärlden beslutar hur den skall bete sig mot Kina tenderar den att räkna in en tänkt framtida stormakt, som kanske t.o.m. är globalt dominant. Det är helt enkelt bäst att hålla sig väl med Kina, för att inte riskera att förlora på sikt. Detta är någonting beslutsfattare har i bakhuvudet när de har att göra med Kina, oavsett om det handlar om huruvida man skall uttala sig om Taiwan, eller ta emot ett besök av Dalai Lama.

Det betyder inte att världen utanför inte attraheras av kinesisk kultur i en vidare mening. Men det är tveksamt vilket intresse och vilken hänsyn omvärlden skulle visa om Kina inte uppfattades som en nuvarande eller framtida ekonomisk makt. Ta t.ex. språket, där kinesiskan idag inte

bara lockar språkintresserade utan även dem som söker affärsmöjligheter eller annan karriär relaterad till Kina.

1. Simon Tay citerad i Zhongying, Pang. ”On China’s Soft Power.” *International Review* 42 (2006): 1-14. (författarens översättning)

*Mikael Weissmann* är filosofie doktor i freds- och utvecklingsforskning och forskare vid Utrikespolitiska institutet där han bl.a. leder ett projekt om betydelsen av mjuk makt i Kinas diplomati mot Sydostasien. Han är även associerad forskare på the East Asian Peace program vid Institutionen för freds- och konfliktforskning vid Uppsala universitet.

*Bilden på motstående sida: Staty av Konfucius i Guozijian, den främsta lärdomsinstitutionen i det kejserliga Kina. Lappar med förhoppningar om framgång i examina hänger runt statyn. Foto Bertil Lundabl.*

## Samhällsdebatt, aktivism och välgörenhet på mikroblogger (weibo) i Kina

Kina har idag flest Internetanvändare och den största mobiltelefonmarknaden i världen. Eftersom utländska sociala medier som Facebook, Twitter och YouTube är blockerade av regimen dominerar inhemska motsvarigheter marknaden. Av dessa är mikroblogger det idag snabbast växande och mest populära av alla sociala medier i Kina. På grund av den bristande pressfriheten sprids nyheter snabbt på dessa bloggar, vilket utgör ytterligare ett hot mot partiets förmåga att kontrollera informationen på nätet.

TEXT OCH FOTO: MARINA SVENSSON

De senaste åren har stor uppmärksamhet fästs vid de sociala mediernas betydelse för aktivism och sociala och politiska protester runt om i världen. Samtidigt vet vi att auktoritära regimer har stora möjligheter och ett starkt intresse av att kontrollera och censurera Internet. Multinationella företag sitter också inne med viktig informa-

tion om enskilda människors beteende och aktiviteter på Internet, vilket hotar den enskilda individens frihet och integritet. Hur ser situationen ut i Kina? Vilka sociala medier finns, och hur används de? Skiljer sig användningen av sociala medier i Kina från den i västerländska demokratier, och på vilka sätt? En central fråga är vilka samhälls-



grupper som använder sig av sociala medier, och om alla har samma möjligheter att göra sin röst hörd på Internet. Hur viktiga är just de sociala medierna för samhällsdebatt, protester, och civilsamhällets utveckling i Kina? Vilka utmaningar står den kinesiska regimen inför när det gäller att kontrollera och censurera sociala medier och garantera en ”harmonisk” samhällsutveckling?

### Internetutvecklingen i Kina

Utvecklingen i Kina har varit fenomenal sedan Internet introducerades i landet 1994. Kina är idag ett av de mest digitalt uppkopplade samhällena i världen, med flest Internet-användare i absoluta tal, och den största mobiltelefonmarknaden. Den kinesiska staten har satsat stort på att skapa ett informationssamhälle genom att bygga ut infrastruktur som bredband, stödjande företag inom IT-sektorn och uppmuntra myndigheter, skolor och andra institutioner att utveckla sin kompetens och användning av informations- och kommunikationsteknologier (IKT) inom olika områden som förvaltning, innovation och utbildning. Samtidigt ser man Internet som ett ideologiskt slagfält där det gäller att kontrollera och styra vad som sägs och hur IKT används. Balansgången mellan att utnyttja IKT:s potential för ekonomisk utveckling och bättre och effektivare förvaltning och samtidigt förhindra att regimkritiska röster får fotfäste och utmanar regimen, är inte enkel och problematisk.

39,4 procent av alla kineser har idag tillgång till Internet, d.v.s. 527 miljoner (mars 2012). Antalet internetanvändare har gått från 620 000 1997, till 25 miljoner 2001, 94 miljoner 2004 och till 253 miljoner 2008. Enbart de senaste fyra åren har alltså mer än 250 miljoner fått tillgång till Internet. Utvecklingen när det gäller mobiltelefoni har också varit imponerande. Idag har runt 1 miljard, d.v.s. 76 procent av befolkningen, en mobiltelefon, och av dem använder runt 400 miljoner sin mobil för att koppla upp sig på nätet.

Kina står sig väl i jämförelse med många andra asiatiska länder när det gäller andel av befolkningen som har tillgång till Internet. Man har t.ex. betydligt fler internetanvändare än Indien, med endast 10,2 procent (december 2011), men även fler än Indonesien, 22,4 procent, och Thailand, 27,4 procent. Dock ligger Kina långt under länder som Japan, 80 procent, och Sydkorea, 82,7 procent. Även i jämförelse med många länder i Mellanöstern och Nordafrika är de kinesiska siffrorna imponerande. I Tunisien hade 36,3 procent av befolkningen



*De två stora tecknen på skylten i mitten 网吧 betyder nätbar, alltså ett internetcafé. Foto taget i en landsbygdskommun (zhen) i Zhejiang-provinsen.*

tillgång till Internet, i Egypten 26,4 procent, i Syrien 19,8 procent och i Libyen endast 5,9 procent.

### Vad är sociala medier och hur funkar de?

De senaste åren har sociala medier som Facebook, YouTube, och Twitter blivit allt viktigare för många människor, organisationer och myndigheter världen över. Dessa medier har olika kännetecken och funktioner och används därför på olika sätt, för olika ändamål och av olika grupper av människor. De kännetecknas dock alla av att enskilda individer har kontroll över innehållet, och de bygger på interaktivitet och stärker gamla, eller skapar nya nätverk och kontakter.

Facebook, som tillkom 2004, är framförallt en form av nätverkande mellan ”vänner” och/eller intressegrupper. För enskilda individer är det ett sätt att hålla kontakten med vänner genom att berätta vad som händer i ens liv och följa andras göranden och uppdateringar av Facebook-sidor. Facebook används också av både NGOs och myndigheter (som t.ex. polisen på senare år) för att informera om aktiviteter och hålla kontakter med intresserade och berörda grupper (såsom allmänheten när det gäller polisen). Facebook-grupper kan också lätt skapas för ett specifikt ändamål som en intressefråga eller ett dagsaktuellt ämne. Genom att följa/gilla dessa grupper på sin egen sida visar man både sitt engagemang och skapar sin egen personliga profil bestående av sidor och människor som man ”gillar”. Facebook är den populäraste typen av sociala medier i Sverige. Drygt hälften av Sveriges befolkning har idag ett Facebook-konto.

Twitter, som kom 2006, är inte lika populärt, och det beräknas att endast runt 300 000 svenskar har anslutit sig. De som använder Twitter skiljer sig också åt från användarna av andra sociala medier. Twitter används främst av journalister, politiker och kändisar, som i sitt yrke har ett behov att hålla sig uppdaterade, informera andra eller att synas.

Medan man på Facebook måste godkänna sina vänner, kan man på Twitter följa vem man vill utan dennes godkännande. Det innebär att man ofta följer personer utanför det egna nätverket. På Twitter skriver man korta mikrobloggar, d.v.s. poster (tweets) på upp till 140 tecken. Man kan även skicka vidare andras poster som man upplever som intressanta. Mikrobloggarna kan beröra mer personliga saker men fokuserar främst på nyheter och spridning av information om olika dagsaktuella händelser.

YouTube är en hemsida där man kan ladda upp och dela med sig av sina egna videor eller sprida filmsnuttar gjorda av andra. Man behöver inte skapa ett eget konto för att titta på videor på YouTube, vilket innebär att nätverkandet är både mer anonymt och mer begränsat. Man kan visserligen gilla/prenumerera, kommentera och skicka vidare länkar, men i princip så vet de som lägger upp sina videor bara hur många ”träffar” de fått och inte vem som tittar på videon. Förutom enskilda individer så har många myndigheter och institutioner, som t.ex. Visit Sweden och Lunds universitet, skapat egna YouTube-kanaler där de laddar upp sina filmer.

Det finns också en rad andra sociala medier, som t.ex. LinkedIn som används för nätverkande för mer professionella och yrkesrelaterade ändamål. Här kan man upprätthålla kontakten med kunder, kollegor och arbetsgivare och t.ex. leta efter nytt jobb eller lämpliga arbetstagare. I många länder har lokala sociala medier också etablerats, men Facebook, Twitter och LinkedIn är alla internationella och skapar därmed nätverk över nationsgränserna.

### Myter och förhoppningar kring Internet och sociala medier

Det finns många myter och överdrivna förväntningar på IKT i medierapporteringen, bland politiker och även inom forskarsamhället. IKT anses kunna stärka medborgarnas delaktighet och inflytande i redan demokratiska samhällen. Förhoppningarna är att de också kan skapa förutsättningar för mer öppna politiska diskussioner i auktoritära samhällen, användas av s.k. nätaktivister, och därmed bidra till demokratisering.



*Mobiltelefonanvändningen är stor i Kina. Användare på tunnelbanan i Shenzhen.*

Man har dock anledning att fråga sig om det inte finns en övertro på IKT:s och de sociala mediernas demokratiserande potential. Den svenska satsningen på IKT och biståndsstöd till nätaktivister kan, om man vill vara kritisk, ses som ett uttryck för teknologisk determinism. Men IKT är endast ett verktyg som kan användas på olika sätt och av olika grupper. Likaväl som Internet kan fyllas med demokratiska värderingar och krav på respekt för mänskliga rättigheter, så kan rasistiska, nationalistiska och våldsamma uttryck, värderingar och fördomar spridas via nätet.

Diskussioner och protester on-line kan endast ha en verklig betydelse för demokratin om de också leder till mer folkligt deltagande och mobilisering även off-line. En del forskare har uttryckt farhågor för att ”aktivism” on-line blir för enkelt och lättvindigt. Det krävs inte mycket arbete, övertygelse eller ihärdighet för att ”klicka” eller gilla något på Facebook. Forskare har därför myntat uttryck som ”clicktivism” och ”feel-good activism,” och menar att Facebook-generationen har vant sig vid att bekvämt

engagera sig i en stol framför datorn. Detta är kanske att hårddra det eftersom många kampanjer som börjar på nätet också påverkar politiska diskussioner, institutioner och samhället off-line. Men kritiska röster på nätet behöver inte nödvändigtvis innebära politiskt engagemang, stärkande av demokratin eller mobilisering.

En annan fråga som bör uppmärksammas mer är att klyftor och ojämlikhet i samhället, d.v.s. off-line, ofta bibehålls och förstärks on-line. De som har ekonomisk och politisk makt i samhället syns och hörs ofta mest på nätet då de har bättre tillgång till och mer kunskap om hur man utnyttjar Internet. De som är fattiga och saknar utbildning har alltså sämre tillgång till Internet, liksom till traditionella medier och politiska institutioner. I många länder är speciellt landsbygdsbefolkningen, kvinnor och minoriteter underrepresenterade både i samhället och på Internet. De har inte tillgång till Internet i samma utsträckning, och deras röster och perspektiv får inte heller samma utrymme på nätet. Det digitala gapet är en verklighet och ett problem för dem som ser IKT som nyckeln till mer aktivt demokratiskt deltagande.

Det är också lätt att underskatta auktoritära staters förmåga och satsning på kontroll och censur. Det handlar om allt ifrån att de kan stänga ner Internet helt, blockera vissa sidor och användare samt censurera innehållet både via avancerad teknologi och rent manuellt. Dessutom kan regimer använda sig av manipulation och propaganda på nätet. I Kina är situationen komplicerad. Det rör sig inte om något nollsummespel. Staten och olika samhällsgrupper har olika möjligheter att använda IKT och gör det i varierande grad och för olika ändamål och med olika genomslagskraft och resultat.

I massmediernas rapportering om upproren och demokratiseringsrörelserna i Mellanöstern och Nordafrika 2011 betonades ofta de sociala mediernas centrala roll. Men ser man till siffrorna ovan inser man att endast en begränsad grupp människor i dessa samhällen faktiskt hade tillgång till Internet och ännu färre till sociala medier. Endast 30 000 egyptier av en befolkning på 83 miljoner använde t.ex. Twitter.

Aktivister från området liksom ny forskning har visat på det utbredda sociala missnöjet i dessa samhällen och betydelsen av mobilisering off-line som hade sina rötter i tidigare protester och organisationer. Det skall dock inte förnekas att användningen av sociala medier hjälpte aktivister att sprida information, även till angränsade länder



*Reklamaffisch för dokumentärfilm om Ai Weiwei, flitig användare av Twitter.*

och omvärlden, och på så sätt påverka utvecklingen. De sociala mediernas styrka är deras snabbhet, att information sprids i realtid och att deltagare och aktivister på plats själva kan ladda upp information, inklusive bilder från protester och övergrepp. Dessutom innebär de sociala medierna goda möjligheter till interaktivitet och nätverkande mellan olika och nya grupper och därmed till bredare mobilisering.

#### **Sociala medier i Kina:**

##### **Ett växande och dynamiskt område**

Många länder i Asien har av kulturella och språkliga skäl utvecklat sina egna sociala medier. I Japan har t.ex. inhemska Mixi länge dominerat marknaden medan Facebook inte rönt så stor framgång, även om antalet användare de senaste två åren ökat markant. I Kina är det framförallt politiska hinder som lett till framväxten av lokala sociala medier och förhindrat de internationella att ta sig in på marknaden. De flesta internationella sociala medier är

blockerade och kan endast nås med hjälp av speciell teknologi, t.ex. VPN, som innebär att man kan hoppa över den s.k. Stora brandväggen (Great Firewall). Sedan 2009 är Twitter blockerat och det gäller även Facebook och YouTube (även om man ibland kan komma åt dem).

En del kineser, kanske runt 200 000 personer, framförallt aktivister och dissidenter, använder dock Twitter som ett forum för frågor (på kinesiska) som man inte öppet kan diskutera på inhemska sociala medier, bloggar och forum. Konstnären och aktivisten Ai Weiwei är en av de mest aktiva kineserna på Twitter med 172 206 fans, medan hans inhemska blogg stängts.

Det finns ett uppdämt behov av sociala medier i det kinesiska samhället då många är väldigt intresserade av ny teknologi och saknat plattformar för kommunikation och debatt. Denna efterfrågan har lett till framväxten av en rad inhemska produkter som liknar de sociala medierna i väst. Det finns både Facebook-liknande sociala medier som t.ex. Renren och Kaixin, video sharing-produkter som Youku och Tudou och en rad Twitter-liknande mikrobloggar.

Sedan 2009 har alla de stora kinesiska internetbolagen utvecklat sina egna mikrobloggar (*weibo* på kinesiska). Intressant nog finns det ett större utbud och större konkurrens mellan kinesiska Internetbolag än det finns internationellt, där ju Twitter dominerar marknaden. Internetjättar som Tencent, Sina och Wangyi har alla sedan 2009, då Twitter blockerades och den första inhemska varianten, Fanfou, förbjöds, utvecklat sina egna mikrobloggar. Weibo är idag den snabbast växande och mest populär av alla sociala medier i Kina. Siffrorna varierar men uppskattningsvis mer än hälften av alla internetanvändare i Kina har börjat använda weibo. Mer än 300 miljoner kineser har t.ex. öppnat ett Sina weibo-konto. Jag kommer därför i denna artikel att fokusera på just weibo.

#### **Twitter och weibo: Skillnader och likheter**

Vad är då skillnaderna och likheterna mellan Twitter och weibo? Man kan diskutera dessa frågor utifrån sådant som funktioner, censur, användningsområden, och vilka som använder mikrobloggar. Eftersom Sina weibo är den största och mest populära mikrobloggen så fokuserar jag på den.

Liksom med Twitter kan man på Sina weibo skriva mikrobloggar på upp till 140 tecken. Det innebär att man inom det utrymmet kan skriva många fler kinesiska tecken

än ord, och eftersom det kinesiska språket i sig är så kompakt och rikt blir weibo-posterna mer innehållsrika än på Twitter. Liksom när det gäller Twitter kan man skicka vidare andras poster, men man kan också bifoga sina egna kommentarer. Detta skapar mer av interaktivitet då dessa kommentarer också syns under den ursprungliga posten, och man kan följa diskussionerna som den gett upphov till.

Man kan också posta bilder direkt. Det går även att göra en jpg-fil av ett större textdokument och lägga upp den vid posten för att läsaren skall slippa hoppa till en ny hemsida, men också för att undvika censur (jpg-filer är inte lika lätta att censurera eftersom texten ligger som en bild). Man kan också i texten länka till andra hemsidor och till videos mm.

Man kan liksom på Twitter skicka ett meddelande till någon, eller göra någon uppmärksam på det man skriver genom att skriva @plusnamnet. Liksom på Twitter kan man använda en s.k. hashtag för att indikera ett nyckelord eller ämne i sin post. Genom att klicka på eller söka på denna hashtag kan man lätt se vad andra skrivit i frågan. Detta bidrar till att skapa förutsättningar för debatt.

Man kan också skicka privata meddelanden till personer man etablerat kontakt med och även lägga upp speciella grupper. På Sina weibo är det inte bara möjligt att se hur många fans en person har, eller vilka den följer, utan också se om man har samma fans eller följer samma personer. Detta skapar en stark känsla av gemenskap och främjar nätverkandet via weibo.

Varken Twitter eller Sina weibo innehåller så mycket privat information. Man kan lägga till information om sig själv, t.ex. yrke, e-mail-adress och telefonnummer, men man kan också använda ett smeknamn eller en pseudonym (idag skall man i Kina enligt nya regler dock registrera sig med fullständigt namn och identitetsnummer). Man kan göra sidan lite mer personlig genom en egen bakgrundsbild och foton av sig själv. Funktionerna liknar alltså varandra men Sina weibo skapar mer utrymme för interaktivitet och gör det lättare att följa diskussionerna mellan olika deltagare.

#### **Digitala klyftor och frågan om vem som har en röst på weibo i Kina**

Liksom på andra håll i världen så existerar det stora digitala klyftor i Kina som beror på fattigdom, utbildning, kön, etnisk tillhörighet och skillnader mellan stad och



landsbygd. Som vi såg har endast runt 40 procent av alla kineser tillgång till Internet.

Studier visar att det i Kina främst är yngre, välutbildade, män och stadsbor, som har tillgång till och använder Internet. De senaste åren har det digitala gapet visserligen minskat något då fler kvinnor och även fler på landsbygden har fått tillgång till Internet. Men det är viktigt att påpeka att även de som har tillgång till Internet kanske inte behärskar eller har kunskap eller tid att utnyttja hela dess potential.

Internet öppnar för ett mer jämlikt informations- och kommunikationsflöde där alla i princip har samma möjlighet att uttrycka sig. Men alla hörs inte lika mycket på Internet utan många är underrepresenterade eller överröstas i mediebruset. De individer och institutioner som redan har ett starkt socialt och kulturellt kapital off-line har betydligt bättre möjligheter att göra sina röster hörda även on-line. Studier visar också att folk använder sig av Internet för olika ändamål och med olika genomslagskraft.

Weibo är en tämligen enkel form av kommunikationsteknologi som inte kräver så mycket kunskap, men naturligtvis en mobiltelefon, som går att koppla till nätet, eller tillgång till en dator samt tid att vara uppkopplad.

Liksom på andra håll i världen var de tidigaste användarna av mikroblogger i Kina teknologikunniga grupper som i sina yrken var beroende av snabb information, själva var opinionsbildare och dessutom ofta hade ett stort behov av att odla sitt kontaktnätverk och att synas. Det förklarar varför grupper som journalister, advokater och aktivister, men även forskare, tillhörde de som snabbast anammade den nya teknologin. Detta var också grupper som i många fall redan hade vanliga bloggar. En studie gjord 2010 visade att så många som 47 procent av de tillfrågade journalisterna redan använde weibo, samtidigt som endast 27 procent av den totala internetpopulationen gjorde det.

Sedan 2010 har weibos popularitet växt och nya grupper fått upp ögonen för denna informationskälla och kommunikationsform. Det beror bl.a. på att weibo kommit att spela en allt viktigare roll när det gäller att snabbt sprida information om nyheter som traditionella medier inte kan rapportera om. Det speglar också ett uppdämt behov i det kinesiska samhället av ett forum för diskussioner, debatter och nätverkande – behov som inte existerar i samma grad i Sverige.

Idag använder sig en stor mängd individer och grupper i Kina av weibo, inklusive vanliga medborgare, kändisar, artister, forskare, advokater, journalister, medier, NGOs,

新浪微博 首页 广场 微吧 应用 游戏 搜索微博、找人 史雯2010 找人 消息 帐号

于建嵘 (设置备注) 私信 http://www.weibo.com/yujianrong 北京, 东城区 中国社会科学院农村所社会问题研究中心主任、教授 已关注 | 取消 发私信 求关注 @他 更多

个人照片 查看全部

微博 心情 他的资料 全部 原创 图片 视频 音乐 标签 搜索他说的话 高级搜索

「寻找」孩子，就是在寻找光明，寻找未来；「寻找」中有欺骗，但更有真情；「寻找」如此艰难，但永不放弃；我们在寻找远离罪恶之路，更在寻找超越个体痛苦之后生命的意义。

@于建嵘: 这是我写的公益微电影《寻子》梗概。请朋友们提出意见，并请有意的导演和演员及投资人联系我。

11月12日09:16 来自新浪微博 转发(708) 评论(141)

11月12日16:57 来自iPad客户端 举报 转发(183) 收藏 评论(150)

新浪认证 中国社会科学院农村发展研究所社会问题研究中心主任 申请认证

2015 1493857 2177 关注 粉丝 微博

关注他的人同时关注了 姚晨 杨澜 马伊琍 徐小平 罗永浩 张颐武 更多

这些人也关注他 (258) 蓝衣工... 黄雪涛... 新民周... 舒浩仑 徐潜川 南都公... 薛蛮子 白卜旦 更多

Yu Jianrongs mikroblogg, där man ser hur många fans han har och hans senaste post.

företag och olika myndigheter, såsom polisen, men i delvis olika syften. Även om det, mig veterligen, inte finns någon fullständig analys över vilka samhällsgrupper som använder weibo, kan man säga att det är ett bredare spektrum av befolkningen än när det gäller Twitter i Sverige, men att grupper som bönder, arbetare och migranter är underrepresenterade.

Yu Jianrong, en känd sociolog och samhällsdebattör, som själv började använda weibo under slutet av 2010 och idag har 1,49 miljoner fans, hävdade i en intervju att tack vare weibo så har alla idag en mikrofon och är sitt eget medium. Det stämmer dock inte riktigt eftersom få blir så uppmärksammade som Yu på weibo.

De som har ännu flera fans är i allmänhet kändisar och artister, t.ex. skådespelerskan Yao Chen med hela 25 miljoner. Det finns enstaka grävande journalister – framför allt de som skriver om sociala frågor och också är aktiva i projekt för välgörenhet – som också har många fans t.ex. Deng Fei (2,47 miljoner) och Wang Keqin (353 500).

Många tidningar använder sig av weibo för att sprida information om sitt arbete och viktiga reportage. Landets viktigaste och mest kritiska tidningar har många fans. *Nanfang zhoumo* har 3,47 miljoner, *Caijing* 3,7 och *Caixin* 1,1 miljoner, medan en partitidning som *Folkets dagblad* har 2,2 miljoner fans och svårare att hävda sig i konkurrensen. Skillnaden blir ännu mer uppenbar då man ser att *Folkets dagblad* hitintills endast publicerat 2 209 poster i jämförelse med 31 360 för *Caixin*, och 45 889 för *Caijing*.

Många NGOs använder sig också numera av weibo för att sprida information om sin verksamhet, men de har rätt få fans. En känd miljöorganisation som Friends of Nature har t.ex. endast 33 311 fans och en organisation som Fria luncher som började via weibo har endast 62 833. När det gäller organisationer som jobbar med marginaliserade grupper som t.ex. migrantarbetare har de ännu färre fans – från några hundra till strax över tusen i medeltal. Sun Heng är den migrantaktivist som har flest, hela 157 673, men det beror på att han också fått stor uppmärksamhet i traditionella medier. En del vanliga migrantarbetare har också öppnat weibo-konton på senare tid men de har endast några hundratal fans.

Man kan inte enbart bedöma en persons eller institutions inflytande efter antalet fans. Det går att köpa sig fans och alla fans läser verkligen inte allt. Än viktigare för genomslagskraften än antalet fans är i vilken utsträckning en persons mikroblogger kommenteras eller vidarebefordras.

De som ursprungligen är rätt resurskraftiga och har stort socialt kapital som t.ex. Yu Jianrong får flest kommentarer och ser sina mikroblogger vidarebefordrade.

Intressant är också vilka fans en person har. Man ser tydligt att fans till resursfattiga personer eller svagare institutioner som NGOs kommer från samma grupp. En inflytelserik grupp som journalister har bland sina fans både kollegor, personer från andra inflytelserika grupper som advokater och resursfattiga personer som gärna vill ha uppmärksamhet. För dem är det viktigt att få uppmärksamhet av resurstarka personer som kan skriva om dem eller vidarebefordra deras poster. De försöker ofta skicka @poster till de personer de vill komma i kontakt med. Det finns flera exempel på hur t.ex. journalister hjälpt personer de rapporterat om att sätta upp weibo-konto. Ibland har dessa personer själva insett weibos betydelse och fortsatt skriva om sina problem på weibo när medias intresse slocknat.

### Censuren och användarnas ”katt och rätta lek”

Censur och kontroll av Internet existerar på många nivåer och utövas på olika sätt. Flera myndigheter ansvarar för denna censur i samarbete med säkerhetspolisen och internetföretagen själva. 2011 etablerades en ny myndighet för att koordinera detta arbete. Det största hindret, och mest uppenbara, är den Stora brandvägg (Great Firewall) som innebär att vissa utländska hemsidor, t.ex. de som tillhör olika människorättsorganisationer, är helt blockerade, och att internationella sociala medier inte är åtkomliga. Kina har också vid enstaka tillfällen stängt ner Internet helt, t.ex. i Xinjiang-provinsen under tio månader efter oroligheterna 2009. Myndigheterna kan också beordra att inhemska hemsidor läggs ner, t.ex. bloggar av regimkritiker eller andra som skriver kritiskt.

Man har också teknik som innebär att det är omöjligt att göra sökningar på vissa ord eller namn, eller att resultaten manipuleras. Detta kan gälla mer generella sökord som berör känsliga politiska händelser, som t.ex. demokratiörelsen 1989, och namn på dissidenter som t.ex. Liu Xiaobo och omnämmandet av hans Nobelpris. Manuell censur genomförs också av alla de s.k. internetpoliserna som har till uppgift att finkamma Internet, samtidigt som personer mot betalning (det s.k. Femtio-öres partiet) skriver regimvänliga saker och kritiserar dem som är regimkritiska. Propagandan kan vara mer försätlig idag eftersom det kan se ut som om det är ”vanliga” männis-

kor som skriver och stödjer regimen. Internet har alltså blivit ett viktigt forum för propaganda.

Mycket av ansvaret för censuren åläggs internetföretagen själva, och det gäller också för weibo. Myndigheterna ger direktiv och uppdatering till företagen om vad som är förbjudet, men det ålägger företagen att se till att poster på weibo plockas bort, att sökningar efter vissa händelser eller namn inte går att göra, och att användare som bryter mot detta får tillsägelser eller blir avstängda. Trycket på internetföretagen har hårdnat och nya regler, som t.ex. registrering med ID-nummer, och olika former av disciplinåtgärder, har utarbetats, även om dessa ännu inte verkar ha införts fullt ut.

Censuren kan ofta vara väldigt ad hoc och godtycklig. Den är hårdare under speciellt känsliga perioder. Mycket bygger dock på självcensur både i de traditionella och de nya medierna och att man vet var gränsen går. Idag verkar dock många vara mindre rädda än förr och gränserna tånjs hela tiden. Weibo har skapat en form av civilt motstånd som tar sig uttryck i ironiska kommentarer, skämt, och mer konstnärlig kritik och protester. Många finner stöd och inspiration i andras verbala protester. Dessutom är risken inte så stor om man bara nöjer sig med att vidarebefordra andras kritiska kommentarer. De finns dock många fall där personer arresterats p.g.a. det de skrivit på Internet.

Censuren kan bekämpas på många olika sätt. Ett är att skaffa sig den teknologi, t.ex. VPN, som gör att man kan ta sig över ”muren” och koppla upp sig mot utländska servrar och läsa och skriva på hemsidor som den kinesiska staten inte kontrollerar.

På weibo har det utvecklats flera sätt att kringgå censuren. Man kan när man vill skriva om något eller någon som är för känslig att omnämnas använda pinyin eller engelska, skriva förkortningar, använda slanguttryck, skapa nya ord eller använda sig av andra tecken med samma uttal. När Liu Xiaobo fick nobelpriset skrev många hans namn i pinyin eller bara LXB. Innan censorerna hann upptäcka detta – i vissa fall tog det endast några minuter – hade dessa poster redan hunnit läsas och skickas vidare.

Många använder sig av bilder som inte är lika enkla att censurera som text. En del bytte t.ex. ut sitt eget foto mot Ai Weiweis eller Cheng Guangchangs för att protestera mot förföljelsen av dem. Som ett sätt att visa sitt stöd för den blinde Chen genomfördes en kampanj

där man tog ett foto på sig själv iförd solglasögon och lade upp det på sin sida. Det är också möjligt att bifoga mer känslig text som en jpg-fil, d.v.s. som en bildfil i stället för en textfil.

Många utmanar censuren genom skämt och ironi. Det kinesiska språket inbjuder till ironiska skämt och ordlekar och det har verkligen blommat ut på Internet. Man kan t.ex. nämna att man fått sina poster ”harmoniserade”, d.v.s. borttagna och censurerade. Detta anspelar på den vikt som regimen lagt vid att bygga ett ”harmoniskt samhälle” där kritiska röster som anses hota stabiliteten inte hör hemma.

### Vad diskuteras på weibo? Hur används weibo?

Weibo används i alla möjliga sammanhang och för många olika syften. Många använder weibo som vi använder Facebook, d.v.s. i en mer dagboksliknande form för en mindre krets vänner och bekanta för att berätta vad man gör, var man befinner sig och med vem. För företag har weibo blivit en del av den vanliga marknadsföringen, medan t.ex. filmare och skådespelare uppdaterar sina fans med information om sina nya filmer. Utländska organisationer som ambassader, kulturinstitut och medier, som vill synas och informera om sin verksamhet, har också etablerat weibo-konton.

Weibo- liksom Twitter-användarna kan grovt delas in i två typer: de som är mer intresserade av att synas och höras, och de som är mer intresserade av interaktion och kommunikation. Den som är intresserad av att synas för ofta mer av en monolog och interagerar inte så mycket med eller följer så många andra personer. Den som använder weibo som en form av kommunikation eller debattforum följer fler personer och skickar vidare och kommenterar mer på andras mikroblogger.

Majoriteten av det som sägs på weibo handlar om det personliga och det triviala, t.ex. skvaller, skämt och roliga videor, eller har mer kommersiella och professionella syften. Men många kineser använder weibo för att hålla sig uppdaterade om aktuella frågor och nyheter och för att informera andra. Det innebär att nyheter, dagsaktuella frågor, diskussioner och samhällsdebatt samt protester och välgörenhet är viktiga ämnen på weibo. Dessa mer samhällsorienterade ämnen bidrar till mer interaktion och debatt i det kinesiska samhället, och de innebär växande utmaningar för regimen.

Inhemska nyheter och heta ämnen dyker snabbt upp på weibo. I vissa fall är det här man läser dem först, då tra-

ditionella medier är långsammare och mer kontrollerade. Även om Twitter är viktigt för snabb information, speciellt när det gäller katastrofer och olyckor som tsunamin i Japan 2011, så spelar weibo en viktigare roll i Kina p.g.a. bristen på pressfrihet och tillförlitlig information.

Information och bilder från tågolyckan utanför Wenzhou sommaren 2011 kom t.ex. först på weibo. Medan traditionella medier var hårt kontrollerade till en början så väcktes många frågor kring orsakerna till olyckan på weibo, vilket satte press på myndigheterna och ledde till att flera tidningar också kunde göra mer grävande reportage. Den svåra översvämningen i Peking i somras, och myndigheternas dåliga hantering av den, väckte också mycket diskussioner och kritik på weibo.

Debatt på weibo kan påverka och tvinga både myndigheter och de traditionella medierna att ta upp dessa frågor och ta till sig kritiken. För myndigheterna har weibo därför blivit en viktig källa för att läsa av stämningarna i landet. Andra grupper som advokater använder weibo för att föra ut information om fall de jobbar med, väcka uppmärksamhet om problem på rättsområdet samt diskutera rättsreformer. Även om det råder vissa restriktioner för hur och vad journalister kan skriva på weibo, så har många börjat använda weibo för att berätta om problem och hinder de stöter på i sin yrkesutövning och även ta upp fall de inte kan skriva om i tidningen.

Politiska skandaler som Bo Xilai-fallet är känsliga för kommunistpartiet och här vill man ha kontroll över informationsflödet. De kinesiska medierna kunde endast publicera den information som officiellt släpptes, medan rykten och information från andra källor, inklusive rapporter från utländska media, flödade på weibo. Dock försökte myndigheterna att även censurera weibo, och i tre dagar var kommentarfunktionen avstängd.

Men det är inte bara känsliga nyheter som snabbt sprids via weibo. När Mo Yan fick Nobelpriset i litteratur så blev det inte bara en huvudnyhet i tidningarna utan även det hetaste ämnet på weibo. Mellan 10 och 17 oktober publicerades runt 8,5 miljoner poster om Mo Yan på Sina weibo. Mycket var nyhetsrapportering men många personliga kommentarer av både positiv och väldigt kritisk natur hördes också.

Internationella nyheter och händelser får också stort utrymme på weibo, speciellt om det är relevant för Kina. Jasminrevolutionen i Mellanöstern och Nordafrika väckte stort intresse bland många kineser eftersom den innebar





Annons för Fria luncher, ett initiativ som började med en kampanj på weibo.

en demokratisk öppning för länder som länge varit auktoritära. Men nyhetsrapporteringen var hårt kontrollerad och det gick inte att göra sökningar på weibo. T.o.m. blomman jasmin blev ett förbjudet ord. Det hindrade dock inte kommentarer på engelska eller publicering av foton från protesterna.

Många mikroblogger handlar om personliga eller mer kollektiva orättvisor, brott mot de mänskliga rättigheterna och protester av olika slag. Dessa poster riskerar ofta att censureras eller plockas bort snabbt, men det är slående hur mycket som ändå kan publiceras. Så länge det rör sig om mer privata och isolerade frågor som inte berör den nationella säkerheten, är det oftast inte något problem. Det kan gälla rättstvister rörande rivningar av hus och konfiskering av land, men även mer komplicerade rättsfall (som övergrepp i samband med kampanjen mot brott i Chongqing) och försvinnanden och häktningarna av flera advokater under 2011.

Som redan nämnts var behandlingen av Ai Weiwei och Chen Guangcheng något som engagerade många på weibo. För många utanför den lilla gruppen aktivister var det säkert första gången de hörde talas om deras fall och det visar hur viktigt weibo kan vara för att sprida information. Andra mikroblogger har berört protesterna i Wukan (rörande oegentligheter gällande mark och lokalt styre) och

i Dalian (rörande en miljöfarlig fabrik). En del oberoende kandidater till de lokala folkkongresserna försökte under 2011 att använda weibo som en plattform för att föra ut sitt budskap. En del hann få flera miljoner fans innan deras konton stängdes.

Även om NGOs har haft svårt att göra sig hörda på weibo så har det blivit ett viktigt forum för olika slags välgörenhetsaktiviteter. Många skriver om behjärtansvärda frågor på sin weibo och startar insamlingar av pengar till personer som råkat ut för olyckor och sjukdomar. Under 2011 uppstod också flera nätverk och organisationer på weibo. Det var framförallt kända journalister och samhällsdebattörer som banade vägen och väckte stor uppmärksamhet kring frågor som kidnapping och handel med barn, bristen på och alltför näringsfattiga luncher bland skolbarn på landsbygden och den svåra situationen för migranter med arbetsrelaterade sjukdomar. De byggde på sina omfattande nätverk på weibo och började med att posta information och samla in pengar. I flera fall har det lett till etablerandet av regelrätta organisationer som fortsätter att använda weibo som ett viktigt instrument.

De kinesiska myndigheterna ser också weibo som ett viktigt verktyg. Allt fler myndigheter har satt upp egna weibo-konton och studerat hur man via dem bäst för ut

sitt budskap. Det fanns tidigare i år 25 866 weibo-konton hos olika myndigheter, och av dem tillhörde 8 583 polisen. Polisen är alltså den myndighet som satt upp flest weibo-konton och de har också flest fans av myndigheterna. De första av dessa poliskonton sattes upp i början av 2010, och flera har idag ett par miljoner fans. Många är väldigt aktiva när det gäller att posta saker – en polismyndighet har sedan februari 2010 skrivit 26 732 poster – men det är väldigt lite interaktivitet i många fall. Den dagen det bröt ut miljöprotester i Dalian postade polisen ingen information alls på sin weibo. Runt 20 000 enskilda tjänstemän, varav 4 973 poliser, har också sina egna weibo-konton.

### Kan weibo verkligen förändra Kina?

Det är anmärkningsvärt hur snabbt så många kineser tagit weibo till sitt hjärta. Idag använder mer än hälften av alla internetanvändare, och kanske runt 25 procent av hela Kinas befolkning, weibo. Det är imponerande siffror om man jämför med Twitter som kanske har runt 500 miljoner användare i hela världen. Men hur allvarlig som utmaning betraktad är egentligen weibo? Som vi redan diskuterat existerar idag sofistikerade teknologier för censur. De kinesiska internetföretagen är förpliktigade att tjäna kommunistpartiet och implementera censuren, vilket idag även innefattar att kontrollera och styra debatten på weibo.

Men det finns och utvecklas många kryphål och möjligheter för användare att ta sig runt censuren. Ny forskning har visat att den kinesiska staten är mer benägen att se mellan fingrarna när det gäller enbart kritik, även kritik riktad mot politiska ledare, men att censuren och nedslagen är hårdare mot de mikroblogger/personer som diskuterar eller förbereder off-line-mobilisering och protester. Detta är inte förvånande eftersom organiserade större protester off-line alltid setts som det största hotet mot kommunistpartiet. Men vi ser även här att kommunistpartiet utvecklat en mer diversifierad och sofistikerad taktik för hur man hanterar protester beroende på storlek, frågor, och måltavlor.

Weibo har blivit både en viktig ideologisk plattform för kommunistpartiet och olika myndigheter, och ett sätt för dem att avläsa stämningarna i landet i viktiga frågor. En del bedömare, som bloggaren Michael Anti, menar att weibo till en del fungerar som en säkerhetsventil eftersom många kineser här kan uttrycka sina åsikter och få utlopp för sin frustration utan att gå ut på gatorna

och demonstrera. Men man skall inte underskatta weibos möjlighet att väcka viktiga frågor, diskutera orättvisor och skapa nya kontaktytor mellan människor som tidigare inte kände varandra, men nu upptäcker att de har samma åsikter och gemensamma intressen. I ett samhälle som det kinesiska, där det av historiska, kulturella och politiska skäl hitintills har varit svårt att skapa nya gemenskaper, och där civilsamhället är svagt, kan denna typ av plattform vara oerhört betydelsefull. Viktiga nyheter sprids snabbt och debatter tar fart och påverkar olika samhällsinstitutioner och enskilda individer.

Det som talar mot att weibo verkligen kan förändra Kina är inte bara den fortfarande starka statsmakten, censuren och nya teknologiska landvinningar, utan också att debatten på weibo trots allt är väldigt spretig och fragmenterad. Den utgör inte någon verklig ”public sphere”. Det finns en svag koppling mellan att göra sig hörd på weibo och att organisera sig off-line. Dessutom är väldigt många samhällsgrupper underrepresenterade och syns inte på weibo. Många använder det inte ens. Weibo har visserligen skapat ett större utrymme för kinesiska medborgare att uttrycka sig och utmana censuren, men det innebär ”til syvende og sidst” trots allt en högst begränsad yttrandefrihet.

### NOT:

Denna artikel bygger på forskning och författarens egen användning av weibo sedan augusti 2010.

### VALDA REFERENSER:

Kina och mikrobloggarnas makt, UR samtiden. En debatt med Michael Anti, Christian Christenson och Marina Svensson, mars 2012, <http://www.ur.se/Produkter/169497-UR-Samtiden-Kina-och-mikrobloggarnas-makt-Kina-och-mikrobloggarnas-makt>

### LITEN ORDLISTA:

Mikroblogg/weibo 微博  
Great Firewall 防火墙  
”Hoppa över muren” 翻墙  
Bli harmoniserad (få sin post borttagen) 被和谐  
Femtio-öres-partiet 五毛党

Marina Svensson är docent och forskare vid Centrum för öst- och sydostasienstudier, Lunds universitet.