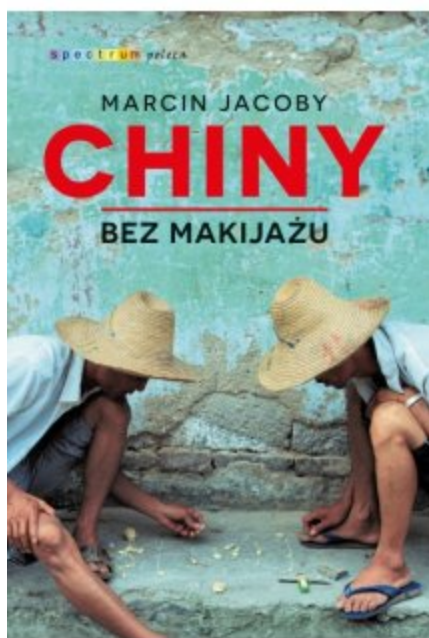


Chiny bez makijażu - Marcin Jacoby

Czy Chiny to archaiczna dyktatura gnębiąca swoich obywateli, czy może nowoczesna potęga ekonomiczna? Lider innowacji czy moloch o zapadłych wioskach i tysiącach robotników pracujących w pocie czoła w fabrykach? Czy coś łączy dawne cesarstwo i dzisiejszą młodocianą potęgę, czy istnieją cechy wspólne pomiędzy pradawną cywilizacją, gdzie niemal wszystko wynaleziono na długo przed Europą, a krajem tanich podróbek, na które wielu z nas patrzy z góry? Jacy ludzie żyją w tym najludniejszym państwie na Ziemi? Czy stanowią jednolitą masę, czy są mozaiką narodów, języków i kultur? W co wierzą, jakie mają zmartwienia? Jakie wyzwania stawia przed nimi nowoczesność? (od Wydawcy)



Czy Chiny to archaiczna dyktatura gnębiąca swoich obywateli, czy może nowoczesna potęga ekonomiczna? Lider innowacji czy moloch o zapadłych wioskach i tysiącach robotników pracujących w pocie czoła w fabrykach? Czy coś łączy dawne cesarstwo i dzisiejszą młodocianą potęgę, czy istnieją cechy wspólne pomiędzy pradawną cywilizacją, gdzie niemal wszystko wynaleziono na długo przed Europą, a krajem tanich podróbek, na które wielu z nas patrzy z góry? Jacy ludzie żyją w tym najludniejszym państwie na Ziemi? (od Wydawcy)

Marcin Jacoby

Chiny bez makijażu

rok wydania: 2016

Wydawnictwo MUZA

Chińska дума

Można być dumnym z dzisiejszych, wciąż czerwonych, Chin i wielu Chińczyków to właśnie czuje. W ciągu ostatnich trzydziestu paru lat od rozpoczęcia okresu reform i otwarcia (1979) Chiny dokonały cywilizacyjnego skoku tak szybkiego, że nie wszyscy jeszcze rozumieją, w jakim kraju się znaleźli. Dotyczy to szczególnie ludzi starych, za młodu pędzonych z pustymi żołądkami do pracy na wsi, a teraz gubiących się na wielopoziomowych węzłach komunikacyjnych zapchanych doszczętnie przez drogie samochody czy w centrach handlowych, gdzie jeden ciuszek kosztuje więcej, niż udało im się uzbierać przez całe życie. Nie rozumieją tego również niektórzy obcokrajowcy, w tym Polacy, którym wydaje się, że Chińczycy w szaroniebieskich mundurkach nadal jeżdżą rowerami, i którzy patrzą na Chiny przez pryzmat tandetnych wyrobów z plastiku i tanich zabawek. Dopiero wizyta w Chinach otwiera oczy. Na początek polecam przejechanie się jeszcze raz Drugą Obwodnicą Wschodnią w Pekinie (tą samą, którą przemierzaliśmy już w poszukiwaniu śladów dawnego Pekinu) i obejrzenie tamtejszych biurowców. Mają tam swoje siedziby takie potęgi jak Sinopec, Minmetals czy Poly, mieści się tam również nowe centrum handlowe Galaxy Soho, zaprojektowane przez słynną Zahę Hadid. I proszę mi wierzyć: nie jest to jedyna ciekawa budowla w tej okolicy. Potem warto skrócić na wschód do pekińskiego City (CBD – Central Business District), żeby obraz wąskich pekińskich uliczek na dobre wykorzeńić z naszych umysłów. Centrum Warszawy z kilkoma drapaczami chmur wyda się nam potem prowincjonalnym miasteczkiem, a słynny „Mordor”, czyli dzielnica biurowców przy ulicy Wołoskiej, okaże się tak mały i przytulny, że będziemy tam odtąd chodzić na romantyczne spacerki.

Chiny, z poturbowanego, przeludnionego kraju Trzeciego Świata, nagle stały się liderem, konkurentem Stanów Zjednoczonych, jedną z największych gospodarek naszego globu. Miasta zmieniły swoje oblicza, połączone zostały siecią autostrad i szybkiej kolei, na gigantycznych lotniskach w Pekinie, Szanghaju i wielu innych miastach lądują jeden za drugim wielkie samoloty pasażerskie z całego świata, wypełnione turystami, biznesmenami i studentami. O Chinach się mówi, pisze, dyskutuje. Chiński przewodniczący witany jest z największą pompą przez kluczowych światowych przywódców, wszyscy chcą mieć z Chinami dobre, przyjacielskie stosunki. Chiny organizują olimpiady (teraz przygotowują się już do kolejnej, tym razem zimowej, w 2022 roku), są krajem, gdzie wszystko jest największe, najdroższe, najbardziej okazałe, wysyłają ludzi w kosmos, wyrastają na lidera technologii. Nagle okazuje się, że Volvo jest już chińskie, że kupujemy coraz więcej chińskich smartfonów firm Huawei lub Xiaomi, że chiński portal zakupowy Alibaba zostawia w tyle Amazona.

I jak tu nie być dumnym ze swojego kraju, który już jest albo liderem w danej dziedzinie, albo zaraz nim będzie? Od gospodarki przez technologię do sportu – chińskich sukcesów w ostatnich latach jest tyle, że wymienienie jeszcze kolejnych do końca państwa by uściło.

Rok 2008 i olimpiada w Pekinie zdecydowanie jest tu cezurą. Coś się w Chinach zmieniło, nagle całe społeczeństwo zrozumiało, że one już nie aspirują, nie starają się: one SĄ wielkie. Urzekły Chińczyków ogromne obiekty sportowe oddane wtedy do użytku, urzekły olimpijskie spektakle, kiedy cały świat zdawał się patrzeć na potęgę i nowoczesność Chin. Mam nieodparte wrażenie, że olimpiada, podobnie jak dwa lata później Expo w Szanghaju, zostały zorganizowane nie dla

świata, ale właśnie dla Państwa Środka. Konstrukcja obydwu była zresztą podobna: zbudowano gigantyczne obiekty, które mogły przyćmić wszystko, co zrobiono wcześniej, zaproszono tysiące gości z zagranicy. A potem powiedziano Chińczykom: „Chodźcie, zobaczcie, jak wygląda świat. Świat przyjechał do was, żeby się wam pokazać”.

Nie brałem udziału w przygotowaniach do olimpiady, nie było mnie też wtedy w Pekinie. Pracowałem natomiast przy Expo w 2010 roku i byłem tam kilkakrotnie. Przechadzałem się pomiędzy pawilonami poszczególnych krajów i myślałem: „Po co to wszystko jest? Kto i dla kogo to wszystko zrobił?”. Expo wyglądało jak ogromne wesołe miasteczko. Każdy kraj chciał się pokazać od najlepszej strony: wybudowano wspaniałe, nowoczesne i piekielnie drogie pawilony, w środku robiono wszystko, by zachwycić, zaciekawić chińską publiczność. Każdy kraj zdawał się krzyczeć do chińskiego zwiedzającego: „Zapamiętaj właśnie mnie! Zabawię cię, zachwycę, tylko mnie zapamiętaj, proszę!”. Tu nie chodziło o biznes, o wystawę handlową, Expo w Szanghaju było wielkim festynem, na który ściągnęli cyrkowcy z całego świata.

Starałem się wyobrazić sobie, co myślą chińskie tłumy, które niczym rzeki wlewały się codziennie na tereny Expo przez każdą z bram. Sądzę, że Chińczycy byli zachwyceni. W ich kraju rząd zorganizował im fantastyczną przygodę. Dał miejsce, dokąd zjechały niemal wszystkie kraje świata po to tylko, żeby pokazać im, zwiedzającym, co mają najlepszego. To był show dla nich, dla ludzi z chińskiej prowincji, z małych miast, gdzie świat ogląda się tylko w telewizji. Nagle dostali go za cenę jednego biletu wstępu, mieli go tuż pod nosem. Mogli chodzić od kraju do kraju, od pawilonu do pawilonu, oglądać, bawić się, dostawać prezenciki i poczęstunki. Na koniec udawali się do pawilonu

chińskiego, który był oczywiście największy i najwyższy. Tam utwierdzali się w przekonaniu, że to Chiny dominują, nie tylko na tej wystawie, ale w ogóle. Nie byli dalecy od prawdy.

Expo było majstersztykiem komunikacji wewnętrznej i modelu biznesowego. Chiny zorganizowały dla swojego społeczeństwa największy festyn w historii, pokazały mu, że są potęgą, i jeszcze na tym wszystkim zarobiły! Nie mówi się o tym, bo to raczej wstydlivy temat, ale każdy z krajów, który chciał się na Expo pokazać, w tym Polska, wydał na ten cel małą fortunę. Nie tylko za wszystko trzeba było płacić, ale i wszystko musiały wykonywać wyznaczone chińskie firmy: od transportu materiałów i budowy pawilonów przez ich wyposażenie i utrzymanie aż do ich likwidacji i utylizacji. Expo było terenem zamkniętym, nic nie mogło być wwieziane i wywiezione inaczej niż przez wyznaczonego chińskiego pośrednika. Na koniec każdy z krajów musiał swój pawilon zdemontować, teren oczyścić i zostawić zupełnie pusty plac. Nie muszę zaznaczać, że ceny za wszystkie usługi były astronomiczne. Presja na pokazanie się w Chinach była jednak tak wielka, że mimo złej koniunktury światowej każdy wyskrobał z portfela, ile mógł, i rozwinął swój pawilon do podziwiania przez chińskich zwiedzających. Dzięki temu chińskie wydatki na przygotowania do Expo nie tylko się zwróciły, ale Chiny wręcz zarobiły na całej imprezie.

Kolejnym krokiem w wewnętrznym PR był podbój kosmosu. Choć Chińczycy od roku 1956 realizowali własny program kosmiczny (notabene rakiety nośne nazywały się „Długi Marsz”), dopiero w 1992 ruszył program Shenzhou, który doprowadził do współczesnych sukcesów. Od pierwszego lotu załogowego (Yang Liwei w 2003), sond wysyłanych na Księżyc (2007, 2010) i Marsa (nieudana próba w 2012) przez lądowanie łazika Yutu na Księżycu (2013), program nabiera

rozpędu, a planiści apetytu na dalsze osiągnięcia. W planach jest stacja orbitalna Tiangong (2020) i loty załogowe na Marsa (od 2040). Trzeba oddać hołd chińskiej inwencji, również gdy chodzi o nazwy, które w tym programie są genialne. Shenzhou to poetycka Boska Łódź. Sondy księżycowe nazwano imieniem Chang E, legendarnej bogini (już o niej pisałem), która uniosła się do nieba po przedawkowaniu eliksiru nieśmiertelności i zamieszkała na Księżycu. Yutu (nazwa łazika) to Nefrytowy Królik, który według tej samej legendy mieszka z Chang E na Księżycu. Tiangong (stacja orbitalna), Niebiański Pałac, nawiązuje do miejsca, gdzie mieli mieszkać chińscy bogowie. Inwencji być może nie starczyło na Marsa, bo sonda marsjańska to Yinghuo, czyli Blask Świetlika. Też ładnie, ale już bez powiązania z chińską tradycją.

Chiny w ostatnich latach wszystko muszą mieć „naj”. I mają. Najwyżej położoną linię szybkiej kolei – linia Qinghai–Tybet prowadzi przez przełęcz Tanggula na wysokości pięciu tysięcy siedemdziesięciu dwóch metrów nad poziomem morza... Najszybszą kolej konwencjonalną – linia Wuhan–Guangzhou, trzysta pięćdziesiąt kilometrów na godzinę, i Maglev – linia z szanghajskiego lotniska Pudong do miasta, czterysta trzydzieści kilometrów na godzinę, a są to najwyższe na świecie prędkości osiągnane nie przez prototypy, tu królują Japończycy i Francuzi, ale przez jeżdżące w rozkładach pociągi komercyjne. New Century Global Center w mieście Chengdu, największy wolno stojący budynek o powierzchni milion siedemset tysięcy metrów kwadratowych, postawiony na dwustu tysiącach metrów kwadratowych gruntu. Tak naprawdę nie jest największy w ogóle, oprócz niego można wymienić co najmniej pięć od niego większych gmachów fabrycznych (między innymi mieszczących linie produkcyjne Boeinga, Airbusa i kilku firm motoryzacyjnych), ale największy wśród tych o charakterze użytkowym zbudowanych w mieście. W Szanghaju jest na ukończeniu Shanghai Tower, drugi na świecie pod względem wysokości

ultranowoczesny drapacz chmur o charakterystycznej, skręconej sylwetce. W Suzhou, na Harmony Times Square, znajduje się największy na świecie ekran LED (szesnaście tysięcy metrów kwadratowych), który zdetronizował jedną z atrakcji Pekinu, ekran w The Place, o powierzchni siedmiu tysięcy czterystu sześćdziesięciu sześciu metrów kwadratowych.

Niektóre „naj” pojawiają się same i są wynikiem chińskiej demografii czy ekspansji ekonomicznej. I tak na dziesięć największych portów kontenerowych świata (pod względem liczby przeładowywanych kontenerów) aż siedem leży w Chinach, w pierwszej trójce są Szanghaj i Shenzhen (pomiędzy nie „wcisnął się” Singapur). Pekin ma drugie największe lotnisko świata pod względem liczby pasażerów (po Atlancie i przed Heathrow). Choć statystyki największych miast świata różnią się od siebie znacznie (w zależności od tego, czy liczymy samo miasto w podziale administracyjnym, czy rzeczywistą aglomerację miejską, na którą często składa się kilka połączonych ze sobą miast, na przykład Tokio–Jokohama czy Seul–Incheon), w pierwszej dziesiątce zawsze znajdują się Szanghaj (dwadzieścia trzy miliony mieszkańców) i Pekin (dwadzieścia jeden milionów mieszkańców). Obydwa miasta zajmują odpowiednio pierwsze i trzecie miejsce w rankingu populacji miast w ich administracyjnie wyznaczonych granicach (na miejscu drugim plasuje się Karaczi w Pakistanie).

No i oczywiście same Chiny z populacją w okolicach miliarda czterystu milionów są najludniejszym krajem świata. Dodam, że w roku 1955 ta populacja była o ponad połowę mniejsza, ledwie sześćsetmilionowa, ale za to z najwyższym przyrostem naturalnym (sięgającym nawet dwu i siedmiu dziesiątych procent w skali roku) w latach 1962–1969 i 1984–1987.

Statystyki można by mnożyć, ale już ta krótka lista robi wrażenie i wyjaśnia, dlaczego przyjeżdżający do Warszawy Chińczycy czują się tu przytulnie i cicho jak w małym prowincjonalnym miasteczku. Pokazuje też, że są namacalne i mierzalne powody tego, że mówią o swoim kraju z coraz większą dumą i przeświadczeni są o jego przewodniej pozycji, roli i wpływie.

W pozytywnym PR pomagają dokonania chińskich sportowców. Na olimpiadzie w Pekinie zdominowali oni wręcz takie dyscypliny jak skoki do wody, gimnastyka, podnoszenie ciężarów czy strzelanie, i to poza swoimi tradycyjnymi asami: tenisem stołowym czy badmintonem. Zdobyli najwięcej, bo aż pięćdziesiąt jeden złotych medali. W Londynie w 2012 roku poszło im trochę gorzej (trzydzieści osiem złotych, osiemdziesiąt osiem ogółem), ale i tak skończyli jako drudzy w rankingu ogólnym, po USA.

Świetnie radzi sobie również język chiński, którego dawniej uczyli się jedynie lekko zwariowani zapaleńcy (w tym autor tej publikacji), a teraz uczą się nawet dzieci w przedszkolach. To też działa dobrze na chińskiego. Agencja Xinhua podała w 2014 roku, że chińskim władza lub uczy się go około stu milionów obcokrajowców, przy czym trzysta pięćdziesiąt tysięcy robi to w Chinach. Do tego dodajmy ekspansję prawie pięciuset Instytutów Konfucjusza na całym świecie (według stanu z połowy 2015 roku – obecnie działają one w dziewięćdziesięciu trzech krajach i regionach, w tym w Polsce) i obecność tysięcy prywatnych szkół tego języka w niemal każdym większym mieście na ziemi.

Nic tak nie połehtało chińskiej dumy narodowej jak pojawienie się w 2011 roku na Times Square w samym sercu Nowego Jorku ogromnego telebimu rządowej agencji informacyjnej Xinhua (czyli Nowe Chiny). Na ekranie o rozmiarach 19×12 metrów wyświetlane są oficjalne wiadomości chińskie oraz filmy promocyjne różnych miast i prowincji. Umieszczenie tuby informacyjnej rządu chińskiego w samym centrum imperialistycznej potęgi działa na Chińczyków do dziś. Stojąc na Times Square, warto poobserwować chińskich turystów – jestem pewien, że zobaczymy łzy błyszczące w ich oczach na sam widok logo agencji Xinhua i pejzaży z różnych rejonów Chin. By dopełnić dzieła informacyjnego podboju Ameryki, druga tuba rządu chińskiego, „Dziennik Ludowy” („Renmin Ribao”) wynajął sobie nowojorskie biuro nie gdzie indziej jak w Empire State Building.

Niektórzy aktywiści europejscy dziwią się, dlaczego Komunistyczna Partia Chin cieszy się w Państwie Środka tak dużym poparciem. Szczególnie w Polsce wiele osób oczekuje, że chińskie podejście do aparatu władzy powinno być podobne jak u nas przed 1989 rokiem – dystans, kpina, niedowierzanie mediom. Ale w Chinach jest kompletnie inaczej. Przede wszystkim gigantyczny skok cywilizacyjny kraju w ostatnich kilkudziesięciu latach stanowi realny dowód na to, że obecna władza wie, jak modernizować kraj. Stworzyła giganta, który boryka się z całą listą poważnych problemów, ale cały czas jak burza idzie do przodu. Obecny prezydent Xi Jinping zadbał też o to, by jasno wytyczone zostały ambitne cele na przyszłość: stworzenie „społeczeństwa umiarkowanego dobrobytu” – do 2021 (stulecie powstania Komunistycznej Partii Chin), „wielki renesans chińskiego narodu” – do 2049 (stulecie założenia Chińskiej Republiki Ludowej). A na teraz ukuł dla swojego narodu hasło „chińskiego marzenia” (Zhongguo meng). Gdy pierwszy raz użył tego terminu, nikt nie

wiedział, o co właściwie chodzi, jednak Chińczycy z typową dla siebie zrećnością zdążyli już wypełnić ten pusty slogan treścią. Dziś każdy mówi o chińskim marzeniu, rozumiejąc je najczęściej jako ziszczenie snu o potędze i prosperity Państwa Środka – na poziomie kraju, ale i na poziomie każdego obywatela. Czyli właśnie „wielki renesans chińskiego narodu” – cel, do którego dąży ekipa Xi.

To wszystko bardzo się ludziom podoba. Duża część populacji widzi nie tylko skok cywilizacyjny kraju, ale również to, jak bardzo poprawił się ich własny standard życia. Nie wszystkich i nie w równym stopniu dotyczy chiński wzrost, ale zdecydowana większość społeczeństwa na tym rozwoju korzysta. Żyje się coraz lepiej i ma się coraz więcej pieniędzy, czego dowodem jest nie tylko rosnący popyt, ale i rosnąca liczba chińskich turystów w kraju i za granicą. I na koniec, to właśnie opisane wcześniej fakty o znaczeniu wizerunkowym stanowią ważny powód rosnącej dumy narodowej Chińczyków. Jest się czym chwalić nie tylko w gospodarce, ale i na polach, które działają przede wszystkim na poziomie narodowego ego: sukcesach sportowych i wizerunkowych, dokonaniach o znaczeniu symbolicznym, obecności i widoczności na świecie. Gdy ma się niemal wszystko największe i najszybsze, gdy widzi się, jak wszędzie na świecie ludzie chcą się uczyć naszego języka, gdy ogląda się własne produkcje filmowe w kinach i chińskie newsy na telebimie na Times Square, myśli się pewnie: „Całkiem nieźle nam się wiedzie”. I wcale nie pragnie się zmiany.

Nawet ludzie, którzy wiodą trudną egzystencję, osoby biedne, ledwo wiążące koniec z końcem, nawet one, a może przede wszystkim one, widzą w tych międzynarodowych sukcesach Chin ogromną wartość. Znam tę dumę z setek rozmów z taksówkarzami, studentami chińskimi czy drobnymi sklepikarzami i restauratorami. Być może wiedzie im się

słabo, może noszą w sobie całe mnóstwo goryczy i żalu z powodu korupcji, drożyzny, niestabilności społecznej czy zanieczyszczenia środowiska. Ale są dumni z tego, jak Chiny radzą sobie na świecie. Nie wstydzą się być Chińczykami, nie naśmiewają się ze swojego kraju. Stworzenie takiej atmosfery w Chinach to niezaprzeczalnie wielkie dokonanie chińskich władz na gruncie wewnętrznego PR, dokonanie, które zabezpiecza KPCh rządy na wiele lat naprzód.

Jest to fragment książki *Chiny bez makijażu*, która ukazała się nakładem wydawnictwa MUZA