

C dân m ng Trung Qu c dùng ki u "nói lóng" đ lu n lách s ki m duy t



M t c a hàng cung c p d ch v internet t i B c Kinh (Reuters)

Đ lu n lách s ki m duy t thông tin ch t ch c a chính quy n B c Kinh, các c dân m ng t i Trung Qu c đã sáng t o ra m t ki u mã ngôn ngữ nh vào s đa d ng thanh đi u trong Hoa ng , nên t o ra hi n t ng đ ng âm, đ có th đ c p đ n các ch đ nh y c m.

Đ tài này đã đ c t ph san văn hóa c a báo Le Monde ph n ánh qua bài vi t : "M ng Internet, th t là khó hi u !"

Câu chuy n b t đ u t vi c m t Hoa ki u s ng t i Pháp không th nào gi i mã đ c n i dung m t câu chuy n do m t ng i b n trong n c g i qua m ng Internet. M t câu chuy n hi n đang đ c lan truy n r t r ng rãi trong n c. V n đ là m i nét ch và các t đ u r t quen thu c, nh ng anh Hoa Ki u này không tài nào hi u đ c ý nghĩa đo n văn.

Mô ph ng theo các nhân v t r i Teletubbies trong m t b phim truy n hình nhi u t p giành cho tr em n i ti ng t i Anh, câu chuy n « cu c chi n c a các con r i Teletubbies ch ng l i giáo ch Không (Kong) », k v cu c chi n c a các con r i, đ i s h tr c a Kumho, m t th ng hi u v xe ô-tô Hàn Qu c, ch ng l i các lo i mì ăn li n « Giáo ch Không ». Các chú r i và đ ng minh phá v thành công m u toan c a Giáo ch Không nh m áp đ t món l u Trùng Khánh lên th tr ng.

Xu t hi n trong câu chuy n trên còn có các th ng hi u khác nh n c u ng V ng Lão Cát và b t gi t Tide.

Le Monde gi i thích, Teletubbie và Kumho đ c dùng đ ám ch hai nhà lãnh đ o chính hi n nay là ông Ôn Gia B o (Wen Jiabao) và ông H C m Đào (Hu Jintao). Theo phiên âm sang ti ng Hoa, Teletubbies đ c phiên thành ch ‘b o’ (bao), nghĩa là « kho báu ». Còn ch Kumho có ch a đ ng các nét t « hu » (H) và « jin » (Kim). Teletubbies và Kumho ph i đ i đ u v i Giáo ch Không – chính là ông Chu Vĩnh Khang. C ba ng i này đ u là thành viên c a Ban Th ng v Chính tr - trung tâm quy n l c, mà chín gh thành viên s đ c đ c m i l i vào tháng 10 năm nay nhân Đ i h i Đ ng C ng s n Trung Qu c l n th 18.

Theo câu chuy n Teletubbies, c dân m ng Trung Qu c ám ch đ n vi c ông Chu Vĩnh Khang mu n đ b t ng i c a mình là B c Hy Lai, con trai c a m t nhà cách m ng lão thành và là nhân v t s 1 c a t nh Trùng Khánh (đ c mô t trong Teletubbies là « l u Trùng Khánh ») đ i m t v i nhân v t s 1 trong t ng lai – T p C n Bình (Xi Jinping) – đ c m nh danh là b t gi t Tide – vi t theo ti ng Hoa là Taizi xiyifen – nghĩa là « b t gi t t y s ch các v t b n ». Tuy nhiên, qua thay th vài nét t tinh t , thu t ng này cũng có th hi u là « hoàng t T p » t c T p C n Bình.

Chính m u toan ch y tr n c a V ng L p Quân (trong câu chuy n t ng t ng là V ng Lão Cát) - cánh tay m t c a Bí th t nh Trùng Khánh vào Lãnh s quán M t i Thành Đô (chính là nhân v t Coca-cola trong Teletubbies) đã đ n đ n s s p đ nhanh chóng c a B c Hy Lai.

Câu chuy n k t thúc v i l i k t nh sau : « L u Trùng Khánh mu n xâm nh p th tr ng b ng m i giá, nh ng ch có ng viên duy nh t có th mà thôi và ai cũng th y rõ đó chính là b t gi t Tide ».

Ch trong vòng có vài ngày, câu chuy n Teletubbies và giáo ch Không đã lan truy n r ng rãi trên Net Trung Qu c.

Nh vào câu chuy n này, mà c dân m ng có th đ c p m t ch đ chính tr nh y c m v n không có ch đ ng trên các trang báo chính th ng.

Theo nhận xét của Severine Arsène, chuyên gia về Internet Trung Quốc, cách thức sống này không có gì là mới mẻ. Cách sống ngôn ngữ mã hóa này đã từng được các nô lệ sống trong thời kỳ chế độ nô lệ.

Điều đáng chú ý là hiện tượng này đã được các thế hệ mới, được gọi là « thế hệ sau 80 » dùng để nhử nhút.

Đây chính là thế hệ sinh sau năm 1980, những người trở thành thế mang tinh thần chủ nghĩa cá nhân nhiều hơn những người trước, là môn đệ của công nghệ mới và là thế hệ không ngừng nâng cao tâm thức của mình trên các trang blog, các diễn đàn và các tiểu blog.

Tuy nhiên, theo nhận định của báo Le Monde, sự trỗi dậy của một nền văn hóa phản kháng cũng cho thấy là tín hiệu của một sự chuyển biến báo tri thức cho dòng Công sản Trung Quốc. Khác với các nhà đi lập như Ngô Văn V hay như Lưu Hữu Ba phản đối công khai chế độ thực dân là đi tìm kiếm của các vị trí áp (bắt giam hay quỳ thúc tị gia), « thế hệ sau năm 80 » phản động với theo chủ nghĩa chính thống.

Họ thích mua sắm cách « tuyên truyền của thế hệ cha anh » những sản phẩm sành thích nghi với các án của các nhà lãnh đạo cộng hòa cũ cách, những người có phẩm chất. Theo Johan Lagerkvist, chuyên gia về Trung Quốc, những « viên chức công nghệ » này muốn đưa vào các công nghệ mới để thiết lập một « cách đi hành tị t » để có thể lãnh đạo của Đảng cộng sản.

Tại Thái Lan, đi mang màu đỏ

Cũng theo báo Le Monde, hiện đang có rất nhiều « ngôi làng theo phe Áo đỏ » xuất hiện tại Thái Lan, nhất là tại các vùng nông thôn nghèo nằm ở phía Đông Bắc. Theo nhận định của tờ báo xã gia tăng các « ngôi làng áo đỏ » ngày càng nhiều thì hiện sự bất bình của một bộ phận đông nông dân nghèo trước tình hình giàu có tại Bangkok và nhiều thành phố lớn.

Tác giả nhắc lại rằng, màu đỏ chính là tín hiệu của sự nổi dậy, nhưng nó cũng không phải là màu sắc của cách mạng cũng như là màu của máu. Thế nhưng, vào năm 2006, khi ông Thaksin bị quân đội lật đổ, thì người ta lại mong muốn thấy chính là màu của cách mạng và màu đỏ đó

cũng là màu của máu, khi phong trào ph n kháng của phe Áo đ  b  quân đ i đàn áp làm thi t m ng 91 người và hàng ngàn người b  th  ng.

Theo Le Monde, dù r ng đ ng Pheu Thai đ  giành được th  ng l i sau đ t t ng tuy n c  h i th ng 7/2011, và Yingluck Shinawatra, em g i c u Th  t  ng Thái Lan b  l t đ  Thaksin Shinawatra, được bầu làm Th  t  ng, nh ng nh ng người Áo đ  v n tiếp t c phong trào ph n kháng ch ng l i h  th ng x  h i v n do t ng l p  u t  th ng tr .

Le Monde nh n x t, ch ng c  g i    đáng ng c nh n khi mà t i v ng nông thôn phía Đ ng-B c, l i ph  to n m t màu đ . B i l , người n ng dân t i khu vực này phải canh tác trên nh ng cánh đồng chua,  t màu m  h n so với nh ng v ng c n l i c a đ t nước.

Đ i v i nh ng người n ng dân   đ y,  ng Thaksin – c u th  t  ng Thái Lan, v n   m t người anh h ng do c c chính sách x  hội của  ng đ  ra, tập trung ch  y u vào việc ph t triển c c qu  vi t n đ ng v  c p vốn vay với l i su t  u đ i. Theo th ng k  c a ng n hàng Th  gi i, giữa n m 2001 v  2005, thu nhập b nh qu n đ u người trong v ng đ  tăng l n 46%.

Th  th i nh ng người Áo đ    đ y h  mong đ i đ u g i ?

Theo l i thuật l i c a m t nh n ch ng t i l ng Mong Khai, thuật ngữ « l ng c a những người Áo đ  » ch ng làm cho cuộc sống của h  thay đổi. Nh ng « đ y đ n gi n ch    c c th  hiện c a ý nguy n v  s  c ng b ng v  d n ch  ». H  mong muốn nh ng người c  liên đ i đ n v  th m s t 19/5/2010 ph i b  tr ng ph t.

B i l , m i b n t m h ng đ u c a phe Áo đ , chính   « ph m cách ». M c ti u c a h  chính   « gi i quý t c ». Ngh i  , c c thành viên c a liên minh th n thành giữa qu n đ i, hoàng gia v  chính phủ.

Tuy nh n, phong trào ph n kháng n y c ng đ ng b  chia r , kh ng ch    c p đ  đ a ph  ng mà c n   c p đ  quốc gia. Nh u người b t đ u c  b t đ ng chính ki n với phe c m quy n, hiện do em g i của  ng Thaksin l nh đ o. Nh ng người n y cho r ng, m t s  đ i bi u trong đ ng c m quy n đ  kh ng l ng nghe m ib n t m c a người d n nghèo. H  c ng cho r ng b 

Yingluck Shinawatra đã đưa ra quá nhiều thứ a hiếp với các thế lực cao hơn ; mà nói đúng ra chính là quân đội và hoàng gia.

Le Monde nhận xét rằng lần sóng phản đối này thế lực hiện tại nói mới của nông dân. Một hiện tượng được cho là không thế lực nào nghĩ đến cách đây 10 năm.

Dân số Nhật Bản : ngày càng già đi

Liên quan đến lãnh vực đối tượng, mới « Câu chuyện trong ngày » trên phụ san báo Le Figaro có một thông tin khá khôi hài. Theo tờ báo, lượng tử quố gia bán ra tại Nhật Bản thế lực hiện tại cho thế lực cấu trúc dân số tại Nhật Bản.

Thông thường, thế lực nh vào thế lực của nhà sản xuất tử quố gia trong một quố gia chế minh cùng lúc cho thế lực mới của thế lực dân – vì tử số động một lần thế lực hiện tại nên tiêu thế lực của một quố gia giàu và thế lực mạnh dân số. Tuy nhiên, tại Nhật Bản, lại có một xu hướng khác đi.

Lần đầu tiên trong lịch sử nhà sản xuất tử lực Nhật Bản, nhãn hiệu Unicharm, lượng bán của loạt tử dành cho thế lực lần đã vượt qua một loạt tử dành cho trẻ em trong năm qua. Điều này cho thế lực, thế lực lượng tử trên 65 tuổi tại Nhật Bản cao nhất trên thế lực : chỉ số 23,3% dân số cấu trúc.

Nếu như thế lực sinh con thế lực phụ nữ vào thế lực (1,39 trẻ cho một thế lực) thì thế lực lượng tử già sẽ chỉ số đến 40% dân số trong vòng 50 năm tới.

Từ các dự đoán này, các nhà sản xuất và cung cấp tử lực tại Nhật Bản được huy động cho thế lực khách hàng này. Theo thế lực, đây sẽ là « thế lực lực tiêu thế lực » chính.

Le Figaro nhận thấy, hiện tượng « papy-boom » không chỉ có thế lực x thế lực một thế lực mới, mà ngay cả tại Trung Quốc.

Hiện tại, nhu cầu sử dụng của người trên 65 tuổi tại đô thị của Việt Nam Lý Trùng Thành này chỉ chiếm khoảng 9% dân số thì trong vòng mười năm nữa sẽ có tới 26 triệu người dưới 65. Một thách thức mà nhà sản xuất Nhật Bản Unicharm muốn tiến công ngay từ bây giờ.