

# editoriale



*Nell'anno dell'appuntamento politico più importante del decennio, il XVIII Congresso che ha incoronato la nuova leadership del PCC, sui media cinesi ha ancora una volta trionfato la "linea del partito". Il tentativo dei dirigenti di narrare la realtà cinese in modo "ortodosso" incontra però sempre più ostacoli e sfide provenienti dai media tradizionali e dalla rete, diventati ormai, nel bene e nel male, attori centrali negli avvenimenti più importanti per il paese. Dall'eco internazionale del caso Bo Xilai alle dichiarazioni pubbliche del premio Nobel Mo Yan, dall'account Weibo dei "fan di Xi Jinping" all'attacco, via stampa americana, alla famiglia di Wen Jiabao, il ruolo dei mezzi di comunicazione cinesi e globali è stato evidente. Con contributi che toccano stampa e tv, internet e pubblicità, questo numero di Mondo Cinese cerca di fare il punto sulle tendenze e le questioni più attuali del settore che promettono di accompagnarci nei prossimi mesi.*

È stato un anno importante, il 2012 appena trascorso. Importante per la Cina, forse anche per la maggiore copertura mediatica che i grandi eventi di questo paese hanno registrato, persino su scala internazionale. Una copertura che ha coinvolto non solo, ovviamente, i tradizionali canali ufficiali, quelli della grande stampa di partito, la “voce del partito” che ancora una volta si è dimostrata allineata, secondo le consuete pratiche discorsive, con le direttive che il potente Comitato per la propaganda elabora ed emana implacabilmente per assicurare a ogni importante scadenza istituzionale e politica la doverosa immagine patinata di “armonia” e di unità in tutto il paese. “Garantire la stabilità”, 维稳 *weiwen*, è infatti la formula che ormai da tempo costituisce l’obiettivo primo della dirigenza, e questo imperativo va realizzato anche grazie a un sistema mediatico che in precise occasioni e su precise tematiche non può venire meno, in ottemperanza agli esistenti “Cinque livelli di libertà di espressione”, come sono stati lucidamente enunciati in un recente commento (<http://cmp.hku.hk/2012/12/06/29689/>), da 吴思 Wu Si, direttore della rivista 炎黄春秋 *Yanhuang chunqiu*, rivista della quale più avanti in questo numero tracciamo il profilo e traduciamo un contributo. In questo anno appena trascorso la “linea del partito” ha ancora una volta trionfato, se pure in toni più smorzati e sempre meno trionfali che in passato, nel compito di trasmettere quella immagine idealizzata del paese e del suo popolo che del lavoro dell’informazione costituisce, nella Repubblica popolare cinese, la “missione”, l’obiettivo fondamentale da raggiungere a ogni costo. Una missione che oggi, tuttavia, si va facendo sempre più ardua e diviene quasi impossibile in un mondo globalizzato dove ormai anche le informazioni viaggiano, repentine, su molteplici livelli e sono sempre più difficili da tenere sotto controllo.

Ma è una missione che per il Partito Comunista Cinese (PCC) si deve realizzare comunque, attraverso una serie di modalità ormai consolidate e di fatto non negoziabili: vediamo così, nella grande stampa ufficiale per i lettori di lingua cinese, il perdurare delle rassicuranti formule, positive e incoraggianti, delle “grandiose vittorie” (伟大胜利 *weida shengli*) e degli “importanti discorsi” (重要讲话 *zhongyao jianghua*) che da sempre accompagnano le scadenze obbligate, come quelle importantissime dei congressi di partito. E lo scorso novembre anche il “XVIII Grande” (十八大 *shibada*), il XVIII Congresso del PCC, si è “vittoriosamente” concluso dopo “importanti discorsi”, l’ultimo del segretario uscente, Hu Jintao, e il primo del nuovo, Xi Jinping, a cui dovrebbero spettare – salvo imprevisti – i prossimi dieci anni di “grandiose vittorie” e di “importanti discorsi”.

E così anche questo ultimo, recentissimo Congresso del PCC – il

primo che si è svolto nell'era dei social network e di tutte le imprevedibili aperture che la tecnologia digitale e la sempre più potente rete continuano instancabilmente a produrre – non ha potuto rinunciare a officiare con le consuete modalità i tradizionali riti di immagine che le dinamiche del potere politico mettono in gioco: il 15 novembre i “Magnifici sette” della nuova giunta del nuovo Politburo sono sfilati a uno a uno, secondo il dovuto ordine gerarchico stabilito dai nuovi equilibri di vertice, sui soffici tappeti rossi del Palazzo del popolo davanti alla marea di giornalisti e fotografi in attesa, ma solo il nuovo segretario ha parlato, e a braccio, per circa 15 minuti, sfoggiando un impeccabile cinese standard, sicuro e brillante come altri mai prima. Questo è stato il primo segno, mediaticamente importante, di una nuova leadership che si sta rapidamente costruendo non più e non soltanto grazie alle formule consacrate, delle quali peraltro il nuovo segretario sa fare uso consumato e abilissimo. In quel suo primo discorso, infatti, ha citato lo slogan maoista “essere al servizio del popolo” (为人民服务 *wei renmin fuwu*), ma ha anche a più riprese messo l'accento sul “senso di responsabilità” (责任性 *zeren xing*) che ciascun membro del partito deve avere per portare a compimento la missione di costruire il benessere per tutta la “nazione cinese” (中华民族 *zhonghua minzu*). Espressione, questa, che sembra avere ormai decisamente soppiantato quella di “socialismo”, che nel medesimo discorso viene pronunciata una volta sola.

Nuovo vigore per la nazione cinese: questo diventa oggi il nuovo “sogno” che tutta la Cina sta sognando. Un “sogno” (梦 *meng*) – termine che è stato, e non certo a caso, selezionato da un recente sondaggio dell'Agencia Nuova Cina come parola dell'anno 2012 (<http://news.qq.com/a/20121220/000845.htm>) – che si sta realizzando attraverso i successi che proprio sui media vengono ormai costantemente raccontati. Sofferamoci allora almeno sull'ultimo, il più recente: il conferimento del premio Nobel per la letteratura allo scrittore Mo Yan, da anni sognato, atteso, voluto fortemente anche a livello ufficiale, dopo lo smacco del Nobel per la letteratura del 2000 assegnato allo scrittore cinese, “traditore” perché divenuto di nazionalità francese, Gao Xingjian, e quello per la pace del 2010 attribuito al dissidente Liu Xiaobo. In quell'occasione tutto il mondo aveva visto la provocatoria immagine di una sedia vuota il giorno della cerimonia per il conferimento del premio. Invece nel dicembre 2012 tutto il mondo ha potuto vedere e ascoltare la suggestiva conferenza di Mo Yan, ([http://www.nobelprize.org/nobel\\_prizes/literature/laureates/2012/yan-lecture\\_en.html](http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/literature/laureates/2012/yan-lecture_en.html)) e lo ha visto ritirare il premio Nobel impeccabilmente abbigliato all'occidentale per l'importante cerimonia. E questo è stato – pur se con le mille polemiche che il mondo tributa sempre a una Cina i cui scrittori non

possono essere semplicemente giudicati per le loro qualità letterarie, ma debbono comunque sempre accreditarsi anche come “politici”, meglio se critici del regime – davvero un grande sogno diventato realtà, che riconosce a Mo Yan, inesauribile inventore di storie della campagna cinese, quel potere visionario e creativo che solo la grande letteratura riesce a mettere in gioco. Mo Yan ha accolto la notizia di questo meraviglioso “sogno cinese” finalmente realizzato proprio nella sua Gaomi, un tempo paese povero dove cresceva quel sorgo rosso che al suo romanzo più celebre ha dato il nome, e questo per tutti i cinesi è stato un segnale forte e che tutti i cinesi hanno chiaramente compreso: “Io sono un contadino e sto dalla parte dei contadini”, ha detto lo scrittore, mostrando un deciso, forte appoggio per quella parte della popolazione che nell’attuale, convulso sviluppo del paese oggi sembra sempre più spesso lasciata indietro. (<http://politics.people.com.cn/n/2012/1012/c70731-19241118.html>).

Ed è forse proprio il nuovo Segretario, Xi Jinping, a meglio incarnare oggi il “sogno” cinese del nuovo millennio, almeno attraverso la narrazione che i media ufficiali stanno sapientemente costruendogli intorno: ecco le sue foto di “giovane intellettuale trasferito in campagna” (知情 *zhiqing*) che l’Agenzia Nuova Cina ha, proprio nei giorni di fine anno, abilmente selezionato e messo in rete (<http://www.scmp.com/news/china/article/1112069/xi-jinpings-early-life-exalted-xinhua-profile>), ed ecco il resoconto del suo primo viaggio al Sud, proprio nei luoghi dove, esattamente vent’anni prima, Deng Xiaoping si era recato a fornire alle riforme economiche l’*endorsement* ufficiale: era stato infatti proprio Xi Zhongxun, il padre del nuovo Segretario, il fedele alleato che Deng aveva posto alla guida dei primi esperimenti delle riforme nel Guangdong, dopo la Rivoluzione culturale. Un viaggio, quello odierno di Xi Jinping, che assume quindi un fortissimo valore simbolico e al quale i media ufficiali hanno voluto riservare un trattamento del tutto speciale inaugurando, forse, una nuova e più informale modalità: il nuovo segretario viene ritratto, e raccontato, in una maniera più sommessa, ma allo stesso tempo non meno carismatica, con i sorrisi, i gesti, le strette di mano e persino i piccoli imprevisti che sembrano lasciare spiazzati anche i burberi guardaspalle che lo accompagnano (<http://www.scmp.com/news/china/article/1101086/xi-jinping-adopts-casual-open-air-visit-shenzhen>).

Ma soprattutto il nuovo segretario – forse proprio grazie alla sua storia personale di esponente dell’aristocrazia del partito (太子党 *taizidang*) e alla lunga frequentazione mediatica a cui in questi anni è stato abituato in quanto marito di una delle più amate stelle della canzone popolare, l’affascinante ufficiale dell’Esercito popolare di liberazione Peng Liyuan – sembra aver colto profondamente il potere che le nuove tecnologie

dell'informazione possiedono (si veda più avanti il saggio dedicato ai microblog). È recente la notizia, puntualmente registrata anche sulla stampa di Hong Kong, dell'apertura di un nuovo microblog, comparso su Sina Weibo a partire dalla fine dello scorso novembre, intitolato "Gruppo di fan che imparano dal compagno Xi", che appare come una nuova modalità per consolidare anche tra i giovani il consenso nei confronti della figura del nuovo Segretario. Sul blog, che conta già su diverse migliaia di lettori, vengono postati foto, commenti e informazioni spesso inedite riguardanti la vita e le attività del nuovo leader (<http://www.scmp.com/news/china/article/1115497/speculation-over-xi-jinpings-weibo-account>).

La stampa ufficiale, come abbiamo visto, deve sempre più tenere il passo e soprattutto fare fronte alle continue sfide che da ogni parte balzano all'ordine del giorno in questo paese, nel quale la corsa verso il nuovo benessere (小康 *xiaokang*) da condividere produce poi, di fatto, disegualianze, contrasti e "incidenti di massa" (群体事件 *qunti shijian*) di portata sempre più estesa, ma soprattutto di sempre maggiore rimbalzo anche sui media internazionali, grazie anche alle modalità di comunicazione orizzontale stabilite dalla rete cellulare che, evitando il passaggio dai server internet, dove la censura informatica appare potentissima, arriva a mettere in comunicazione diretta gli utenti e a passare informazioni non filtrate.

E la stampa ufficiale sembra avere il fiato grosso, dopo che nel corso del 2012 ha dovuto per la prima volta fare fronte, in maniera mai vista prima, al dilagare di scandali finanziari, politici ed economici che sono arrivati persino a lambire i nomi più in vista del potere. Ricordiamo, ad esempio, lo scoop dell'Agenzia Bloomberg sulle presunte ricchezze accumulate dalla famiglia di Xi Jinping, che lo scorso giugno ha scosso il Comitato centrale proprio nel periodo in cui si stava consumando, in uno stridente silenzio mediatico interno, uno scontro politico acutissimo. Uno scontro che era partito, qualche mese prima, dall'insubordinazione di un altro figlio della "aristocrazia rossa", l'arrogante ma fascinoso Bo Xilai, il quale nel pieno della sessione annuale dell'Assemblea del Popolo aveva convocato una conferenza stampa internazionale (il 9 marzo) senza il placet degli organi superiori, per cercare di placare i rumori relativi al presunto (poi confermato) tradimento del suo (allora) fido alter ego, Wang Lijun. Da questo era poi divampata una vera e propria "saga" mediatica a tinte sempre più fosche che a partire dalla tarda primavera aveva letteralmente imperversato sui giornali di tutto il mondo. E il coinvolgimento diretto della sua imperscrutabile consorte, Gu Kailai – la cui immagine sulla stampa era passata da quella di una "Jackie Kennedy

cinese” a una lugubre “Lady Macbeth” dagli occhi a mandorla – che era stata coinvolta nell’avvelenamento di un faccendiere inglese in odore di spionaggio e che aveva poi provocato, dopo la rapida condanna in un processo teletrasmesso in diretta in tutto il mondo, l’espulsione di Bo Xilai dal partito e la sua letterale “scomparsa” da qualunque palcoscenico mediatico (<http://www.scmp.com/news/china/article/1070746/prosecutors-announce-bo-probe-after-npc-expels-him>). Così facendo, mandò in rovinosi frantumi non solo le sue smisurate ambizioni personali, ma anche il sogno egualitario – e forse demagogico – del successo di un “modello Chongqing” alternativo a quello ufficiale preconizzato dal primo ministro uscente Wen Jiabao e dai riformisti moderati che a lui fanno capo (<http://foglianuova.wordpress.com/2012/04/30/esperimenti-alla-cinese-un-ibrido-pericoloso/>).

Proprio mentre a Pechino si consumava il rito del processo a Bo Xilai, poco prima della convocazione del XVIII Congresso del PCC – che veniva appositamente ritardato per consentire la doverosa ricomposizione, almeno nelle forme, dei contrasti di vertice provocati dalla condanna “esemplare” di Bo Xilai – ecco dilagare sulla stampa occidentale un’altra notizia-bomba, che costituiva un attacco frontale proprio alla rassicurante figura paternalistica e mite del primo ministro uscente, Wen Jiabao. Secondo un’indagine del *New York Times*, anche la famiglia di “nonno Wen” avrebbe ammassato ingenti ricchezze e proprietà poco chiare in questi ultimi anni (<http://www.nytimes.com/2012/10/26/business/global/family-of-wen-jiabao-holds-a-hidden-fortune-in-china.html>). Ed ecco che questa volta, invece del consueto silenzio, il premier affida a una dichiarazione ufficiale e a un agguerrito collegio di avvocati le smentite ufficiali ed eventuali seguiti legali, confermando in questo modo non solo la propria volontà di chiarire di fronte al mondo la propria posizione personale, ma soprattutto l’avvenuta saldatura tra i canali di informazione e di comunicazione interni e internazionali. Ovvero, anche la Cina e i suoi potenti leader fanno ormai parte, nel bene e nel male, del grandioso circo mediatico internazionale e non si possono più tirare indietro quando i cardini della propria dirigenza politica vengono messi in discussione da altri, ovvero da esterni al sistema del partito.

Non si tratta ormai più, come in passato, della durissima ma sommersa “lotta tra le due linee” che veniva affidata ad anonimi editoriali in codice che comparivano in posizione strategica sulla prima pagina del *Quotidiano del popolo*. Oggi la contesa interna si combatte senza pietà a colpi di scandali che scoppiano grazie a provvidenziali scoop mediatici, forse non casualmente affidati proprio alla grande stampa internazionale: si pensi al citato “caso” Bo Xilai, che la prestigiosa *Columbia Journalism*

*Review* definisce come un vero e proprio “dramma Shakespeariano”, i cui antecedenti erano stati colti e seguiti, fin dall’inizio del 2012, dalla rivista di lingua cinese di Hong Kong *Next Magazine* e poi dal *Wall Street Journal* e dal *New York Times* ([http://www.cjr.org/behind\\_the\\_news/the\\_bo\\_scandal\\_how\\_we\\_got\\_that.php](http://www.cjr.org/behind_the_news/the_bo_scandal_how_we_got_that.php)). O al recente “caso Wen Jiabao”, scoppiato sulla stampa americana, come abbiamo visto, proprio nei giorni in cui a Pechino Bo Xilai viene ufficialmente esautorato dal potere per diventare il caso esemplare attraverso il quale il partito vuole dimostrare a tutti i suoi 83 milioni di membri di essere in grado di fare pulizia all’interno dei propri ranghi, e senza pietà. Proprio in quei giorni compare sul quotidiano *Guangming* un editoriale anonimo, durissimo, che rivolge pesanti accuse di insubordinazione, di non rispetto per la disciplina, di gestione assoluta del potere ed evoca gli anni drammatici della Rivoluzione culturale, richiamando esplicite le critiche che il premier Wen Jiabao aveva formulato in occasione della sessione del parlamento lo scorso marzo (<http://www.scmp.com/news/china/article/1050470/bo-xilai-slated-party-media>).

È una lotta senza esclusione di colpi che si consuma non solo attraverso la carta stampata degli organi ufficiali del partito, ma anche sul palcoscenico globale del sistema mediatico internazionale, e della quale noi tutti diventiamo spettatori più o meno informati dei fatti. Doveroso è allora concludere questa breve riflessione introduttiva almeno accennando a quello che appare come l’ultimo, potente richiamo all’ordine che arriva puntuale dalle istituzioni cinesi, proprio nei giorni di fine anno. Si tratta di una serie di norme, promulgate dall’ultima sessione del parlamento, che sono state significativamente anticipate da tre importanti articoli comparsi in prima pagina sul *Quotidiano del popolo*, di cui ricordiamo almeno gli illuminanti titoli: “Internet non è un territorio al di fuori della legge”, il 18 dicembre (莫津津, “网络不是法外之地” [http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2012-12/18/nw.D110000renmrb\\_20121218\\_9-01.htm](http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2012-12/18/nw.D110000renmrb_20121218_9-01.htm)), “Internet deve essere utilizzato secondo la legge”, il 20 dicembre (孔方斌, “网络需要依法运行” [http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2012-12/20/nw.D110000renmrb\\_20121220\\_5-01.htm](http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2012-12/20/nw.D110000renmrb_20121220_5-01.htm)) e infine, il 21 dicembre, “Solo seguendo la legge ci può essere maggiore sicurezza e convenienza” (孔方斌, “依法才能更安全更方便”, [http://paper.people.com.cn/rmrb/html/201212/21/nw.D110000renmrb\\_20121221\\_7-01.htm](http://paper.people.com.cn/rmrb/html/201212/21/nw.D110000renmrb_20121221_7-01.htm)). Il 28 dicembre il Comitato permanente dell’Assemblea del popolo approva la “Decisione sul rafforzamento della protezione dell’informazione online”, che in 12 articoli definisce e regola le norme per il corretto utilizzo di internet, imponendo maggiore trasparenza nella gestione, il rispetto della privacy dei cittadini, ma anche un controllo più severo sulle identità

degli utenti, fatto questo che viene letto dai commentatori stranieri come una ulteriore stretta nei confronti di una comunità online sempre più difficile da tenere sotto controllo (<http://www.scmp.com/news/china/article/1114741/critics-fear-npcs-new-rules-digital-information-will-stifle-internet>).

E proprio l'ultimo giorno di dicembre si apprende che Chris Buckley, corrispondente in Cina da più di 10 anni e da qualche mese in forze presso la redazione del *New York Times* a Pechino, non ha avuto il rinnovo del visto di soggiorno e deve in tutta fretta partire con la famiglia alla volta di Hong Kong. Segnale di una banale “dimenticanza” burocratica nelle complesse pratiche del rinnovo o di qualcosa di più grave da parte degli organi ufficiali nei confronti di un quotidiano internazionale forse troppo scomodo?

Seguire sulla stampa cinese e internazionale gli eventi sarà, anche per questo nuovo anno, un lavoro avvincente e pieno di imprevisti. ■

*Alessandra Lavagnino*

C'è una succulenta pietanza che i media cinesi hanno offerto al mondo nei primissimi giorni del 2013. Si tratta della “pappa del sud”, 南粥 *nan zhou*: un piatto a base di riso simile al porridge inglese che, sottolineava il 9 gennaio il 新京报 *Xin Jing Bao (Beijing News)*, può essere una vera consolazione nel freddo dell'inverno cinese. “Nel cuore delle notti più fredde, quando apri la bocca si leva un vapore bianco – dice l'articolo – . Ci sono così tanti problemi al mondo, e tutto quello su cui puoi contare per scaldarti è questa ciotola di pappa di riso” (<http://www.bjnews.com.cn/lifestyle/2013/01/09/243557.html>).

A chi mastica, è il caso di dire, il linguaggio dei media cinesi, è facile annusare l'inganno: il termine *nan zhou* allude infatti all'omofono 南周, versione abbreviata del titolo della testata 南方周末 *Nanfang Zhoumo (Southern Weekend)*. È la rivista del Guangdong, espressione del mondo intellettuale liberale cinese, protagonista di quello che promette di essere uno dei casi più importanti del 2013, almeno per i media: lo sciopero dei giornalisti della rivista seguito alla censura dell'editoriale di capodanno.

L'intervento, attribuito inizialmente al nuovo responsabile del Dipartimento di propaganda del Guangdong Tuo Zhen, ha sorpreso soprattutto per la sua irritualità: dopo diverse modifiche contrattate con la direzione del giornale, l'ultima, profonda riscrittura dell'articolo è stata decisa senza informare i responsabili della rivista. La redazione ha così scoperto solo a numero stampato che l'editoriale di inizio anno, un



testo tradizionalmente molto importante per il *Nanfang Zhoumo*, era stato stravolto (<http://cmp.hku.hk/2013/01/03/30247>).

Con la sua ode alla “pappa del sud”, il *Xin Jing Bao* ha in realtà inviato un messaggio di sostegno ai colleghi della redazione meridionale in un momento in cui ogni riferimento alla rivista di Guangzhou era stato formalmente vietato dai responsabili della propaganda nazionale. Incoraggiamenti e supporto sono arrivati ai giornalisti del *Nanfang Zhoumo* da molte parti, anche da celebrità come il blogger-scrittore Han Han e l’attrice Li Bingbing, grazie alla circolazione virale della notizia via Weibo. E sostegno è giunto anche dall’estero dove il caso ha trovato spazio sulle più importanti testate internazionali (perfino quelle italiane), a dimostrare ancora una volta quanto sia diventato difficile per la Cina nascondere al resto del mondo ciò che avviene al suo interno (tra i tanti: <http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-china-20942623>; [http://www.nytimes.com/2013/01/08/world/asia/supporters-back-strike-at-newspaper-in-china.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2013/01/08/world/asia/supporters-back-strike-at-newspaper-in-china.html?_r=0)).

Tra articoli “ortodossi”, imposti a tutte le testate cinesi a interpretazione dello sciopero, e dimissioni di direttori (quello del *Beijing News*), tra insulti ai gestori-censori di Sina Weibo e manifestazioni di studenti e attivisti davanti alla redazione di Guangzhou, e con in più il “giallo” su chi abbia davvero riscritto l’editoriale (<https://plus.google.com/+wenyunchao/posts/KcQGtSyNei8>), la vicenda del *Nanfang Zhoumo* condensa molte delle tendenze e delle problematiche all’ordine del giorno nel settore dei media cinesi, destinate a tenere banco anche nel 2013.

Una complessità di questioni che è ben rappresentata dalla varietà dei contributi che compongono questo numero di *Mondo Cinese*. Toccando tutti i mezzi di comunicazione, dalla stampa alla TV a Internet, gli autori affrontano alcuni dei temi più “caldi” del settore: i confini della rivoluzione dei microblog e la stampa come strumento di lotta tra fronti diversi, la necessità di una riforma del sistema di informazione e le caratteristiche della comunicazione orientata all’audience straniera; le operazioni di *soft power* nel mondo e le possibilità di investimento straniero nel settore mediatico cinese, le opportunità offerte dal boom dell’e-commerce e l’irruzione dei giovani nel linguaggio mediatico.

Il primo contributo, nella sezione “Politica Interna”, è dedicato a Internet e in particolare al Twitter cinese, Sina Weibo. **Gianluigi Negro** ricostruisce i passi più importanti compiuti dal microblog dalla sua nascita a oggi, soprattutto nell’ambito della regolamentazione, e traccia un parallelo con le parabole percorse da altre piattaforme di espressione online considerate a loro tempo rivoluzionarie, come blog e BBS.

Al legame tra politica e media rivolge la sua attenzione anche **Paola**

**Paderni**, analizzando il caso del Gruppo editoriale del sud (*Southern Press Media Group*). Il dibattito scatenatosi attorno a una testata del gruppo, il *Nanfang Dushibao*, mette in luce come i media cinesi siano sempre più uno strumento di espressione e di lotta tra diversi fronti economici, culturali e politici che competono per raggiungere l'egemonia dentro e fuori dal partito, coinvolgendo un numero crescente di attori, con ricadute sia interne che internazionali.

E del dialogo tra stampa cinese “per cinesi” e stampa cinese “per stranieri” si occupa il contributo di **Simone Dossi**, che apre la sezione “Relazioni internazionali” interrogandosi sulle differenze tra il discorso pubblico condotto dalle testate cinesi rivolte all'audience domestica e quelle destinate al pubblico mondiale. Il suo *case study* prende in esame il modo in cui diversi giornali in Cina hanno trattato la notizia della consegna alla Marina della portaerei Liaoning nel settembre del 2012, riflettendo anche sul rapporto tra nazionalismo e modernizzazione navale.

Se da una parte la Cina comunica sempre di più con il resto del mondo, dall'altra deve anche fare i conti in modo crescente con la presenza di prodotti stranieri nel proprio mercato, per effetto dell'adesione al WTO nel 2001. **Giuseppe Richeri** ricostruisce il modo in cui il settore dei media cinesi si è preparato a gestire questo fenomeno, come hanno reagito gli altri paesi e quali nuove strategie ha messo in campo Pechino nel tentativo di limitare quanto più possibile l'ingresso di contenuti stranieri nel mercato nazionale.

Un mercato dove, al contrario, può essere proprio il forte sapore locale il segreto del successo di un prodotto mediatico, come è avvenuto nel caso del documentario gastronomico *A Bite of China*, affermatosi nella tv cinese battendo ogni altra trasmissione simile ispirata o tratta da format stranieri. Nella sezione “Cultura e società” **Valeria Varriano** analizza le caratteristiche del programma, riconoscendo nell'istanza sempre più diffusa della ricerca dell'identità una delle chiavi della sua popolarità.

Sul linguaggio e sui giovani si concentra il contributo di **Francesca Scaravaglio**, evidenziando l'attenzione riservata dai media cinesi alla generazione dei 八零后 *balinghou*, i nati dopo gli anni Ottanta. Questo interesse, che si ritrova anche all'interno del Partito Comunista, si manifesta nell'uso sempre più frequente da parte dei mezzi di comunicazione dei termini conati per identificare i *balinghou* e delle modalità espressive che tipicamente appartengono a questa generazione.

Si torna a parlare del rapporto tra Cina e attori internazionali nella sezione “Osservatorio”, dove **Federica Monti** ricostruisce il quadro normativo in cui opera l'e-commerce cinese, settore in forte crescita secondo i più recenti dati statistici. I media, e in particolare la rete,

non sono soltanto potenziali destinatari di format e contenuti editoriali stranieri, ma anche strumenti che le aziende estere possono utilizzare - e già utilizzano - per vendere i propri prodotti sul mercato locale.

Una testata diventata strumento di espressione di una parte importante del mondo intellettuale cinese, quella cosiddetta “liberale”, è la protagonista della sezione “Documenti”. Si tratta del mensile *Yanhuang Chunqiu*, che dal 1991 pubblica commenti e approfondimenti scritti da veterani del partito e da autorevoli intellettuali. **Francesco Maria Imparato** ne presenta la storia e riporta la traduzione di un articolo pubblicato nel 2010 in cui, facendo riferimento alla Cina dell’era Qing e degli anni Trenta, l’autore Hu Xingdou afferma che la riforma più urgente in Cina è quella del suo sistema di informazione.

Chiudono il numero, nella sezione “Interviste”, le voci di tre esperti occidentali di media cinesi. **Chris Berry**, professore di Film Studies al King’s College London, intervistato da Giovanna Puppini parla di tutti gli “schermi” cinesi: dalle prospettive del cinema indipendente agli effetti nefasti della pubblicità televisiva, dalle implicazioni socio-culturali della *computer-mediated communication* agli investimenti fatti da media cinesi come la CCTV in Africa e nel resto del mondo.

Nell’intervista di Emma Lupano, il direttore del China Media Centre della Westminster University di Londra, **Hugo de Burgh**, descrive le attività svolte dal suo centro, nato nel 2005, e le relazioni intessute con esponenti dei media cinesi. Emergono così i mutui benefici prodotti dall’incontro e dallo scambio di conoscenze tra professionisti cinesi ed europei, ma anche una riflessione sui temi che la ricerca occidentale sui media cinesi dovrebbe affrontare e sull’evoluzione vissuta dai protagonisti dei mezzi di comunicazione in Cina nell’arco di pochi anni.

**Stefan Landsberger**, professore di Cultura cinese contemporanea all’Università di Amsterdam, parla invece di un mezzo di comunicazione ormai relativamente in declino, che è stato però in passato il grande protagonista delle campagne di mobilitazione maoista: i poster di propaganda. Nell’intervista curata da Thomas Rosenthal e Francesco Boggio Ferraris, lo studioso riflette sulla funzione svolta ancora oggi dai poster, sui cambiamenti iconografici intervenuti e sugli slogan veicolati, registrando però l’attuale prevalere del mezzo televisivo come strumento di educazione e di diffusione di modelli di comportamento. ■

*Emma Lupano*