

Mariagrazia Costantino - *Università degli Studi di Catania*

Abstract: *In the present text I observe the evolution of Chinese cinema from an eminently 'cultural' phenomenon linked to a few names and titles to an articulated and extremely profitable industry. At a time when China is accused of implementing policies of 'conquer' through a more or less veiled use of the nationalist propaganda, I believe a reasoned analysis of its cinema in the last forty years, also in light of the great instability occurred with the ongoing pandemic, appears of paramount importance.*

Che il cinema cinese contemporaneo sia il riflesso di tutte le vicissitudini politiche ed economiche attraversate dalla Cina dal 1976 a oggi è un'ovvietà. Lo è meno se si osserva da vicino la creatura ibrida che il cinema cinese è oggi: un generatore di ricchezza sottoposto alle direttive centrali circa i valori corretti da veicolare a livello nazionale e che della nazione diventa potente amplificatore.

In *Chinese Cinema Culture: A Scene in the Fog*, Dai Jinhua sostiene che il punto di contatto tra il cinema e la società cinese degli anni Ottanta non vada rintracciato tanto nella realtà economica e produttiva coeva, quanto nell'evocazione di un incubo condiviso e di un comune referente psicologico – la realtà storica e la rappresentazione della “Grande Rivoluzione Culturale Proletaria”, riconoscendo così il trauma collettivo e la necessità del suo superamento come principale motore della scrittura e in generale della realizzazione di film nella Cina continentale.¹ Se analizzare la funzione del cinema come arte e come attività economica nel contesto della transizione post-maoista è un'operazione relativamente agevole, più difficile appare rintracciarne le caratteristiche (e motivazioni) all'interno del quadro attuale, in cui non solo si rileva una maggiore complessità sociale, ma gli investimenti su scala internazionale – e le mutate dinamiche di produzione – sono tanti e tali da insediare il primato di Hollywood. Come la Cina stia facendo ciò e le implicazioni culturali di questa nuova centralità, possono fare luce sul-

le articolazioni culturali del suo cosiddetto 'soft power.'²

Negli anni Ottanta e Novanta, ciò che viene semplicisticamente chiamato 'cinema cinese' era una realtà articolata in una serie di episodi che avevano in comune un numero ridotto di registi e di studi cinematografici (statali) che costituivano unità lavorative (*danwei* 单位) come altre, imprese statali poco produttive che servivano principalmente a impiegare chi usciva dalle accademie.³ In questo scenario di economia pianificata e centralizzata, la China Film Group Corporation deteneva il monopolio – e così era stato almeno dal 1951, quando era conosciuta come China Film Management Corporation – sulle vendite e la distribuzione dei film (acquisiti dagli studi statali che li producevano), nonché sull'importazione dei pochi titoli stranieri ammessi.⁴ A seguito della 'politica di riforma e apertura' lanciata alla fine del 1978, il cinema cinese visse un momento di rinascita in cui vennero gettati i semi di quello che Seio Nakajima definisce “contemporary Chinese cinematic field.”⁵

Nei primi anni Novanta, assediata dalla competizione di Hollywood, l'industria cinematografica cinese era (nuovamente) sull'orlo del collasso e un più incisivo piano di riforme si rendeva necessario per rilanciarne la competitività.⁶ Dai avverte che, in linea con le dinamiche di uno Stato-padre interventista, il cinema di quel periodo è un cinema di figli: figli bastardi, orfani o patricidi, comunque traumatizzati dall'esperienza totalizzante della Rivoluzione culturale.⁷ Più banalmente, un cinema di individui (il più delle volte soli e isolati), delle loro istanze e del loro vissuto, con un progetto lineare e coerente con quello della coeva letteratura,⁸ ma anche un cinema caratterizzato ancora da scarsa autonomia e “agency”, se per esse intendiamo la capacità di sopravvivere anche senza (non solo con) sussidi statali. L'ingresso della Cina nel WTO ha imposto al paese l'accettazione delle regole del mercato internazionale, ma gli ha garantito anche la par-

tecipazione agli scambi commerciali di cui film e intrattenimento rappresentano una fetta consistente.⁹



Negli ultimi dieci anni, la Cina continentale ha integrato la gestione verticale con quella orizzontale, dotandosi di infrastrutture all'avanguardia e recuperando il gap dal punto di vista commerciale: una simile crescita è stata coadiuvata dalla confluenza del cinema di Hong Kong con il mercato continentale verificatasi dopo l'*bandover* – il ritorno dell'ex-colonia alla madrepatria nel 1997.¹⁰ Oggi sappiamo che sebbene la fusione sia avvenuta a scapito del pesce più piccolo, Hong Kong, lo stile filmico e i valori della ex-colonia sembrano essere filtrati nell'industria del continente e sopravvivere grazie ai singoli autori, come vedremo alla fine di questa trattazione.¹¹ Vale la pena notare che il 1997 è un momento significativo per il cinema cinese: è l'anno di *Xiaowu* 小武, primo lungometraggio di Jia Zhangke che segna il passaggio dalla quinta alla sesta generazione di registi; ma è anche l'anno dell'exploit di Feng Xiaogang con *Dream Factory* (*Jiafang Yifang* 甲方乙方), il primo *he sui pian* 贺岁片 – film che uscivano in prossimità del Capodanno Cinese, nel contesto delle nuove strategie commerciali mutate dal modello già applicato con successo a Hong Kong.¹²

Se si guarda alla globalizzazione come a una delocalizzazione di risorse e linguaggi dominanti (nello scenario che Fredric Jameson ha definito “tardo-capitalismo”), si costaterà come questa abbia inevitabilmente favorito Hollywood – forse la massima espressione simbolica dell'egemonia americana – a discapito di piccoli mercati con grandi saperi come Hong Kong. Nello stesso scenario, si è reso necessario trovare la chiave per comunicare con un mercato enorme e in continua ridefinizione come quello cinese. Avendo infatti contribuito a creare un pubblico, Hollywood ha anche inevitabilmente spianato la strada a nuovi cinema nazionali.¹³ Per stare al passo con il ‘nuovo’ pubblico internazionale consapevole ed esigente, l'in-

dustria cinematografica statunitense si è trovata di fronte alla necessità di far diventare transnazionali anche produzioni e contenuti. Niente mostra questo processo, le difficoltà a esso collegate e gli eventuali incidenti di percorso, meglio del film *Mulan*, uscito nel 2020 – l'anno sconvolto dalla pandemia di Sars-CoVid19. Lanciato il 4 settembre dal canale Disney+, il remake *live action* dell'omonimo film d'animazione non solo non ha conquistato il favore del pubblico cinese, ma ha scatenato numerose polemiche e perfino campagne di boicottaggio.¹⁴ All'indomani dell'uscita, su YouTube hanno iniziato a proliferare video che criticano il trattamento superficiale della storia e cultura cinese.¹⁵ Come se non bastasse il film, concepito per compiacere gli spettatori in Cina, è stato preso di mira dalla sua stessa censura.¹⁶

Ma per quale motivo la censura appare un fattore determinante dell'industria cinematografica cinese e del suo recente boom? Per rispondere a questa domanda può essere utile interpretare la censura come parametro del controllo esercitato sul ‘prodotto’ culturale nazionale e internazionale. Dalla transizione post-maoista in poi, la censura cinese è stata oggetto di continui aggiornamenti: il più recente risale al 2018, quando si è assistito al passaggio di giurisdizione dell'autorità regolatrice degli affari connessi al cinema dall'Amministrazione di Stato della Stampa, Pubblicazioni, Radio, Cinema e Televisione (noto come SAPPFRFT, ora abolito) al Dipartimento di Pubblicità del Partito Comunista Cinese, meglio noto come Dipartimento di Propaganda Centrale.¹⁷ La precedente riforma risaliva al 2013, quando il SAPPFRFT aveva a sua volta sostituito il SARFT (State Administration of Radio, Film and Television) e il GAPP (General Administration of Press and Publication).¹⁸

Questo modo di procedere rivela l'incertezza circa gli standard da adottare e il modo di applicarli, incertezza che colpiva gli stessi registi, i quali non potevano prevedere se il loro film sarebbe stato approvato



per il mercato nazionale o ritirato (di solito all'ultimo momento) dalle principali vetrine internazionali. La stessa ambiguità e il difficile compromesso tra economia di stato e libero mercato, hanno contraddistinto qualsiasi aspetto della società cinese negli ultimi quarant'anni, lasciando però anche vuoti legislativi sfruttati per creare lavori di grande originalità; ma nonostante la posizione consolidata nei festival internazionali e i numerosi premi ottenuti, il cinema cinese rimaneva in una nicchia e non sembrava pronto a competere con le produzioni di Hollywood, in Cina quanto all'estero.¹⁹ L'ascesa di Xi Jinping sembra aver imposto strategie ancora più marcatamente protezioniste: la Cina ha rinunciato all'idea di produrre film "universalmente accattivanti",²⁰ e si è invece concentrata sul mercato domestico, mentre i suoi generosi investimenti internazionali permettono di controllare anche il modo in cui 'gli altri' – e non più solo i cinesi – 'raccontano' la Cina. Di fatto la censura non si è ammorbidita per meglio adattarsi alle sfide poste dall'interazione col mondo; l'opposto sembra invece essersi verificato: per mantenere il controllo entro i suoi confini, la Cina ha dovuto stringere quello esercitato al di fuori di essi.

Produttori e registi internazionali devono oggi evitare tutto ciò che può offendere la sensibilità dello spettatore e al tempo schivare qualsiasi elemento inaccettabile agli occhi del governo cinese.²¹ Una delle principali conseguenze è che la prima censura avviene già in fase di scrittura.²²

Analizzare la crescita che il mercato cinematografico cinese ha registrato negli ultimi dieci anni può servire a tradurre concretamente i cambiamenti di paradigma e la mutata identità dell'oggetto in esame. In uno studio del 2016, Richeri analizza il periodo 2010-2015, registrando un aumento globale del 21,2% dei guadagni al botteghino (passati da 31,6 a 38,3 miliardi di dollari), del 23,7% del numero di sale (passate da 122900 a 152100) e del 15,6% del

numero complessivo di film realizzati (da 5845 a 6762).²³ Nel 2015 la Cina occupa il terzo posto nelle entrate al box office, con il 17,8% (corrispondente a 6,8 miliardi di dollari) dietro Nord-America (11,1 miliardi, ovvero il 29% del mercato) ed Europa (8,3 miliardi equivalenti al 21,6% del mercato globale), mentre il resto del mondo contribuisce per poco meno di un terzo del totale (38,3 miliardi), con 12,1 miliardi. Quello che spicca è l'esponentiale crescita di schermi, che segnala gli epocali cambiamenti strutturali allora alle porte. Altrettanto illuminante è la meno che modesta crescita del 10,6% delle ammissioni generali (i biglietti emessi), cosa che suggerisce la crescente diffusione di piattaforme alternative e del *pay per view*. Questo vale soprattutto per gli Stati Uniti, dove la stagnazione del mercato domestico ha portato, nello stesso arco di tempo, a una diminuzione dell'1,5% dei biglietti venduti. Se si considerano invece le cifre relative alla Cina, si capirà che è la maggiore responsabile per la crescita complessiva segnalata: le entrate al botteghino sono passate da 1,5 a 6,8 miliardi di dollari (con una crescita del 350%), gli ingressi da 290 milioni a 1,26 miliardi (+339%) e il numero totale di schermi da 6253 a 31627 (+400%).²⁴

Osservando i dati del 2017, si nota anche che nel mercato nord-americano gli incassi al botteghino sono rimasti sostanzialmente invariati rispetto ai due anni precedenti, mentre quello cinese ha registrato una crescita di quasi due miliardi di dollari (da 6,8 a 8,6); gli schermi sono diventati 50776, a un ritmo di dieci nuovi al giorno: entro il 2021 si stima saranno 80377.²⁵ Ma più il mercato cinese è divenuto appetibile per i sei grandi studi di Hollywood (Walt Disney, Warner Bros, Paramount, Fox, Sony e Universal), più il Governo ne ha reso tortuoso l'ingresso. Alla difficoltà posta dalle strategie strette protezionistiche, va aggiunta la crescente competizione delle sempre più raffinate produzioni locali, accompagnata da campagne promozionali molto più lunghe

ed efficaci di quelle concesse ai titoli stranieri; senza contare gli standard sempre più rigidi sui contenuti imposti dal Dipartimento di Propaganda.²⁶ Occorre far notare che un sorpasso quadrimestrale del box-office statunitense è avvenuto per la prima volta nel 2018 (PEN America); secondo le stime pre-pandemia, la Cina avrebbe dovuto raggiungere i 15,5 miliardi di dollari entro il 2023, ben al di sopra degli 11,4 miliardi registrati dagli Stati Uniti nel 2019.²⁷

Dai dati riportati emerge la crescente pressione che Hollywood subisce dalla diversificazione di piattaforme e dalla competizione con la Cina. Se questa ha un potere sempre maggiore nell'imporre particolari condizioni su quanto e come il Regno di Mezzo debba essere narrato sullo schermo (c'è persino un divieto sulla presenza di 'cattivi' di nazionalità cinese),²⁸ un modo di aggirare i vincoli commerciali sono le co-produzioni, ma anche per queste l'ago della bilancia sembra pendere vistosamente dalla parte della Cina.²⁹ Agevolati dalle politiche protezionistiche e sorretti da produzioni con standard qualitativi ormai del tutto equiparabili a quelli dei maggiori studi occidentali, gli incassi dei film cinesi in patria sono aumentati di anno in anno distaccando quelli dei film importati e raggiungendo un divario di circa 1,5 miliardi di dollari nel 2015. A questo successo hanno contribuito Internet e i social media: contando anche sull'effetto passaparola, la rete e i social consentono un'efficace e capillare (nonché economica) promozione dei film – elemento cruciale in un paese così vasto; ancora più cruciale è il passaggio da un'industria 'non-intelligente' a una 'intelligente', in cui l'accesso ai big data garantito da e a giganti della rete cinese come Baidu, Tencent e Alibaba (cui si aggiungono oggi Xiaomi e Bytedance), insieme alle indagini di mercato basate su calcoli algoritmici, consentono la massima ottimizzazione degli investimenti e la crescita dei profitti.³⁰ Il numero sempre maggiore di grandi infrastrutture tecnologicamente all'avanguardia

determina a sua volta una maggiore professionalizzazione e rafforza l'indotto venutosi a creare.³¹

È ancora presto per calcolare l'impatto che la pandemia di Covid-19 ha avuto e sta avendo sul cinema cinese e su quello globale, ma non è del tutto fuori luogo immaginare che essendo la Cina riuscita a controllare la diffusione del virus al punto da debellare il contagio in modo pressoché definitivo, le stime sopra riportate saranno destinate a essere superate. Inoltre, grazie anche alle misure volte a rilanciare i consumi e risollevare l'industria cinematografica nel suo complesso, sappiamo oggi che il bando parziale applicato agli spostamenti in occasione del Capodanno cinese 2021 (il primo in piena pandemia) non ha solo portato ai risultati sperati, ma anche fatto ampiamente superare le stime: così, nonostante la riduzione del 25% della capienza delle sale (50% nelle zone a rischio come Pechino), il film *Detective Chinatown 3*, terzo capitolo della saga diretta da Chen Sicheng e lanciata nel 2015, ha registrato il record assoluto (in un unico mercato) di 397 milioni di dollari di incassi (327 milioni di euro) a soli tre giorni dall'uscita.³²

Quanto rilevato mette in luce un aspetto fondamentale del passaggio del cinema cinese da oggetto culturale a soggetto economico: l'autosufficienza e il controllo che questa richiede e a sua volta genera. Come già evidenziato, il cinema cinese rifletteva i limiti di un paese che si era aperto da poco e con esitazione al libero mercato, privo di esperienza e della solidità economica necessarie a sostenere grosse produzioni o una distribuzione su larga scala. In uno studio del 2010, Davis fa notare qualcosa che sembra ovvio ma non lo è: anche nel settore del cinema, la crescita esponenziale dell'industria e del mercato in Cina non va interpretata come risposta alla trasformazione spontanea del mercato interno, ma come risultato di politiche ad hoc finalizzate a stimolare la produzione e i consumi, con l'obiettivo ulti-

mo di tutelare i prodotti domestici che altrimenti non sarebbero stati in grado di competere con quelli importati.³³

Di fatto, a questo rafforzamento hanno contribuito anche interventi mirati come il lancio, nel 2004, del CEPA (Closer Economic Partnership Arrangement) – accordo che puntava a integrare i territori di Cina, Hong Kong e Macao attraverso cambiamenti nella direzione di un trattamento di favore per i prodotti e i servizi delle due SAR.³⁴ Non è affatto paradossale poi che per trovare (o ritrovare) il ‘proprio’ cinema, la Cina abbia dovuto guardare fuori dai suoi confini territoriali, o almeno da quelli sovrani, rivolgendosi proprio alla colonia dove, all’indomani dell’invasione giapponese, si erano trasferiti i principali studi dell’epoca d’oro del cinema di Shanghai; finché le due identità territoriali e i loro mercati non sono confluiti al volgere del nuovo millennio, non senza traumi e tensioni.³⁵ Inoltre, centrale è stato il ruolo dei produttori di Hong Kong e Taiwan nella realizzazione dei film che, a partire dall’inizio degli anni Novanta, sono riusciti a superare i confini cinesi e conquistare l’attenzione (e i premi) del mondo.³⁶

La nozione di ‘cinema nazionale’ è fondamentale in questo quadro: come fanno notare diversi studiosi, ‘nazionale’ non è solo quel cinema che veicola un messaggio culturale di coesione e coerenza, ma è anche (forse soprattutto) quello che, finanziato dalla nazione stessa, viene identificato come prodotto volto a difendere un certo tipo di interesse politico ed economico.³⁷ Zhang Yingjing sottolinea la problematicità della definizione di ‘cinema cinese’, che considera un “messy affair” almeno quanto il significante (‘cinese’), corrispondente a una cultura frammentata in territori contesi.³⁸ Riprendendo Higson e Zhang, Berry nota “the national informs almost every aspect of the Chinese cinematic and narrative repertoire”,³⁹ laddove l’aggettivo ‘nazionale’ rimanda a tradizioni cinematografiche di territori diversi ma connessi, ed è fondamentale

cangiante: muta a seconda del punto di vista narrativo espresso da regista e personaggi, della location e della produzione, ed è frutto dell’interazione di questi elementi sullo sfondo di un mercato oramai interamente transnazionale. Inoltre, aggiunge Barry, la nozione è così cruciale per il cinema cinese perché è un’idea occidentale fatta propria e adottata come arma per resistere allo stesso occidente. Aldilà di definizioni ed etichette, l’attuale boom del cinema cinese sembra derivare soprattutto dalla sua capacità di essere al tempo stesso transnazionale (negli investimenti) e nazionale (nei contenuti).⁴⁰

A conclusione di questa disamina, il modo più efficace per evidenziare come la Cina sia passata dalla condizione di oggetto (visto, toccato e usato) a quella di soggetto (che pianifica e implementa misure ma soprattutto che controlla il mercato) all’interno dell’industria cinematografica internazionale, è forse quello di considerare alcuni film che meglio rappresentano le diverse fasi, analizzarne la ricezione e l’efficacia nel veicolare un certo tipo di messaggio. *Terra Gialla* (titolo originale *Huang Tudi* 黄土地, Chen Kaige, 1984) è un capolavoro pervaso dalla preoccupazione per la sempiterna condizione delle campagne cinesi, la cui struggente rappresentazione riecheggia la pittura di paesaggio classica; prodotto dal Guanxi Film Studio, il film è anche il primo attribuito alla quinta generazione, che incarna il passaggio da un cinema ‘di Stato’ a uno più consapevole e perfino critico.⁴¹

Una produzione raffinata e già globalizzata quale *Lanterne Rosse* (*Da Hong Deng Gao Gao Gua* 大红灯高高挂), diretto da Zhang Yimou nel 1991, rappresenta il problematico *exploit* del cinema cinese all’estero, laddove per ‘cinema cinese’ si intende in questo caso un prodotto fatto in Cina da cinesi per un pubblico transnazionale, ma che ha finito per avere successo presso un pubblico prevalentemente non-cinese. Una simile circostanza ha scatenato un cortocircuito tra la censura cinese (che prese di mira film e

regista) e l'analisi culturalista di Dai Jinhua, che ha bollato il film e il suo immaginario come auto-orientalisti.⁴² Si passa così da film con un alto coefficiente artistico, ma poco incisivi sul mercato domestico, alle recenti e costose mega-produzioni caratterizzate dall'uso massiccio di tecnologia ed effetti speciali come *The Mermaid* (Stephen Chow, 2016), *Wolf Warrior I e II* (Wu Jing, 2015 e 2017), il fantascientifico *The Wandering Earth* (Guo Fan aka Frant Gwo, 2019), il colossale d'animazione *Ne Zha* (2019, Jiaozi) e la già citata trilogia di *Detective Chinatown 1, 2, 3* (2015, 2018 e 2021). Il fatto che questi siano i film più visti di sempre in Cina, dà un'idea dell'ottimo stato in cui versa il cinema cinese rinnovato dall'integrazione di tecnologie, marketing, ma soprattutto *know-how* e professionalità dei registi (molti dei quali provenienti da Hong Kong).

Abbiamo poi *Dead Pigs* (*Haisbang Fucheng* 海上浮城, 2018), della regista cinese naturalizzata americana Cathy Yan, e *Better Days* (*Shaonian de ni* 少年的你, 2018) di Derek Tsang, originario di Hong Kong e figlio del regista Erik Tsang. Il primo è una co-produzione sino-americana (con Jia Zhangke come produttore esecutivo) e culturalmente ibrido come la sua autrice, nata a Shanghai ma cresciuta tra Hong Kong e gli Stati Uniti. Il film tocca argomenti spinosi attorno ai quali orbitano i filoni narrativi trainati dai diversi personaggi e dai rapporti di questi tra di loro: il selvaggio sviluppo urbano delle periferie e la rilocazione forzata di reticenti residenti, il divario economico e i conflitti di classe, lo sfruttamento di 'impiegati stranieri' come *commodity* simbolo di un'internazionalizzazione superficiale, e infine la precarietà delle condizioni igieniche negli allevamenti, alla base di un inquietante episodio cui il film deve il titolo.⁴³ In una recente intervista, Yan ha ironizzato sui tortuosi meccanismi della censura cinese, ma gli effetti di questa sembrano emergere nel finale che risolve tutti i conflitti in un estemporaneo e liberatorio karaoke di gruppo. *Better Days*, tra i primi

quaranta film con gli incassi più alti di tutti i tempi al botteghino cinese, è una storia di adolescenti vessati da una società sempre più competitiva e alienante. Oltre a trattare in modo convincente temi come il bullismo e il suicidio, il film sembra alludere agli aspetti oppressivi che contraddistinguono la società cinese in toto e non soltanto il mondo dei giovani, implicando una più o meno velata critica che – se si considera il background dell'autore – potrebbe anche nascondere un commento politico. Difatti anche questo titolo ha attirato l'attenzione della censura cinese: ritirato dal Festival del Cinema di Berlino, l'uscita in Cina è stata bloccata per poi essere autorizzata in un secondo momento.⁴⁴

Spero di aver mostrato, aiutata anche dai dati forniti, la nuova fase, piena di contraddizioni ma particolarmente dinamica, in cui il cinema cinese è entrato, seguendo la complessiva crescita economica dettata dal XIII Piano quinquennale (2016-2020) da poco terminato. L'aspetto saliente di questa fase è la capacità di controllo e l'autonomia che l'industria cinematografica cinese sta affermando, come dimostra anche il fatto che non sempre (a dire il vero quasi mai) al successo in patria corrisponda un altrettanto buona ricezione internazionale, che semplicemente non serve e non interessa. Non più o almeno non in modo particolare. Nella stessa fase, la Cina non ha bisogno di esportare il proprio prodotto, ma lo rafforza sul mercato che può gestire meglio: quello interno e quello a lei immediatamente vicino del Sud-est asiatico. Contemporaneamente, quello che può fare a livello mondiale, attraverso la sua influenza su Hollywood, è far sì che di sé e del suo popolo sia veicolata un'immagine corretta e 'appropriata'.

Bibliografia

Berry, Chris, Farquhar-Mary, *China on Screen: Cinema and Nation*, Hong Kong, Hong Kong University Press, 2006.

Braester, Yomi, "Chinese Cinema in the Age of Advertisement: The Filmmaker as a Cultural Broker", *The China Quarterly* 183 (2005), pp. 549-564.

Calkins, Mary Lynne, "Censorship in Chinese Cinema", *21 Hastings Communications and Entertainment Law Journal* 2 (1998), pp. 238-338.

Dai Jinhua, "Postcolonialism and Chinese Cinema of the Nineties" (translated by Harry H. Kuoshu), in Wang Jing, T. E. Barlow, (eds.), *Cinema and Desire: Feminist Marxism and Cultural Politics in the Work of Dai Jinhua*, London-New York, Verso, 2002, pp. 49-70.

Dai Jinhua, *Chinese Cinema Culture: A Scene in the Fog*, New York, Peter Lang, 2019

Davis, Darrell William, "Market and Marketization in the China Film Business", *Cinema Journal* 3 (2010), pp. 121-125.

Higson, Andrew, "The Limiting Imagination of National Cinema", in M. Hjort – S. MacKenzie (eds.), *Cinema and Nation*, London-New York, Routledge, 2000, pp. 63-74

Jameson, Fredric, *Postmodernismo. Ovvero la logica culturale del tardo capitalismo*, Fazi, Roma, 2007.

Lin Dal Yong, "Transforming the global film industries: Horizontal integration and vertical concentration amid neoliberal globalization", *International Communication Gazette* 5 (2012), pp. 405-422.

Lin Jian, "Be creative for the state: Creative workers in Chinese state-owned cultural enterprises", *International Journal of Cultural Studies* 1 (2019), pp. 53-69.

McGrath, Jason, "Metacinema for the Masses: Three Films by Feng Xiaogang", *Modern Chinese Literature and Culture* 2 (2005), pp. 90-132.

Nakajima, Seio, "The genesis, structure and transformation of the contemporary Chinese cinematic field: Global linkages and national refractions", *Global Media and Communication* 1 (2016), pp. 85-108.

Nye, Joseph S. Jr., *Soft Power: The Means To Success In World Politics*, New York, Public

Affairs, 2004.

Pang, Laikwan, "The Global-National Position of Hong Kong Cinema in China", in S. Donald, M. Keane, Hong Yin (eds.), *Media in China: Consumption, Content and Crisis*, London and New York, Routledge, 2002, pp. 55-66.

Richeri, Giuseppe, "Global film market, regional problems", *Global Media and China* 4 (2016), pp. 312-330.

Song Xu, "Hollywood Movies and China: Analysis of Hollywood globalization and relationship management in China's cinema market", *Global Media and China* 3 (2018), pp. 177-194.

Yeh, Emilie Yueh-yu, Davis, Darrell William, "Re-nationalizing China's film industry: Case study on the China Film Group and film marketization", *Journal of Chinese Cinemas* 1 (2008), pp. 37-51.

Zhang Yingjin, *Chinese National Cinema*, New York-London, Routledge, 2004.

Zhou Yuxing, "Pursuing soft power through cinema: censorship and double standards in mainland China", *Journal of Chinese Cinemas* 3 (2015), pp. 239-252.

Zhu Ying, "Chinese cinema's economic reform from the mid-1980s to the mid-1990s", *Journal of Communication* 4 (2002), pp. 905-921.

Note

¹ Dai Jinhua, *Chinese Cinema Culture: A Scene in the Fog* (New York, Peter Lang, 2019), p. 3.

² La spesso abusata definizione è stata coniata da Joseph S. Nye Jr., in Joseph S. Nye Jr., *Soft Power: The Means To Success In World Politics* (New York, Public Affairs, 2004). Si legga anche Zhou Yuxing, "Pursuing soft power through cinema: censorship and double standards in mainland China", *Journal of Chinese Cinemas* 3 (2015), pp. 239-252.

³ Zhu Ying, "Chinese cinema's economic reform from the mid-1980s to the

mid-1990s”, *Journal of Communication* 4 (2002), p. 909, e Lin Jian, “Be creative for the state: Creative workers in Chinese state-owned cultural enterprises”, *International Journal of Cultural Studies* 1 (2019), pp. 57-58.

⁴ Emilie Yueh-yu Yeh, Darrell William Davis, “Re-nationalizing China’s film industry: Case study on the China Film Group and film marketization”, *Journal of Chinese Cinemas* 1 (2008), p. 39. Oggi il CFG mantiene ancora molte delle sue vecchie prerogative, compreso il monopolio sulle coproduzioni, *Ibid.*, p. 46.

⁵ Nel 1984, per decisione del Comitato Centrale del PCC, la politica inizialmente lanciata nelle zone rurali fu estesa anche alle città interessando di conseguenza l’industria cinematografica, che fu così avviata a una maggiore autosufficienza. Seio Nakajima, “The genesis, structure and transformation of the contemporary Chinese cinematic field: Global linkages and national refractions”, *Global Media and Communication* 1 (2016), pp. 88-89.

⁶ Yeh, Davis, “Re-nationalizing China’s film industry”, p. 39.

⁷ Dai Jinhua, *Chinese Cinema Culture: A Scene in the Fog*, p. 4-8.

⁸ Non è casuale il sodalizio tra cineasti e scrittori. Le collaborazioni più note sono quelle tra Chen Kaige e Ah Cheng, Zhang Yimou e Su Tong e ancora tra Zhang e Yu Hua, all’origine di tre film-simbolo del decennio che va dal 1984 al 1994: *Terra Gialla* (1984), *Lanterne Rosse* (1991) e *Vivere* (1994).

⁹ Yeh, Davis, “Re-nationalizing China’s film industry”, pp. 40-42, e Giuseppe Richeri, “Global film market, regional problems”, *Global Media and China* 4 (2016), 1.4 p. 314.

¹⁰ Nel 2002 Laikwan Pang scriveva: “Hong Kong’s production know-how and business concepts have helped the Chinese cinema to understand consumption patterns. China’s film market has been structurally altered by a specific marketing concept dangqi (cinema seasons) in the last few ye-

ars”, e annunciava profeticamente: “As the mainland market is so crucial for the future development of Hong Kong cinema, the unique identity of Hong Kong cinema may be easily swallowed up by the consumption needs of the mainland. [...] The reunification of Hong Kong with China has provided both the premises and the threats of the merging of the two cultures and economies.” Laikwan Pang, “The Global-National Position of Hong Kong Cinema in China”, in S. Donald – M. Keane – Hong Yin (eds.), *Media in China: Consumption, Content and Crisis*, (London and New York, Routledge, 2002), p. 61.

¹¹ Al momento del passaggio, il cinema di Hong Kong accusava già la competizione dei *blockbuster* americani e la crisi finanziaria che investì l’Asia nel 1997. Song Xu, “Hollywood Movies and China: Analysis of Hollywood globalization and relationship management in China’s cinema market”, *Global Media and China* 3 (2018), pp. 179-180.

¹² Jason McGrath, “Metacinema for the Masses: Three Films by Feng Xiaogang”, *Modern Chinese Literature and Culture* 2 (2005), pp. 90-91, e Yomi Braester, “Chinese Cinema in the Age of Advertisement: The Filmmaker as a Cultural Broker”, *The China Quarterly* 183 (2005), pp. 556-557.

¹³ Song, “Hollywood Movies and China”, p. 180, e Dal Yong Jing, “Transforming the global film industries: Horizontal integration and vertical concentration amid neoliberal globalization”, *International Communication Gazette* 5 (2012), p. 407.

¹⁴ Miriam Berger, “Why activists are calling for a boycott of ‘Mulan’ because of events in Hong Kong”, <https://www.washingtonpost.com/world/2020/09/05/mulan-disney-china-hongkong-boycott/> (ultimo accesso 05/09/2020). Ziba Murat, “My mother may be a victim of China’s concentration camps. Disney’s ‘Mulan’ is a whitewash”, <https://www.washingtonpost.com/opinions/2020/09/10/my-mother-may-be-victim-chinas-concentration->

camps-disneys-mulan-is-whitewash/ (ultima consultazione 10/09/2020); Brooks Barnes, Amy Qin, "Disney Wanted to Make a Splash in China With 'Mulan.' It Stumbled instead", <https://www.nytimes.com/2020/09/12/business/media/disney-mulan-china.html> (ultimo accesso 12/09/2020).

¹⁵ L'utente Youtube Xiran Jay Zhao ha aperto un account sulla piattaforma con l'unica finalità di postare il video "Everything culturally wrong with Mulan (2020)" che analizza tutti i passi falsi del film, ottenendo 1,5 milioni di visualizzazioni in un solo mese, <https://www.youtube.com/watch?v=N3QKq24e0HM> (ultimo accesso 11/09/2020).

¹⁶ Filippo Santelli, "Pechino 'censura' Mulan, il film delle polemiche: oscurati i contenuti online".

<https://www.repubblica.it/esteri/2020/09/11/news/mulan-non-accontenta-nessuno-piovono-critiche-sul-film-della-disney-che-non-scalda-gli-spettatori-cinesi-266927800/> (ultimo accesso 11/09/2020).

¹⁷ Song, "Hollywood Movies and China" p. 181, e Nancy Tartaglione, "China Film Industry To Be Regulated By Communist Party Propaganda Department", <https://deadline.com/2018/03/china-film-industry-regulation-communist-party-propaganda-department-1202350328/> (ultimo accesso 21/03/2018).

¹⁸ Mary Lynne Calkins, "Censorship in Chinese Cinema", *21 Hastings Communications and Entertainment Law Journal* 2 (1998), p. 242.

¹⁹ Prima del 2013, la compresenza di due uffici di censura preposti alla gestione di diversi canali di distribuzione poteva determinare il paradosso per cui un film bandito dalle sale per decisione del SARFT, ottenesse invece il via libera del GAPP per la distribuzione commerciale su DVD o Internet. Un simile destino è toccato al film di Jia Zhangke *A Touch of Sin / Tian zhu ding* (2013). Zhou, "Pursuing soft power through cinema", p. 240.

²⁰ *Ibid.*, p. 242.

²¹ Vale la pena aggiungere che non essendo applicato in Cina il meccanismo di "rating" valido nel mercato occidentale, tutti i film distribuiti nelle sale del Paese devono poter essere visti da (e essere adatti a) spettatori di tutte le età. Song, "Hollywood Movies and China", p. 184.

²² A questo fenomeno è data grande rilevanza nel recente rapporto di PEN America redatto da James Tager, "Made in Hollywood, Censored by Beijing: The U.S. Film Industry and Chinese Government Influence", <https://pen.org/report/made-in-hollywood-censored-by-beijing/>.

²³ Giuseppe Richeri, "Global film market, regional problems", p. 318.

²⁴ Richeri imputa la crescita a tre fattori principali: l'ingresso della Cina nel WTO e la conseguente apertura a compagnie, prodotti e servizi stranieri; il crescente interesse del governo cinese nell'industria culturale e creativa (soprattutto il settore audiovisivo) per promuovere lo sviluppo economico; infine la necessità di consolidare la coesione sociale e rinvigorire l'identità collettiva minacciate dal galoppante individualismo alimentato dal sempre più pervasivo consumismo. *Ibid.*, p. 319.

²⁵ Song, "Hollywood Movies and China", p. 177.

²⁶ Song informa che la Cina è stata in grado di tenere gli incassi al botteghino dei film di Hollywood sotto il 40% del totale attraverso politiche di protezionismo e misure ad hoc quali le quote d'importazione, periodi di blackout, finestre di promozione ridotte e uscite sovrapposte. Rispetto ad altri mercati globali, i film di Hollywood viaggiano meno liberamente nel mercato cinematografico cinese. Il governo cinese consente una quota annuale di 34 film stranieri che riscuotono una parte degli incassi, 14 dei quali devono essere nei formati 3D special e IMAX. La rinegoziazione di queste quote e soprattutto delle percentuali di profitto che Hollywood voleva portare dal 25% al 28% allo scadere

degli accordi commerciali quinquennali nel 2018 ha subito un arresto e si trova attualmente in una fase di stallo. *Ibid.*, p. 180.

²⁷ James Tager, “Made in Hollywood, Censored by Beijing”, p. 7.

²⁸ “You’re not going to see something that’s like *Seven Years in Tibet* anymore ... President Xi Jinping has repeatedly emphasized the need to ‘tell China’s story well’ – to make sure a coherent, compelling and, most important, Communist Party-sanctioned narrative of China’s rise to power reaches global audiences.” Amy Qin, Audrey Carlsen, “How China is Rewriting Its Own Script”,

<https://www.nytimes.com/interactive/2018/11/18/world/asia/china-movies.html>. (ultimo accesso 18/11/2018).

²⁹ Come si legge nel citato rapporto di PEN America (p. 37), le co-produzioni devono essere approvate attraverso un iter gestito dalla China Film Co-production Corporation (CFCC), una divisione della statale China Film Group Corporation. La CFCC pone numerosi requisiti, tra cui ad esempio che almeno un terzo degli investimenti provenga da partner cinesi, che almeno una scena sia girata in Cina e che un terzo del cast sia composto da attori cinesi.

³⁰ “China’s Film Industry – a New Era”, p. 5, <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cn/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-cn-tmt-china-film-industry-en-161223.pdf> (2017).

³¹ Sale, studi e parchi a tema o le sempre più popolari “città del cinema”, come l’Oriental Movie Metropolis, gli Hengdian World Studios, il Wuhan Movie Park del Dalian Wanda Group o lo Shanghai Film Park e il Changchun Film City, insieme ai franchising quali Lumière Pavilions e le sempre più numerose sale Imax, impiegano centinaia di migliaia di persone.

³² Gli incassi ai botteghini hanno raggiunto, già entro i primi due mesi del 2021, 1,55 miliardi di dollari (gli Stati Uniti ne hanno registrati 2,2 in tutto il 2020).

Amy Qin, “A Bored China Propels Box Office Sales to a Record”, [https://www.nytimes.com/2021/02/16/business/china-movies-box-office-detective-chinatown.html#:~:text=%E2%80%9CDetective%20Chinatown%20%2C%E2%80%9D%20the,weekend%20in%20a%20single%20market](https://www.nytimes.com/2021/02/16/business/china-movies-box-office-detective-chinatown.html#:~:text=%E2%80%9CDetective%20Chinatown%20%2C%E2%80%9D%20the,weekend%20in%20a%20single%20market.). (ultimo accesso 16/02/2021).

³³ Darrell William Davis, “Market and Marketization in the China Film Business”, *Cinema Journal* 3 (2010), p. 122.

³⁴ Nel 2008, le 40 pellicole parte del progetto CEPA hanno giocato un ruolo determinante per la crescita dell’industria cinematografica in Cina. *Id.*

³⁵ L’idea di nazione e lo stesso cinema nazionale possono esistere solo a patto di coinvolgere il loro opposto, ovvero la frammentazione e la dispersione. Nel saggio del 1989 “The Concept of National Cinema” citato da Higson, quest’ultimo suggerisce che i “cinema nazionali” siano il prodotto di una tensione tra la sfera domestica e ciò che si trova “fuori”. Il business del cinema inoltre opera sin dai suoi inizi su base regionale, nazionale e transnazionale. Andrew Higson, “The Limiting Imagination of National Cinema”, in M. Hjort, S. MacKenzie (ed.), *Cinema and Nation*, (London-New York, Routledge, 2000), p. 67.

³⁶ I due maggiori produttori di *Lanterne Rosse* sono il regista taiwanese Hou Hsiao-hsien e il produttore Chiu Fu-sheng (anch’egli di Taiwan).

³⁷ “Those who inhabit nations with a strong sense of self-identity are encouraged to imagine themselves as members of a coherent, organic community, rooted in the geographical space, with well-established indigenous traditions. [...] National identity is, in this sense, about the experience of belonging to such a community, being steeped in its traditions, its rituals and its characteristic modes of discourse”. Higson, “The Limiting Imagination of National Cinema”, p. 64.

³⁸ Zhang Yinjing, *Chinese National Cine-*

ma, (New York-London, Routledge, 2004), p. 3.

³⁹ Chris Berry, Mary Farquhar, *China on Screen: Cinema and Nation*, (Hong Kong, Hong Kong University Press, 2006), p. 2-3.

⁴⁰ “China’s new transnational cinema really means appropriation of commercial incentives without the attendant risks of real market liberalizations”, Yeh, Davis, “Re-nationalizing China’s film industry”, p. 38.

⁴¹ Rimando alla dettagliata analisi che del film e dei suoi temi fa Chris Berry in Berry, Farquhar, *China on Screen*, pp. 102-105.

⁴² Dai Jinhua, “Postcolonialism and Chinese Cinema of the Nineties” (tradotto da Harry H. Kuoshu), in Wang Jing, T. E.

Barlow (ed.), *Cinema and Desire: Feminist Marxism and Cultural Politics in the Work of Dai Jinhua*, (London-New York, Verso, 2002), p. 50.

⁴³ All’inizio del 2013, migliaia di cadaveri di suini smaltiti in modo illegale contaminarono le acque del fiume Huangpu.

⁴⁴ Nancy Tartaglione, “China Censorship Casualty ‘Better Days’ Finally Gets Local Release Date; Well Go Working On U.S. Bow”, <https://deadline.com/2019/10/better-days-china-release-censorship-well-go-international-box-office-1202765792/> (ultimo accesso 22/10/2019).



Fig. 1. Spettatori cinesi guardano il film in 3D *Transformers: Age of Extinction* in un cinema a Wuhan nel Hubei, 2014, Chinaphotopress