

Le politiche di riforme economiche e di apertura avviate da Deng Xiaoping a partire dalla fine degli anni Settanta, dopo il periodo del radicalismo ideologico maoista, hanno determinato una serie di cambiamenti di natura economica e sociale ampiamente analizzati e discussi da studi sinologici, politologici ed economici. Tuttavia, una limitata attenzione è stata riservata allo studio dell'evoluzione dei media nella Cina contemporanea a partire dalla fine degli anni Settanta.

Perché i media

Lo studio dei media e dei suoi rapporti con la società è di particolare importanza per mettere in luce le forze sociali e tutte le strutture governative coinvolte nell'implementazione di determinate politiche. Il loro studio è in continua evoluzione secondo orientamenti e ritmi determinati in prima istanza dall'evoluzione dei rapporti tra organi politici, agenti economici e popolazione in ambito sociale, politico, economico e culturale.

Perché i media in Cina dopo il '79

L'analisi storica nello studio dei media è fondamentale per approfondire l'unicità del caso cinese. Le riforme economiche e le politiche di apertura hanno infatti avviato un processo di diversificazione nella struttura e nei contenuti mediiali senza precedenti. La nascita delle prime *joint venture* a capitale straniero nel mercato dei media, l'accettazione di dinamiche pubblicitarie, l'apertura di Scuole di Giornalismo e Comunicazione in alcune tra le più prestigiose università cinesi come Beida, Tsinghua e Fudan, così come altri episodi chiave tra la fine degli anni Settanta e i primi anni Ottanta, hanno costituito un punto di rottura con il passato: da questo momento in poi il sistema dei media in Cina è infatti soggetto ad un'influenza sempre più rilevante di dinamiche di mercato, oltre che politiche, riflettendo così cambiamenti della

società cinese.

L'unicità di questo processo di diversificazione dei media sia a livello strutturale che contenutistico, si articola in tre fasi:

- l'importazione di *know-how*, prodotti culturali e dinamiche economiche occidentali;
- la *rielaborazione* di istanze mediiali di stampo occidentale nel contesto della specificità sociale, politica e culturale cinese;
- la *ri-proposizione* a livello domestico e internazionale di linguaggi, contenuti e dinamiche strutturali originali frutto del processo di adattamento delle istanze mediiali non autoctone ad un contesto cinese in continuo divenire e sempre più globale.

La necessità di de-occidentalizzare lo studio dei media in Cina

Nel suo insieme, il presente numero monografico esplora la dimensione relazionale, i processi di importazione, adattamento e rielaborazione di alcuni tra i più importanti mezzi di comunicazione che caratterizzano la Cina contemporanea.

Ispirato dal lavoro seminale di Park e Curran *De-Westernizing Media Studies*, l'obiettivo del presente numero monografico è quello di arricchire il dibattito sulla complessità del sistema dei media globale finora dominato da un'epistemologia "occidentale" che, troppo spesso, trascurava la pluralità di tradizioni filosofiche locali sviluppatasi in contesti non occidentali. Lo studio dei media cinesi nel loro periodo post riforme si posiziona in questo filone perché la Cina investe e si serve dei media per giustificare la sua leadership politica ed economica sia a livello interno che internazionale, dopo un lungo periodo di isolamento diplomatico conosciuto nel periodo antecedente alle riforme. La rilevanza del sistema dei media cinesi a livello mondiale trova inoltre conferma nel fatto che, nel corso della presidenza di Xi Jinping,

i media hanno acquisito un ruolo ancora più complesso nella cornice della comunicazione politica interna ed esterna ma anche nel merito delle dinamiche legate all'economia locale e internazionale. Sul versante politico, ad esempio, non è certo passata inosservata la visita dello stesso Presidente Xi presso i quartieri generali della CCTV nel febbraio del 2016 in cui fu lanciato lo slogan *dangmei xing dang* 党媒姓党 (tutti i media sponsorizzati dal partito devono avere 'il Partito' come cognome¹). Sul piano economico (ma anche della propaganda internazionale) un ulteriore elemento di riflessione è suggerito dall'ambizioso progetto elaborato dal Comitato Centrale del Partito Comunista Cinese denominato "La voce della Cina" *Zhongguo zhi sheng* 中国之声 promosso nel marzo del 2018 in occasione della tredicesima Assemblea Nazionale del Popolo e che ha come obiettivo l'integrazione delle attività della 'China Central Television' (CCTV), della 'China Radio International' (CRI) e della 'China National Radio' (CNR).

Contenuti della proposta monografica

Che il dibattito nell'accademia 'occidentale' e 'anglofona' sulla storia dei media in Cina fosse ancora poco sviluppato è stato già dimostrato nel 2016 in una ricerca quantitativa condotta da Balbi, Chen e Wu sulla rivista scientifica *Interactions* nel numero monografico *Plea for a (new) Chinese media history*. Gli autori mettevano in luce come tra il 1995 e il 2015 la produzione scientifica cinese fosse incentrata su temi quali *media studies* (*meiti yanjiu* 媒体研究), *media history* (*meiti lishi* 媒体历史) e *Chinese media history* (*Zhongguo meiti lishi* 中国媒体历史) e come essi avessero avuto dei tassi di crescita particolarmente significativi negli ultimi vent'anni. Tuttavia, una riflessione sul ruolo della storia dei media in Cina rimane ancora poco sostenuta. Il presente volume contribuisce ad arricchire il dialogo anche in seno alla sinologia italiana attraverso l'analisi storica di alcuni mezzi

di comunicazione così come di casi studio specifici utili mettere a fuoco le già citate dinamiche di importazione, elaborazione, ri-proposizione.

Nello specifico, il contributo di Caschera si focalizza sulla popolarizzazione dell'animazione con riferimento all'era delle riforme e sull'impatto di queste ultime sui codici della comunicazione visiva. Prendendo in esame i tratti distintivi della *puppet animation*, il lavoro dell'animatore Jin Xi e un'analisi della serie televisiva *Le Storie di Ejjfendi* (*Afanti de gushi* 阿凡提的故事) l'autrice propone un'originale lettura sull'evoluzione del nazionalismo cinese mettendone in luce inclusività e appropriazione ma anche spinte transnazionali ed etnicismo.

L'evoluzione del giornalismo sportivo proposta da Lupano, previa analisi di due casi studio sulle testate *Zhongguo tiyubao* 中国体育报 (fondata nel 1958 in pieno periodo maoista) e *Titan Zhoubao* 体坛周报 (lanciata nel 1988 quasi un decennio dopo l'avvio delle politiche di apertura di Deng), è utile ad inquadrare fenomeni centrali di politica economica mediale come la contrapposizione testata di partito vs testata commerciale.

Il contributo di Costantino fornisce invece una riflessione storica in merito all'evoluzione dell'industria cinematografica partendo dal periodo delle riforme economiche e arrivando ad analizzare le recenti connessioni con il mercato hollywoodiano.

Il presente numero monografico ospita anche un articolo sull'evoluzione della propaganda esterna (*duiwai xuanchuan* 对外宣传) della Repubblica Popolare Cinese in cui Zappone si focalizza sul ruolo della televisione per analizzare forme di continuità e di rottura dal periodo maoista, principalmente focalizzato sulla costruzione di un'identità socialista, alla leadership di Xi Jinping incentrata su una strategia multiforme e racchiusa nell'espressione «raccontare bene le storie dalla Cina» (*jiang hao Zhongguo gushi* 讲好中国故事).

Seppur in tempi più recenti, i casi studio

sulla storia delle piattaforme digitali proposti da Negro sono funzionali a mettere in luce come le dinamiche di importazione, elaborazione, ri-proposizione fossero rintracciabili anche tra la fine degli anni Novanta e i primi anni Duemila nella creazione di un'industria digitale che, pur beneficiando di investimenti e importazione di *know how* prevalentemente statunitense, vede nelle sue scelte costitutive una serie di dinamiche economiche e sociali di *co-evoluzione* legata alla specificità del contesto politico e culturale cinese.

Un'ulteriore riflessione sulle problematiche legate alla penetrazione in Cina di software nati ed evoluti nel contesto dell'informatica occidentale del dopoguerra è fornita dal contributo di Tarantino e Giovannini che fornisce uno studio sull'immaginario che ha caratterizzato gli ultimi dieci anni del *Chinese Free and Open Source Software*.

Il presente numero monografico beneficia infine di un'articolata recensione di De Giorgi su *Radio and Social Transformation in China* (Routledge, 2019) di Wei Lei, una monografia che presenta l'evoluzione della radio nella Repubblica Popolare Cinese dal periodo maoista ad oggi.

Bibliografia

Balbi, Gabriele, Changfeng Chen, Jing Wu, "Plea for a (new) Chinese media history", *Interactions: Studies in Communication & Culture* 7.3 (2016), pp. 239-246.

Barmé, Geremie, "Worrying China and New Sinology", *China Heritage Quarterly* 14 (2008) pp. 1-11.

Ching, May Bo, "Rethinking media history in modern China: the cases of lithography, slide shows, the telegraph, and motion pictures", *Journal of Modern Chinese History* 12.2 (2018), pp. 175-179.

Eben v. Racknitz, Ines, "Repositioning History for the Future Recent Academic Debates in China", *History Compass* 12.6

(2014), pp. 465-472.

Gu, Ming Dong, and Xian Zhou, "Sinology, Sinologism, and New Sinology", *Contemporary Chinese Thought* 49.1 (2018), pp. 1-6.

Kraus, Charles, "Researching the History of the People's Republic of China", Cold War International History Project, *Woodrow Wilson International Center for Scholars*, Working paper #79 (2016).

Marsh, Vivien, "Re-evaluating China's global media expansion", *Westminster Papers in Communication and Culture* 13.1 (2018), pp. 143-146.

Nan Ping 南平, "Dang mei xing dang zhong zai quanfangwei jianchi zhengque yulun daoxiang 党媒姓党重在全方位坚持正确舆论导向" *Nanfangwang* 南方网 <http://opinion.southcn.com/o/2016-02/23/content-142812327.htm> 2016.

Park, Myung-Jin, James Curran, *De-Westernizing media studies*, Psychology Press (2000).

Richeri, Giuseppe, "I media tra le imprese, il pubblico e lo Stato. Nuove sfide per la ricerca", *Problemi dell'informazione*, 32.2 (2000), pp. 143-157.

Su Weiran 苏未然, "Xi Jinping: deng he zhengfu zhuban de meiti bixu xing deng xi jinping: 党和政府主办的媒体必须姓党", *Xinwen Zhongxin* 新闻中心 <http://news.sina.com.cn/c/nd/2016-02-19/doc-iffxprucu3024202.shtml> (2016).

Note

¹ L'espressione originale *Dang he zhengfu zhuban de meiti bixu xing dang* 党和政府主办的媒体必须姓党 (I media di Partito e del governo centrale devono essere soprannominati Partito) è stata riportata nel notiziario *Xinwen Liambo* della CCTV il 19 febbraio 2016 e successivamente ripresa in *Meiti Xingdang* 媒体姓党 il 23 febbraio 2016 sul quotidiano *Nanfang Daily*.