

SULLA VIA DEL CATAI

Rivista semestrale sulle relazioni
culturali tra Europa e Cina



Aprile 2018

Anno XI - Numero 18

Cina globale: soft power e proiezione internazionale

A cura di Sofia Graziani



CENTRO STUDI MARTINO MARTINI

soft power MADE IN CHINA



THE DILEMMAS OF ONLINE AND OFFLINE
MEDIA AND TRANSNATIONAL AUDIENCES

Claire Seungeun Lee



Claire Seungeun Lee, *Soft Power Made in China. The dilemmas of online and offline media and transnational audiences*, Palgrave Macmillan, Basingstoke (UK), 2016, Collezione privata

CENTRO STUDI MARTINO MARTINI

per le relazioni culturali Europa-Cina

Il Centro Studi intitolato a Martino Martini (1614-1661), missionario gesuita trentino che visse e operò in Cina, autore di importanti opere in campo storico, geografico e filologico, ha sede a Trento, dove svolge attività di ricerca, studio e documentazione sulla storia, la cultura e la realtà socio-economica della Cina. Pubblica in edizione critica l'Opera Omnia di Martino Martini, la collana storico-scientifica Orsa Minore, la rivista Sulla via del Catai, semestrale sulle relazioni culturali tra Europa e Cina, e la collana Miscellanea di testi biografici, letterari e teatrali. Promuove e organizza convegni, workshop, seminari, mostre e attività divulgative su temi di carattere storico, economico, geografico, artistico, filosofico e linguistico. Opera in stretta connessione con l'Università di Trento e intrattiene relazioni e scambi con istituti culturali e accademici italiani, europei e cinesi.

SULLA VIA DEL CATAI

Rivista semestrale sulle relazioni culturali tra Europa e Cina

契丹之路 欧中文化交流季刊

Direttore responsabile: Riccardo Scartezzini

Comitato scientifico: Presidente: Federico Masini
Luigi Bressan, Patrizia Carioti, Lucia Caterina, Marco Ceresa, Claudia von Collani, Paolo De Troia, Noel Golvers, Isaia Iannaccone, Alessandra Lavagnino, Tiziana Lippiello, Giuseppe O. Longo, Renato Mazzolini, Marina Miranda, Francesco Montessoro, Barbara Onnis, Paola Paderni, Guido Samarani, Francesco Surdich, Marina Timoteo, Gong Yingyang, Han Qi, Zhang Xiping

Comitato di redazione: Capo redattore: Aldo Caterino
Coordinamento: Laura De Giorgi, Sofia Graziani, Luisa M. Paternicò
Davor Antonucci, Michele Castelnovi, Miriam Castorina, Piergiorgio Cattani, Elena Dai Prà, Elisa Gagliardi Mangilli, Paolo Rosa, Wang Leilei, Yu Weiwei, Zhang Gangfeng

Autorizzazione del Tribunale di Trento
n. 1321 del 5 aprile 2007

Abbonamento annuale: 30 euro
Un numero: 20 euro

Sulla Via del Catai è una rivista referata a livello nazionale e internazionale. Il tema di ogni numero e il/i curatore/i vengono individuati e proposti dal Comitato di redazione o dal Comitato scientifico. Le proposte redatte dai curatori vanno inviate al Direttore responsabile, il quale le discute insieme al Presidente del Comitato scientifico e al Comitato di redazione. Le proposte, oltre a un'illustrazione generale del volume monografico, devono contenere alcune brevi informazioni sui contenuti di ciascun articolo. Una volta accettata la proposta editoriale, il curatore/proponente procede con l'invito formale agli autori a inviare i loro contributi fornendo la scadenza, seguendo lo *stylesheet* della rivista e raccomandando anche la ricerca di eventuali immagini da segnalare al Capo redattore, responsabile dell'apparato iconografico.

Raccolti i contributi, si procede alla valutazione *ex post* degli stessi da parte dei membri designati dal comitato scientifico, scelti al suo interno o coinvolgendo esperti esterni. Il procedimento è *double-blind*.

Amministrazione, Direzione, Redazione, Acquisti e Abbonamenti:

CENTRO STUDI MARTINO MARTINI

Via Tommaso Gar, 14 - 38122 TRENTO

tel. +39 0461 281495 - 281996 - 281343

e-mail: centro.martini@unitn.it - internet: www.martinomartinicenter.org

In copertina: Lin Dan, campione di badminton cinese, vincitore delle medaglia d'oro nel singolo alle Olimpiadi di Londra 2012, Flipkart



In alto: *Sostenere vigorosamente le lotte anti-imperialiste dei popoli di Asia, Africa e America Latina*, ca. 1964, Collezione privata

In basso: Robert F. Williams incontra Mao Zedong nel 1964, Medium

Introduzione. Cina globale: soft power e proiezione internazionale	7
<i>Sofia Graziani - Università di Trento</i>	
Hard power, structural power, soft power e quant'altro	19
<i>Paolo Rosa - Università di Trento</i>	
La propaganda internazionale della Repubblica Popolare Cinese: il periodo maoista	31
<i>Laura De Giorgi - Università Ca' Foscari Venezia</i>	
Come narrare la Cina all'Europa?	
Alcune riflessioni sull'internazionalizzazione dei media cinesi	49
<i>Bettina Mottura - Contemporary Asia Research Centre dell'Università degli Studi di Milano</i>	
Schermi a più dimensioni. Soft power e presenza cinese alla Mostra del Cinema di Venezia (2012-18)	63
<i>Elena Pollacchi - Università Ca' Foscari Venezia</i>	
Il soft power del pallone: la Cina nel calcio europeo	73
<i>Emma Lupano - Università degli Studi di Milano</i>	
Leadership tecnologica e innovazione come strumenti di soft power sulla Via della Seta digitale	85
<i>Lala Hu - Università Cattolica del Sacro Cuore Milano</i>	
La politica estera cinese nel XXI secolo: verso l'affermazione di una "grande potenza responsabile"	97
<i>Barbara Onnis - Università di Cagliari</i>	
Informare il mondo. Il ruolo dei "libri bianchi" del governo cinese	109
<i>Guido Samarani - Università Ca' Foscari Venezia</i>	
Cina e Africa nel XXI secolo: l'approccio discorsivo di Pechino	119
<i>Sofia Graziani - Università di Trento</i>	
La grande ascesa della Cina e la sua narrazione: dal "Beijing Consensus" e il "Modello Cina" al "Sogno cinese" di Xi Jinping	133
<i>Marina Miranda - Università di Roma "Sapienza"</i>	
Il concetto di potere nel discorso cinese sul soft power. Una prospettiva linguistica	145
<i>Tanina Zappone - Università di Torino</i>	



In alto: Ali Ihsan Cam, Il presidente cinese Xi Jinping partecipa alla cerimonia inaugurale della 4th Conference on Interaction and Confidence Building Measures in Asia (CICA) a Shanghai, 21 maggio 2014, Anadolu Agency

In basso: Wu Hong, Soldati dell'Esercito Popolare di Liberazione marciano in parata in piazza Tienanmen, 3 settembre 2015, EPA

INTRODUZIONE

CINA GLOBALE: *SOFT POWER* E PROIEZIONE INTERNAZIONALE

Sofia Graziani - *Università di Trento*

Nel recente volume dal titolo “L’amministratore del popolo: Xi Jinping e la nuova Cina”, Kerry Brown scrive che “l’era di Xi è l’era della Cina globale” perché il paese è stato esposto al mondo esterno come mai prima.¹ Negli ultimi anni, infatti, la promozione del “sogno cinese” (*Zhongguo meng* 中国梦) è andata di pari passo con l’espansione del *reach* globale della Repubblica Popolare Cinese (RPC), come dimostra l’ambiziosa iniziativa strategica della Nuova Via della Seta volta ad ampliare la rete di scambi, comunicazioni e infrastrutture.

L’attivismo globale della Cina di Xi Jinping affonda le radici negli anni Novanta quando il governo cinese lanciò la politica dell’ “andar fuori” (*zou chuqu* 走出去) per incoraggiare le aziende ad investire all’estero. L’internazionalizzazione economica della Cina, concretizzatasi di fatto nei primi anni Duemila, è stata poi estesa ad altri settori e attori cinesi, chiamati ad andare “verso il mondo” (*zou xiang shijie* 走向世界, in inglese “go global”), ed ha coinciso con una vera e propria *charm offensive*, tesa a promuovere la proiezione internazionale della RPC in termini economici, politici e culturali e a costruire il potere “soft” di Pechino.² David Shambaugh ha usato l’espressione “blitz culturale globale” per descrivere l’accelerazione, dal 2008, del processo di consolidamento della presenza cinese sull’arena mondiale.³

Nei medesimi anni, il concetto di *soft power*, coniato da Joseph Nye nel 1990 e introdotto in Cina nel 1993, entrava a pieno titolo nel discorso politico ufficiale e veniva fatto proprio dai massimi vertici del partito e del governo cinese.⁴ Nel 2007, Hu Jintao inserì tale concetto nel suo rapporto al XVII Congresso Nazionale del Partito Comunista Cinese (PCC), individuando nella cultura la risorsa principale di un *soft power* che mirava a costruire un’immagine positiva del Paese nel mondo e a rafforzare la legittimità del PCC tanto sul piano internazionale, quanto a livello domestico. Egli utilizzò, infatti, il termine *wenhua ruanshili* 文化软实力 (*soft power*

culturale) che stabiliva una stretta connessione tra *soft power* e cultura nazionale cinese.⁵ Da quel momento, massicci investimenti governativi sono stati stanziati nella diffusione della cultura cinese tramite l’ampliamento di una rete mondiale di Istituti Confucio, oltre che nell’internazionalizzazione dei media cinesi e, più in generale, in progetti di diplomazia pubblica che sono giunti fino in Africa.

La politica di *soft power* cinese è stata per anni prevalentemente ad hoc e reattiva, volta a plasmare l’immagine e la percezione del paese a livello internazionale, piuttosto che a esportare valori e modelli di sviluppo. La scelta di investire nel potere “soft” è stata, infatti, dettata dalla necessità sentita dal governo cinese di contrastare il diffondersi in Occidente (soprattutto negli Stati Uniti) della percezione della Cina quale potenza revisionista e di rassicurare i governi e l’opinione pubblica mondiale che l’ascesa della Cina sarà pacifica e non costituirà una minaccia per l’ordine internazionale liberale. Pechino ha cercato, dunque, di veicolare un messaggio positivo e rassicurante all’estero, promuovendo l’immagine di un paese impegnato in uno sviluppo pacifico, rispettoso dello status quo e disposto cooperare nella gestione degli affari internazionali.

Nell’era di Xi Jinping, la costruzione del potere “soft” della Cina, inteso più specificamente come *soft power* culturale, è rimasto un obiettivo centrale del PCC, come dimostra l’organizzazione nel dicembre 2013 di un’intera sessione collettiva di studio del partito dedicata a questo tema. In quell’occasione Xi ha collegato la costruzione del *soft power* culturale della Cina all’obiettivo futuro dei “Due Centenari” (*liang ge yi bai nian* 两个一百年) e alla realizzazione del “sogno cinese” della “grande rinascita nazionale”; una rinascita intesa non solo in termini di prosperità interna, ma anche di prestigio e influenza globale. Egli ha affermato, inoltre, che per aumentare il *soft power* cinese è necessario diffondere i valori della Cina contem-



In alto: Laurence Griffiths, La squadra femminile cinese di ginnastica ha vinto la medaglia di bronzo alle olimpiadi di Rio de Janeiro, 9 agosto 2016, Metro

In basso: Matthias Hangst, La nuotatrice cinese Fu Yuanhui festeggia la medaglia di bronzo vinta nella gara dei 100 metri dorso alle olimpiadi di Rio de Janeiro, 12 agosto 2016, Bustle



poranea, ossia i valori del socialismo con caratteristiche cinesi, mostrare il fascino della cultura cinese e rafforzare il “potere discorsivo” (*buayuquan* 话语权) della Cina nell’ambito degli affari internazionali.⁶ Da qui, i crescenti richiami alla tradizione, ma anche un rinnovato impegno del governo cinese a diffondere la voce della Cina, come dimostra la recente campagna tesa a ‘narrare la Cina’ (*jianghao Zhongguo gushi* 讲好中国故事) e a plasmare il discorso globale, generando consenso rispetto a valori, idee e a una visione del mondo che sostiene i propri interessi nazionali.⁷ Tali sviluppi vanno di pari passo con l’abbandono della politica del “basso profilo”, attribuita a Deng Xiaoping e adottata dai leader politici che hanno preceduto Xi Jinping, e riflettono un’accresciuta consapevolezza da parte della Cina del proprio ruolo nel mondo, ma anche una precisa volontà politica dell’élite governativa cinese di influenzare l’agenda internazionale e di assumersi più responsabilità nella definizione dell’ordine globale. Come scrive Kerry Brown, la Cina di Xi Jinping “sta venendo a patti con l’idea di essere un paese che ha potere, e che può stabilire le regole oltre che limitarsi a osservarle”.⁸ Un compito certamente arduo se si considera che il mondo occidentale appare confuso e perplesso rispetto al progetto di espansione cinese e la Cina stessa stenta a presentare un proprio modello e ad esprimere e far comprendere i suoi valori in Occidente.

Analizzare l’ascesa della Cina dalla prospettiva del *soft power* implica, secondo Sheng Ding, la necessità di riconcettualizzare il *soft power* in termini cinesi.⁹ In Cina il concetto di *soft power* è stato infatti rielaborato e adattato negli anni ed ha finito per distaccarsi dalla teorizzazione classica.¹⁰ Come accennato sopra, nell’interpretazione cinese l’ambito culturale è stato individuato come il nucleo fondante di tale concetto. Inoltre, il potere economico, non contemplato nella definizione fornita da Joseph Nye, è considerato una risorsa del *soft power* cinese, spe-


cialmente nei paesi in via di sviluppo dove il modello cinese si è rivelato attrattivo e il successo economico della Cina suscita desideri di replica. Qui, inoltre, leve economiche più coercitive come gli aiuti allo sviluppo - presentati come manifestazione dello spirito solidale e benevolo della Cina - e gli investimenti che Pechino riconduce al principio del mutuo vantaggio, rappresentano uno strumento importante del *soft power* cinese. Deborah Brautigam sostiene che “la Cina ha usato gli aiuti sia come forma di scambio assimilabile all’antica pratica imperiale del tributo, sia come espressione moderna del *soft power*, ovvero come uno strumento di diplomazia e come un mezzo per raggiungere obiettivi politici, strategici ed economici”.¹¹ Ma, come afferma Elena Polacchi in questo numero, anche in Occidente, soprattutto in determinati contesti, la capacità di attrazione della Cina appare legata al potere economico che il paese è riuscito in breve tempo a dispiegare.

Il dibattito accademico sulle politiche di *soft power* della RPC si è sviluppato a partire dal 2007. *Charm Offensive: How China's Soft Power is Transforming the World* di Joshua Kurlantzick (2007) è stato il primo di una serie di studi finalizzati a indagare il modo in cui la Cina ha recepito e compreso il concetto di *soft power*, le risorse e gli strumenti individuati da Pechino per promuovere la propria immagine e la propria influenza esterna, nonché le modalità attraverso le quali il *soft power* cinese si dispiega nelle diverse aree del mondo, soprattutto in ambito regionale e in Africa. La letteratura si è concentrata in particolare sulla diplomazia culturale e pubblica, sul discorso politico ufficiale e sull’influenza del modello cinese nel Sud del mondo.

Per quanto il focus principale sia stato prevalentemente sul punto di vista cinese, sulla Cina, dunque, quale attore che promuove il proprio *soft power*, nuovi percorsi di ricerca sono suggeriti nella letteratura più recente. Il dibattito è stato, infatti, arricchito da



In alto: Due panda giganti nello zoo di Shanghai, 22 agosto 2016, Pending Notes
In basso: Due maestri del tempio di Shaolin, Shi Deru (Shawn Xiangyang Liu)
e Shi Deyang (Shi WanFeng), discepoli del grande maestro Shi Suxi, 16 marzo 2008, Wikimedia



nuove prospettive d'indagine che, focalizzando l'attenzione sui *receiving agents* e sugli specifici contesti socio-culturali, economici e politici in cui si dispiega il *soft power* cinese, nonché sui diversi attori (non solo governativi) coinvolti nella sua promozione, hanno contribuito a una comprensione più complessiva del processo di costruzione del *soft power* cinese ed hanno problematizzato l'immagine della Cina quale attore monolitico.¹² Se consideriamo che la promozione del *soft power* di un paese implica un rapporto dinamico tra un agente e un soggetto destinatario, è evidente che il *soft power* di una nazione deriva dal modo in cui gli altri paesi percepiscono i valori e il sistema di quella determinata nazione. Rawnsley afferma che il *soft power* è *relational* e *communicative* e il suo successo dipende in larga misura dal modo in cui "receivers have socially constructed and filtered the image of the source".¹³ Pertanto, la comprensione della strategia di *soft power* della Cina non può prescindere dall'analisi del modo in cui i soggetti destinatari recepiscono il messaggio cinese e dei processi culturali a cui si intreccia la strategia di Pechino in un dato contesto.¹⁴

La raccolta di saggi proposta in questo numero si apre con il contributo di Paolo Rosa che fornisce un'introduzione all'analisi del potere nella scienza politica e nelle relazioni internazionali. L'autore esamina le caratteristiche e le sfaccettature teoriche del potere, prendendo a riferimento le risorse del potere di alcuni paesi asiatici che vengono costantemente richiamati a scopo illustrativo. La discussione dell'uso delle risorse economiche e il suo inquadramento all'interno del dibattito sul *soft power* risulta particolarmente interessante per la comprensione del *soft power* cinese, i cui strumenti, come abbiamo detto, includono il potere economico.


I saggi che seguono si concentrano sulla politica di *soft power* della Cina, con particolare attenzione all'ambito della diplomazia culturale e pubblica. Il saggio di Laura De Giorgi presenta un'analisi della propaganda

internazionale cinese nel periodo maoista e offre una panoramica esaustiva dei principali mezzi di comunicazione utilizzati sin dai primi anni Cinquanta per promuovere l'immagine della Cina nel mondo. Il saggio di De Giorgi è particolarmente importante perché illustra le origini e le caratteristiche del sistema di comunicazione e propaganda della RPC verso l'estero, mostrando come l'importanza attribuita oggi alla comunicazione nella creazione di un'immagine positiva della Cina nel mondo non sia un fatto nuovo ma affondi le radici nella storia. Il saggio mette in luce le contraddizioni della propaganda verso l'estero nel periodo maoista e le difficoltà incontrate dal PCC nel diversificare le modalità comunicative con l'estero da quelle della propaganda domestica al fine di rendere la comunicazione più efficace e credibile ad un pubblico straniero (e in particolare quello occidentale). Se, come sostiene De Giorgi, il collegamento fra la comunicazione internazionale e gli indirizzi politici del partito è rimasto, in gran parte, inalterato nella Cina contemporanea, tale nesso strutturale si traduce ancora oggi nella difficoltà di trovare un equilibrio tra il controllo del PCC sulle attività di comunicazione e la ricerca di una maggiore efficacia comunicativa a livello internazionale. Il saggio di Bettina Mottura, dedicato all'internazionalizzazione dei media cinesi negli ultimi decenni, mostra, infatti, come quello della credibilità dei media ufficiali sia un nodo ancora tutto da sciogliere, nonostante a partire dagli anni Ottanta profondi cambiamenti siano di fatto intervenuti nel settore dei media sul piano economico e si sia realizzata una maggiore differenziazione delle modalità e dei contenuti della comunicazione per il pubblico interno e quello internazionale. Mottura si sofferma in particolare sul caso dell'agenzia stampa Xinhua e sulle strategie tese a proiettare un'immagine positiva della Cina presso l'opinione pubblica europea. Se da un lato i giornalisti cinesi si mostrano consapevoli della necessità di rendere più efficace la ricezione delle notizie al



In alto: Il missile Lunga Marcia II-F che trasporta il satellite Tiangong-1 decolla dal centro di lancio di Jiuquan, nel Gansu, 29 settembre 2011, Time Magazine

In basso: Due uomini e una donna astronauti cinesi, 13 dicembre 2016, International Business Times



fine di conquistare il favore dell'opinione pubblica internazionale, dall'altro l'identità istituzionale di Xinhua e la subordinazione del flusso di notizie agli indirizzi politici del PCC producono esiti non sempre positivi. Come scrive Mottura, “il caso di Xinhua lascia pensare che il rafforzamento del *soft power* della Cina attraverso l'internazionalizzazione dei media istituzionali è un obiettivo ancora in parte da raggiungere”.

Come abbiamo visto, nel processo di costruzione del potere “soft” di Pechino la cultura ricopre un ruolo chiave. Elena Pollacchi indaga sul rapporto fra le principali vetrine cinematografiche europee e il *soft power* cinese, soffermandosi sulla presenza cinese alla Mostra del Cinema di Venezia. Pollacchi ci spiega come le strategie di *soft power* calate dall'alto tendano a intrecciarsi con altre dinamiche, non producendo necessariamente gli esiti desiderati dal governo centrale in termini di immagine. Vengono, dunque, messi in evidenza i limiti di questa strategia e, in particolare, le difficoltà di controllare le modalità e gli effetti dei processi culturali nel contesto di ricezione e le ambiguità delle politiche di *soft power* nell'ambito dei festival cinematografici. Emma Lupano affronta nel suo saggio il tema del ruolo della Cina nel calcio europeo e mostra come, nel discorso istituzionale e mediatico cinese, questo sport e gli investimenti cinesi nel settore siano concepiti come strumenti importanti per la costruzione del *soft power* esterno della Cina e per migliorare la sua immagine di “potenza sportiva” a livello globale. Molto interessante si rivela, inoltre, la riflessione sulla distinzione concettuale nella teorizzazione cinese tra *soft power* interno e *soft power* esterno.

Negli ultimi anni, anche l'innovazione sta ricoprendo un ruolo crescente nell'articolazione del *soft power* cinese. Lala Hu offre una trattazione della via della seta digitale e discute le dinamiche di internazionalizzazione nel settore IT e le strategie delle aziende cinesi nel contesto dei programmi lanciati dal governo cinese per fare della Cina un paese leader in

campo tecnologico.

Le caratteristiche della politica estera cinese e la sua evoluzione nel XXI secolo sono oggetto di analisi del contributo di Barbara Onnis. Il saggio esamina il discorso ufficiale cinese, soffermandosi in particolare sull'autodefinizione che la Cina offre di se stessa quale “grande potenza responsabile” e sul ruolo di tale concetto nel consolidamento della posizione del paese a livello internazionale alla luce dei cambiamenti intervenuti nella politica estera sotto le diverse amministrazioni succedutesi in Cina dai primi anni del Duemila. Il saggio di Guido Samarani, invece, esamina il ruolo dei “libri bianchi” come strumento di comunicazione internazionale del governo cinese, soffermandosi su tre “libri” pubblicati dal 2011 e dedicati alla politica estera. Il saggio mostra come questi documenti siano parte integrante della diplomazia pubblica della RPC tesa a informare il mondo sulla visione di Pechino, incoraggiare una maggiore conoscenza della Cina e costruire l'immagine di un paese in ascesa che combina pace e sviluppo. Inoltre, il saggio analizza l'impatto e le varie reazioni che ciascun Libro ha suscitato all'esterno della Cina, mettendo in evidenza l'eterogeneità delle risposte e dei commenti da parte della stampa e della comunità accademica internazionale. Al ruolo del discorso politico nella politica estera cinese è dedicato anche il saggio di Sofia Graziani che esamina la cornice retorica all'interno della quale la Cina spiega e legittima il proprio intervento in Africa. Nel XXI secolo, infatti, l'Africa è diventata un importante laboratorio per la diplomazia pubblica e il *soft power* cinese ed ha assunto crescente importanza nella strategia di promozione dell'influenza globale cinese. Il saggio si sofferma sul modo in cui la Cina si auto-rappresenta e concepisce la cooperazione sino-africana e mostra come Pechino abbia elaborato una strategia discorsiva che vede la promozione di una narrazione morale intrecciarsi profondamente con le aspirazioni globali cinesi.

Proprio in Africa e più in generale nei paesi in via sviluppo il modello cinese ha dimostrato una notevole capacità di attrazione. Il cosiddetto



In alto: La motonave portacontenitori *Cosco China* ormeggiata alla banchina di scarico nel porto del Pireo, 9 gennaio 2011, Antaeus

In basso: Rachelle Beaney, La skyline del quartiere di Pudong, a Shanghai, vista dal fiume Huangpu, 2019, Locatioscout



“Modello Cina” è stato, infatti, considerato nella letteratura come la concretizzazione più esplicita del *soft power* della RPC. Il contributo di Marina Miranda ricostruisce il dibattito sul “Modello Cina” che si è sviluppato sia in Occidente che in Cina a seguito della formulazione da parte di Joshua Cooper Ramo nel 2004 del concetto di “Beijing Consensus”, esaminando le diverse posizioni emerse. Miranda mostra come il dibattito sia entrato in una nuova fase grazie all’enunciazione da parte di Xi Jinping del “sogno cinese”, slogan che costituirebbe un’ulteriore rielaborazione del modello di sviluppo cinese e una nuova fase della narrazione dell’ascesa della Cina caratterizzata da una retorica – quella della “rinascita” o del “rinnovamento” – che, facendo leva sull’orgoglio nazionale, ha forti implicazioni nazionalistiche. Come scrive l’autrice il “sogno cinese” rappresenta “una sorta di assertività dell’identità nazionale intesa a sfidare l’ordine globale e regionale”.

Il numero si chiude con l’articolo di Tanina Zappone, che analizza il concetto di *soft power* nella teorizzazione cinese, adottando una prospettiva linguistica. Il saggio mette in evidenza l’esistenza nella lingua cinese di diverse traduzioni del termine *soft power* che corrispondono a differenti concettualizzazioni di potere nel discorso cinese. Tale eterogeneità terminologica riflette anche una sinizzazione del concetto stesso legata alla volontà di enfatizzare l’unicità del caso cinese, elaborando modelli originali, e dare voce all’ “eccezionalismo cinese”.

Note

¹ Kerry Brown, *L’amministratore del popolo: Xi Jinping e la nuova Cina* (Roma, Luiss University Press, 2018), pp. 81-98.

² Joshua Kurlantzick, *Charm Offensive: How China’s Soft Power is Transforming the World* (New Haven and London, Yale University Press, 2007).

³ David Shambaugh, *China Goes Global. The Partial Power* (Oxford, Oxford University Press, 2013), p. 4.

⁴ Mingjiang Li, “Soft Power in Chinese Discourse: Popularity and Prospect”, in Mingjiang Li (ed.), *Soft Power. China’s Emerging Strategy in International Politics* (New York, Rowman & Littlefield, 2009), pp. 21-44; Bonnie S. Glaser and Melissa E. Murphy, “Soft Power with Chinese Characteristics. The Ongoing Debate” in Carola McGiffert (ed.), *Chinese Soft Power and Its Implications for the United States* (Center for Strategic and International Studies, 2009), pp. 10-26.

⁵ Il testo del rapporto presentato da Hu Jintao al Congresso Nazionale del PCC nel 2007 è accessibile al link <http://cpc.people.com.cn/GB/104019/104099/6429414.html>

⁶ Xi Jinping 习近平, “Jianshe shehuizhuyi wenhua qianguo zhuoli tigao guojia wenhua ruanshili jianshe shehuizhuyi wenhua qianguo zhuoli tigao guojia wenhua ruanshili 建设社会主义文化强国 着力提高国家文化软实力” *Renmin ribao*, 01/01/2014, online <http://cpc.people.com.cn/n/2014/0101/c64094-23995307.html>

⁷ Si veda ad esempio, Justyna Szczudlik, ““Tell China’s Stories Well”: Implications for the Western Narrative”, *PISM Policy Paper*, n. 9 (169) Settembre 2018, <http://www.pism.pl/Publikacje/PISM-Policy-Paper-no-169>. Sullo sviluppo di un *soft power* normativo cinese si veda l’interessante volume a cura di William A. Callahan e Elena Barabantseva, *China Orders the World: Normative Soft Power and Foreign Policy* (Washington, DC, Woodrow Wilson Center Press, 2011).

⁸ Brown, *L’amministratore del popolo*, p. 93.

⁹ Sheng Ding, “Analysing Rising Power from the Perspective of Soft Power: a new look at China’s rise to the status quo power”, *Journal of Contemporary China*, 19, 64 (2010), pp. 255-272.



In alto: Liz Hingley, Attori cinesi sul set di un dramma in costume negli studi di Hengdian, 26 gennaio 2017, Time Magazine

In basso: Cerimonia inaugurale del 3rd New York Chinese Film Festival, 18 ottobre 2012, Asian in NY

¹⁰ Si vedano, ad esempio, Hongyi Lai, “Introduction. The soft power concept and a rising China”, in Hongyi Lai, Yiyi Lu (eds.), *China's Soft Power and International Relations* (London, Routledge, 2012), pp. 1-20; Xin Li e Verner Worm, “Building China's Soft Power for a Peaceful Rise”, *Journal of Chinese Political Science*, 16, 1 (2011), pp. 69-89; Young Nam Cho, Jong Ho Jeong, “China's Soft Power: Discussions, Resources, and Prospects”, *Asian Survey*, 48, 3 (2008), pp. 453-472; Joel Wuthnow, “The Concept of Soft Power in China's Strategic Discourse”, *Issues & Studies*, 44, 2 (2008).

¹¹ Deborah Brautigam, “China's foreign aid in Africa: What do we know?”, in R.I. Rotberg (ed.), *China into Africa: Trade, aid and influence* (Washington, D.C., Brookings Institution Press, 2008), pp. 201-202.

¹² Questa tendenza è emersa soprattutto nell'ambito degli studi sulla strategia cinese in Africa. Si vedano, ad esempio, Xiaoling Zhang, Herman Wasserman,

and Winston Mano (eds.), *China's Media and Soft Power in Africa: Promotion and Perceptions* (Palgrave Macmillan, 2016); Heidi Østbø Haugen, “Effetti inattesi nel reclutamento di studenti africani in Cina”, *Mondo Cinese*, 158 (2016), pp. 171-180. Secondo Fijałkowski una delle sfide cui si trova di fronte Pechino nel suo tentativo di promuovere un'immagine positiva in Africa e nel mondo è proprio la presenza di una molteplicità di attori che mossi da interessi e obiettivi spesso divergenti e in competizione tra loro rischiano di minare la coerenza della strategia di costruzione del *soft power* cinese. Łukasz Fijałkowski, “China's 'soft power' in Africa?”, *Journal of Contemporary African Studies*, 29, 2 (2011), pp. 223- 232.

¹³ Gary D. Rawnsley, “Reflections of a Soft Power Agnostic”, in Zhang, Wasserman and Mano (eds.), *China's Media and Soft Power in Africa*, p. 20.

¹⁴ Xiaoling Zhang, “A World of Shared Influence”, in Zhang, Wasserman and Mano (eds.), *China's Media and Soft Power in Africa*, pp. 3-16.



Alberto Terenghi, L'attrice cinese Fan Bingbing sul tappeto rosso alla 71ª edizione del Festival del Cinema di Cannes, 11 maggio 2018, Variety