

Conoscere la Cina attraverso la storia dei suoi media

Gianluigi Negro, *Le voci di Pechino. Come i media hanno costruito l'identità cinese*, Luiss University Press, Roma, 2022, pp. 192.

Parole chiave

Cina, media, politica, *nation building*, *media history*

Ilenia Colonna è docente a contratto in Media ed emergenze umanitarie, presso il Dipartimento di Scienze Umane e Sociali dell'Università del Salento. Si è occupata di rappresentazioni mediatiche di fenomeni sociali, media digitali, comunicazione politica e opinione pubblica (ilenia.colonna@unisalento.it).

Digitando 'media cinesi' nella barra di ricerca di Google Scholar, al 9 maggio 2023 si ottengono circa 50.200 contenuti, 17.000 se si specifica il riferimento temporale '2019-2023'. I risultati restituiti dall'algoritmo della piattaforma confermano come da qualche anno a questa parte i media cinesi siano oggetto di studio e interesse crescenti. Un'attenzione alimentata e trainata, con buona

probabilità, dalla congiuntura di particolari condizioni che hanno indirizzato gli occhi (mediali) del mondo verso la Cina e ciò che la Cina racconta. Si pensi al caso Huawei – al centro delle contese tra Cina e Stati Uniti nel 2019 –, alla pandemia da Covid-19 del 2020, al recente boom della piattaforma TikTok e alle implicazioni di questo successo (tra le più recenti, le preoccupazioni per

la privacy e la sicurezza dell'app, che hanno portato le istituzioni dell'Unione Europea e di diversi Paesi in tutto il mondo a vietare l'utilizzo di TikTok sui dispositivi del personale).

Ad ogni modo, anche al netto di questi importanti fattori che ne hanno accresciuto l'appeal, il sistema mediatico della Cina costituisce un oggetto di studio intrigante: perché fornisce le (auto)narrazioni di uno dei principali protagonisti dell'attuale scena mondiale e perché questo protagonista ha peculiarità uniche, che insieme rispecchiano la contemporaneità tecnologica e mantengono una forte continuità con il passato.

Uno scenario, quello mediale della Cina, che per essere compreso nella sua complessità ben si presta a un'osservazione che coniughi conoscenza della società e della cultura cinesi con un'analisi della comunicazione basata sulla *media history*. È quanto si ritrova in *Le voci di Pechino. Come i media hanno costruito l'identità cinese*, libro di Gianluigi Negro, che racconta in modo articolato e allo stesso tempo chiaro gli ultimi settanta anni della storia dei media cinesi. *Le voci di Pechino*

menzionate nel titolo non si riferiscono tanto ai prodotti dell'industria culturale cinese, quanto alle dinamiche politiche, economiche, socio-culturali e tecnologiche che sono inscritte in quei contenuti in grado, a loro volta, di influire su quelle stesse dinamiche.

L'approccio di analisi adottato nel testo ricostruisce i percorsi e le tappe principali dello sviluppo dei media cinesi, e si rivela molto utile alla comprensione dei processi che hanno coinvolto i media, la politica e la popolazione dalla fondazione della Repubblica Popolare a oggi. Questo metodo – definito dall'autore “multifocale” – permette, infatti, “di contestualizzare i momenti politici, economici e sociali più rilevanti nel corso degli ultimi anni della storia cinese” (pp. 20-21), prendendo in esame specifici ambiti mediali collocati temporalmente in quattro periodi: stampa e radio (1947-1977), televisione e cinema (1978-2007), Internet (2008-2014), convergenza (2015-2022).

L'analisi delle macrofasi individuate dall'autore – che costituiscono i capitoli del libro – è preceduta da una ricca illustrazione

delle produzioni accademiche italiane sui media cinesi, seguita dall'esame dell'evoluzione etimologica di alcuni concetti fondamentali dello scenario mediale cinese: comunicazione, media, sistema, propaganda. Il soffermarsi sull'aspetto etimologico di queste parole chiave fa emergere come i concetti varino al mutare delle condizioni socio-politiche, e come i media e i concetti a essi legati siano strettamente connessi alle vicende politiche. L'intreccio tra i media cinesi e la politica – quindi il tema dell'ideologia e delle pratiche comunicative del Pcc – emerge infatti in tutti i capitoli, caratterizzato dalle peculiarità del contesto storico-sociale considerato e dal relativo avanzamento tecnologico.

Attraverso l'approccio multifocale e facendo dialogare sinologia e storia dei media, l'autore mette in luce sia la rilevanza dei media cinesi nel processo di *nation building*, sia gli elementi di continuità e rottura nell'evoluzione del sistema mediatico in Cina. In tal senso, molto interessante è il capitolo dedicato alla televisione, medium che apprendiamo essere stato fondamentale per la promozione di

una nuova idea di Cina, negli anni '80 e '90. Negro analizza il ruolo della televisione cinese in questo importante momento di transizione storica, economica e politica ricorrendo alla prospettiva dei Cultural Studies – in particolare al pensiero di Raymond Williams – con la quale vengono indagati alcuni importanti programmi televisivi trasmessi dall'emittente di Stato Cctv.

La scelta operata dall'autore è molto efficace perché mette in evidenza l'importante contributo del medium televisivo in alcuni cambiamenti tra i più significativi della storia della Cina: nelle dinamiche sociali, nelle abitudini di fruizione degli spettacoli televisivi, nell'adozione di un modello di modernità basato su una particolare forma di capitalismo, in grado di coniugarsi con il "socialismo con caratteristiche cinesi". L'analisi dedicata alla televisione sottolinea anche e soprattutto la capacità del governo cinese di gestire i meccanismi che regolano il mercato dei media, in funzione di una nuova narrazione nazionale.

Se lo stretto legame tra politica e media – costantemente richiamato nel testo – induce a

pensare al sistema mediatico cinese come a un monolite, nel capitolo dedicato a Internet Negro ci fa scoprire uno scenario più complesso e sfaccettato. Ad esempio, apprendiamo che accanto ai sistemi di filtraggio della Rete più avanzati del mondo – il famoso Great Firewall – e alle forme di autocensura praticate dalle aziende per evitare le sanzioni previste dal governo, il web cinese ha visto svilupparsi dinamiche creative grazie alle comunità online, che hanno generato nuove forme espressive proprio per aggirare le forme di controllo e censura. Ancora, veniamo a sapere che, nonostante la forte spinta tecno-nazionalista per cui anche lo sviluppo di Internet deve seguire le linee indicate dal Pcc, nelle politiche di crescita della Rete cinese si ritrovano tratti tecnocratici, neoliberali e valori individualisti molto simili al pensiero che domina la Silicon Valley statunitense.

Le pagine del libro restituiscono il web dello sterminato Paese in tutta la sua complessità, tuttavia le difficoltà in cui potrebbe incorrere il lettore non specializzato in questioni cinesi sono superabili

grazie ai chiarimenti sulle articolazioni e le funzioni del Pcc offerte dall'autore; caratteristica del testo davvero apprezzabile, che risulta essenziale per comprendere alcuni tratti peculiari del panorama mediale, come l'"autoritarismo frammentato" dell'Internet cinese.

Lo sviluppo della Rete e delle tecnologie digitali, con le relative implicazioni sociali ed economiche, non ha relegato i media tradizionali a un ruolo di secondo piano nel sistema mediatico del Paese. Anzi, come ben illustra l'autore attraverso l'analisi di due *case study* (il *Quotidiano del Popolo* e la testata online *The Paper*) la convergenza mediale – che costituisce "una delle manifestazioni più importanti a livello politico, economico e sociale dei media nella Cina contemporanea" (p. 127) – ha rinnovato la centralità dei media analogici ed evidenziato le strette relazioni con il digitale.

Nelle riflessioni conclusive, Negro illustra gli aspetti principali emersi dalla sua analisi: la costante centralità politica ed economica dei media cinesi nel corso delle varie leadership; la coerenza delle scelte politiche nella gestione dei mezzi di comunicazione;

l'attitudine del sistema mediale cinese a sviluppare una retorica nuovista finalizzata alla (ri)creazione costante di valori nazionali.

Il metodo di studio che ha condotto alle considerazioni sopracitate rappresenta, secondo chi scrive, uno dei principali punti di forza del libro. Attraverso la prospettiva di analisi adottata dall'autore, la rilevanza dei media nel processo di *nation building* non emerge come il portato diretto delle tecnologie della comunicazione. Il piano di analisi in cui l'autore inserisce il suo oggetto di studio è infatti collocabile tra l'approccio determinista e le teorie del modellamento sociale (Williams, Edge 1996), quindi anche in una prospettiva mediologica. Da questa visuale, facendo emergere i rapporti tra le evoluzioni delle idee politiche, economiche e sociali della Cina e le evoluzioni dei media cinesi – che esprimono queste idee – *le voci di Pechino* raccontate nel libro di Negro rappresentano un interessante ambito di studi per comprendere la società della Cina e i suoi mutamenti.

Riferimenti bibliografici

Williams, B., Edge, D.
1996, *The social shaping of technology*,
Research Policy, v. 25, n. 6, pp. 865-899.