

Tutti cantano *Yi Dai Yi Lu*?

La popolarizzazione del discorso politico sulla Nuova Via della Seta

Emma Lupano

Università degli Studi di Milano

DOI: <http://dx.doi.org/10.7358/gn-2018-001-lupa>

ABSTRACT

The *Belt and Road (BRI) Forum for International Cooperation*, held in Beijing in May 2017, was the first event to gather official representatives from almost 60 countries in the name of China's project to re-enliven the spirit of the ancient Silk Road. Before and during the Forum, music videos were released online, promoting the benefits that the BRI would bring to the many populations involved, reproducing keywords from the institutional discourse on the initiative. Institutionally-inspired music videos and cartoons have become growingly common in the Chinese cyberspace since 2013, with the aim to promote the CCP's political message among younger citizens. Drawing on the analysis of the videos released in relation to the *Belt and Road Forum*, the contribution discusses the role of such products in the popularisation of the CCP's political discourse towards national and international audiences.

Keywords: China; online video; institutional discourse; Belt and Road Initiative; Xi Jinping.

Parole chiave: Cina; video online; discorso istituzionale; Nuova Via della Seta; Xi Jinping.

1. INTRODUZIONE

Il *Forum Belt and Road per la Cooperazione Internazionale (Yi Dai Yi Lu guoji bezuo gaofeng luntan 一带一路国际合作高峰论坛; in seguito Forum YDYL)*, tenutosi a Pechino il 14 e 15 maggio 2017, è stato il primo evento a riunire i rappresentanti di almeno 60 paesi (Tiezzi 2017) nel nome

dell'ambizioso progetto cinese di sviluppo e investimento in infrastrutture, trasporti e reti commerciali nel continente eurasiatico noto con il nome di Nuova Via della Seta (Scarpari 2016).

L'appuntamento era stato annunciato a fine gennaio 2017 dal presidente della Repubblica Popolare Cinese (RPC) Xi Jinping in occasione del suo *keynote speech* al Forum di Davos, durante il quale aveva presentato l'evento di maggio come un'opportunità per "avviarci su una strada di incontro e conoscenza reciproca e di sviluppo condiviso; per camminare verso un felice, pacifico, armonioso e luminoso futuro" (*jiu neng zouchu yi tiao xiang yu xiang zhi, gongtong fazhan zhi lu, zhou xiang xingfu anning hexie meihao de yuanyang* 就能走出一条相遇相知、共同发展之路, 走向幸福安宁和谐美好的远方) (Xi 2017). Il riferimento al progetto *Yi Dai Yi Lu* 一带一路 (*Una cintura una via*; in seguito YDYL), attualmente tradotto in inglese dalle fonti ufficiali cinesi come *Belt and Road Initiative* (BRI)¹, non poteva che risuonare positivamente a Davos, consentendo alla Cina di presentarsi come paese affidabile, pacifico e globalista, in contrapposizione rispetto alle tendenze protezionistiche del neo eletto presidente americano Donald Trump² (Bulloch 2017). L'affluenza di leader internazionali al Forum YDYL di maggio 2017 ha indirettamente riconosciuto le potenzialità globali di Pechino³.

Pochi giorni prima dell'apertura di tale Forum, diversi video musicali sono apparsi in rete, pubblicati tra il 7 e il 17 maggio sia su Youtube che su portali video cinesi come Youku. Si tratta di prodotti mediatici che promuovono la YDYL descrivendo i benefici che l'iniziativa porterà alle popolazioni coinvolte e riproducendo espressioni chiave del discorso istituzionale su di essa. Come si vedrà nei paragrafi seguenti, video 'ispirati' al discorso istituzionale sono diventati una presenza abituale nel web cinese a partire dal 2013. Sebbene i contenuti di questo tipo di prodotti vari, appare condiviso l'obiettivo di promuovere il messaggio politico del Partito Comunista Cinese (PCC) tra i cittadini più giovani, la cui principale fonte di informazione è costituita dalla rete e dai social media (Lei and Liang 2017).

Dopo una breve presentazione di tali innovativi strumenti, questo contributo si concentrerà sul caso dei video pubblicati in occasione del Forum YDYL, selezionandone alcuni e analizzandoli innanzi tutto dal punto di

¹ Inizialmente la versione ufficiale in inglese era *One Belt One Road*.

² Secondo quanto rilevato da Gallup (2018), il livello di disapprovazione nei confronti della dirigenza americana nel 2017 avrebbe superato il livello di disistima espressa globalmente per quella cinese.

³ Tra i segnali dell'interesse internazionale per la YDYL, si cita la recente apertura all'università di Cambridge di un centro di ricerca dedicato (Kexue Jishu bu 2017).

vista linguistico, con l'intento di confrontare le espressioni e le parole chiave (Williams 1985) in essi ricorrenti con le parole chiave del discorso istituzionale sul tema. L'obiettivo è proporre una riflessione sul ruolo di tali prodotti nella popolarizzazione del discorso politico del PCC all'interno e all'esterno della Cina. Per ragioni di spazio, si darà qui per scontata la conoscenza del dibattito sviluppatosi intorno a concetti diventati estremamente importanti nel mondo dei media cinesi in anni recenti come *soft power* (*ruan shili* 软实力) e *potere discorsivo* (*huayu quan* 话语权). Per il loro approfondimento si rimanda, tra gli altri, agli studi di Cao (2013), Riva (2016), de Burgh (2017) e Mottura (2017).

2. IL DISCORSO ISTITUZIONALE AL FORUM YDYL: PAROLE CHIAVE

Come noto, fu Xi Jinping ad annunciare il progetto di realizzare una “cintura” terrestre e una “via” marittima in occasione di viaggi istituzionali ad Astana, in Kazakistan, nel settembre 2013, e a Jakarta, in Indonesia, il mese successivo. Da allora, il governo cinese ha licenziato numerosi testi di discorsi e documenti ufficiali, ma il *Piano d'azione* del 28 marzo 2015⁴ rappresenta il primo documento completo sull'iniziativa. Poiché questo studio si concentra sul caso del Forum YDYL, si farà però qui riferimento soprattutto al discorso tenuto da Xi Jinping in tale sede, intitolato *Lavoriamo insieme per promuovere la costruzione della YDYL* (*Xie shou tui jin Yi Dai Yi Lu jianshe* 携手推进一带一路建设). Il testo dell'intervento è stato pubblicato in cinese e in inglese il 15 maggio 2017 sul sito governativo *China.org.cn*, controllato dall'Ufficio Informazione del Consiglio di Stato.

Nel discorso appaiono evidenti due elementi: la riproduzione, tale e quale, della formula utilizzata da Xi a Davos nel presentare il Forum YDYL⁵; e il continuo ricorrere, all'interno del discorso di maggio, dei concetti contenuti in tale formula: “incontro tra i popoli”, “sviluppo condiviso”, “pace e armonia”, “felicità e futuro migliore”. La loro centralità in tale testo, ma anche nel complesso del progetto YDYL, suggerisce la possibilità di associarli a specifiche parole chiave, come di seguito indicato.

⁴ Il testo completo del documento (*Tuidong gongjian sichou zhi lu jingji dai he 21 shiji hai shang sichou zhi lu yuanying yu xingdong* 推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动) è consultabile alla pagina http://language.chinadaily.com.cn/2015-03/30/content_19950951.htm.

⁵ Riportata nell'Introduzione.

- “Incontro tra i popoli”: nella formula usata da Xi è espresso con due termini, “incontro” (*xiang yu* 相遇) e “conoscenza reciproca” (*xiang zhi* 相知). Essi però non ricompaiono nel resto del discorso, dove Xi sceglie l’aggettivo “amichevole” (*youhao* 友好): “rapporti amichevoli” (*youhao jiaowang* 友好交往) e “cooperazione amichevole” (*youhao bezuo* 友好合作).
- “Sviluppo condiviso” (*gongtong fazhan* 共同发展): pervasivo nel discorso è il carattere *gong* (共 insieme), che va a comporre termini come “mutuo beneficio” (*gong ying* 共赢), “congiuntamente” (*gongtong* 共同), “coesistere” (*gongcun* 共存), “condividere” (*gongxiang* 共享), “costruire insieme” (*gongjian* 共建) e “comune” (*gonggong* 公共).
- “Pace e armonia”: nella formula udita a Davos Xi usa rispettivamente *anning* (安宁) e *hexie* (和谐), che si ritrovano in altri punti del discorso a connotare un “ambiente pacifico” (*anning de huanjing* 安宁的环境) e la “coesistenza armoniosa” (*hexie gongcun* 和谐共存). Allo stesso universo di significato appartiene anche il termine *heping* (和平), che appare più volte nel discorso di maggio: “cooperazione pacifica” (*heping bezuo* 和平合作), “sviluppo pacifico” (*heping fazhan* 和平发展), “strada della pace” (*heping zhi lu* 和平之路), “ponte di pace” (*heping de qiaoliang* 和平的桥梁).
- Il concetto di “futuro luminoso” (*meihao de yuanyang* 美好的远方) trova eco in un serie di espressioni che reiterano l’aggettivo *meihao* (bello, luminoso): “epoca meravigliosa” (*meihao shidai* 美好时代), “futuro luminoso” (*meihao de weilai* 美好的未来), “vita prospera” (*meihao shenghuo* 美好生活).

3. IL VIDEO COME STRUMENTO DI POPOLARIZZAZIONE DEL MESSAGGIO POLITICO IN CINA

Prima di analizzare se e quanto le espressioni chiave del discorso istituzionale sulla YDYL siano rintracciabili nei testi dei video pubblicati online a ridosso del Forum YDYL, appare utile soffermarsi sullo sviluppo di tali strumenti in Cina. L’utilizzo del video animato o musicale per la propaganda, rivolta sia all’interno che all’esterno del paese⁶, rappresenta un fenomeno abbastanza recente, favorito dalla consapevolezza che internet sia diventato il mezzo più efficace per raggiungere l’opinione pubblica sia

⁶ Per i concetti di propaganda verso l’interno (*dui nei* 对内) e verso l’estero (*dui wai* 对外) si rimanda a Brady 2012.

nazionale⁷ che internazionale. Già da tempo le istituzioni cinesi si sono dotate di account ufficiali sulla maggior parte dei social e si sono aperte al confronto con gli utenti della rete, consapevoli che, per raggiungere la stragrande maggioranza della popolazione, e in particolare i più giovani, è necessario servirsi del web (Hernandez 2016).

A questo puntano studi specializzati nella realizzazione di video animati a uso propagandistico come lo Studio Fuxing (*Fuxing lu shang gongzuo shi* 复兴路上工作室) di Shanghai. La stampa in lingua inglese ne traduce il nome in “Fuxing Road Studio”, una resa che non rende giustizia all’ambiguità dell’originale. *Fuxing lu shang* (复兴路上) può infatti essere tradotto sia come un indirizzo, cioè “Sulla via Fuxing”, sia con il suo significato letterale, cioè “Sulla strada della rinascita”. Questa versione rimanda, con la parola chiave “rinascita” (*fuxing* 复兴), all’espressione coniata da Xi Jinping del “sogno cinese” (*Zhongguo meng* 中国梦) della “grande rinascita della nazione cinese” (*Zhonghua minzu weida de fuxing* 中华民族伟大复兴). Una scelta non casuale, visto che lo studio, sebbene affidi ad agenzie private internazionali parti del proprio processo di produzione (Stember 2016, 8), lavora alle dipendenze dell’Ufficio Affari Esteri della Commissione Centrale del PCC (*Zhongguo gongchandang zhongyang weiyuanhui duiwai lianluo bu* 中国共产党中央委员会对外联络部).

Il primo prodotto realizzato dallo Studio Fuxing, intitolato *Come nascono i leader* (*Lingdaoren shi zenme yang lian cheng de* 领导人是怎样炼成的), risale a metà ottobre 2013 ed è considerato la pietra miliare di questo tipo di prodotti mediatici. Mettendo a confronto il *cursus honorum* dei dirigenti politici cinesi con quelli inglesi e statunitensi, il video, in 5 minuti, “depicts the meteoric rise of President Barack Obama, aided by hundreds of millions of dollars in campaign financing, with victory coming in the form of a countrywide national election on the basis of one person, one vote. [...] It also depicts President Xi Jinping’s decades-long ascent to the pinnacle of Chinese power” (Bell 2015, 1), affermando la saggezza del modello cinese e l’autorevolezza della figura di Xi, diventato presidente della RPC proprio a marzo di quell’anno. Il video fu lanciato contemporaneamente in cinese sulla piattaforma Youku⁸ (visualizzato 3.7 milioni volte) e in inglese

⁷ Lo dimostra la crescita esponenziale del numero di internauti in Cina e delle connessioni *mobile* segnalata negli ultimi anni dai rapporti semestrali del China Internet Network Information Centre (CNNIC).

⁸ http://v.youku.com/v_show/id_XNjIxNTg1NzI0.html#paction. I siti citati in questo contributo, inclusi i riferimenti bibliografici, sono stati visitati il 20/01/2018.

su Youtube⁹ (15.900 visualizzazioni), dove poi, all'inizio del 2014, fu pubblicata anche la versione in cinese¹⁰ (4900 visualizzazioni).

Lo Studio Fuxing ha firmato anche un video sul 13° Piano Quinquennale¹¹ pubblicato su Youku, visualizzato 800 mila volte. Realizzato in inglese, a parte la parola chiave *Shi san wu* (十三五, abbreviazione per "13° Piano Quinquennale"), è un prodotto destinato al pubblico internazionale che spiega, con un ritmo incalzante e un ritornello accattivante, che cosa siano e a cosa servano i piani quinquennali della RPC e, nello specifico, quello allora in fase di discussione. Su Youtube è stato pubblicato a fine ottobre 2015 da almeno due diversi canali¹², raccogliendo un totale di 260 mila visualizzazioni, e commenti tra il divertito e il sarcastico da parte degli internauti anglofoni, come "What a Fuxing joke"; "What a cute little dictatorship with no respect for human rights. So adorable"; "Damn, how did China get Ziggy Stardust to appear in the video?".

Pochi mesi prima, il 25 marzo 2015, il sito di informazione *Pengpai* (澎湃), rispettata *spin-off* digitale del quotidiano di Shanghai *Dongfang zaobao* (东方早报 *Quotidiano orientale del mattino*), aveva pubblicato un articolo in cui, annunciando il lancio di un nuovo video animato dedicato all'imminente Forum Boao¹³, l'autore, Fu Shan, discuteva dell'utilizzo di tali video come strumenti di propaganda e della loro produzione, legata anche in quel caso al "misterioso" (*shenmi de* 神秘的) Studio Fuxing (Fu 2015). Tra i produttori di opere simili, Fu nomina anche lo Studio di Beijing Chaoyang (*Beijing Chaoyang gongzuoshi* 北京朝阳工作室).

Per lo studioso di comunicazione Zhang Zhi'an, citato nell'articolo, in Cina "la propaganda ufficiale deve anche raccontare una bella storia" e, in particolare, "la propaganda oggi deve potenziare il fascino individuale dei dirigenti" (Fu 2015). Il linguaggio semplice, con la presenza di termini colloquiali ed espressioni poco istituzionali, come l'appellativo "zio Xi" (*Xi dada* 习大大) per il presidente Xi Jinping e "mamma Peng" (*Peng mama* 彭麻麻) per sua moglie Peng Liyuan, renderebbe questi prodotti attraenti per il pubblico più giovane (Fu 2015). Fu proprio in rete che, per esempio, questi due appellativi si affermarono nel 2014, grazie anche allo scalpore prodotto dalla canzone *Lo zio Xi ama mamma Peng* (*Xi dada ai zhe Peng*

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=6BosGD5Bk98>.

¹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=eGX2kMUWvIo>.

¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=BHL-0N07rxo>.

¹² <https://www.youtube.com/watch?v=EywgiSjfkfw>
<https://www.youtube.com/watch?v=LhLrHCKMqyM>.

¹³ http://www.iqiyi.com/w_19rrzj7gw9.html.

mama 习大大爱着彭麻麻), diffusa online ad accompagnare una carrellata di immagini della coppia presidenziale¹⁴. La canzone, musicalmente imbarazzante, sarebbe stata composta da un gruppo pop cinese ispirato dal romanticismo dei due (Denyer 2014; Ramzy 2014).

Sempre più spesso, inoltre, anche testate istituzionali come *China Daily* e *Quotidiano del popolo* (*Renmin ribao* 人民日报) producono video che pubblicano in rete attraverso i propri canali (Stember 2016, 8).

4. TUTTI CANTANO “YI DAI YI LU”?

Come anticipato, sono vari i prodotti video, musicali o animati, lanciati in rete a ridosso o durante il Forum YDYL. Pochi giorni prima dell'inaugurazione dell'evento, il 10 maggio, sul canale Youtube Overseas Chinese, viene pubblicata per esempio *La canzone della YDYL* (*Yi Dai Yi Lu zhi ge* 一带一路之歌)¹⁵. Il video animato è stato realizzato da Zoland (*Zhongnan katong gufen youxian gongsi* 浙江中南卡通股份有限公司) e prodotto dall'agenzia di stampa Xinhua (*Xinhua tongxun she* 新华通讯社). La pagina del video è accompagnata da un testo introduttivo che dice: “Do you know what the most trendy words are in China now? They're ‘Belt and Road’! Have no idea about that? The catchy animated song will enlighten you”. L'animazione e la melodia non appaiono in realtà molto *catchy*, e anche i contenuti sono meno accattivanti se messi a confronto con altri video analizzati in questo contributo. A questo si può forse imputare lo scarso successo dell'opera, che all'inizio del 2018 contava solo 1332 visualizzazioni.

Più riuscito è stato il progetto del quotidiano governativo in lingua inglese *China Daily*, che ha prodotto una serie di video intitolati *Belt and Road Bedtime Stories*. A differenza degli altri citati in questo contributo, non contengono elementi musicali, mettendo in scena il giornalista americano Erik Nilsson, senior editor della testata, alle prese con la spiegazione alla figlia di 5 anni di cosa sia la YDYL. Il primo video della serie, pubblicata tra il 7 e l'11 maggio 2017 sul canale Youtube del giornale¹⁶, mostra Nilsson che, nel dare la buona notte alla bambina, le annuncia che dopo pochi giorni dovrà recarsi a Pechino per seguire il Forum YDYL. La figlia lo incalza con domande e il padre, rispondendole, snocciola le principali parole chiave ufficiali sul tema. Interamente in inglese, ma sottotitolata in

¹⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=g4x1uU98fG8>.

¹⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=wTawDgeI7GA>.

¹⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=uKhYFFLBaeQ>.

cinese, la serie è composta da cinque episodi, ciascuno dei quali ha registrato tra le 67 mila e le 117 mila visualizzazioni.

Nella varietà di prodotti per il web realizzati in occasione del Forum, questo contributo si concentra su due video musicali ritenuti particolarmente interessanti: *The Belt and Road Is How*¹⁷ e *La canzone globale della YDYL* (*YDYL quanqiu ge* 一带一路全球唱).

Il primo, realizzato dallo Studio Fuxing e pubblicato il 10 maggio su Youtube da New China TV, è interamente in inglese, dura 2 minuti ed è stato finora visualizzato 31 mila volte. La canzone messa in scena presenta la YDYL come un progetto vantaggioso per le generazioni future e che riguarda soprattutto le persone. Un messaggio potenziato dal fatto che gli interpreti sono un gruppo di bambini di diverse nazionalità ed età che, secondo quanto dichiarato all'inizio del video, rappresentano le nazioni partecipanti al Forum YDYL.

La presenza dei bambini trasmette l'idea che l'iniziativa sarà fondamentale per le generazioni a venire e per la possibilità di un futuro pacifico e prospero. Dal punto di vista tematico, il testo della canzone insiste soprattutto su concetti come l'amicizia tra i popoli, l'incontro culturale e la prosperità condivisa. Lo scambio di beni e prodotti, cantano infatti i bambini, è solo una parte del progetto: quello che conta davvero è la "connessione attraverso i cuori" e la condivisione in un "mondo di prosperità".

Il testo riproduce in modo fedele alcune delle parole ed espressioni chiave del discorso istituzionale sulla YDYL. Sono tre i concetti qui ricorrenti collegabili al discorso di Xi Jinping al Forum YDYL: quello dominante della connessione e amicizia tra popoli ("ideas start to flow", "friendships start to form", "you and me", l'iterazione di "we", "culture exchange", "connect with our hearts", "friends of all sorts"); quello della condivisione ("joint", "sharing", "share in a world of prosperity"); e quello, minoritario, della prospettiva futura ("the world we are dreaming of", "the future is coming now"). Pensato come un prodotto rivolto al pubblico internazionale, la narrazione proposta dal video si sofferma soprattutto sugli intenti pacifici e non egemonici del progetto YDYL e sui vantaggi condivisi che l'iniziativa genererà.

La seconda opera qui analizzata, pubblicata sul canale video di Tencent il 14 maggio 2017, è stata realizzata, come informano i titoli di coda, dal Beijing Zhelai Studio (*Beijing Zhelai guoji wenhua chuanmei youxian*

¹⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=M0lJc3PMNIg>. Va segnalato che la parola inglese *how* si pronuncia in modo quasi identico alla parola cinese *hao* (好 buono). Per chi conosce il cinese, il titolo suona perciò anche come "La Belt and Road è buona" (Churchill 2017).

gongsi 北京者来国际文化传媒有限公司) e pubblicata dalla redazione audio-video dell'agenzia di stampa Xinhua¹⁸. Nei giorni successivi è stata rilanciata da altri siti e portali di informazione, probabilmente ‘invitati’ a far circolare il prodotto della Xinhua, proprio come normalmente richiesto nel sistema mediatico cinese in virtù della posizione gerarchicamente dominante dell'agenzia (Xin 2012). La circolazione su un gran numero di siti rende difficile risalire al totale delle visualizzazioni.

Qualche giorno dopo il lancio nel web cinese, la stessa Xinhua ha riproposto il video sul proprio canale Youtube, indirizzando il prodotto anche al pubblico internazionale. Anche qui, come su tutti i siti cinesi che lo hanno rilanciato, il video è introdotto così: “Se i millennials di tutto il mondo cantano per il Forum YDYL, che canzone viene fuori? Guarda ‘La canzone globale della YDYL’”¹⁹. Il brano è opera del gruppo rock-rap *Naan* (*Nang yuedui* 饕乐队), il cui nome rimanda al pane tipico del Xinjiang e di altri paesi dell'Asia centrale. In cinese, i *Naan*, originari proprio del Xinjiang²⁰, cantano le ricadute positive che la YDYL avrà in tutto il mondo, ma in scena compaiono anche altri giovani di diverse nazionalità, in diversi continenti, che cantano o ballano al ritmo della canzone. A più riprese compare sullo schermo anche un gruppo di ragazze cinesi che, in un'ambientazione tipo campus universitario, si esibiscono in semplici coreografie.

Questo il testo²¹:

一带一路来到了欧洲, 这里的红酒提前半个月送到家门口,
比雷埃夫斯港的集装箱更快更快地被运走
一带一路来到了埃及 苏伊士湾的经贸合作区刷新了当地GDP
中国风在沙漠上刮起
一带一路来到喀喇昆仑山 更多中国商品抵达巴基斯坦
一带一路来到普特拉姆燃煤电站
斯里兰卡人不再担心高昂的电费单
一带一路路过马来西亚关丹 马来小伙找到新的工作
终于牵手中另一半
一带一路来到白俄罗斯 中白工业园坐落在此
这里的工人日夜忙碌 造出的公路连接了中国到白俄罗斯的丝绸之路

¹⁸ <http://xinhua-rss.zhongguowangshi.com/13698/-2934750248053914307/1827062.html>

¹⁹ Traduzione dal cinese a cura di chi scrive.

²⁰ In quanto originari di una delle aree cruciali dell'antica Via della Seta, i *Naan* appaiono come testimonial perfetti del progetto, sebbene vivano oggi in Mongolia interna. La loro fama è cresciuta dopo il video e dopo la partecipazione alla seconda edizione del contest musicale *Voci da sogno* (*Mengxiang de shengyin* 梦想的声音) della Jiangsu TV a fine 2017.

²¹ Traduzione dal cinese a cura di chi scrive.

共同利益 共同责任 共同命运!
丝路基金, 金砖银行, 亚投行
共商 共建 共享

Quando la YDYL raggiungerà l'Europa, il vino rosso arriverà davanti alla tua porta di casa almeno mezzo mese prima, e i container al porto del Pireo saranno spediti molto più velocemente

Quando la YDYL raggiungerà l'Egitto, la zona economica del Canale di Suez rilancerà il suo PIL. Il vento cinese soffia attraverso il deserto

Quando la YDYL raggiungerà la catena del Karakorum, ancora più prodotti cinesi arriveranno in Pakistan

Quando la YDYL raggiungerà la centrale a carbone di Puttalam, la gente dello Sri Lanka non dovrà più preoccuparsi delle bollette elettriche salate

Quando la YDYL raggiungerà Kuantan, i giovani malesi troveranno nuovi lavori e potranno finalmente sposarsi con le loro dolci metà

Quando la YDYL raggiungerà la Bielorussia, dove si trova il Parco Industriale sino-bielorusso, gli operai saranno indaffarati giorno e notte, e l'autostrada conetterà la Via della Seta tra la Cina e la Bielorussia

Mutui benefici, responsabilità comune, destino condiviso

Il Fondo della Via della Seta, le banche dei BRICS, la Asian Infrastructure Investment Bank

Ampie consultazioni, imprese congiunte, benefici condivisi

È sufficiente scorrere rapidamente il testo della canzone per notare che i riferimenti diretti a espressioni contenute nel discorso di Xi Jinping sono concentrati alla fine: “Mutui benefici, responsabilità comune, destino condiviso” (*gontong liyi, gongtong zeren, gongtong minyun* 共同利益, 共同责任, 共同命运) e “ampie consultazioni, imprese congiunte, e benefici condivisi” (*gongshang gong jian gong xiang* 共商 共建 共享) richiamano i concetti di condivisione e cooperazione, mentre al resto del testo è affidato il compito di tradurre in immagini concrete il fatto che la YDYL garantirà la prosperità alle popolazioni coinvolte. Il significato implicito è potente: la Cina è in grado di influenzare il mondo intero e da essa dipenderà il benessere degli altri paesi. In questo brano – rivolto soprattutto al pubblico nazionale, come dimostra la circolazione prevalente su siti cinesi – il progetto YDYL diventa così il segno di una ritrovata grandezza nazionale.

5. RIFLESSIONI CONCLUSIVE

Con questo caso studio riguardante una selezione di prodotti mediatici realizzati in relazione al Forum YDYL di maggio 2017 ho voluto mettere in luce la volontà della dirigenza cinese di sviluppare forme di comunicazio-

ne innovative per veicolare messaggi istituzionali in modo accattivante. Da una parte, si percepisce uno sforzo di semplificazione dei contenuti: grafici e animazioni che rendono immediatamente intellegibili concetti anche complessi si accompagnano a testi didascalici infarciti di slogan e termini chiave del linguaggio istituzionale sulla YDYL, ma anche di espressioni ‘alla moda’, per strizzare l’occhio al pubblico più giovane e spregiudicato. Dall’altra parte, emerge con chiarezza un obiettivo di intrattenimento, per trasformare la propaganda politica in un’esperienza mediatica piacevole: le animazioni sono veloci e generalmente ben fatte e i ritornelli rimangono nelle orecchie per giorni. Il piacere della fruizione, che rientra tra gli obiettivi di questo tipo di prodotti mediatici, e la ripetizione di slogan e parole chiave ricordano, pur con le evidenti differenze, alcune caratteristiche del manifesto di propaganda, che, soprattutto tra gli anni Cinquanta e Ottanta, ha rappresentato in Cina uno dei mezzi di popolarizzazione del messaggio politico più di successo, sia per la semplicità del messaggio trasmesso (immagini e slogan pervasivi), sia per la piacevolezza estetica (erano realizzati da artisti o facendo riferimento a modelli artistici di qualità)²².

Soprattutto, negli esempi qui analizzati appare evidente come il discorso istituzionale verso l’interno e il discorso istituzionale verso l’estero (Brady 2012) siano sapientemente scissi: mentre il pubblico nazionale va sedotto anche con messaggi che solleticano l’orgoglio nazionale, il pubblico internazionale deve essere al contrario convinto che il progetto cinese non nasca da ambizioni egemoniche e da obiettivi nazionali, ma dal desiderio di costruire un mondo pacifico su basi paritarie.

Non rientra tra le finalità di questo contributo valutare se i video abbiano contribuito, nel caso del Forum YDYL, all’obiettivo cinese di affermare il proprio potere discorsivo dentro e fuori il paese: una simile valutazione dovrebbe basarsi su un’analisi della loro ricezione, sia quantitativa che qualitativa, da parte del pubblico. Ritengo però evidente, e degno di ulteriori indagini, lo sforzo creativo, supportato da uno sforzo economico che pure andrebbe studiato con attenzione, finalizzato a popolarizzare (sia in Cina che a livello internazionale) il discorso ufficiale sul progetto della Nuova Via della Seta con strumenti mediatici innovativi rispetto a quelli tipici dell’informazione (e della propaganda) giornalistica.

²² Tra i numerosi studi sui manifesti di propaganda in Cina, si ricordano Landsberger 1995 e 2003; Cushing and Tompkins 2007.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Bell, D.A. 2015. *The China Model: Political Meritocracy and the Limits of Democracy*. Princeton - Oxford: Princeton University Press.
- Brady, A.M., ed. 2012. *China's thought Management*. London - New York: Routledge.
- Bulloch, D. 2017. "Xi Jinping's Davos Speech Defends Globalization but Does China Really Mean It?". *Forbes*. [18/01/2017]. <http://www.forbes.com/sites/douglasbulloch/2017/01/18/xi-jinpings-davos-speech-defends-globalisation-but-does-china-really-mean-it/#7617f6b17531>.
- Cao, Q. 2011. "The Language of Soft Power: Mediating Socio-political Meanings in the Chinese Media". *Critical Arts: South-North Cultural and Media Studies* 25 (1): 7-24.
- Churchill, O. 2017. "In Latest Political Promo, Kids Praise 'One Belt, One Road'". *Sixth Tone*. [10/05/2017]. <http://www.sixthtone.com/news/1000178/in-latest-political-promo%2C-kids-praise-one-belt%2C-one-road>.
- Cushing, L., and A. Tompkins. 2007. *Chinese Poster: Art from the Great Proletarian Cultural Revolution*. San Francisco: Chronicle books.
- De Burgh, H. 2017. *China's Media in the Emerging World Order*. London: Buckingham University Press.
- Denyer, S. 2014. "Cheesy Song Praising Love of China's First Couple Goes Viral, Is Mocked". *Washington Post*. [25/11/2014]. https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2014/11/25/cheesy-song-praising-love-of-chinas-first-couple-goes-viral-is-mocked/?utm_term=.b7172623c1d6.
- Fu, S. 付珊. 2015. "Xi Jinping Bo'ao donghua shipin: Fuxing lu shang gongzuoshi you yi, lizuo geng duan geng qing geng meng" 习近平博鳌动画视频: 复兴路上工作室又一力作, 更短更轻更萌 (Il video animato di Xi Jinping al Bo'ao: un nuovo capolavoro dello Studio di via Fuxing, ancora più breve, ancora più lieve, ancora più adorabile). *Pengpai*. [25/03/2015]. http://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1314791.
- Gallup. 2018. *Rating World Leaders: 2018. The U.S. vs. Germany, China and Russia*. Gallup Inc.
- Hernández, J.C. 2016. "Propaganda with a Millennial Twist Pops Up in China". *New York Times*. [31/12/2016]. <https://www.nytimes.com/2016/12/31/world/asia/china-propaganda-communist-party-millennials.html>.
- Kexue Jishu Bu. 2017. *Yingguo Jianqiao daxue sheli YDYL yanjiu zhongxin* 英国剑桥大学设立 "一带一路" 研究中心 (L'università di Cambridge fonda un centro di ricerca sulla YDYL). [15/11/2017]. http://www.most.gov.cn/gnwkjdt/201711/t20171114_136144.htm.
- Landsberger, S. 1995. *Chinese Propaganda Posters: From Revolution to Modernization*. Amsterdam - Singapore: The Pepin Press.
- Landsberger, S. 2003. "The Rise and Fall of Chinese Propaganda Posters". In *Chinese Propaganda Posters*, edited by A. Min, D. Duo, and S. Landsberger. Köln: Taschen.

- Lei, Q., and C. Liang. 2017. “The New Media and Social Culture Demoralized and Demoralizing in China”. *Cultural Studies* 31 (6): 877-893.
- Mottura, B. 2017. “Il potere discorsivo della Cina e il linguaggio dei media istituzionali cinesi”. In *Wenxin. L'essenza della scrittura. Contributi in onore di Alessandra C. Lavagnino*, a cura di C. Bulfoni, Z. Jin, E. Lupano, e B. Mottura, 615-624. Milano: FrancoAngeli.
- Ramzy, A. 2014. “Musical Ode to Xi Jinping and His Wife Goes Viral”. *New York Times*. [25/11/2014]. <https://sinosphere.blogs.nytimes.com/2014/11/25/musical-ode-to-xi-jinping-and-his-wife-goes-viral/>.
- Riva, N. 2016. “Dal *soft power* al *wenbua ruan shili*. La cultura al centro”. In *La Cina dei media. Analisi, riflessioni, prospettive*, a cura di E. Lupano, 27-49. Milano: Unicopli.
- Scarpari, M. 2016. “Dall’antica alla Nuova Via della Seta”. *Inchiesta*. [27/12/2016]. <http://www.inchiestaonline.it/culture-e-religioni/maurizio-scarpari-dallantica-alla-nuovo-via-della-seta>.
- Stember, N. 2016. “The Road to Rejuvenation: The Animated Xi Jinping”. In *Pollution: China Story Yearbook 2015*, edited by G. Davies, J. Goldkorn, and L. Tomba, 4-9. Canberra: ANU Press.
- Tiezzi, S. 2017. “Who Is Actually Attending China’s Belt and Road Forum?”. *The Diplomat*, May 12. [12/05/2017]. <https://thediplomat.com/2017/05/who-is-actually-attending-chinas-belt-and-road-forum/>.
- Williams, R. 1976, 1983. *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. New York: Oxford University Press.
- Xi, J. 习近平. 2017. 在“一带一路”国际合作高峰论坛开幕式上的演讲（全文）（President Xi’s Speech at Opening of Belt and Road Forum). *Chinaorg*. [15/05/2017]. http://www.china.org.cn/english/china_key_words/2017-05/15/content_41055107.htm.
- Xin, X. 2012. *How the Market Is Changing China’s News*. Plymouth: Lexington Books.

