

## Il concetto di soft power in Cina e le sue più recenti applicazioni

Valentina Sommella

L'ascesa della Cina – com'è noto estremamente marcata a partire dall'ultimo decennio del Novecento – non è soltanto un evento importante dal punto di vista economico, ma anche da quello culturale. Già dai primi anni Duemila la Repubblica Popolare Cinese (Rpc) ha infatti investito molto nella cultura, considerata, al pari dell'economia, uno strumento volto ad accrescere la potenza del Paese<sup>1</sup>. Il soft power (*ruan shili* 软实) si oppone all'hard power (*ying shili* 硬实力) – il potere militare ed economico – e risiede nella capacità di attrarre e persuadere gli altri attraverso strumenti immateriali come la cultura, i valori politici e la politica estera<sup>2</sup>. Secondo la definizione di Joseph Nye – che, come è noto, è stata coniata per la prima volta nel 1990 – il soft power consiste nella capacità degli Stati di diffondere all'estero il proprio sistema di valori, la propria influenza culturale e il proprio stile di vita, così da svolgere un ruolo importante sulla scena internazionale e per soddisfare i loro interessi politici ed economici in modo più completo e agevole. A differenza dell'hard power, che si basa sulla coercizione, il potere soft si fonda invece sulla persuasione e sulla cooptazione, consiste nell'«ability to get what you want through attraction rather than coercion or payments»<sup>3</sup>. La sua efficacia dipende in larga misura dalla reputazione di un determinato attore politico all'interno della propria comunità di riferimento:

---

<sup>1</sup> E. Lincot, *Chine, une nouvelle puissance culturelle? Soft power & Sharp power*, MkF éditions, Paris 2019.

<sup>2</sup> J. Nye, *Soft Power. The Means to Success in World Politics*, Public Affairs, New York 2004, p. 9. Si veda anche Id., *The misleading metaphor of decline*, «The Atlantic Monthly», marzo 1990, pp. 86-94; Id., *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, Basic Books, New York 1990; Id., *Soft Power*, «Foreign Policy», 80/1990, pp. 153-172.

<sup>3</sup> J. Nye, *Soft Power*, cit., p. 3.

A country may obtain the outcomes it wants in world politics because other countries – admiring its values, emulating its example, aspiring to its level of prosperity and openness – want to follow it. In this sense, it is also important to set the agenda and attract others in world politics, and not only to force them to change by threatening military force or economic sanctions. This soft power – getting others to want the outcomes that you want – co-opts people rather than coerces them<sup>4</sup>.

Sulla scia degli studi di Nye, il concetto di soft power ha conosciuto un crescente successo, oltre che una progressiva espansione, anche per la fluidità del concetto stesso, insieme ad una diversa evoluzione a seconda dei vari Paesi in cui è stato applicato e implementato. Negli ultimi anni, la Repubblica Popolare ha messo in atto una serie di strategie – principalmente economiche, finanziarie e di comunicazione – che mirano a rafforzare il soft power del Paese e a migliorarne l'immagine agli occhi dell'opinione pubblica internazionale. Il soft power è stato quindi oggetto di crescente attenzione da parte della leadership cinese sin dai primi anni 2000.

Il dibattito interno cinese sul concetto di soft power è molto ampio, complesso e tuttora in corso in quanto sia molti intellettuali cinesi che le autorità hanno compreso a fondo l'importanza della proiezione internazionale del Paese. Già nel 1993 Wang Huning, ex docente della Fudan University di Shanghai e uno dei consiglieri più ascoltati di Jiang Zemin, Hu Jintao e Xi Jinping, attualmente membro del Comitato Permanente del Politburo del Partito Comunista Cinese (Pcc), poneva l'accento sul fatto che la cultura e l'ideologia di un paese possono attrarre gli altri, rendendo secondari gli strumenti di hard power, più costosi e inefficienti<sup>5</sup>.

Partendo quindi, nei primi anni novanta, dalla traduzione letterale dell'espressione di Nye, si è poi diffusa una serie di ulteriori traduzioni al fine di precisare il concetto adattandolo a vari contesti interni cinesi, quali i contesti culturali, politici, militari, locali, regionali o urbani ed enfatizzando quindi l'«eccezionalismo cinese» (*Zhongguo teshulun* 中国特殊论). Tra gli altri Pang Zhongying, Professore alla

<sup>4</sup> Ivi, p. 5.

<sup>5</sup> Wang Huning, 作为国家实力的文化: 软实力, *Zuowei guojia shili de wenhua: Ru'an quanli* [Culture as National Power: Soft Power], in «Fudan Daxue Xuebao», 3/1993.

Nankai University, sottolineava ad esempio l'opportunità di non adottare in maniera acritica in Cina un concetto concepito per un pubblico occidentale<sup>6</sup>. L'espressione si è quindi arricchita nella Repubblica Popolare di significati specifici, in parte divergenti dal significato originario comunemente accettato dagli studiosi occidentali che la utilizzano quasi esclusivamente riferendosi al contesto internazionale<sup>7</sup>.

Nel contesto cinese il soft power si dispiega invece secondo un approccio duale che non è riferito esclusivamente all'opinione pubblica internazionale ma anche al pubblico interno: «unlike the external focus of soft power in the West, Chinese objectives behind soft power intermingle between external and domestic frontiers, with domestic publics being as much a target of soft power initiatives as international audience»<sup>8</sup>. Vi è dunque una differenziazione tra soft power interno (*neibu ruan shili* 内部软实力) – che ha la funzione di contribuire alla legittimazione del Partito alimentandone il consenso e promuovendo gli ideali patriottici – e soft power esterno (*waibu ruan shili* 外部软实力), rivolto invece al pubblico internazionale, per rafforzare il prestigio della nazione attraverso la diffusione di un'immagine positiva di una Cina che intende dare il suo contributo costruttivo all'interno della Comunità internazionale<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> Pang Zhongying, *Zhongguo ruanlilian de neiban* [The Connotation of China's Soft Power], «Liaowang Xinwen Zhoukan», 45/2005.

<sup>7</sup> T. Zappone, “Soft Power” in cinese. Ideologia del potere e adattamento culturale, in C. Bulfoni, S. Pozzi (a cura di), *Atti del XIII Convegno dell'Associazione Italiana Studi Cinesi*, FrancoAngeli, Milano 2014, pp. 414-425. La stessa espressione *ruan shili* 软实力, benché la più diffusa, non è l'unica traduzione di soft power. Anche se con meno occorrenze, troviamo infatti anche le espressioni *ruan quanli* 软权力 e *ruan lilian* 软力量 che corrispondono a diverse interpretazioni del concetto di soft power: «Tutte condividono il lemma *ruan* per la resa dell'inglese soft, mentre differiscono per la traduzione del concetto di “potere”. [...] mentre *quanli* è correlato alla dimensione politica del concetto di potere, *shili* e *lilian* sembrano avere una connotazione più neutra, riferendosi il primo a qualità possedute, il secondo a potenziali risorse», Ead., *Il concetto di potere nel discorso cinese sul soft power. Una prospettiva linguistica*, in S. Graziani (a cura di), *Cina globale: soft power e proiezione internazionale*, «Sulla Via del Catai. Rivista semestrale sulle relazioni culturali tra Europa e Cina», 18/2018, pp. 145 e 149.

<sup>8</sup> Cfr. M. Repnikova, *Chinese Soft Power*, Cambridge University Press, Cambridge 2022, p. 3.

<sup>9</sup> Cfr. B. Onnis, *L'egemonia invisibile. La Cina alla prova del soft power*, GOG, 2021, p. 45.

Dal punto di vista interno alcuni studiosi cinesi sottolineano in particolare l'importanza del soft power culturale (*wenbua ruan shili* 文化软实力) come strumento per favorire l'integrazione dei cinquantasei gruppi etnici all'interno della Repubblica Popolare, ponendo la cultura al centro come fonte di coesione, promuovendo la cultura Han maggioritaria in chiave universalistica e favorendo in tal modo la legittimazione del Pcc a livello nazionale<sup>10</sup>. Notevole importanza ha poi assunto infatti anche il soft power nazionale (*guojia ruan shili* 国家软实力).

Il soft power culturale e nazionale hanno quindi un'importanza preminente nel contesto cinese, ma anche gli aspetti economici del soft power, estranei alla definizione originaria di Nye, possono invece, secondo alcuni autori, considerarsi parte integrante delle declinazioni cinesi del concetto stesso: «For the Chinese, soft power means anything outside of the military and security realm, including not only popular culture and public diplomacy but also more coercive economic and diplomatic levers like aid and investment and participation in multilateral organisations»<sup>11</sup>.

In questa interpretazione estensiva del soft power cinese assumono una significativa rilevanza non soltanto i valori autoctoni, lo spirito nazionale, la tradizione e la storia del Paese, ma anche l'ideologia, le pratiche di governo e la potenza economica: «Whereas Nye clearly distinguishes between hard and soft power, Chinese writings often merge the two, with attraction seen as inseparable from other inducements»<sup>12</sup>. Infatti, dalla seconda metà degli anni Duemila in poi, la «diplomazia economica» (*jing ji waijiao* 经济外交) «diventa parte integrante degli strumenti del soft power cinese – insieme alla “diplo-

---

<sup>10</sup> Si veda Zhe Zhu, Zongtian Quan, *Zhongguo gongchandang yu zhonghua minzu fuxing ruanshili* [The Chinese Communist Party and the Soft Power of the Chinese National Renaissance], Hubei Renmin Chubanshe, Wuhan 2009.

<sup>11</sup> J. Kurlantzick, *Charm Offensive. How China's Soft Power Is Transforming the World*, Yale University Press, Cambridge MA 2007, p. 6; in tal senso anche S. Graziani, *Introduzione*, in Id. (a cura di), *Cina globale*, cit., p. 9. Diversamente invece Michael Barr che non annovera gli aiuti allo sviluppo e gli investimenti tra le politiche del soft power cinese: «Beijing's impressive levels of aid and investment are not in doubt. But these are not strictly speaking examples of its 'soft' power» (M. Barr, *Who's Afraid of China? The Challenge of Chinese Soft Power*, Zed Books, 2011, p. 23).

<sup>12</sup> Cfr. M. Repnikova, *Chinese Soft Power*, cit., p. 10.

mazia culturale” e a una postura da grande potenza responsabile – che predilige il ricorso a incentivi economici al fine di favorire relazioni positive con i Pvs [Paesi in Via di Sviluppo]»<sup>13</sup>.

L’obiettivo è quello di arginare, in primo luogo nei Paesi limitrofi, gli effetti negativi della «teoria della minaccia cinese» (*Zhongguo weixie lun* 中国威胁论), elaborata a partire dalla seconda metà degli anni novanta da alcuni studiosi statunitensi, secondo i quali l’ascesa economica e militare cinese costituisce un pericolo per la sicurezza globale<sup>14</sup>. Nel 1997, Richard Bernstein e Ross H. Munro hanno denunciato con forza le conseguenze globali dell’ascesa cinese e l’esistenza negli Stati Uniti di una “Nuova lobby cinese” che intenzionalmente ha intrapreso iniziative per aprire alla Cina sostanzialmente attraverso la cooperazione. Secondo i due autori, questa collaborazione non è sostenibile nel medio-lungo termine a causa degli interessi reciproci e contrastanti dei due Paesi<sup>15</sup>.

Proprio al fine di arginare questa narrativa, già a partire dal 2003, la dirigenza cinese, in continuità con i precetti di Deng Xiaoping<sup>16</sup>,

---

<sup>13</sup> B. Onnis, *La politica estera della Rpc. Principi, politiche e obiettivi*, Aracne, Roma 2020, pp. 85-86.

<sup>14</sup> Cfr. D. Roy, *The “China Threat” Issue: Major Arguments*, «Asian Survey», 8/1996, pp. 758-751; H. Yee, I. Storey (a cura di), *The China Threat: Perceptions, Myths and Reality*, Routledge Curzon, London-New York 2002; E. Broomfield, *Perception of Danger. The China Threat Theory*, «Journal of Contemporary China», 35/2003, pp. 265-284.

<sup>15</sup> R. Bernstein, R.H. Munro, *The Coming Conflict with China*, Alfred A. Knopf, New York 1997. Importanti anche le pubblicazioni di S. Huntington che prefigura l’ascesa della Cina rispetto al decadimento dell’Occidente e segnala una ripresa culturale cinese con un ritorno alla ricca cultura imperiale, annullando gli effetti dell’epoca maoista in cui quei valori erano stati criticati e dismessi, cfr. S. Huntington, *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*, Simon&Schuster, New York 1996. Le teorie di Huntington sono ovviamente respinte dal mondo politico e accademico cinese in particolare per quanto riguarda la politica estera cinese e l’accusa di una crescita con finalità egemoniche.

<sup>16</sup> Com’è noto, negli anni ottanta Deng Xiaoping prese le distanze dall’ideologia maoista, indicando come prioritari per la Cina lo sviluppo e la crescita interna, con una particolare attenzione anche alla propria immagine a livello internazionale. Nel 1991, alla fine della sua leadership, lasciò per iscritto i suoi consigli al Partito al fine di «dissimulare le nostre potenzialità e non esporsi» (*taoguang yanghui* 韬光养晦): «Observe calmly; secure our position; cope with affairs calmly; hide our capa-

aveva insistito molto sul concetto di «ascesa pacifica» (*heping jueqi* 和平崛起), sottolineando come la crescita cinese non comportasse una minaccia per la pace e la stabilità internazionale ma anzi da quella crescita altre nazioni avrebbero potuto trarre significativi benefici e opportunità nel contesto di quello che Hu Jintao avrebbe poi definito un «mondo armonioso» (*hexie shijie* 和谐世界). La teoria dell'«ascesa pacifica» aveva dunque il duplice obiettivo di definire ufficialmente la posizione cinese nello scenario internazionale e di rassicurare i Paesi vicini del Sud-Est asiatico e gli Stati Uniti sugli obiettivi di lungo periodo della Cina.

I concetti di «China Threat» e di «Peaceful Rise» sono quindi strettamente connessi a quello di soft power, in quanto «First and foremost, soft power is intended to shape a better perception of China by the outside world. It is primarily utilized to refute that “China threat” thesis, facilitate a better understanding of China’s domestic socio-economic reality, and persuade the outside world to accept and support China’s rise»<sup>17</sup>.

La stessa dizione di «ascesa pacifica» è stata poi sostituita da quella di «sviluppo pacifico» (*heping fazhan* 和平发展) per mitigare anche il concetto di “ascesa” che può essere inteso come “elevazione al di sopra” e implicare quindi il “superamento” di un'altra potenza<sup>18</sup>. An-

cities and bide our time; be good at maintaining a low profile; and never claim leadership», consigli preziosi che i dirigenti cinesi sembrano avere custodito operando nell'ombra, A.L. Friedberg, “Going Out”: *China’s Pursuit of Natural Resources and Implications for the PRC’s Grand Strategy*, «NBR Analysis», 3/2006, p. 12.

<sup>17</sup> Mingjiang Li, *Soft Power in Chinese Discourse: Popularity and Prospect*, in Id. (a cura di), *Soft Power. China’s Emerging Strategy in International Politics*, Lexington Books. Lanham 2009, p. 31.

<sup>18</sup> Nei primi anni 2000 si è infatti svolto in Cina un ampio e approfondito dibattito sul concetto di «ascesa pacifica» che è stato sintetizzato da Zhu Yibing e Yang Dazhi in una rassegna di studi cinesi che raccoglie i contributi sul tema redatti tra il 2002 e il 2004. Questa rassegna è stata poi tradotta anche in italiano da «Mondo Cinese» nel 2005, cfr. Zhu Yibing, Yang Dazhi, *Compendio degli studi cinesi e stranieri sull’“ascesa” e l’“ascesa pacifica” della Cina*, «Mondo Cinese», 125, pp. 43-49, e A. Francioni, *Guerra di parole. “Minaccia cinese” e “Sviluppo pacifico” nel dibattito sull’ascesa di Pechino (1992-2005) – parte seconda*, «Storia e Futuro. Rivista di storia e storiografia», 28/2012, p. 16. Si veda inoltre Zheng Bijian, *China’s Peaceful Rise. Speeches of Zheng Bijian: 1997-2005*, Brookings Institution Press, Washington

che Jiang Zemin riteneva che il termine “ascesa” avesse un’accezione lessicale troppo aggressiva nel confronto con le altre nazioni per cui si decise che nei documenti ufficiali del partito e del governo sarebbe stato sostituito con “sviluppo”, mentre avrebbe potuto continuare ad essere utilizzato nelle discussioni accademiche<sup>19</sup>. Si vuole quindi insistere sul concetto di “sviluppo” che non implica potenziali contrasti e si vuole tranquillizzare quegli osservatori internazionali che si mostrano preoccupati dalla crescita cinese. Secondo alcuni autori, il maggior risultato ottenuto dalle politiche di soft power cinese è proprio quello di essere riusciti a ridimensionare il *containment* effettuato dalle altre potenze nei riguardi della Repubblica Popolare, anche a causa di una politica estera percepita come accomodante<sup>20</sup>.

Già a partire dal 2003 sono stati compiuti enormi progressi nella pubblicità esterna cinese e, sotto la guida del Foreign Publicity Leading Group e del China Central Publicity Department, i media mainstream come China Radio International (Cri), China Central Television (Cctv) – dal 2016 Global Television Network (Cgtn) –, Xinhua News Agency, «People’s Daily», «China Daily», «Global Times», ecc., fanno sì che “la voce della Cina” sia distintamente ascoltata: «what China wants is not only to be acknowledged as a great economic and military power, but also to be recognized as a super power in values, norms and other soft resources»<sup>21</sup>. Per incrementare il proprio soft

---

D.C. 2005, e Id., *China’s “Peaceful Rise” to Great-Power Status*, «Foreign Affairs», 5/2005, pp. 18-24. Su Zheng Bijian e sulla teoria dell’«ascesa pacifica», da lui esposta per la prima volta al Boao Forum nel 2003, si veda G. Samarani, *Cina, Ventunesimo secolo*, Einaudi, Torino 2010, pp. 15 ss.

<sup>19</sup> Information Office of the State Council of the People’s Republic of China, *China’s Peaceful Development Road*, New Star Publishers, Beijing 2005.

<sup>20</sup> Cfr. Mingjiang Li, *Soft Power: Nurture Not Nature*, in Id. (a cura di), *Soft Power*, cit., p. 9: «Despite the popularity of the “China threat” thesis in the 1990s, China has not been perceived as an imminent threat to various international institutions, the security of neighboring states, or the well being of people in the rest of the world».

<sup>21</sup> Kejin Zhao, *China’s Rise and its Discursive Power Strategy*, «Chinese Political Science Review», 3/2016, p. 558. Sulle strategie adottate per diffondere il potere discorsivo cinese e un’immagine positiva della Cina nei media internazionali si veda B. Mottura, *Come narrare la Cina all’Europa? Alcune riflessioni sull’internazionalizzazione dei media cinesi*, in S. Graziani (a cura di), *Cina globale: soft power e protezione internazionale*, cit., pp. 49-59.

power la Rpc ha investito ben 5 miliardi di dollari per potenziare il suo network mediatico, ovvero stampa, radio e televisione<sup>22</sup>.

Nel 2004 il Ministero degli Esteri cinese ha istituito una Divisione di Diplomazia Pubblica presso il Dipartimento dell'Informazione, intensificando così il discorso sulla *public diplomacy*, mentre la dirigenza cinese aveva precedentemente sottovalutato le potenzialità di questo strumento che non suscitava ancora particolari timori all'estero<sup>23</sup>. Da questo momento in poi sono stati invece intensificati gli scambi culturali, la promozione della lingua, della cultura e dei media cinesi all'estero, l'organizzazione di eventi di rilievo regionale o addirittura mondiale, etc.<sup>24</sup>.

Nella sua relazione al XVII Congresso del PCC nel 2007, l'ex presidente Hu Jintao ha sottolineato la necessità di «enhance culture as part of the soft power [of China] to better guarantee the people's basic cultural rights and interests, enrich the cultural life in Chinese society and inspire the enthusiasm of the people for progress»<sup>25</sup>. Sempre nel

<sup>22</sup> J. Bergman, *Turn on to China*, «Monocle», 41/2011. Per una storia dei media in Cina dalla fondazione della Repubblica Popolare ad oggi si veda G. Negro, *Le voci di Pechino. Come i media hanno costruito l'identità cinese*, Luiss University Press, Roma 2022.

<sup>23</sup> Nel 2005 Fareed Zakaria, conduttore di un famoso programma della CNN International e già redattore, dall'età di 28 anni, della prestigiosa rivista «Foreign Affairs», scriveva infatti che la Cina non possedeva un suo soft power: «Soft power means the appeal of one's culture, ideas and principles. China has no soft power. No one in Asia wants the Chinese dream or pines to live in a Chinese world. Even the Chinese don't really know what that would mean», F. Zakaria, *The U. S. Can Out-Charm China*, «Newsweek», 12 dicembre 2005.

<sup>24</sup> Nel 2009 la Divisione di Diplomazia Pubblica è stata poi trasformata in Ufficio di Diplomazia Pubblica, mentre nel 2010 è stato aperto il primo Centro di Ricerca sulla Diplomazia Pubblica presso la Beijing Foreign Studies University. Sul dibattito in corso sulla diplomazia pubblica cinese (*gonggong waijiao* 公共外交) si veda T. Zappone, *China's public diplomacy. Between old propaganda and civil participation*, «Florientalia», 1/2014, pp. 117-145, e Ead., *La comunicazione politica cinese rivolta all'estero: dibattito interno, istituzioni e pratica discorsiva*, Ledizioni, Milano 2017. Sull'efficacia del discorso pubblico cinese si veda anche A. Caffarena, *La trappola di Tucidide e altre immagini. Perché la politica internazionale sembra non cambiare mai*, il Mulino, Bologna 2018, pp. 112-113.

<sup>25</sup> Hu Jintao, *Hold High the Great Banner of Socialism with Chinese Characteristics and Strive for New Victories in Building a Moderately Prosperous Society in all*

2007, in un articolo pubblicato sul «People’s Daily», anche il premier Wen Jiabao ribadì l’importanza di «conduct[ing] public diplomacy in a more effective way», al punto che tale strategia di soft power diventa una priorità nazionale<sup>26</sup>. L’amministrazione di Hu Jintao si è infatti distinta:

per avere allargato gli orizzonti della politica estera cinese e aver consolidato legami diplomatici con regioni ben oltre l’Asia/Pacifico, grazie a una bilanciata combinazione di diplomazia dei vertici, partnership bilaterali, crescente cooperazione in seno alle organizzazioni internazionali e un abile esercizio di strumenti di potere soft, attraverso l’avvio di una cosiddetta *charm offensive*, contrassegnata da frequenti visite di Stato di alto livello, in ogni angolo del pianeta<sup>27</sup>.

L’idea era quella di trasmettere un’immagine più positiva della Cina attraverso strumenti di soft power come gli scambi culturali e accademici, la promozione dell’apprendimento della lingua cinese, la diffusione delle opere artistiche, letterarie e cinematografiche cinesi, la celebrazione di anniversari diplomatici importanti tra la Cina e altri Paesi, la celebrazione dell’“Anno della Cultura Cinese” in diverse nazioni, l’incentivazione di gemellaggi di città cinesi ed internazionali, etc.<sup>28</sup>. Il Ministero della Cultura e il Dipartimento centrale della Propaganda hanno quindi il compito di rafforzare le «industrie culturali» (*wenhua chanye* 文化产业). Nel 2009, il governo ha dato concretezza

---

*Respects*, Report to the Seventeenth National Congress of the Communist Party of China, 15 ottobre 2007, consultabile online al link [https://www.chinadaily.com.cn/china/2007-10/24/content\\_6204564.htm](https://www.chinadaily.com.cn/china/2007-10/24/content_6204564.htm) (ultimo accesso il 22 aprile 2024).

<sup>26</sup> Wen Jiabao, *Our Historical Tasks at the Primary Stage of Socialism and Several Issues Concerning China’s Foreign Policy*, «People’s Daily», 27 febbraio 2017, consultabile online al link [http://www.chinadaily.com.cn/china/2007-03/03/content\\_818952.htm](http://www.chinadaily.com.cn/china/2007-03/03/content_818952.htm) (ultimo accesso il 22 aprile 2024).

<sup>27</sup> B. Onnis, *La politica estera della RPC*, cit., pp. 59-60.

<sup>28</sup> Cfr. J. Kurlantzick, *Charm Offensive. How China’s Soft Power Is Transforming the World*, cit., e Sheng Ding, *The Dragon’s Hidden Wings. How China Rises with Its Soft Power*, Lexington Books, Lanham [et al.] 2008. Sul soft power cinese in Asia orientale e sud-orientale si veda B.M. Jain, *China’s Soft Power Diplomacy in South Asia. Myth or Reality?*, Lexington Books, Lanham [et al.] 2017; C.S. Lee, *Soft Power Made in China. The Dilemmas of Online and Offline Media and Transnational Audiences*, Palgrave Macmillan, 2018.

a tale idea, istituendo un "Reform Plan for Cultural Industries", il primo piano nazionale sulle «industrie culturali», al fine di istituzionalizzarne lo sviluppo<sup>29</sup>.

Lo stesso anno si promosse una globalizzazione dei media cinesi (sulla scia della strategia nazionale del «Going Global» *zou chu qu* 走出去) e fu annunciato un finanziamento di circa 6 miliardi di dollari, al fine di incrementare il soft power e la presenza mediatica della Cina a livello internazionale<sup>30</sup>. Si tratta tuttavia di un compito non facile in quanto i media cinesi sono spesso tacciati di essere poco obiettivi e trasparenti nel riportare le notizie che riguardano la politica e la società in Cina e in Occidente, rischiando di trasmettere un punto di vista parziale e non sempre credibile<sup>31</sup>: ad esempio durante la campagna elettorale di Donald Trump il «China Daily» ha criticato con forza l'aspirante presidente e il sistema politico statunitense<sup>32</sup>. Tale deficit di credibilità non riguarda peraltro soltanto l'Occidente ma anche alcuni Paesi dell'America Latina e dell'Africa, ove, nonostante la forte penetrazione della Repubblica Popolare, i giornalisti sudafricani raramente fanno affidamento sulle fonti cinesi, preferendo loro quelle occidentali, più oggettive e professionali<sup>33</sup>.

<sup>29</sup> Hu Huilin, *Chinese Cultural Policy: History, Formation and Characteristics*, «HSOA Journal of Forensic, Legal & Investigative Sciences», 1/2019, pp. 5-30.

<sup>30</sup> Hu Zhengrong, Ji Deqiang, *Ambiguities in communicating with the world: the "Going-out" policy of China's media and its multilayered contexts*, «Chinese Journal of Communication», 1/2012, p. 33.

<sup>31</sup> Wanning Sun, *Mission Impossible? Soft Power, Communication Capacity, and the Globalization of Chinese Media*, in «International Journal of Communication», 4/2010, pp. 19-26; I. D'Hooghe, *The Limits of China's Soft Power in Europe: Beijing's Public Diplomacy Puzzle*, in Sook Jong Lee, J. Melissen (a cura di), *Public Diplomacy and Soft Power in Asia*, Palgrave Macmillan, New York 2011, pp. 163-190.

<sup>32</sup> C. Pan, B. Isakhan, Z. Nwokora, *Othring as Soft-Power Discursive Practice: China Daily's Construction of Trump's America in the 2016 Presidential Election*, «Politics», 1/2020, pp. 54-69.

<sup>33</sup> Cfr. in proposito P.S. Morales, *Could Chinese News Channels Have a Future in Latin America?*, «Westminster Papers in Communication and Culture», 1/2018, pp. 60-80; P. Ye, L.A. Albornoz, *Chinese Media "Going Out" in Spanish Speaking Countries: The Case of CGTN-Espanol*, «Westminster Papers in Communication and Culture», 1/2018, pp. 81-97; H. Wasserman, *China in South Africa: Media Responses to a Developing Relationship*, «Chinese Journal of Communication», 3/2012, pp. 336-354.

Non a caso, in un discorso al sesto Plenum del Comitato Centrale del Partito, nell'ottobre 2011, Hu Jintao ha messo in guardia il suo uditorio contro un'offensiva culturale occidentale, estremamente pericolosa: «We must clearly see that international hostile forces are intensifying the strategic plot of Westernizing and dividing China, and ideological and cultural fields are the focal areas of their long-term infiltration»<sup>34</sup>. Il concetto di «forze straniere ostili» (*guowai didui shili* 国外敌对势力) ricorre più volte nella narrazione storica cinese: ad esse furono imputati gli incidenti di Piazza Tian'anmen nel giugno del 1989, così come le cause dei «tre mali» (*sangu shili* 三股势力) del terrorismo, del separatismo e dell'estremismo religioso in Xinjiang e le proteste avvenute ad Hong Kong nel 2019<sup>35</sup>.

Anche per arginare tali forze è necessario rafforzare il soft power culturale della nazione, al punto che la sua costruzione è inserita nel dodicesimo Piano quinquennale (2011-2015). Su queste premesse, anche l'attuale presidente Xi Jinping si è espresso più volte nel senso di un rafforzamento del soft power nazionale: già in un discorso del 2013, tenuto durante la XII sessione del gruppo di studio dell'Ufficio Politico del Comitato Centrale del Partito, ha sottolineato come «the strengthening of our cultural soft power is decisive for China to reach the Two Centenary Goals and realize the Chinese Dream of rejuvenation of the Chinese nation»<sup>36</sup>, specificando che a tal fine è necessario «intensify our international right of speech, enhance our capability of international communication and spare no efforts in establishing a system for international speech to tell, in the right way, the true story of our country and make our voices heard through giving full play to the emerging media and enhancing our creativity, influence and

---

<sup>34</sup> E. Wong, *China's President Lashes Out at Western Culture*, in «The New York Times», 3 January 2012.

<sup>35</sup> Cfr. in proposito B. Gallelli, *La Cina di oggi in otto parole*, il Mulino, Bologna 2021, pp. 133-134.

<sup>36</sup> Xi Jinping, *Enhance China's Cultural Soft Power*, 30 dicembre 2013, in Id., *The Governance of China*, Foreign Languages Press, Beijing 2014, vol. I. I cosiddetti due «obiettivi centenari» (*liangge 'yi bainian' fendou mubiao* 两个‘一百年’奋斗目标) a cui Xi fa riferimento sono l'anniversario dei cento anni dalla fondazione del Pcc, celebrato con orgoglio nel 2021, e quello dalla fondazione della Rprc, che si terrà nel 2049.

public trust»<sup>37</sup>. In più occasioni la Cina ha infatti affermato il suo «diritto di parola» (*huayu quan* 话语权) negli affari internazionali, con l'ambizione di affiancare le maggiori potenze del G7 nella governance globale.

Si tratta quindi di «raccontare in maniera efficace la storia della Cina» (*jiang hao Zhongguo gushi* 讲好中国故事) e di «diffondere la voce della Cina» (*chuanbo hao Zhongguo shengyin* 传播好中国声音), al fine di migliorare la percezione del Paese a livello internazionale, esercitando un'influenza positiva sull'opinione pubblica mondiale, ma anche per influenzare l'agenda internazionale attraverso una migliore ricezione del punto di vista e dei valori cinesi. Ma l'obiettivo è anche quello di evitare un «inquinamento spirituale» (*jingshen wuran* 精神污染) da parte dell'Occidente, promuovendo il prestigio dell'antica civiltà cinese<sup>38</sup>.

Ugualmente, nel rivolgersi al Central Foreign Affairs Meeting tenutosi a Pechino a fine novembre 2014, Xi ha ribadito che «We should increase China's soft power, give a good Chinese narrative, and better communicate China's message to the world»<sup>39</sup>. La governance cinese ha dunque utilizzato sempre più l'esercizio di un «potere discorsivo» e la «diplomazia culturale» (*wenhua waijiao* 文化外交) come strumenti importanti per rendere più attraente la propria immagine e rettificare la narrativa globale sulla Cina che in Occidente appare distorta. Sono così stati compiuti numerosi sforzi per diffondere la conoscenza del-

---

<sup>37</sup> Ibid.

<sup>38</sup> Già al secondo Plenum del XII Comitato centrale del Pcc dell'ottobre 1983 Deng Xiaoping aveva messo in guardia sui rischi dell'«inquinamento spirituale» e nei giorni immediatamente successivi i media iniziarono a far propria questa espressione, intesa come possibile conseguenza della politica di «riforma e apertura» (*gaige kaifang* 改革开放): insieme ai capitali e agli investimenti sarebbero potute penetrare in Cina anche le idee e le abitudini occidentali, alcune delle quali erano considerate estremamente pericolose, al punto che tra la fine del 1983 e gli inizi del 1984 fu varata una vera e propria campagna contro l'«inquinamento spirituale», cfr. in proposito G. Samarani, *La Cina contemporanea. Dalla fine dell'Impero a oggi*, Einaudi Torino 2017, pp. 340-341; B. Gallelli, *La Cina di oggi in otto parole*, cit., p. 128 ss.

<sup>39</sup> *Xi eyes more enabling int'l environment for China's peaceful development*, in «Global Times», 30 November 2014. Cfr. anche D. Shambaugh, *China's Soft-Power Push: The Search for Respect*, «Foreign Affairs», 4/2015, p. 99. È interessante notare che l'autorevole autore sottolinea in questo articolo che nonostante la forza economica e militare, il Paese soffre di «a severe shortage of soft power».

la civiltà cinese non solo nel continente asiatico ma a livello globale, con l’obiettivo di colmare il gap con gli Stati Uniti le cui formidabili riserve di soft power – «from Hollywood to Harvard» – si aggiungono ai tradizionali strumenti di hard power, costituendo un vantaggio nel contesto internazionale<sup>40</sup>.

A differenza che in Cina, le risorse soft statunitensi non sono sovvenzionate, se non in minima parte, dal governo di Washington, mentre il contributo della società civile americana è rilevante, assicurandone il successo. Viceversa in Cina, come si è detto, il governo ha strategicamente deciso di investire molto nel soft power della nazione, ma tale interventismo statale è guardato con sospetto dai Paesi occidentali. Inoltre il mancato coinvolgimento della società civile nella promozione del soft power nazionale costituisce, secondo Nye, un limite per la Repubblica Popolare che nel lungo periodo potrebbe danneggiarla<sup>41</sup>.

Nel 2019, in una delle classifiche che misurano il soft power, la Repubblica Popolare si è classificata ventisettesima, a conferma del divario che – secondo questo ranking – la separa da molti Paesi europei e dagli Stati Uniti<sup>42</sup>. Infatti, secondo alcuni accademici cinesi, l’obiettivo non è solo di colmare questo divario con i Paesi occidentali, ma anche di fornire un modello di società migliore di quello proposto soprattutto dagli Stati Uniti<sup>43</sup>, la «società armoniosa» (*hexie shehui* 和

---

<sup>40</sup> J. Nye, *Power in the Global Information Age: From Realism to Globalization*, Routledge, London 2004, p. 7.

<sup>41</sup> E. Osnos, *Making China Great Again. As Donald Trump surrenders America’s global commitments, Xi Jinping is learning to pick up the pieces*, «The New Yorker», 1 gennaio 2018.

<sup>42</sup> *The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power*, USC Center on Public Diplomacy, Portland 2019, consultabile online al link <https://softpower30.com> (ultimo accesso il 22 aprile 2024). È importante segnalare la difficoltà di “misurare” il soft power e la sua efficacia in quanto essa dipende molto dai riscontri (soggettivi) che si ricevono da parte del pubblico “ricevente”, cfr. J. Nye, *Soft Power. The Means to Success in World Politics*, cit., p. 33; J. McCloy, O. Harvey, *The Soft Power 30: Getting to Grips with the Measurement Challenge*, «Global Affairs», 3/2016, pp. 309-319; Li Ji, *Measuring Soft Power*, in N. Chitty, Li Ji, G.D. Rawnsley (a cura di), *The Routledge Handbook of Soft Power*, Routledge, London and New York 2023.

<sup>43</sup> Cfr. Yan Xuetong, *Ancient Chinese Thought, Modern Chinese Power*, Princeton University Press, Princeton and Oxford 2011.

谐社会) che, insieme al concetto di «sogno cinese» (*Zhongguo meng* 中国梦), costituisce anche uno dei cardini del discorso politico cinese. Entrambi i concetti hanno infatti centrale rilevanza e una duplice funzione, una rivolta all'interno e l'altra all'esterno: «domestically, they constitute the basis for the consensus that the Party is seeking to gain; internationally, they are promoted through media platforms to enhance the country's soft power appeal»<sup>44</sup>.

La Cina promuove inoltre i suoi valori all'estero attraverso sport, arte, musica, film, letteratura e architettura. Tali sforzi sembrano recentemente aver prodotto notevoli risultati in quanto, secondo il Global Soft Power Index, la Cina ha raggiunto il decimo posto nel 2020 per poi salire all'ottavo nel 2021 e al quarto nel 2022, raggiungendo la posizione più alta mai acquisita. Si prevedevano buone possibilità di migliorare ulteriormente la sua performance del 2023 grazie al ritorno di immagine provocato dall'aver ospitato le Beijing 2022 Winter Olympics: «The successful completion of the Winter Olympics has allowed the world to see a more confident, self-improving, and tolerant China»<sup>45</sup>. Gli eventi di rilevanza internazionale come le Olimpiadi possono infatti diventare una vetrina per le strategie di marketing e di comunicazione del Paese che le ospitano e già nel 2008 esse avevano infatti rappresentato per la Repubblica Popolare un notevole successo: «As a rising power determined to reassure other countries that it isn't a threat, China has become more self-conscious about its international reputation than any other country in the world. And the Olympic Games are the best chance the nation will have in a long time to shape its image»<sup>46</sup>. Tuttavia alcuni autori hanno sottolineato come le Olimpiadi, pur costituendo un successo nazionale, hanno anche evidenziato alcune critiche internazionali relative soprattutto alle vio-

---

<sup>44</sup> P. Voci, Luo Hui (a cura di), *Screening China's Soft Power*, Routledge, London and New York 2011, p. 5.

<sup>45</sup> *Global Soft Power Index 2022. The World's Most Comprehensive Research Study on Perceptions of Nation Brands*, consultabile online al link <https://brandirectory.com/softpower/> (ultimo accesso il 22 aprile 2024). Nel rapporto la Cina era indicata addirittura come il solo Paese in grado di fermare il conflitto in corso in Ucraina «by using its soft power leverage on Russia» (ibid.).

<sup>46</sup> S.L. Shirk, *China Fragile Superpower*, Oxford University Press, New York 2008, p. IX.

lazioni dei diritti umani, con particolare riferimento alla repressione delle proteste delle organizzazioni tibetane avvenute nel marzo-aprile 2008<sup>47</sup>. Ugualmente, in seguito alle Winter Olympics del 2022 ci sono state discussioni nei media sui diritti umani in Cina e boicottaggi diplomatici da parte di alcune nazioni occidentali: alcune organizzazioni per la difesa dei diritti umani hanno infatti chiesto un «diplomatic boycott» delle Olimpiadi invernali del 2022 a Pechino a causa della questione uigura<sup>48</sup>.

Un altro elemento che ha in parte contribuito al miglioramento del soft power cinese è stato, secondo il Global Soft Power Index, lo sforzo anti-covid compiuto dalla Rpc nel secondo anno della pandemia. Con la diffusione della pandemia a livello globale, in un primo momento la Cina sembrava essere passata, in tempi molto rapidi, dall'essere l'unico Stato colpito dal virus al primo che era riuscito a contenerlo e, secondo la narrazione del Partito Comunista Cinese, a sconfiggerlo. Il discorso politico di Pechino ha messo infatti in evidenza il sacrificio della Cina che per prima ha combattuto contro il nuovo virus per impedirne la diffusione al suo interno ma anche a livello internazionale, sottolineando come la risposta cinese, immediata ed efficiente, potesse essere di esempio e di aiuto ai Paesi che nel mondo stavano ancora affrontando le fasi più critiche di questa pandemia<sup>49</sup>. Il virus è stato identificato come un «nemico comune» di tutta l'umanità (*renlei de gongdi 人类的公敌*), un «demone» (*mogui 魔鬼*) da combattere insieme, a livello globale, all'interno della «Comunità dal destino condiviso» (*mingyun gongtongti 命运共同体*).

---

<sup>47</sup> Cfr. W. Manzenreiter, *The Beijing Games in the Western Imagination of China: The Weak Power of Soft Power*, «Journal of Sport and Social Issues», 1/2010, pp. 29-48; S. Brownell, *Human rights and the Beijing Olympics: imagined global community and the transnational public sphere*, «The British journal of sociology», 2/2012, pp. 306-327.

<sup>48</sup> J. Pramuk, *Chuck Schumer urges Trump to 'hang tough on China' after latest tariff threat while other top Democrats are quiet*, «CNBC», 6 maggio 2019.

<sup>49</sup> V. Niquet, *China's Coronavirus Information Warfare*, in «The Diplomat», 24 March 2020. Cfr. anche M. Repnikova, *Chinese Soft Power*, cit., p. 10: «The story of China as a global savior was conveyed as much to external as to domestic audiences – a message that Chinese netizens have picked up with enthusiasm and pride».

Secondo Xi Jinping la Rpc deve infatti intensificare le proprie capacità di comunicazione internazionale – «so as to tell China's stories well» – e in tal senso la narrazione della pandemia del Covid-19 ha offerto un'opportunità di riscatto importante al Paese in cui la pandemia ha avuto origine e che è stato inizialmente additato come responsabile della sua diffusione<sup>50</sup>. Negli stessi giorni di marzo 2020 in cui Trump dichiarava un travel ban nei confronti dell'Europa<sup>51</sup>, la Cina faceva ogni sforzo per mostrarsi come un partner affidabile e un'amica generosa: nella lotta comune contro il virus, secondo le autorità di Pechino l'esperienza e l'apporto della Cina – che, nelle parole di Xi Jinping, aveva già combattuto e vinto la sua «guerra di popolo» (*renmin zhanzheng* 人民战争) – possono essere decisivi<sup>52</sup>.

Da Paese colpito dalla pandemia e costretto a misure di eccezionale gravità, la Cina si è proposta come Paese leader della guerra al Covid-19 e “*global donor*” nei confronti delle nazioni in difficoltà, donando già nel marzo del 2020 20 milioni di dollari all'Organizzazione Mondiale della Sanità (Oms) per contrastare il coronavirus e inviando kit per i test in Cambogia e in altri Stati asiatici limitrofi (come il Pakistan, il Bangladesh, il Nepal e il Myanmar), medici e mascherine nei Paesi europei più colpiti, oltre che in Asia centrale e in Africa. Attraverso l'invio di forniture sanitarie e prodotti medicinali, la Cina ha investito nella cosiddetta «mask diplomacy». La crisi sanitaria si è trasformata così in un'opportunità geopolitica e la Belt and Road Initiative (Bri) nella «Health Silk Road» (*jiankang sichou zhilu* 健康丝绸之路), inaugurata appunto in occasione della pandemia. Gli aiuti sanitari sono quindi diventati lo strumento di una vasta operazione di soft power al cui incremento, come si è scritto, le attenzioni di Pechino sono da tempo rivolte.

---

<sup>50</sup> Xi Jinping, *Secure a Decisive Victory in Building a Moderately Prosperous Society in All Respects and Strive for the Great Success of Socialism with Chinese Characteristics for a New Era*, 18 ottobre 2017, [https://www.chinadaily.com.cn/china/19thcpnationalcongress/2017-11/04/content\\_34115212.htm](https://www.chinadaily.com.cn/china/19thcpnationalcongress/2017-11/04/content_34115212.htm) (ultimo accesso il 22 aprile 2024).

<sup>51</sup> *Coronavirus: Trump suspends travel from Europe to US*, «BBC News», 12 marzo 2020.

<sup>52</sup> B. Gallelli, *Una nuova “guerra di popolo” per raccontare la “storia della Cina”*, «Sinosfere», 10/2020, pp. 3-15.

In una riunione dell'Assemblea mondiale della sanità del maggio 2020, Xi Jinping ha annunciato che la Cina considerava i suoi vaccini contro il Covid-19 un «global public good», impegnandosi a offrirli a livello globale, sia attraverso donazioni sia attraverso vendite o prestiti per acquistarli. In tal caso è evidente l'intento cinese di giocare un ruolo di leadership nel voler rifornire la Comunità internazionale di un bene di pubblica utilità, in modo da ottenere il rispetto degli altri Stati a livello globale. La «vaccine diplomacy» può così essere considerata una naturale prosecuzione della «mask diplomacy» e collocata nel solco delle precedenti iniziative cinesi di «win-win diplomacy» come ad esempio la Bri, dove le infrastrutture e le linee di collegamento hanno portato sviluppo in molti Paesi, in cambio del riconoscimento e del rispetto da parte di questi dei «core interests» (*hexin liyi* 核心利益) cinesi<sup>53</sup>.

Se infatti i Paesi occidentali hanno, con poche eccezioni, preferito utilizzare prevalentemente i vaccini Pfizer e Moderna, i vaccini prodotti in Cina, basati sull'«inactivated virus», sono stati offerti inizialmente ai suoi vicini e ai Paesi in Via di Sviluppo (Pvs, *fazhan zhongguo jia* 发展中国家), per poi penetrare anche in alcuni Paesi dell'Europa orientale e balcanica che, come nel caso della Serbia, avevano già un rapporto preferenziale con Pechino<sup>54</sup>. Così il rapporto del Global Soft Power Index 2022 sottolinea i benefici per la Cina della distribuzione gratuita di vaccini cinesi a molti Paesi non occidentali, «using economic hard power to leverage soft power benefits in some countries»<sup>55</sup>. Da evento avverso e inizialmente suscettibile di tradursi in una perdita di immagine per la Rpc, la pandemia di Covid-19 è stata pertanto considerata un'opportunità per dimostrare al mondo gli aspetti positivi del sistema cinese e per accrescere il proprio soft power<sup>56</sup>. Tuttavia,

---

<sup>53</sup> M. Beeson, Li Fujian, *China's Place in Regional and Global Governance: A New World Comes Into View*, «Global Policy», 4/2016, pp. 491-499.

<sup>54</sup> I. Karásková, V. Blablová, *The Logic of China's Vaccine Diplomacy*, in «The Diplomat», 24 March 2021.

<sup>55</sup> *Global Soft Power Index 2022. The World's Most Comprehensive Research Study on Perceptions of Nation Brands*, consultabile online al link <https://brandirectory.com/softpower/> (ultimo accesso il 22 aprile 2024).

<sup>56</sup> B. Onnis, *COVID-19 and China's global image*, «EU-Asia project», 2021; L. Medici, V. Sommella, *The Roles of China and the WHO in the Fight Against*

tale narrazione è stata almeno in parte smentita sia dai frequenti e prolungati lockdown che la Rpc è stata costretta a effettuare sia dall'efficacia relativa dei vaccini messi a punto e diffusi dalla Cina.

L'immagine costruttiva dei media cinesi è stata inoltre almeno in parte scalfita dalla cosiddetta "Wolf Warrior Diplomacy" (*Zhanlang Waijiao* 战狼外交), ispirata al film *Wolf Warrior 2* (*Zhan Lang 2* 战狼 2), diretto da Wu Jing, uscito nel 2017 e accompagnato da un grande successo mediatico anche a causa dei toni fortemente nazionalisti. Utilizzando quindi uno stile diplomatico coercitivo, ufficiali e funzionari cinesi si sono serviti di social media come ad esempio Twitter per diffondere una retorica dura e talvolta offensiva in risposta ad eventuali critiche nei confronti della Cina. Questo approccio assertivo è confermato da alcuni autori cinesi che guardano al modello mediatico russo come efficace nel processo di miglioramento dell'immagine nazionale<sup>57</sup>. A differenza delle piattaforme mediatiche cinesi, «Russia Today» ha infatti dei contenuti provocativi a cui alcuni accademici cinesi guardano con interesse come nuovi attori emergenti nel panorama mediatico internazionale, potenzialmente in grado contrastare un sistema a guida occidentale<sup>58</sup>.

Secondo il Global Soft Power Index del 2023 il soft power cinese è quindi sceso dal quarto posto del 2022 al quinto, scambiando il proprio posto con quello del Giappone nella top 5, mentre gli Stati Uniti del presidente Biden si confermano al primo posto<sup>59</sup>.

---

*COVID-19 under the Trump Presidency and its Global Consequences*, in M. Berrettini, D. Borsani (a cura di), *Bringing Eurasia Back In? The Resilience of the Western-centric System between History and Politics*, Peter Lang 2023.

<sup>57</sup> H. Yan, "今日俄罗斯"重塑国家形象的经验与启示 [*Experience and Inspiration from "Russia Today" Rebuilding National Image*], «Qingnian Jizhe», 33/2020, pp. 99-100.

<sup>58</sup> Ibid.

<sup>59</sup> *Global Soft Power Index 2023. The World's Most Comprehensive Research Study on Perceptions of Nation Brands*, consultabile online al link <https://brandirectory.com/softpower/> (ultimo accesso il 22 aprile 2024). Nel rapporto si evidenzia che, pur essendo rimasta chiusa nel 2022 per perseguire una «zero COVID policy», la Cina mantiene comunque inalterato il suo enorme potenziale di crescita futura (ibid., p. 37).