

Mediazione e stampa cinese in lingua inglese

Bettina Mottura

doi: 10.7358/lcm-2014-0102-mott

ABSTRACT

In light of contemporary Chinese political discourse on the function and role of the media in the relationship between the Chinese Communist Party and public opinion, this study will describe a few relevant characteristics of the Chinese media system, with a special focus on the daily press published in English. It will show that political ties in which news production is embedded in China influence content and language even when the information is ostensibly targeted at an international public. Finally, it will discuss some examples derived from *Xinhua* News Agency reports on an important anti-corruption case in order to trace the cultural mediation strategies enacted by the journalists to adapt the texts to an international public. The attempt to conform to the tastes and needs of the global public opinion without betraying the country's political specificity could be interpreted as the result of journalists' effort to strengthen Chinese discourse power, offering a broader range of publications and giving increasing attention to internationalisation, while promoting a positive representation of China worldwide.

Parole chiave: Cina, media, opinione pubblica, potere discorsivo, Xinhua.

Keywords: China, discourse power, media, public opinion, Xinhua.

Negli ultimi venticinque anni il sistema dei media in Cina è stato teatro di importanti cambiamenti, generati da processi di riforma che hanno coinvolto aspetti economici, organizzativi e hanno ridefinito l'identità professionale dei giornalisti. I frutti di questa evoluzione sono stati – ad esempio nel settore della stampa – un maggiore orientamento al mercato, determinato anche dalla riduzione dei finanziamenti pubblici, una più ampia

varietà nelle pubblicazioni e una crescente attenzione all'internazionalizzazione del flusso di notizie che la Cina diffonde nel mondo (Lynch 1999; Pan Zhongdang 2010; Shirk 2011; Zhang Xiaoling 2011).

A livello nazionale, il panorama della stampa cinese è ormai connotata dalla concorrenza tra giornali nazionali e locali, tra pubblicazioni istituzionali e commerciali, tra testate generaliste e specializzate (Xin Xin 2006). La varietà delle pubblicazioni diffuse sul territorio e la competizione per conquistare quote di mercato sono innovazioni rilevanti nel rapporto tra la stampa e il pubblico dei lettori, che non corrispondono tuttavia a sostanziali cambiamenti negli equilibri di potere tra media e autorità politiche.

Secondo Bai Ruoyun (2012, 392-394), in tale contesto i giornalisti svolgono un ruolo di mediazione culturale a causa della compresenza nella società cinese di molteplici sistemi di valori e della necessità di soddisfare gli interessi spesso divergenti di stato, mercato, pubblico e intellettuali. I piani sui quali si esercita la mediazione sono almeno tre. Innanzitutto, il pubblico in Cina è composto da comunità che esprimono istanze spesso contraddittorie: i funzionari responsabili di propaganda, ideologia o cultura; le agenzie di pubblicità e le aziende; le categorie sociali selezionate come *audience* di riferimento; i critici e i colleghi. In secondo luogo, la stesura dei testi e le successive fasi di lavorazione che portano alla loro pubblicazione sono sottoposte ad altrettanti controlli di organi statali o di partito responsabili della censura, istituzioni che non sempre esprimono identità di interessi e di vedute nello svolgimento della propria funzione di guardiani dell'ordine costituito. In terzo luogo, la definizione stessa dell'idea di cultura si declina dal punto di vista discorsivo in almeno tre categorie, tra le quali i giornalisti sono chiamati a mediare: la cultura ufficiale, popolare e d'*élite*. Sotto molteplici prospettive, secondo Bai (2012), i media agirebbero in zone di contatto tra diverse culture e svolgerebbero un ruolo di mediazione contribuendo a modificare o a consolidare i confini tra le une e le altre.

Sul piano internazionale, dall'inizio del XX secolo i media ufficiali cinesi sono stati protagonisti di un imponente sforzo per acquisire maggiore autorevolezza e visibilità nel mondo. Questo ha significato un ingente investimento di risorse, ma anche un adattamento in termini di lingua o contenuto. Ad esempio sono aumentate la produzione di notizie in lingue diverse dal cinese e la cura nel selezionare contenuti adeguati a un pubblico internazionale, creando talvolta spazi tematici dedicati. Nonostante le sue peculiarità, anche in questo settore la stampa svolge una funzione dettata da obiettivi politici: l'intento principale è diffondere una rappresentazione positiva della Cina (Brady 2009; Liu Xiaoyan 2010).

Se si applica la prospettiva adottata da Bai Ruoyun (2012) ai media cinesi in lingue straniere, si può ipotizzare che chi ci lavora debba svolgere il medesimo ruolo di mediazione culturale richiesto a chi opera negli altri rami del settore, con l'aggiunta di un ulteriore sforzo di mediazione linguistica e culturale per creare notizie che risultino gradevoli e interessanti per un pubblico non cinese.

Sulla base di riferimenti al discorso politico cinese contemporaneo riportato dai media in lingua cinese, il presente contributo si concentra su due parole chiave (opinione pubblica e potere discorsivo) per delineare le caratteristiche salienti del sistema dell'informazione in Cina oggi e mettere in evidenza come i vincoli di natura politica che lo contraddistinguono influenzino la produzione di notizie anche quando queste sono confezionate per un pubblico internazionale. Infine, grazie ad esempi tratti da testi pubblicati in lingua inglese dall'agenzia stampa nazionale cinese su un celebre caso di corruzione, si intende riflettere sui meccanismi di mediazione culturale impiegati per adeguare il testo al pubblico di riferimento.

1. I MEDIA, IL PARTITO E L'OPINIONE PUBBLICA

Nel contesto di un sistema politico-istituzionale connotato dall'esistenza di un unico partito al potere dal 1949, i mezzi di comunicazione di massa sono tenuti a rispettare il 'principio di partito' (*dangxing yuanze* 党性原则). Formula che prevede una adesione incondizionata dei media all'ideologia del Partito comunista cinese (Pcc) e un loro ruolo nel diffondere tra il pubblico il programma, le politiche e le direttive del partito (Lavagnino 2010, 59). I media ufficiali, poi, sono investiti del ruolo di 'portavoce' (*houshe* 喉舌) del Partito comunista cinese¹. A questa influenza sui contenuti si associa la responsabilità del Pcc nell'elaborazione dei principi organizzativi e delle politiche che regolano il settore dell'informazione, secondo la formula: il 'partito gestisce i media' (*dang guan meiti* 党管媒体).

Nel rispetto dei vincoli appena illustrati – rimasti immutati da decenni – nel discorso dei dirigenti politici la rappresentazione del rapporto tra potere, pubblico e mezzi di informazione ha subito una evoluzione. Nel

¹ La 'teoria del portavoce' è stata formalizzata compiutamente nel 1985 da Hu Yaobang, allora segretario del Pcc (Lavagnino 2010, 59). Si tratta di una evoluzione del principio secondo cui i mezzi di informazione sono al servizio degli interessi e degli obiettivi del potere politico che era già pienamente in auge durante gli anni della Repubblica di Cina (De Giorgi 2001).

discorso pubblico cinese i media sono stati rappresentati come strumenti attraverso cui il partito riesce a: 'guidare l'opinione pubblica' (*yulun daoxiang* 舆论导向), espressione usata per la prima volta da Jiang Zemin nel 1994, e 'incanalare l'opinione pubblica' (*yulun yindao* 舆论引导), espressione introdotta da Hu Jintao nel 2003. Qian Gang (2013) spiega il passaggio dalla formula del 1994 a quella del 2003 in questi termini:

While the clear emphasis of 'guidance of public opinion' was on traditional media control – on reporting restrictions and propaganda – 'public opinion channeling' focused on the need not just to control, but also to grasp discourse power (掌握话语权). It wasn't enough to muzzle the voices of others – the Party's voice had to be heard and accepted as well.

L'intenzione sarebbe quindi di consolidare l'autorevolezza delle notizie prodotte e diffuse dai media cinesi, anche per alimentare il consenso pubblico (nazionale e internazionale) verso il Partito comunista cinese e la sua legittimità come partito di governo.

A conferma dell'importanza attribuita oggi ai media come strumenti di propaganda politica si può citare un discorso di Xi Jinping, segretario del Partito comunista cinese in carica, alla Conferenza sulla propaganda e il 'lavoro ideologico' che si è tenuta a Pechino nell'agosto del 2013. La trascrizione completa del testo del discorso non è stata resa pubblica², ma fin dai giorni immediatamente successivi alla conferenza alcuni suoi contenuti sono stati ripresi da testate autorevoli e ne è scaturito un intenso dibattito, tanto che su Internet ha iniziato a circolare un riassunto non ufficiale in 7 punti delle parole di Xi Jinping.

Secondo questa versione digitale, il discorso del segretario del Pcc identifica nella crescita economica l'obiettivo centrale del partito e nel lavoro ideologico un mezzo per garantire un futuro al partito, la pace nel paese e la coesione nazionale. Xi Jinping fa ricorso a concetti della tradizione retorica ed ideologica del Pcc, affermando che il partito è al servizio del popolo, rappresenta gli interessi fondamentali della maggior parte dei cinesi ed è un partito marxista nato dal popolo e per il popolo. E ribadisce che questo spirito deve essere rafforzato grazie alla formazione ideologica tra i membri e promosso all'esterno dell'organizzazione con convinzione e con enfasi dalla propaganda, in particolare attraverso i media. Continua

² L'agenzia stampa *Xinhua* dedica una pagina sul suo sito al discorso di Xi Jinping e ai suoi echi sulla stampa ufficiale: [http://www.xinhuanet.com/politics/szxt/qgxcxgzhy/\[08/12/2014\]](http://www.xinhuanet.com/politics/szxt/qgxcxgzhy/[08/12/2014]), ma riassume i contenuti del discorso senza riportare il testo completo (Xu Jingyue - Hua Chunyu 2013). Nei mesi successivi su Internet compaiono testi che riportano uno schema in sette punti dei contenuti del discorso, un esempio è la versione pubblicata a novembre 2013 su sito *China Digital Times* (2013).

quindi a essere necessario che il partito gestisca l'informazione, collocando dei dirigenti politici alla direzione di giornali, periodici, televisioni, siti web, in modo da diffondere una 'visione marxista' delle notizie³ e rilanciare la funzione educativa dei media.

In base al quarto dei sette punti, Xi Jinping non si limita a riaffermare l'importanza del controllo sui media ma conia una nuova espressione per rappresentare la funzione dei mezzi di comunicazione di massa nel rapporto tra partito e società: quella della 'lotta per l'opinione pubblica' (*yulun douzheng* 舆论斗争), in cui riecheggia la retorica sulla lotta di classe degli anni Settanta del XX secolo.

La posta in gioco secondo il segretario è la possibilità che forze ostili guadagnino la fiducia del popolo con lo scopo di spodestare il Partito comunista cinese e abbattere il sistema socialista cinese: con toni accesi si ripropone il tema dell'informazione come base per il consenso e quindi fondamento per consolidare la legittimità della dirigenza a governare. Su questo campo di battaglia, di conseguenza, l'arma più efficace sarebbe la 'propaganda positiva' (*zhengmian xuanchuan* 正面宣传): la diffusione di informazioni chiare, interessanti, autorevoli e corrispondenti alla realtà, che mostrino le affinità del discorso politico con gli interessi della popolazione ed evidenzino i risultati raggiunti. A questa si dovrebbero associare, in un settore mediatico in cui la comunicazione circola in maniera sempre più veloce attraverso canali molto diversificati, capacità di innovazione, acutezza politica, competenze professionali avanzate e lucidità nell'esercizio della pratica della produzione e diffusione di notizie. Doti che permetterebbero di selezionare al meglio i contenuti e i tempi di diffusione delle informazioni, sempre entro i limiti di un controllo politico efficace sui canali di informazione (soprattutto quelli accessibili via Internet) che ostacoli la diffusione di opinioni che possano creare scompiglio o di punti di vista che divergano da una 'visione marxista' delle notizie.

La formula della 'visione marxista' dell'informazione era comparsa pochi giorni prima, il 16 agosto del 2013, nel titolo di un articolo pubblicato su *Qiushi* (Li Baoshan, 2013), che per altro contiene numerose altre corrispondenze con il discorso di Xi Jinping. Analogie che sembrano confermare la veridicità del riassunto in sette punti del discorso del 19 agosto che circola su Internet. Infatti, data la collocazione editoriale del testo di Li Baoshan nella rivista teorica del Partito comunista cinese, fondata nel 1988 ma erede della storica *Hongqi* nata nel 1958 (Lavagnino 2010, 57),

³ La formula esprime la necessità da parte della dirigenza del partito di mantenere una posizione egemonica se non nel processo di produzione delle notizie, almeno nella fase di interpretazione e lettura degli eventi.

le sue prese di posizione possono essere considerate un'espressione della linea ufficiale del Partito comunista cinese in materia di informazione. L'articolo su *Qiushi* si sviluppa intorno a tre temi: l'impossibilità di scrivere una notizia senza adottare un punto di vista e quindi attingere a un sistema di valori; la necessità di 'guidare l'opinione pubblica' per garantire stabilità politica e sociale al paese; l'importanza della 'propaganda positiva' nei meccanismi di produzione delle notizie, in modo che queste vengano sempre pubblicate con riferimenti al contesto in cui nascono e associate a una corretta interpretazione, ma anche la rilevanza del 'controllo' che l'opinione pubblica (*yulun jiandu* 舆论监督) può esercitare sui dirigenti politici attraverso le informazioni pubblicate dai media.

La supervisione e la critica delle masse – meccanismi attraverso cui si esercita il 'controllo dell'opinione pubblica' – devono essere accolte da chi svolge il 'lavoro ideologico' e generare una riflessione, afferma Xi Jinping nel sesto punto del discorso di agosto, ma solo nella misura in cui si fondano sul 'metro del socialismo con caratteristiche cinesi', ovvero sia confermano l'ineluttabilità del governo del Pcc e della riforma economica (Bai Ruoyun 2012, 403). Non devono invece essere considerati accettabili la maggior parte dei giudizi negativi che provengono dall'estero, rincara il segretario, sebbene una Cina ormai aperta agli scambi con il mondo debba fare i conti con il flusso di informazioni che circola a livello planetario.

Per quanto riguarda eventi rilevanti accaduti in altri paesi, Xi Jinping sostiene che i media cinesi possono riportare indifferentemente notizie positive o negative, purché offrano all'opinione pubblica cinese una informazione obiettiva, esaustiva e veritiera. In parallelo, è fondamentale che i mezzi di comunicazione di massa nazionali facciano sentire la 'voce della Cina' nel mondo e sappiano narrare al meglio la realtà del paese all'estero. L'obiettivo è influenzare positivamente l'opinione pubblica mondiale attraverso una 'propaganda proiettata verso l'esterno' (*duiwai xuanchuan* 对外宣传). Tuttavia, Xi conclude questa sezione del discorso identificando alcuni ambiti in cui l'azione è necessaria per superare ostacoli rilevanti all'efficacia comunicativa di questo tipo di propaganda⁴.

We must meticulously do foreign propaganda work well. [...] In the international public opinion structure, the West is strong and we are weak, Western major media control global public opinion, we often have rationales that we cannot speak out about, or once we've spoken about them, we can't communicate them. This problem must be resolved with great efforts.

⁴ Tutte le citazioni del riassunto in sette punti del discorso di agosto di Xi Jinping riportate nel contributo sono state tratte dalla traduzione in inglese pubblicata sul sito *China Copyright and Media* (2013).

We must strive to move international communications capacity construction forward, innovate foreign propaganda methods, strengthen discourse system construction, strive to forge new concepts, new categories and new expressions that circulate between China and the outside world, tell China's story well, disseminate China's voice well, and strengthen our discourse power internationally.

Tra i progetti per il futuro delineati da Xi Jinping spicca l'intenzione di rafforzare il 'potere discorsivo' (*huayuquan* 话语权) della Cina in ambito internazionale, ovvero la capacità del paese di produrre a livello globale un flusso di informazioni alternativo, in opposizione a quello occidentale dominante, che sia sempre più autorevole e possa influenzare 'l'opinione pubblica internazionale' (*guoji yulun* 国际舆论) in maniera efficace.

2. I MEDIA CINESI E IL MONDO

L'importanza attribuita alla diffusione di una immagine positiva della Cina all'estero e la necessità di veicolarla attraverso la pubblicazione di testi in lingue straniere non è una novità. La formula 'propaganda verso l'esterno' (*duiwai xuanchuan* 对外宣传) è emersa fin dai primi decenni del Novecento: nel 1937 il governo nazionalista cinese ha centralizzato tale funzione creando al proprio interno un apposito ufficio (Voltz 2011; Wei Shuge 2014); in seguito – dal 1949 – nella Repubblica popolare cinese questo compito è stato svolto dall'Ufficio centrale per le Lingue straniere (*Waiwenju* 外文局), un organismo dipendente dal Partito comunista cinese. L'attività dell'ufficio prevedeva innanzitutto la traduzione dei testi ritenuti rilevanti in tutte le lingue del mondo e la loro pubblicazione in programmi radio, nel catalogo della Casa editrice Foreign Languages Press o in uno dei numerosi periodici ufficiali in lingue straniere (Lavagnino 2010, 57), funzioni che l'organo svolge ancora oggi (Brady 2009).

A partire dagli anni Ottanta del secolo scorso la struttura dei media in Cina subisce profondi cambiamenti e uno degli effetti prodotti è un maggiore investimento nell'internazionalizzazione (Liang Yan - Xie Fei 2010). In questo contesto assumono una crescente importanza le versioni in lingua inglese dei mezzi di informazione. Tra gli esempi eccellenti di testate che consolidano una posizione già da tempo rilevante possiamo citare il quotidiano *China Daily*, la *China Radio International* e il canale 9 della *China Central Television*, a cui si associano titoli più recenti come il *Global Times* (Shirk 2011, 227-230). Dal punto di vista politico un deciso impulso al settore della pubblicazione di notizie in lingue straniere è stato dato nel

1999 da Jiang Zemin, che ha incluso tra i compiti dei media cinesi ufficiali la proiezione nel mondo di una descrizione della Cina come pacifico teatro di modernizzazione e crescita economica (Lavagnino 2010, 65).

Il desiderio di far sentire la voce della Cina in tutto il mondo, diffondendo una rappresentazione originale e accattivante del paese, ha dato vita a partire dall'inizio del XXI secolo a uno specifico prodotto mediatico: l'informazione cinese online in inglese e, successivamente, in altre lingue. Nel 2000 gli organi centrali del Pcc hanno identificato cinque siti web di informazione come canali preferenziali per la 'propaganda verso l'esterno', a cui poi si è aggiunto un sesto: tutti questi portali hanno sviluppato innanzitutto una versione in inglese (Liang Yan - Xie Fei 2010, 110). Tra questi, a parte il sito di informazione chiamato *China.org*, gli altri sono portali legati a media preesistenti: il *Quotidiano del popolo*, l'agenzia stampa *Xinhua*, la *China Radio International*, il *China Daily* e la *China Central Television* (Wang Ailing - Hong Xiaonan 2012, 48)⁵.

Il 10 ottobre 2013 il *Renmin Ribao* pubblica un articolo firmato da Cai Mingzhao (2013), il direttore dell'Ufficio informazioni del Consiglio di stato. L'autore si ispira al discorso di agosto di Xi Jinping per discutere della strategia per diffondere in maniera efficace la 'voce della Cina nel mondo' e introduce due temi di grande rilevanza per il presente contributo: la 'capacità di disseminazione delle notizie a livello internazionale' (*guoji chuanbo nengli* 国际传播能力) e la 'costruzione di un sistema discorsivo' (*huayu tixi* 话语体系). La prima formula pone l'enfasi sull'efficacia dei mezzi di comunicazione, la seconda sull'adeguatezza del linguaggio rispetto al pubblico di riferimento.

Nell'insieme si delinea l'intento di impegnarsi nel settore dei media in processi di mediazione (Bai Ruoyun 2012) di vasta portata in cui negoziare un equilibrio tra una tutela della specificità della cultura e del sistema politico cinese e l'adeguamento delle notizie agli interessi e ai gusti del pubblico internazionale. Il processo sarebbe fondato su un rinnovamento dei media nazionali, attraverso l'elaborazione di 'nuovi concetti, nuove categorie e nuove formulazioni' di più facile diffusione, che permetterebbero di esercitare una influenza sul modo in cui viene impostata l'informazione nel mondo. Rogier Creemers (2013) commenta l'articolo in questi termini:

The core of the argument is that China must develop its own conceptual vocabulary to be able to better set the terms of the international debate, rather than being forced to discuss itself in a discourse that is not its own.

⁵ I siti sono: www.china.com.cn, www.people.com.cn, www.xinhuanet.com, gb.cri.cn, chinadaily.com.cn, www.cntv.cn [08/12/2014].

Also, there is an increased emphasis on engagement with foreign audiences, their thoughts, habits and concerns.

Nello specifico, secondo Cai (2013), rafforzare la ‘capacità di disseminazione di notizie’ del paese implica innalzare il livello dei media nazionali, in modo da poter contare su canali di prima qualità per diffondere il punto di vista della Cina. Gli aspetti che potrebbero contribuire a un miglioramento dell’efficacia nella comunicazione sono: la digitalizzazione dei media e la creazione di *network*, il perfezionamento dei meccanismi commerciali e l’aggiornamento delle tecnologie, la cura per la ricchezza dei contenuti e l’originalità creativa, il tempismo nel riportare notizie rilevanti.

Una strategia efficace di internazionalizzazione dei media sarebbe quella di spostare progressivamente in paesi o regioni degni di interesse la pianificazione dei temi dei programmi, la produzione, il *marketing*, la distribuzione e realizzare poco a poco una indigenizzazione degli organi, del personale, dei contenuti dei media, riuscendo infine ad adeguare le notizie alle preferenze dei lettori. Ma non si tratta unicamente di uno sforzo di natura commerciale, anzi, per raggiungere lo scopo è necessario attingere alle risorse culturali di attori sociali che partecipano regolarmente a scambi e attività di cooperazione a livello internazionale (*think tank*, ONG, università) e che quindi hanno acquisito una competenza su norme e linguaggio dell’incontro tra culture e possono contribuire a garantire l’efficacia nella comunicazione. Yang Guobin (2014, 110) commenta questo passaggio del discorso ricordando che la promozione di una influenza globale dei media cinesi è un aspetto cruciale della strategia del *soft power* della Repubblica popolare cinese: la messa in campo di risorse economiche e culturali per rafforzare il potere e l’influenza esercitati dal paese nel mondo grazie alla proiezione di una immagine affidabile e positiva veicolata anche attraverso i media (Zhang Xiaoling 2009).

La strategia delineata nell’articolo di Cai (2013) può essere messa in relazione con la storia dell’agenzia stampa nazionale *Xinhua*. L’agenzia, che è un organo dipendente dal governo cinese, ha svolto fin dalla sua fondazione nel 1931 una funzione privilegiata nell’elaborazione di notizie, proprio perché è stata creata per assolvere ad una funzione politicamente rilevante: alimentare il consenso popolare per un regime politico in via di consolidamento (Xin Xin 2006). E la centralità di *Xinhua* nel panorama mediatico nazionale non è diminuita con il passare del tempo⁶, anzi lo

⁶ Lo dimostra ad esempio un parere del Comitato centrale (Zhonggong Zhongyang Bangongting 2003) sulle procedure per la produzione di notizie sulle attività o le riunioni dei dirigenti del Partito comunista cinese, che attribuisce all’agenzia stampa un ruolo predominante.

sviluppo dell'organizzazione stessa testimonia il volume di investimenti e il sostegno politico che riceve.

Ten years later, in 2008, it became one of the largest news agencies in the world, with a total of 33 domestic bureaus and 123 overseas bureaus covering 190 countries and territories and producing 4 million words of news and information, 300 news stories, and 1,500 news photos per day in seven languages. (Hong Junhao 2011, 378)

Oggi *Xinhua* detiene l'esclusiva sulla creazione del flusso di informazioni in entrata e in uscita che lega la Cina al mondo. Infatti, gli uffici decentrati dell'agenzia possono essere considerati una proiezione della Cina all'estero oppure (come da tradizione) gli occhi e le orecchie del Pcc. Da una parte sono il canale privilegiato per la diffusione all'estero di una rappresentazione 'veritiera' (e positiva) del paese, dall'altra sono l'unica fonte ritenuta affidabile per qualsiasi notizia su altri paesi venga pubblicata nella Repubblica popolare cinese.

L'agenzia stampa cinese è un esempio del tentativo della Cina di rafforzare la propria 'capacità di disseminazione', come dimostra il fatto che *Xinhua* sta cercando dal 1998 di affermarsi come servizio di informazione di prestigio internazionale, aspirando a collocarsi in una posizione paragonabile a quelle di *Associated Press*, *Reuters* o *Agence France Presse* (Hong Junhao 2011, 378).

Come si è accennato in precedenza il sito dell'agenzia stampa *Xinhua*, creato nel 1997 e rinnovato nel 2000, è considerato all'avanguardia nella diffusione di notizie destinate a un pubblico internazionale, infatti la pagina è stata realizzata in otto lingue: cinese, francese, inglese, spagnolo, russo, arabo, giapponese e tibetano. Secondo i dati sulla navigazione rilevati dal sito www.alexa.com il 10 dicembre 2014, il sito di *Xinhua* si collocherebbe all'ottantacinquesimo posto rispetto alle preferenze degli internauti a livello globale e al quindicesimo posto in una graduatoria su base nazionale⁷.

Sebbene la varietà di lingue selezionate da *Xinhua* per pubblicare versioni internazionali online delle notizie sia molto ricca, ai fini di questo contributo riterremo rilevante solo la lingua inglese. La scelta di concen-

⁷ Le definizioni degli indici riportate sul sito recitano "Alexa Traffic Rank: An estimate of this site's popularity. The rank is calculated using a combination of average daily visitors to this site and pageviews on this site over the past 3 months" e "Traffic Rank in Country: An estimate of this site's popularity in a specific country. The rank by country is calculated using a combination of average daily visitors to this site and pageviews on this site from users from that country over the past month". Il numero 1 è il sito con la frequentazione più intensa [08/12/2014].

trare l'attenzione su questa lingua deriva da una parte dalla sua rilevanza internazionale come lingua franca, dall'altra da una motivazione di politica interna cinese. Il discorso di Xi Jinping di agosto 2013 menziona i media occidentali, ma quando fa riferimento a uno specifico paese di fatto cita sempre e soltanto gli Stati Uniti d'America, che vengono quindi identificati come la controparte politica più rilevante agli occhi della dirigenza cinese. In questa prospettiva la volontà di rafforzare il potere discorsivo della Cina sull'arena internazionale potrebbe essere limitato (almeno sul medio periodo) ad uno sforzo per influenzare l'opinione pubblica in grado di comprendere la lingua inglese.

3. LA RAPPRESENTAZIONE DELLA POLITICA CINESE IN LINGUA INGLESE:
ZHOU YONGKANG UN CASO ESEMPLARE

Tornando al discorso di agosto 2013 di Xi Jinping, l'ultimo dei sette punti (sulla distribuzione del lavoro e l'attribuzione di responsabilità all'interno del partito) contiene un interessante e vibrante richiamo del segretario a schierarsi in maniera netta e tempestiva contro chiunque 'violi l'interesse delle masse, la disciplina di partito o la legge dello stato'. L'accento a questo tema si colloca nel contesto di una campagna politica per promuovere un 'rinnovamento dell'attenzione dei quadri per il pubblico' che è iniziata nel giugno 2013 e che ha generato tra l'altro anche una vigorosa lotta alla corruzione.

Il funzionario più alto in grado indagato e poi arrestato è stato Zhou Yongkang. Nato nel 1942, Zhou è stato viceministro per l'Industria petrolifera (1985-1988), ministro per la Terra e le Risorse naturali (1998-1999) e segretario del Partito comunista cinese nel Sichuan (1999-2002). Inoltre, dal 2002 è stato a capo del Ministero per la Pubblica sicurezza e nel periodo 2007-2012 è stato membro del Comitato permanente dell'Ufficio politico del Comitato centrale del Pcc e segretario del Comitato per gli affari politici e legislativi del partito.

L'ipotesi è che nel riportare in inglese sul sito di *Xinhua* le notizie relative alle indagini e dell'arresto, i giornalisti debbano fare i conti con istanze profondamente contraddittorie. In Cina la rilevanza politica del caso è grandissima ed è profondamente radicata nella cultura politica locale; inoltre si tratta di un argomento delicato perché getta un'ombra sulla dirigenza del partito in carica fino al 2012. D'altra parte il pubblico internazionale non ha strumenti per capire la portata dell'evento a meno che venga fatta un'accurata opera di mediazione. Il giornalista è chiamato

a presentare i fatti, diffondendo una rappresentazione allo stesso tempo politicamente accettabile (soprattutto all'interno) e condivisibile (anche all'esterno) di una vicenda delicata e rilevante. Deve quindi elaborare un testo che colmi il divario tra sistemi culturali e di valori diversi, in modo da veicolare in maniera efficace agli occhi dell'opinione pubblica internazionale informazioni che derivano da un sistema politico estraneo e spesso guardato con sospetto fuori dalla Cina.

Come si concilia la pubblicazione di questi eventi con il concetto di 'propaganda positiva'? Ma soprattutto che spazio è stato dato nelle notizie in inglese alla mediazione culturale per far capire al pubblico internazionale la rilevanza dell'evento e guadagnare consenso?

Il primo dispaccio pubblicato dall'agenzia stampa *Xinhua* sull'indagine per corruzione a carico di Zhou Yongkang compare sul sito in cinese il 29/07/2014 ed è interessante notare che risulta essere un rinvio a un precedente comunicato diramato online dal Dipartimento per gli Affari internazionali del Comitato centrale del Partito comunista cinese (*Zhonggong Zhongyang Duiwai Lianluobu* 2013). Segue, con pochi minuti di ritardo, la notizia in lingua inglese. Il testo è breve e la versione in inglese ricalca punto per punto quella cinese (Wang Yamei 2014a).

Zhou Yongkang investigated for serious disciplinary violation

BEIJING, July 29 (Xinhua) – The Central Committee of the Communist Party of China (CPC) has decided to place Zhou Yongkang under investigation for suspected “serious disciplinary violation”.

The investigation will be conducted by the CPC Central Commission for Discipline Inspection.

The decision was made in accordance with the CPC Constitution and the the CPC discipline inspection authority's case investigation regulation.

Tra il cinese e l'inglese ci sono solo due piccole differenze: il comunicato in cinese è composto da un'unica frase che contiene tutte le informazioni, mentre quello in inglese le riporta in tre frasi distinte; tra i due testi l'uso delle virgolette è diverso. Nel cinese le virgolette segnalano che 'CPC constitution' e 'CPC discipline inspection authority's case investigation regulation' sono due documenti normativi, nell'inglese invece è la 'grave violazione della disciplina' che viene collocata tra virgolette: il lettore sa in questo modo che la formula è codificata in Cina e può forse sospettare che si tratti di un eufemismo che rimanda ad una accezione piuttosto ampia del concetto di corruzione. Nel testo non vi è alcun tentativo di spiegare chi siano i soggetti coinvolti, sia Zhou che i due organi di partito vengono menzionati per nome, non presentati in base alle loro funzioni.

La vicenda di Zhou Yongkang implica un rilevante danno di immagine per il Pcc, la notizia non può essere considerata positiva, eppure viene pubblicata anche in inglese. E questo per diversi possibili motivi. Da una parte alla diffusione dell'immagine di una Cina corrotta corrisponde (all'interno del medesimo testo) una forte espressione della volontà di condannare e bandire tali comportamenti. In questa prospettiva la posizione al vertice del dirigente sarebbe la dimostrazione che il partito agisce al di sopra di logiche di parte e a favore della legalità e del popolo. Dall'altra parte, la storia dei media in Cina ha dimostrato che conviene pubblicare le notizie (anche se negative) tempestivamente perché questa scelta garantisce al Pcc la possibilità di commentare e interpretare l'informazione prima che lo facciano altri. Infine, una testimonianza anonima pubblicata sul sito *China Digital Times*⁸ sostiene che sul caso Zhou Yongkang i redattori dei media cinesi danno ai giornalisti precise indicazioni (soltanto in forma orale): qualsiasi pezzo sull'argomento deve ricalcare le notizie nella forma diffusa dall'agenzia stampa *Xinhua*.

Tra il 29 luglio 2014, data ufficiale di inizio delle indagini, e il 6 dicembre 2014, data dell'arresto di Zhou Yongkang, *Xinhua* pubblica 20 notizie in inglese che contengono riferimenti al caso. Ai fini del presente contributo, tra queste si ritengono rilevanti solo sei dispacci dell'agenzia stampa che trattano il tema in maniera diretta, forniscono informazioni sugli eventi e non usano il caso in modo strumentale come testimonianza della affidabilità del Pcc nel quadro di obiettivi politici più ampi (Mu Xuequan 2014a, 2014b e 2014c; Song Miao 2014; Wang Yamei 2014a e 2014b).

L'analisi dei testi mostra che meccanismi di mediazione culturale sono presenti e ricorrenti nei dispacci più articolati. Fanno infatti eccezione il primo lancio del 29 luglio che abbiamo già discusso e la notizia sull'arresto del 6 dicembre, che assume la medesima forma stringata (Mu Xuequan 2014b).

URGENT: Zhou Yongkang expelled from CPC

BEIJING, Dec. 6 (Xinhua) – Zhou Yongkang has been expelled from the Communist Party of China (CPC), according to a decision made at a meeting of the Political Bureau of the CPC Central Committee on Friday.

The meeting also decided to transfer the suspected criminal case of Zhou, a former member of the Standing Committee of the Political Bureau of the

⁸ “Without exception, use Xinhua wire copy as the standard in coverage of the recent Zhou Yongkang case. The media must not interpret the case without authorization. Take special care to control the amount of coverage and netizen commentary. All media and websites must pay attention to recent requirements for republishing reports. (December 7, 2014)” (*China Digital Times* 2014).

CPC Central Committee, and relevant clues to judicial organs for handling according to the law. Enditem

La struttura è simile a quella del testo di luglio, con l'aggiunta del passaggio in cui si esplicitano le funzioni in passato ricoperte da Zhou.

Le strategie di mediazione culturale presenti negli altri testi selezionati possono essere riassunte in tre tipologie: esplicitare le funzioni o il ruolo di un personaggio o di un organismo; definire un concetto politico particolarmente connotato in termini di cultura politica locale; impiegare concetti politici condivisi con il pubblico di riferimento, riportandoli però al contesto cinese. Le prime due strategie sono relativamente immediate, la terza richiede qualche riflessione.

Tralasciando i casi in cui si menziona semplicemente la carica di un personaggio o si identifica un organo come una generica autorità, ecco due esempi di esplicitazione delle funzioni: 'People's Daily, the CPC's flagship newspaper' (Mu Xuequan 2014a) e 'the CPC, the ruling party of China with a membership of over 86 million' (ibid.). L'enfasi sull'importanza dei due organismi è senza dubbio una concessione al pubblico internazionale, con quello cinese sarebbe superflua.

La disambiguazione di locuzioni o concetti opachi dal punto di vista politico avviene ad esempio su 'mass line' nel testo seguente (Wang Yamei 2014b):

'Mass line' refers to a guideline under which CPC officials and members are required to prioritize the interests of the people and persist in exercising power for them.

As promised by the leadership, the campaign acts as a 'thorough cleanup' of undesirable work styles such as formalism, bureaucratism, hedonism and extravagance. Officials are required to reflect on their own practices and correct any misbehavior.

Since the campaign was launched, a large number of Party members and officials have been punished for violating disciplines.

Those sending gifts with public money, using governmental vehicles for private purposes and enjoying overseas trips with public funds, all in all, those found not caring about people's weal and woe, have been dismissed, demoted or faced judicial examination once their misconduct were found.

More than a dozen ministerial-level officials have been investigated for suspected corruption, including Zhou Yongkang, a former Standing Committee member of the Political Bureau of the CPC Central Committee.

In questo testo la giornalista inizia impiegando le categorie del discorso politico cinese, le chiarisce portando esempi concreti e solo alla fine usa un concetto pienamente condiviso e quindi immediatamente comprensibile anche a livello internazionale: corruzione. È inoltre da rilevare che le

spiegazioni sono pragmaticamente orientate a chiarire una specifica notizia e non a offrire al lettore una conoscenza approfondita: la ‘campagna di massa’ è quella in corso, non vi sono accenni all’uso storico della formula politica e al suo significato ormai profondamente stratificato nella cultura politica cinese contemporanea. Questa semplificazione può essere interpretata come un ulteriore segnale del lavoro di mediazione del giornalista orientato a una facile fruibilità delle notizie.

Per quanto riguarda la strategia di mediazione basata sull’uso di categorie politiche condivise, è necessario fare una precisazione. La corruzione, nel panorama politico internazionale, è da anni oggetto di ampia discussione e critica. Considerata l’adozione da parte dell’Assemblea generale delle Nazioni Unite nel 2003 di una Convenzione contro la corruzione e il numero di paesi che l’hanno firmata ad oggi⁹, si può affermare che la corruzione è un comportamento comunemente considerato eticamente esecrabile, legalmente perseguibile e dannoso per la società. In questo quadro, è lecito ritenere che si stia consolidando un discorso collettivo sul tema e che i media siano uno degli strumenti per la sua circolazione.

Tra i concetti politici condivisi con il pubblico internazionale riportati al contesto cinese, tratti dai dispacci dell’agenzia *Xinhua* sul caso di Zhou Yongkang, si trovano esempi come: ‘impunity’ (Mu Xuequan 2014a), ‘protecting the public’s interest’ (Wang Yamei 2014b); ‘publicize the case’ e ‘rule of law’ (Song Miao 2014). Tuttavia, questi concetti vengono sempre ricontestualizzati.

In questa prospettiva esempi di mediazione interessanti sono: “before the Party discipline, all members are equal and nobody will be made an exception” (Mu Xuequan 2014a), in cui riecheggia la formula tutti sono uguali davanti alla legge, ma si enfatizza la pervasività della disciplina di partito; “nowadays, the temptation of power abuse are still testing officials. Some are still lacking the sense of sharing weal and woe with the people” (Wang Yamei 2014b), l’abuso di potere suona familiare ma viene associato a una metafora sulla condivisione del dolore con il popolo; “the meeting also decided to transfer the suspected criminal case of Zhou, a former member of the Standing Committee of the Political Bureau of the CPC Central Committee, and relevant clues to judicial organs for handling according to the law” (Mu Xuequan 2014c), il presentare all’autorità giudiziaria le prove raccolte nell’indagine è subordinato ad una decisione interna al partito.

⁹ Lo stato di firma e ratifica della United Nations Convention against Corruption al 12/11/2014 è pubblicato alla pagina: <https://www.unodc.org/unodc/en/treaties/CAC/signatories.html> [08/12/2014].

Le citazioni evidenziano uno sforzo per facilitare l'accoglienza dei testi da parte dell'opinione pubblica internazionale che si realizza attraverso l'uso di un linguaggio probabilmente coerente con quello dell'informazione mondiale su analoghe azioni anti-corruzione. Ma i giornalisti cercano contemporaneamente di rendere conto delle caratteristiche specifiche del sistema politico di cui parlano, come in uno sforzo di educare il nuovo pubblico a capire la Cina.

4. INTERESSI IN GIOCO E MECCANISMI DI MEDIAZIONE

Per concludere è interessante ricondurre le osservazioni appena fatte sui testi dell'agenzia stampa *Xinhua* agli orientamenti indicati per la stampa dai dirigenti politici cinesi. Ritengo che il collegamento più interessante possa essere tracciato tra alcuni degli esempi citati e la formula della costruzione di un 'sistema discorsivo' (*huayu tixi* 话语体系) a cui abbiamo fatto riferimento nel secondo paragrafo. Cai Mingzhao (2013) scrive:

Strengthen discourse system construction, strive to forge new concepts, new categories and new formulations that circulate in China and abroad

To tell China's story well, and spread China's voice well, foreign discourse system construction is extremely important. Whether or not China's story can be told well, and whether or not China's voice can be disseminated well, crucially requires us to look at whether or not audiences are willing to listen and able understand, whether or not they can form positive interaction with us, and engender even more resonance. Comrade Xi Jinping pointed out that we must strive to forge new concepts, new categories and new formulations that circulate in China and abroad. This has pointed out a clear direction for us to strengthen foreign discourse system construction.

To forge new concepts, new categories and new formulations that circulate in China and abroad, we must strive to grasp the key of circulation in China and abroad well. Circulation in China and abroad means that the concepts, categories and formulations that we disseminate must conform to China's national circumstances and have clear Chinese characteristics; and must also link up with foreign customary discourse structures and forms of expression, so it is easy for international society to understand and accept them. Forging such concepts, categories and formulations is a major innovation in our country's foreign dissemination work, it benefits the spreading of China's voice, benefits better communication and exchange between China and the world, and benefits international society's objective and rational understanding of China.

Dagli esempi citati, in particolare quelli della strategia di ricontestualizzazione di formule politiche, emerge la volontà di mediare per rendere efficace la comunicazione e, in parallelo, il tentativo di rinegoziare il significato di alcuni concetti. Questo lascia ipotizzare che sia davvero in corso uno sforzo da parte dei giornalisti cinesi per riorientare la comunicazione pubblica, in modo che la Cina eserciti una maggiore influenza anche nel definire l'agenda del discorso politico e mediatico a livello globale.

In questa ottica, la mediazione culturale esercitata dai giornalisti produrrebbe innovazione e conservazione allo stesso tempo. Nuova per il pubblico internazionale è l'autorevolezza acquisita nel mondo dei media da voci cinesi sconosciute in precedenza, che hanno peraltro grande interesse ad ampliare la portata delle proprie attività editoriali. I valori e le pratiche riprodotti nel generare le notizie sembrerebbero invece orientati ad un consolidamento dei confini esistenti tra culture differenti, obiettivo peraltro esplicitamente dichiarato dalla dirigenza cinese.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Bai, Ruoyun. 2012. "Cultural Mediation and the Making of the Mainstream Postsocialist China". *Media, Culture and Society* 34 (4): 391-406. doi: 10.1177/0163443711436354.
- Brady, Anne-Marie. 2009. "Combating Hostile Forces: China's Foreign Propaganda Work since 1989". In *Marketing Dictatorship Propaganda and thought Work in Contemporary China*, edited by Anne-Marie Brady, 151-174. Washington (DC): Rowman & Littlefield.
- Cai 蔡, Mingzhao 名照. 2013. "Jiang hao Zhongguo gushi, chuanbo hao Zhongguo shengyin 讲好中国故事, 传播好中国声音 (Narrare la Cina, diffondere la voce della Cina)". *Renmin Ribao* 人民日报. [10/10/2013]. <http://politics.people.com.cn/n/2013>.
- China Copyright and Media*. 2013. "Xi Jinping's 19 August Speech Revealed? (Translation)". *China Copyright and Media*. Last modified November 12. [08/12/2014]. <https://chinacopyrightandmedia.wordpress.com/2013/11/12/xi-jinpings-19-august-speech-revealed-translation/>.
- China Digital Times*. 2013. "Wang chuan Xi Jinping 8/19 jianghua quanwen: yanlun fangmian yao gan zhua gan guan ganyu liang jian 网传习近平8•19讲话全文: 言论方面要敢抓敢管敢于亮剑 (Testo completo del discorso di Xi Jinping del 19 agosto che circola su Internet: in merito alla circolazione di opinioni dobbiamo avere il coraggio di assumerci la responsabilità, il coraggio di gestire, il coraggio di sguainare la spada)". *China Digital Times*. Last modified November 4. [08/12/2014]. <http://chinadigitaltimes.net/chinese/2013>.

- China Digital Times. 2014. "Minitrue: The Zhou Yongkang Case". *China Digital Times*. Last modified December 7. [12/12/2014]. <http://chinadigitaltimes.net/2014/12/minitru-zhou-yongkang-case/>.
- Creemers, Rogier. 2013. "China's Foreign Propaganda Chief Outlines External Communication Priorities". *China Copyright and Media*. Last modified October 10. [08/12/2014]. <http://chinacopyrightandmedia.wordpress.com/2013/10/10/chinas-foreign-propaganda-chief-outlines-external-communication-priorities/>.
- De Giorgi, Laura. 2001. *La rivoluzione d'inchostro. Lineamenti di storia del giornalismo cinese 1815-1937*. Venezia: Cafoscarina.
- Hong, Junhao. 2011. "From the World's Largest Propaganda Machine to a Multipurposed Global News Agency: Factors in and Implications of Xinhua's Transformation since 1978". *Political Communication* 28 (3): 377-393. doi: 10.1080/10584609.2011.572487.
- Lavagnino, Alessandra C. 2010. "Informazione e stampa nella Cina delle riforme: un quadro generale". In *Media in Cina oggi. Testimonianze e orientamenti*, a cura di Emma Lupano, 55-75. Milano: FrancoAngeli.
- Li 李, Baoshan 宝善. 2013. "Zijie jianchi Makesizhuyi xinwen guan 自觉坚持马克思主义新闻观 (Sostenere consapevolmente una prospettiva marxista sulle notizie)". *Qiusi 求是* 16. http://www.qstheory.cn/zxdk/2013/201316/201308/t20130813_259118.htm.
- Liang 梁, Yan 岩 - Xie 谢, Fei 飞. 2010. *Zhongguo yingwen meiti gaiguan 中国英文媒体概观 (Una panoramica dei media cinesi in lingua inglese)*. 北京: 知识产权出版社.
- Liu 刘, Xiaoyan 小燕. 2010. *Zhengfu duiwai chuanbo 政府对外传播 (Comunicazione internazionale di governo)*. 北京: 中国大百科全书出版社.
- Lynch, David. 1999. *After the Propaganda State: Media, Politics and 'Thought Work' in Reformed China*. Stanford (CA): Stanford University Press.
- Mu, Xuequan. 2014a. "Commentary: Zhou's Probe Cautions against Taking Chances with Law, Discipline". *Xinhua Wang 新华网*. Last modified July 30. [11/12/2014]. http://news.xinhuanet.com/english/china/2014-07/30/c_126812008.htm.
- Mu, Xuequan. 2014b. "URGENT: Zhou Yongkang Expelled from CPC". *Xinhua Wang 新华网*. Last modified December 6. [11/12/2014]. http://news.xinhuanet.com/english/china/2014-12/06/c_127281431.htm.
- Mu, Xuequan. 2014c. "Zhou Yongkang Arrested, Expelled from CPC". *Xinhua Wang 新华网*. Last modified December 6. [11/12/2014]. http://news.xinhuanet.com/english/china/2014-12/06/c_127281433.htm.
- Pan, Zhongdang. 2010. "Bounded Innovations in the Media". In *Reclaiming Chinese Society: The New Social Activism*, edited by You-tien Hsing and Ching Kwan Lee, 184-206. London: Routledge.
- Qian, Gang. 2013. "Parsing the 'Public Opinion Struggle'". *China Media Project*. Last modified September 24. [08/12/2014]. <http://cmp.hku.hk/2013/09/24/34085/>.
- Shirk, Susan, ed. 2011. *Changing Media, Changing China*. Oxford: Oxford University Press.

- Song, Mioh. 2014. "Full Probe of Zhou Yongkang Case Needs Time". *Xinhua Wang* 新华网. Last modified November 5. [11/12/2014]. http://news.xinhuanet.com/english/china/2014-11/05/c_133768302.htm.
- Voltz, Yong Z. 2011. "China's Image Management Abroad: 1920's-1940's. Origin, Justification and Institutionalization". In *Soft Power in China: Public Diplomacy Through Communication*, edited by Jian Wang, 157-180. New York: Palgrave Macmillan.
- Wang, Ailing - Hong, Xiaonan. 2012. "The Analysis of Increasing China Network Media's International Communication Impact". *Management Science and Engineering* 6 (4): 47-52. doi: 10.3968/j.mse.1913035X20120604.ZR0177.
- Wang, Yamei. 2014a. "Zhou Yongkang Investigated for Serious Disciplinary Violation". *Xinhua Wang* 新华网. Last modified July 29. [11/12/2014]. http://news.xinhuanet.com/english/china/2014-07/29/c_133518450.htm.
- Wang, Yamei. 2014b. "China Voice: 'Mass-line' a Persistent Requirement for CPC". *Xinhua Wang* 新华网. Last modified October 7. [11/12/2014]. http://news.xinhuanet.com/english/china/2014-10/07/c_133697558.htm.
- Wei, Shuge. 2014. "News as a Weapon: Hollington Tong and the Formation of the Guomindang Centralized Foreign Propaganda System, 1937-1938". *Twentieth-Century China* 39 (2): 118-143. doi: 10.1179/1521538514Z.00000000039.
- Xin, Xin. 2006. "A Developing Market in News: Xinhua News Agency and Chinese Newspapers". *Media Culture Society* 28 (1): 45-66. doi: 10.11717/0163443706059285.
- Xu 徐, Jingyue 京跃 - Hua 华, Chunyu 春雨. 2013. "Xi Jinping: yishixingtai gongzuo shi dang de yi xiang jiduan zhongyao de gongzuo 习近平: 意识形态工作是党的一项极端重要的工作 (Xi Jinping: il lavoro ideologico è un lavoro estremamente importante per il partito)". *Xinhua Wang* 新华网. Last modified August 20. [08/12/2014]. http://news.xinhuanet.com/politics/2013-08/20/c_117021464.htm.
- Yang, Guobin. 2014. "The Return of Ideology and the Future of Chinese Internet Policy". *Critical Studies in Media Communication* 31 (2): 109-113. doi: 10.1080/15295036.2014.913803.
- Zhang, Xiaoling. 2009. "China as an Emerging Soft Power: Winning Hearts and Minds through Communicating with Foreign Publics?". *Global Media Journal* 4: 1-14.
- Zhang, Xiaoling. 2011. "Mass Media in China". In *Understanding Chinese Society*, edited by Xiaowei Zang, 156-169. London: Routledge.
- Zhonggong Zhongyang Bangongting 中共中央办公厅. 2003. "Zhonggong Zhongyang Bangongting yinfa 'Guanyu jinyibu gajin huiyi he lingdao tongzhi huodong xinwen baodao de yijian' de tongzhi 中共中央办公厅印发《关于进一步改进会议和领导同志活动新闻报道的意见》的通知 (Circolare dell'Ufficio Generale del Comitato centrale per la diffusione del 'Parere in merito ad un ulteriore miglioramento nell'elaborazione delle notizie su riunioni o attività dei compagni dirigenti')".

Zhonggong Zhongyang Duiwai Lianluobu 中共中央对外联络部. 2013. “Zhonggong Zhongyang jue ding dui Zhou Yongkang yanzhong weiji wenti li’an shencha 中共中央决定对周永康严重违纪问题立案审查 (Il Comitato centrale ha deciso di mettere agli atti ed indagare sulle gravi violazioni disciplinari di Zhou Yongkang)”. *Zhonggong Zhongyang Duiwai Lianluobu Wang* 中共中央对外联络部网. Last modified July 29. [11/12/2014]. <http://www.idcpc.org.cn/zhonggong/140729-2.htm>.