

## Raccontare “bene” le storie della Cina: un’analisi preliminare del contributo teorico di Chen Xianhong

Tonio Savina, Università degli Studi di Siena

**Telling China’s Story Well: A Preliminary Analysis of Chen Xianhong’s Theoretical Contribution.** *In recent years, Chinese scholars have advanced various theoretical proposals that serve as epistemological foundations for the production and dissemination of strategic narratives crafted by the Chinese government. The present paper uses the works of Chen Xianhong, one of the most appreciated narrative theorists in China, as a case study to examine this phenomenon. It highlights how these theories support the telling of Chinese ‘good’ stories in line with the official discourse promoted by the Party-State. To this end, Chen Xianhong manipulated the so-called ‘transportation theory’ and employed narrative ‘engineering’ to craft ‘tales’ capable of engaging foreign audiences, thereby enhancing the country’s discursive power.*

**Keywords:** narrative, narrative theory, China, PRC, Telling China’s story well, Chinese stories, Chen Xianhong.

### *Introduzione*

Il presente contributo intende collocarsi sulla scia del rinnovato interesse che l’impiego strategico della narrazione sta conoscendo nell’ambito degli studi sulla comunicazione politica internazionale<sup>1</sup>, proponendosi di esaminare le dinamiche di tale fenomeno in un contesto non Occidentale, quello della Repubblica Popolare Cinese (RPC). Anche in Cina, infatti, le narrazioni strategiche stanno ricevendo grande attenzione da parte del mondo intellettuale, soprattutto a seguito del recente diffondersi, nel linguaggio della propaganda di Pechino, dello slogan “raccontare bene la storia/le storie della Cina” (*jiang hao Zhongguo gushi*), formula in cui il termine *hao* (buono, bene) fornisce la chiave interpretativa dell’intera locuzione: esso definisce infatti una modalità “corretta”, ossia “ortodossa”, in base ai dettami del Partito al potere, attraverso cui le storie cinesi andrebbero presentate alle audience nazionali e internazionali, al fine di favorire la diffusione di un’immagine “positiva” del Paese (*Qiushi*, 2021).

Proprio la circolazione di tale formula, promossa a livello governativo a

---

<sup>1</sup> Sebbene nel breve spazio del presente contributo non sia stato possibile approfondire gli aspetti legati alle diverse concettualizzazioni del termine “narrazione” nell’ambito degli studi sulla comunicazione politica, si è tuttavia pienamente consapevoli della rilevanza e dell’ampiezza del dibattito sul tema, e si rimanda pertanto alla consultazione di una letteratura specialistica ormai consolidata (Miskimmon, O’Loughlin, Roselle 2018; Hagström, Gustafsson 2019; Subotić 2016; Suganami 2008).

partire dal 2013, è stata accompagnata da un ampio dibattito speculativo, che ha visto gli accademici cinesi impegnati a riflettere sulla necessità di connotare con maggiore rigore scientifico le “buone” storie prodotte nel Paese (cf. Wu, 2022; Zeng, 2019; Zhao e Chen, 2023). Ad oggi, infatti, largamente diffusa tra gli intellettuali della RPC appare la consapevolezza della necessità di abbinare al già ben consolidato sforzo *destruens*, di disarticolazione delle narrazioni occidentali, una *pars costruens*, volta alla definizione di concetti e teorie per così dire “autoctoni”, che possano fornire maggiore validità epistemologica agli elaborati narrativi nazionali. Secondo gli esperti cinesi, difatti, a differenza dell’Occidente, che è riuscito ad articolare un sistema discorsivo capace di incidere sulla produzione globale del sapere, la Cina non è ancora stata in grado di proporre un paradigma tale da rendere facilmente accettabili le sue storie nel contesto internazionale. Per tali motivi, sarebbe dunque necessario avanzare nuove proposte analitiche “scientificamente fondate”, che fungano da base teorica della produzione narrativa domestica e ne sostengano e facilitino la diffusione (Zheng e Yang, 2023).

Sebbene tale operazione sia ancora ai suoi esordi<sup>2</sup> e resti priva di una prospettiva ben definita, è tuttavia oltremodo necessario coglierne fin da subito l’effettiva portata epistemica, anche al fine di verificare se l’attuale acerba riflessione teorica possa in futuro agevolare la veicolazione delle “storie” cinesi nel contesto globale e con quali effetti e conseguenze. A tal proposito, è infatti importante notare come, finora, lo sforzo degli intellettuali della RPC, più che proporsi come latore di reali e innovativi apporti concettuali agli studi sulla comunicazione, sembri piuttosto fungere da megafono dei rassicuranti messaggi manifesto della politica interna ed estera di Pechino. In altri termini, come vedremo, ciò che già emerge con evidenza è il carattere politicamente strumentale insito nelle riflessioni di tali studiosi, i quali si adoperano per favorire la percezione di un’immagine benevolente della nazione, in linea con la rappresentazione ufficiale promossa dal Partito-Stato, emergendo così, sempre più

---

<sup>2</sup> Si noti che la RPC ha storicamente attribuito grande importanza alla propaganda, come ben testimoniato anche dalla stretta interconnessione tra l’élite politica e l’accademia, da cui sono emerse nel tempo figure di intellettuali funzionali alla legittimazione del Partito. Il presente contributo, tuttavia, fa invece riferimento a una fase più recente, che riguarda il più sofisticato tentativo, da parte di settori del mondo accademico cinese, di elaborare un impianto teorico formalmente strutturato e fondato su basi epistemologiche esplicitamente “scientifiche”, in grado di sostenere la produzione narrativa domestica.

spesso, come figure di intellettuali impegnati pubblicamente, “organici” al Partito e alla causa nazionale che esso incarna (Hao, 2012).

Tale fenomeno rimane al momento poco investigato dagli esperti occidentali, i quali, pur dedicando grande attenzione alle “buone” storie della RPC, hanno prevalentemente focalizzato il loro interesse sui contenuti del racconto di Pechino, sul ruolo che il governo centrale svolge nella sua costruzione o sulla sempre maggiore influenza esercitata dai media cinesi nel contesto globale (cf. Diresta et al., 2020; Kallio, 2016; Lams, 2018; van Noort, 2020).

All’interesse empirico per il tema, dunque, la ricerca occidentale ha accompagnato una scarsa attenzione nei confronti dei riferimenti teorici e dei modelli interpretativi sottesi alla costruzione delle “buone” storie sulla Cina<sup>3</sup>. Eppure, numerose appaiono già le proposte analitiche avanzate dagli accademici della RPC al fine di favorire la produzione di elaborati dall’impianto metodologico maggiormente compatto e congruente, che possa meglio attestare la solidità teorica delle costruzioni narrative del Paese e promuoverne la circolazione (cf. Wang e Ren, 2019; Wang e Zhang, 2022; Yang e Yang, 2021).

Nell’esaminare tali strategie di “scientifizzazione” dei racconti cinesi, il presente studio si propone di presentare una rassegna delle ricerche sul tema condotte da Chen Xianhong, professoressa ordinaria e vicepresidente della Scuola di Giornalismo e Comunicazione dell’Università di Scienza e Tecnologia di Huazhong, con sede a Wuhan<sup>4</sup>. La scelta di indagare l’apporto teorico di tale studiosa è motivata dal fatto che, sebbene ella sia finora rimasta un’autrice per la maggior parte poco letta e non tradotta dall’accademia europea e americana<sup>5</sup>, in Cina, al contrario, Chen Xianhong figura tra le teoriche della narrazione

---

<sup>3</sup> Si noti che questo è in parte un fenomeno ascrivibile a una più generale tendenza in atto nell’ambito delle scienze sociali, a impiegare il termine “narrazione” in maniera piuttosto vaga e indefinita, senza soffermarsi su specifici approcci metodologici (Andrews *et al.*, 2008, pp. 1-2).

<sup>4</sup> Laureata in Storia presso l’Università del Popolo di Pechino e in Giornalismo presso l’ateneo di sua attuale afferenza, Chen ha dedicato le sue più recenti ricerche ai temi della comunicazione strategica e della narrazione, concentrandosi sulle migliori strategie per diffondere le storie cinesi all’estero. Nel 2016, ha ottenuto un finanziamento dal Fondo nazionale per le scienze sociali per il progetto *Strategie di comunicazione meta-narrativa per raccontare bene le storie cinesi* e nel 2017 un ulteriore supporto le è stato assegnato dal Ministero dell’Istruzione per uno studio su *soft power* e discorso internazionale. Ancora, nel 2018, l’Amministrazione per l’editoria in lingue straniere le ha affidato una ricerca su un sistema di standardizzazione per valutare le storie cinesi più efficaci, connesso alla creazione di un database sui “cento principali temi narrativi nazionali” (*JCM Magazine*, 2021).

<sup>5</sup> A quanto risulta dalle mie ricerche, rarissimi sono gli studi in inglese che citano almeno un lavoro sulla narrazione condotto da Chen. Per un esempio, cf. Duckett e Langer (2013).

maggiormente apprezzate, avendo negli ultimi anni alacramente lavorato alla definizione di un *optimum* narrativo che possa meglio servire l'obiettivo di accrescere il "potere discorsivo" (*huayuquan*)<sup>6</sup> della RPC a livello internazionale.

Alla luce di ciò, la presente trattazione esaminerà il contributo teorico di Chen Xianhong provando a mettere in evidenza sia il carattere politicamente strategico insito nell'impiego che ella ha effettuato della dottrina occidentale, sia l'applicazione di approcci statistico-quantitativi all'analisi narrativa, anche ai fini dell'implementazione di un sofisticato progetto di "ingegneria della narrazione", finalizzato a valutare il grado di "bontà" delle storie cinesi e a facilitarne la diffusione nel contesto globale.

#### *Il recupero della teoria del "trasporto narrativo"*

Nel tracciare le principali coordinate del processo di teorizzazione delle "buone" storie cinesi operato da Chen Xianhong, è bene sottolineare come esso si sia sostanziato innanzitutto nel recupero di modelli interpretativi ascrivibili alla tradizione occidentale. La studiosa ha infatti indagato il concetto di narrazione sulla base della riflessione epistemologica europea e anglosassone, traendo ispirazione sia da paradigmi di più recente elaborazione, formulati nel corso degli anni Duemila, sia da alcune delle principali precedenti correnti del pensiero filosofico e politico occidentale contemporaneo – tra le altre, la narratologia di Gérard Genette, il post-colonialismo di Edward Said e la ricerca metanarrativa di Jean-François Lyotard (cf. Chen, 2017, 2022, 2023)<sup>7</sup>.

Sebbene a prima vista tale fenomeno possa apparire un rudimentale e velleitario recupero di modelli stranieri, elevati dalla studiosa ad *argumentum ab auctoritate* al fine di dare una profondità teorica di facciata ai propri scritti, è bene tuttavia non sottovalutare la portata epistemico-strategica di tale operazione: difatti, sono proprio alcune delle analisi di Chen che, nel farsi più approfondite, rendono al contempo manifesto il carattere politicamente tendenzioso insito nell'impiego dei concetti cui ella si riferisce, in un'operazione tesa a ridurre degli

<sup>6</sup> Sul concetto di "potere discorsivo" cf. Zhao (2016).

<sup>7</sup> Si noti che il recupero dei classici occidentali ai fini della teorizzazione narrativa non è caratteristica esclusiva del lavoro di Chen; numerosi, infatti, sono gli accademici cinesi che fanno ricorso al pensiero filosofico e politico occidentale per interpretare il concetto di "narrazione". Dal momento che questo tema meriterebbe una trattazione molto lunga e articolata, non è stato possibile, per ragioni di spazio, affrontarlo nell'ambito del presente lavoro; ad esso mi auguro di poter dedicare futuri e più approfonditi studi.

strumenti critici pensati per una decostruzione delle narrazioni tutte, a dispositivo metodologico utile ad attestare la validità delle costruzioni narrative cinesi.

A tal fine, è utile soffermarsi su un saggio pubblicato da Chen in collaborazione con una sua dottoranda (Chen e Du, 2021), in cui la studiosa fa propria la cosiddetta “teoria del trasporto narrativo” (*narrative transportation theory*), formulata nei primi anni 2000 dagli psicologi americani Melanie C. Green e Timothy C. Brock (2000, 2002). In base a tale teoria, sarebbe possibile distinguere due forme di persuasione: una di tipo “retorico”, l’altra di natura “narrativa”. La prima si baserebbe su un modello propagandistico tradizionale, in cui i messaggi vengono imbastiti in modo approssimativo, risultando facilmente confutabili dal destinatario, il quale rimarrebbe cognitivamente attivo e scarsamente disposto a condividere la morale di quanto propinatogli. Al contrario, la persuasione narrativa punterebbe sulla creazione di storie innovative e sofisticate, capaci di catturare l’attenzione del pubblico: solo in questo secondo caso, si attiverebbe un processo di “trasporto narrativo” in grado di coinvolgere i destinatari, facendoli immergere nella storia come viaggiatori in una realtà alternativa. Tali narrazioni genererebbero dunque un transfert emotivo, spingendo il pubblico a visualizzare mentalmente gli eventi e a immedesimarsi nei personaggi, fino a sospendere il giudizio critico su quanto narrato (Green e Brock, 2000, p. 702).

Si noti che, proprio al fine di dimostrare il funzionamento del trasporto narrativo, Green e Brock condussero una serie di esperimenti su alcuni gruppi di studenti, sottoponendoli alla lettura di diversi racconti e verificando di volta in volta quanto le storie da loro somministrate fossero in grado di condurre gli esaminati a una perdita di traccia della realtà in senso fisiologico (*ibidem*). Si evinse così un’incompatibilità tra elaborazione cognitiva e trasporto narrativo: quando il destinatario è immerso nella narrazione, egli non sarebbe in grado di confutarne i contenuti, anche qualora il sottotesto persuasivo fosse incoerente con i suoi consueti atteggiamenti, credenze o valori. Tali esperimenti dimostravano, dunque, come il pubblico immerso nella narrazione si ritrovasse in uno stato acritico, meno propenso a rifiutare i messaggi persuasivi incorporati nel racconto e, di conseguenza, più facilmente influenzabile e manipolabile.

Proprio riprendendo tale effetto inibitorio delle prestazioni critiche dei destinatari, Chen Xianhong sostiene come esso rappresenti il fenomeno chiave da ricreare al fine di veicolare “bene” la storia della Cina presso le audience straniere (Chen e Du, 2021, 84-6). Secondo la studiosa, infatti, nell’ultimo secolo, la comunicazione cinese si sarebbe appiattita su una forma di comunicazione retorica, in cui il pubblico percepirebbe chiaramente il contenuto fittizio dei messaggi cinesi. Al contrario, sarebbe necessario produrre narrazioni coinvolgenti, che trasportino il pubblico straniero all’interno del mondo narrativo cinese, riducendo la resistenza ai messaggi veicolati in queste storie.

È questo un aspetto cruciale, che rivela come la teoria del trasporto narrativo possa essere abilmente piegata ai fini della costruzione di un’immagine positiva della RPC. Difatti, nella sua versione originale, e nei successivi studi ad essa ispirati, tale modello era motivato da un implicito intento critico-emancipatorio, volto a favorire una più matura consapevolezza nel far fronte all’incontrollato proliferare di narrazioni che distorcono la realtà che ci circonda (cf. McLaughlin, 2019; McLaughlin e Velez, 2019); al contrario, la sua applicazione negli studi di Chen Xianhong è esplicitamente dettata da un proposito inverso, di natura strategica, teso alla costruzione di storie in grado di abbassare le difese cognitive del pubblico, “trasportandolo” nel contesto cinese e facendo sì che esso ne condivida la relativa visione dei valori (Chen e Du 2021, 86).

Proprio per meglio verificare la capacità di “trasporto” dei racconti cinesi, Chen ha peraltro condotto uno studio applicato all’audience nazionale, verificando dunque la replicabilità dei principi di tale teoria anche nel contesto domestico (Chen e Yuan, 2023). Nello specifico, la studiosa ha somministrato un questionario a un campione di 801 partecipanti, di età e provenienza regionale diversa<sup>8</sup>, indagando l’elaborazione cognitiva e le emozioni suscitate in loro dalla visione di alcuni brevi video (*duan shipin*) realizzati dal Dipartimento di Propaganda in occasione del centenario della fondazione del PCC, celebrato nel 2021. La ricerca ha dimostrato che, per via delle loro proprietà mediali, i

---

<sup>8</sup> I partecipanti, provenienti da Changsha, Guangzhou, Guilin, Harbin, Hohhot, Jinan, Shenyang, Pechino e Wuhan sono stati raggruppati nelle seguenti fasce d’età: 18-24 anni; 25-34 anni; 35-44 anni; 45-54 anni, più di 55 anni.

videoclip risulterebbero estremamente efficaci nel portare gli utenti ad avvicinarsi alla storia del Partito. In particolare, i cortometraggi catturerebbero l’attenzione del pubblico, rendendone più probabile la totale immersione nella storia, molto più di quanto potrebbe fare un testo scritto. Ciò si verificherebbe perché tali brevi video attiverrebbero determinate aree cerebrali, migliorando il processo di assimilazione cognitiva degli utenti, che non si preoccuperebbero più di esaminare il grado di “oggettività” di quanto narrato, ma ne assorbirebbero con naturalezza il contenuto “diluito” dagli effetti audiovisivi (Chen e Yuan, 2023, 22).

Peraltro, il ricorso a brevi filmati dimostrerebbe la necessità di accompagnare alla narrazione dei grandi eventi del PCC, quella di storie “minori” che ricostruiscono in maniera accattivante aspetti meno conosciuti, legati, ad esempio, alle storie di vita dei membri ordinari del Partito<sup>9</sup>. Più in generale, infatti, secondo Chen, la grande narrazione sul destino nazionale dovrebbe coesistere con micro-narrazioni che si concentrino sulle relazioni, gli affetti familiari, il carattere e la natura “umana” della popolazione. Pertanto, al macro-discorso incentrato sulla storia del grande rinnovamento della nazione e sulla prosperità del Paese, incluso il processo di trasformazione della civiltà tradizionale cinese, dovrebbe essere affiancato un “micro” racconto orientato alle storie di vita quotidiana dei cinesi tutti (Chen e Yuan, 2023 p. 28). Solo formando un ponte narrativo che vada dal governo alle organizzazioni e agli individui, dalle élite alla base, si potrà raccontare al mondo una storia completa, “tridimensionale” e “vera” della Cina, capace di innescare un reale trasporto emotivo (Chen e Song, 2019). Ciò è tuttavia possibile solo seguendo un accurato processo di pianificazione, programmato nel medio-lungo periodo, volto alla selezione dei temi e contenuti più adatti a raccontare “bene” il Paese. A tal fine, la studiosa ha individuato una serie di caratteristiche per edificare una perfetta storia cinese, una sorta di ideale narrativo in grado di avere presa nel contesto globale.

---

<sup>9</sup> Dai test, inoltre, si evincerebbe, che quanto maggiore è il coinvolgimento emotivo dell’utente, e quanto più alto il suo livello di immaginazione, tanto più forte sarà l’effetto di persuasione narrativa. Rispetto ai brevi video informativi poi, i filmati di intrattenimento sarebbero più efficaci nel creare esperienze dirette, producendo così effetti di trasporto più elevati, soprattutto nelle fasce più giovani.

*La progettazione di una “buona” storia*

Nel suo tentativo di mettere a punto un *optimum* narrativo, in grado di affermarsi con successo a livello internazionale, Chen Xianhong ha posto particolare attenzione alla progettazione di una “buona” storia, dando vita a una vera e propria operazione di “ingegneria” della narrazione, capace di sfruttare anche approcci e modelli statistico-quantitativi, spesso impiegati nell’ambito dell’intelligenza artificiale. Al fine di valutare la “bontà” di un racconto, ad esempio, la studiosa ha condotto un’indagine combinando metodo Delphi<sup>10</sup>, Analitic Hierarchic Process<sup>11</sup> e logica *fuzzy*<sup>12</sup> e somministrando a un gruppo di 20 individui, tra esperti, accademici e giornalisti, un questionario relativo alla loro concezione di “buona storia cinese” (Chen e Li 2021). Nello specifico, agli intervistati è stato chiesto di assegnare un punteggio da 1 a 5 a 38 descrittori, dal carattere popolare (*renmin xing*) delle storie, al loro grado di innovazione (*chuangxin xing*), fino alla loro natura artistica (*yishu xing*). Ne sarebbe emerso che il successo nella veicolazione narrativa non risiederebbe nel raccontare buone storie sulla Cina, quanto nel narrarle bene, ossia nelle modalità di veicolazione del racconto stesso. In pratica, bisognerebbe dare priorità alla narrazione audiovisiva – costituita da film, serie TV, animazioni e giochi – rispetto a quella testuale; scarso peso, inoltre, assumerebbero le caratteristiche di contemporaneità (*shidai xing*) e autenticità (*zhenshi xing*)<sup>13</sup>: l’efficacia di una buona storia risiederebbe infatti nella sua longevità e permanenza, piuttosto che nella sua collocazione temporale. Inoltre, il fascino dei prodotti narrativi deriverebbe non dal loro essere basati su fatti (*shishi*) reali e concreti, quanto sulla loro capacità di veicolare una più assoluta verità (*zhenli*), sia essa derivata da episodi reali o immaginari: in tale prospettiva, anche miti, fiabe, favole, romanzi e altri racconti di fantasia si

<sup>10</sup> Sviluppato dalla RAND Corporation negli anni della Guerra Fredda, il metodo Delphi è una metodologia di ricerca sociale volta a “prospettare a un gruppo di esperti, isolati l’uno dall’altro, uno o più temi affinché ne forniscano successive valutazioni, di volta in volta modificate, così da giungere a una forma di consenso o almeno di minore variabilità nell’espressione di un’opinione di gruppo” (Marbach, 1980, 45-6).

<sup>11</sup> Sviluppato dal matematico Thomas L. Saaty (1988), l’*Analytic Hierarchy Process* è una teoria di misurazione che permette di prendere decisioni in presenza di più criteri o alternative tra cui scegliere, attraverso il principio della comparazione tra coppie e quello della sintesi delle priorità, tramite la definizione di un ranking e di una serie di priorità globali e relative.

<sup>12</sup> Opposta alla logica booleana, che ammette l’appartenenza di un dato elemento esclusivamente a un solo insieme 0 o 1, la logica *fuzzy*, imitando il modo di pensare umano, definisce l’appartenenza del suddetto elemento non in maniera dicotomica e binaria, bensì come simultaneamente estesa a più insiemi in un intervallo sfumato compreso tra [0,1] (Yager e Filev, 1994).

<sup>13</sup> Un valore di 0.51/1 è assegnato all’elemento “veridicità” (Chen e Li, 2021, 65).

rivelerebbero centrali al fine di diffondere la voce cinese all’estero<sup>14</sup>.

I risultati di tale indagine sono stati ripresi anche nel *Rapporto sull’indice di comunicazione internazionale delle storie cinesi (Zhongguo gushi guoji chuanbo zhishu baogao)* (Chen, Wang e Wang, 2022; cf. anche Zhongguo wang, 2022), elaborato dall’Istituto di Ricerca sulla Comunicazione Creativa, un centro di ricerca accademico fondato presso la Huazhong e diretto dalla Chen, volto all’individuazione delle strategie comunicative più efficaci per la promozione dell’immagine cinese all’estero (Zhongguo wang, 2019). Tra i vari aspetti esplorati nel report, particolarmente significativa è la sezione dedicata alle incongruenze (*bu yizhixing*) tra il modo in cui la RPC viene raccontata all’interno del Paese e la sua rappresentazione al di fuori dei confini nazionali.

Il *Rapporto* individuava, per il 2022, delle categorie di temi dagli effetti comunicativi contrastanti a livello domestico e internazionale, quali l’epidemia di coronavirus, la crescente influenza internazionale della Cina, la difesa della sovranità territoriale e l’accresciuto *hard power* del Paese. Proprio tali storie avrebbero causato un danno di reputazione alla RPC, accusata, ad esempio, di avere irresponsabilmente contribuito alla circolazione del patogeno tenendo segreta la notizia della sua iniziale diffusione (Chen e Song, 2020). Al contrario, entro i confini nazionali, temi come l’emergenza sanitaria avrebbero migliorato notevolmente l’immagine del Paese: a Wuhan, in particolare, sarebbero stati compiuti alacri sforzi di promozione di varie storie su quanto stava avvenendo al fine di rafforzare il senso di coesione e orgoglio patriottico (Chen, Li e Deng, 2022). Video e foto sulle gesta della popolazione furono in effetti trasmessi e affissi nei principali centri commerciali, supermercati, stazioni pubbliche e altri luoghi, raccontando le storie del personale medico negli ospedali o l’aiuto reciproco tra i cittadini di tutta la municipalità.

In questo modo, la città epicentro della pandemia sarebbe stata oggetto di una enorme campagna pubblicitaria, capace di trasformarla in un marchio

---

<sup>14</sup> Non a caso, in lingua cinese, il termine *gushi* si riferisce a un “fatto reale o immaginario che funge da oggetto di una narrazione capace di attirare la gente e contagiarla”. Ne deriva che una “storia” possa basarsi su avvenimenti “reali” (*zhenshi*) o “inventati” (*xugou*), ossia fare riferimento non solo a eventi realmente accaduti, ma anche a un repertorio di eventi “immaginati” o “fabbricati”; si tratta di un aspetto dalle evidenti ripercussioni socio-politiche, poiché sottende un potenziale utilizzo mistificatorio e strumentale dell’elaborazione narrativa.

(*pinpai*), un modello capace di attrarre l'attenzione di tutti per la sua capacità di lotta contro il virus. In altri termini, l'immagine della città sarebbe divenuta talmente riconoscibile al punto da essere assimilata a un *brand*<sup>15</sup>, per forza evocativa e affiliazione identitaria (Chen, Li e Deng, 2022).

Affinché tale operazione di brandizzazione possa compiersi in maniera efficace però, sarebbe necessario, secondo la studiosa, seguire una serie di regole, utili a progettare un'immagine della nazione vendibile all'estero. Nello specifico, si dovrebbe innanzitutto stabilire un tema (*gushi zhuti*), ossia individuare i valori di riferimento che si intende veicolare (Chen e Song, 2019; vedi anche Duan e Lin, 2018). I racconti, inoltre, dovrebbero contenere al loro interno un elemento di “dualità” (*eryuanhua*) valoriale (Chen e Song, 2019, 44): affinché un prodotto narrativo penetri nella mente dell'audience sarebbe infatti necessario che la sua trama si regga su una sequenza dicotomica di messaggi morali. Le “buone” storie, in altri termini, ruoterebbero sempre attorno a una coppia di temi antitetici, come successo/fallimento, lealtà/tradimento, amore/odio, vita/morte, ecc.: il successo dei film americani, ad esempio, sarebbe basato proprio sulla capacità di contrapporre categorie come “libertà, democrazia e diritti umani” a quelle di “autocrazia, tirannia” – le prime presentate come sottoposte a minaccia da parte delle seconde, ma infine destinate a prevalere. Pertanto, nel costruire bene le storie cinesi bisognerebbe innanzitutto chiedersi quali siano i valori cinesi che si vogliono trasmettere e come questi siano minacciati da fattori esterni.

I dati (*shuju*) selezionati andrebbero poi uniformati (*yizhixing*): al centro del discorso, infatti, dovrebbe essere collocata una storia chiave, attorno a cui snodare altri racconti minori in linea con la narrazione principale. Una volta confezionate, tali narrazioni andrebbero poi smistate a seconda dei differenti canali di comunicazione, a loro volta suddivisi in base al tipo di destinatario che si intende raggiungere. Nella veicolazione delle storie cinesi, inoltre, bisognerà essere concisi (*jianjie*) e utilizzare un linguaggio semplice, diretto e di facile interpretazione. In ultimo, bisognerà lasciare spazio alla fantasia del destinatario, con l'obiettivo di facilitarne il riconoscimento in una “comunità immaginata” (*xiangxiang gongtongti*) e invitarlo a partecipare del processo narrativo che si

---

<sup>15</sup> Sul concetto di *brand* cf. Kotler e Pfoertsch, 2006; Anholt, 2006, p. 29.

svolge all’interno del contesto globale (Chen e Song, 2019; cf. anche Duan e Lin, 2018).

### *Conclusioni*

Da quanto fin qui esposto risulta evidente come le riflessioni condotte da Chen Xianhong possano rivelarsi altamente funzionali agli obiettivi del governo di Pechino: proprio quest’ultimo, infatti, accusa le potenze occidentali, e nello specifico gli Stati Uniti, di mantenere una forma di egemonia discorsiva, continuando a diffondere tra l’opinione pubblica internazionale delle tesi volte a screditare l’immagine cinese<sup>16</sup>. In questo contesto, dunque, fine ultimo delle discettazioni di Chen, al di là del conferimento di una parvenza oggettiva ai discorsi della RPC, è quello di individuare delle strategie effettivamente in grado di ribilanciare, in termini positivi, il potere discorsivo del Paese. È proprio con tale proposito, dunque, che la studiosa ha ragionato sulle migliori strategie di progettazione delle storie cinesi, mettendo a punto un quadro teorico che possa sostenerne la veicolazione.

Come si può evincere dalla breve rassegna qui presentata, tale operazione di teorizzazione si è concretizzata, innanzitutto, nel recupero di paradigmi e categorie elaborate in Occidente – segnale, quest’ultimo, non tanto di una positiva e vivace circolazione di idee e concetti a favore del dialogo interculturale, quanto, purtroppo, di un reimpiego capzioso della tradizione occidentale, ai fini della costruzione di storie funzionali a veicolare un’immagine positiva della Cina nel mondo.

In questo senso, il recupero della teoria del trasporto narrativo andrebbe interpretato nel quadro del più generale cambiamento in atto negli orientamenti dell’intelligenza cinese, in contrasto con l’atteggiamento ricettivo nei confronti delle sollecitazioni culturali provenienti dall’estero che aveva caratterizzato l’accademia cinese nel corso degli anni ‘80 e ‘90, e in maniera diversa rispetto alla tendenza alla depoliticizzazione e all’apertura all’estero che aveva

---

<sup>16</sup> Si segnala che, data la sua natura teorica, il presente contributo non offre evidenze empiriche sull’effettiva adozione delle teorie qui analizzate da parte dell’élite politica cinese. Tale limite riflette la difficoltà, frequente negli studi sulla Cina, di accedere a dati concreti che permettano di chiarire il rapporto tra produzione teorica e processi decisionali. Si auspica tuttavia di poter approfondire tali aspetti in studi futuri.

contraddistinto gli ambienti culturali all'indomani dell'epoca maoista (Xu, 2003). Il periodo attuale sembra infatti registrare una forte propensione a una sempre maggiore demistificazione dell'Occidente, i cui "falsi miti" sono decostruiti appropriandosi dei suoi stessi paradigmi, al fine di rafforzare la denuncia mossa dal Partito-Stato all'ordine internazionale di matrice liberale a guida statunitense.

In questo quadro, monitorare l'attribuzione di una parvenza scientifica alle narrazioni cinesi si rivela importante in un momento in cui la contemporaneità si avvia verso eterotopie sempre più sfumate tra reale e virtuale, laddove sarà sempre più difficoltoso valutare la validità epistemologica delle storie, che potranno sempre più facilmente essere costruite algebricamente, tenendo conto del loro effettivo potenziale in termini di accreditamento presso le audience internazionali. Della portata di tale fenomeno, la stessa Chen Xianhong sembra essere già pienamente consapevole, dal momento che l'intelligenza artificiale è già stata da lei individuata come dinamo per la futura produzione di storie sulla Cina (Chen e Du, 2022)<sup>17</sup>.

Di fronte a tale fenomeno, dunque, diviene fondamentale assumere una maggiore consapevolezza circa le strategie comunicative impiegate dalla RPC per diffondere la propria "voce" nel mondo, dal momento che, ancora oggi, è proprio la mancanza di una approfondita e radicata conoscenza del Paese da parte dell'Occidente – perennemente irrigidito su concezioni della Cina stereotipate e deformanti – che continua a generare, di volta in volta, tanto narrazioni sulla "minaccia" quanto discorsi sulla "panacea cinese", che lasciano le audience occidentali in balia di opposte propagande, entrambe capaci di mescolare verità e falsificazioni, e in ogni caso recanti un danno esiziale alla decifrazione della complessità del reale (cfr. Fumian, 2025).

### **Riferimenti bibliografici**

Anholt, S., 2006, *Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*, Palgrave MacMillan, Basingstoke.

---

<sup>17</sup> All'impiego dell'intelligenza artificiale come veicolo delle narrazioni cinesi, mi auguro di poter dedicare futuri e più approfonditi studi.

- Chen, X., 2017, *Yong Zhongguo huayu jiang hao Zhongguo gushi de huigu yu qianzhan* (Usare il cinese per raccontare passato e futuro delle storie cinesi), in “Duiwai chuanbo”, 1, 16-18.
- Chen, X., 2022, *Metanarratives to Present Compelling China Stories*, in “Chinese Social Sciences Today”, <http://www.csstoday.com/Print.aspx?id=9986> del 15 aprile 2022, consultato il 13 marzo 2025.
- Chen, X., 2023, *Zou jin qu’ yu ‘Zou chu qu’: Ru Shi Dao sixiang guoji chuanbo zhanlüe yanjiu* (‘Andare a fondo’ e ‘globalizzarsi’: una ricerca sulla strategia comunicativa internazionale del pensiero confuciano, buddista e taoista), in “Xueshu qianyan”, 1, 58-72.
- Chen, X.; Du M., 2021, *Xushi yunshu lilun: yinyu, moxing, yu yunyong* (La teoria del trasporto narrativo: metafore, modelli e applicazioni), in “Nanchang daxue xuebao”, 52, 4, 78-86.
- Chen, X.; Du M., 2022, *Zai yuan yuzhou li jiang gushi. Zhongguo IP gushi shijie de jiangou bei yin liang* (Narrare storie nel metaverso. La quantità di citazioni della struttura di un mondo narrativo IP cinese), in “Xin meiti yu shehui”, 1, 24-42.
- Chen, X.; Li W.; Deng S., 2022, *Yingxiong Wuhan chengshi shipin suzao yu chuanbo celüe yanjiu* (Ricerca sulle tattiche di comunicazione e branding dell’eroica città di Wuhan), in “Wuhan ligong daxue xuebao”, 1, 22-34.
- Chen, X.; Li Y., 2021, *Jiyu zonghe pingjiafa de Zhongguo hao gushi zhishu yanjiu* (Ricerca sugli indicatori statistici delle buone storie cinesi basata su un metodo di valutazione onnicomprensivo), in “Xiandai chuanbo”, 300, 7, 61-9.
- Chen, X.; Song F., 2019, *Jiang hao Zhongguo gushi de ronghe xushi celüe* (Tattiche narrative integrate per raccontare bene la storia della Cina) in “Xiwen yu xiezuo”, 5, 43-7.
- Chen, X.; Song F., 2020, *Jiang hao Zhongguo gushi: yiqing zhi xia yuan xushi de zhongjie yu chongsheng* (Raccontare bene le storie della Cina: conclusione e rinascita delle metanarrazioni durante la pandemia), in “Wuhan ligong daxue xuebao”, 3, 1-7.
- Chen, X.; Wang R.; Wang Y., 2022, *2021 niandu Zhongguo gushi guoji chuanbo zhishu baogao* (Report del 2021 sull’indice di trasmissione delle storie cinesi), Shehui kexue wenxian chubanshe, Beijing.
- Chen, X.; Yuan W., 2023, *Jiang hao Zhongguo Gongchandang gushi de duan shipin xushi xiaoguo yu tisheng celüe* (Effetti e tattiche di miglioramento per raccontare bene la storia del PCC tramite narrazione con brevi video), in “Xiandai chuban”, 4, 20-32.
- Diresta, R. et al., ed. 2020, *Telling China’s Story: The Chinese Communist Party’s Campaign to Shape Global Narratives*, Stanford Internet Observatory, Hoover Institution, Stanford.
- Duan, C.; Lin Z., 2018, *Jiyu pinpai xushi lilun de Zhongguo gushi tixi jiangou yu chuanbo* (Costruzione e veicolazione del sistema della storia cinese sulla base della teoria del narrative-branding), in “Xinwen yu chuanbo pinglun”, 71, 2, 71-84.
- Duckett, J., Langer, A. I., 2013, *Populism versus Neoliberalism: Diversity and Ideology in the Chinese Media’s Narratives of Health Care Reform*, in “Modern China”, 39, 6, 653-680.

- Fu, X., 2015, *Zhongguo xushixue* (Narratologia cinese), Beijing Daxue Chubanshe, Beijing.
- Fumian, M., 2025, *Leggere la Cina, capire il mondo. Narrazioni dominanti e discorso critico in un'era di competizione*, Mimesis, Eterotopie, Milano-Udine.
- Green, M. C.; Brock T. C., 2000, *The Role of Transportation in the Persuasiveness of Public Narratives* in "Journal of Personality and Social Psychology", 79, 5, 701-721.
- Green, M. C.; Brock T. C., 2002, *In the Mind's Eye. Transportation-Imagery Model of Narrative Persuasion*, in Green M. C., Strange J., Brock T. C., *Narrative Impact. Social and Cognitive Foundations*, Mahwah, Lawrence Erlbaum, 315-41.
- Hagström, L.; Gustafsson K., 2019, *Narrative power. How Storytelling Shapes East Asian International Politics*, in "Cambridge Review of International Affairs", 32, 4, 387-406.
- Hao, Z., 2012, *Intellectuals at a Crossroads: The Changing Politics of China's Knowledge Workers*, State University of New York Press, New York.
- JCM Magazine, 2021, *Chen Xianhong*, in "Jin chuanmei", <https://shorturl.at/mnrK8>, del 2 agosto 2021, consultato il 13 aprile 2025.
- Kallio, J., 2016, *Towards China's Strategic Narrative. On the Construction of the Historical-Cultural Roots of China's National Identity in the Light of the Chinese Debate relating to the Rise of Traditional Schools of Thought*, Lapland University Press, Rovaniemi.
- Kotler, P.; W. Pfoertsch, 2010, *B2B Brand Management*, Springer, Berlin.
- Lams, L., 2018, *Examining Strategic Narratives in Chinese Official Discourse under Xi Jinping*, in "Journal of Chinese Political Science", 23, 3, 387-411.
- Marbach, G., 1980, *Previsioni di lungo periodo. Analisi esplorative*, Franco Angeli, Milano.
- McLaughlin, B., 2019, *Tales of Conflict: Narrative Immersion and Political Aggression in the United States*, in "Media Psychology", 23, 4, 579-602.
- McLaughlin, B.; Velez J. A., 2019, *Imagined Politics: How Different Media Platforms Transport Citizens into Political Narratives*, in "Social Science Computer Review", 37, 1, 22-37.
- Miskimmon, A.; O'Loughlin B.; Roselle L., 2018, *Forging the World. Strategic Narratives and International Relations*, University of Michigan Press, Ann Arbor.
- Qiao, G., 2015, *On the Possibilities of Developing a Chinese Version of Narratology*, in "Neohelicon", 42, 2, 639-55.
- Qiushi, 2021, *"Xi Jinping: Jianghao Zhongguo gushi, chuanbo hao Zhongguo shengyin"* (Xi Jinping: raccontare bene la storia della Cina, diffondere bene la voce cinese), in "Qiushi", internet ed., 2 giugno 2021.
- Saaty, T. L., 1988, *The Analytic Hierarchy Process. Planning, Priority Setting, Resource Allocation*, RWS Publishing, Pittsburgh.
- Subotić, J., 2016, *Narrative, Ontological Security, and Foreign Policy Change*, in "Foreign Policy Analysis", 12, 4, 610-27.
- Suganami, H., 2008, *Narrative Explanation and International Relations: Back to Basics*, in "Millennium", 37, 2, 327-56.

- Van Noort, C., 2020, *Strategic Narratives of the Past: An Analysis of China’s New Silk Road Communication*, in “Global Society”, 34, 2, 186-205.
- Wang, B.; Ren J., 2019, “*Jiang hao Zhongguo gushi de xushi celüe*” (Tattiche narrative per raccontare bene la storia della Cina), in “Xinwen luntan”, 93, 94-8.
- Wang, F.; Zhang X., 2022, *Yong zongxiang anli yanjiu jiang hao Zhongguo gushi: guocheng yanjiu fanshi, guocheng lilunhua yu Zhong Xi duihua qianjing* (Raccontare bene la storia della Cina con studi di caso longitudinali: paradigmi di ricerca processuale, teorizzazione dei processi e prospettive di dialogo tra Cina e Occidente), in “Guanli shijie”, 6, 191-213.
- Wu, K., 2022, *Renlei wenming xin xingtai de neihan tezhi yu Zhongguo xushi* (Le caratteristiche connotative della nuova forma di civiltà umana e la narrazione cinese), in “Tansuo”, 4, 13-26.
- Xu, J., 2003, *The Fate of an Enlightenment. Twenty years in the Chinese intellectual sphere (1978–98)*, in Barmé G. R., Davies G., *Chinese Intellectuals Between State and Market*, Routledge, London.
- Yager, R. R.; Filev, D. P., 1994, *Essentials of Fuzzy Modelling and Control Modelling and Control*, Wiley, New York.
- Yang, Q.; Yang F., 2021, *Xi Jinping ‘Jiang hao Zhongguo gushi’ mingti de lilun luoji* (La logica teorica della proposizione di Xi Jinping ‘raccontare bene la storia della Cina’), in “Zhonggong Tianjin shiwei dangxiao xuebao”, 4, 22-9.
- Zeng, B., 2019, *Wusuo buzai de xushi yu xushixue yanjiu de fanshi chuangxin* (Innovazione nei paradigmi della ricerca narratologica e narrazione ubiqua), in “Jiangxi Shifan Daxue xuebao”, 6, 48-54.
- Zhao, K., 2016, “*China’s Rise and Its Discursive Power Strategy*”, in “Chinese Political Science Review”, 1, 3, 539-64.
- Zhao, Z.; Chen X., 2023, *Hehe wenhua: jiang hao Zhongguo gushi dekua wenhua chuanbo lilun jichu* (Cultura armonica: basi teoriche della comunicazione interculturale per narrare bene la storia della Cina), in “Xinjiang shehui kexue”, 1, 105-11.
- Zheng, Y.; Yang L., 2023, *Zhongguo xushi. Ruhe jiang hao Zhongguo gushi* (La narrazione cinese. Come raccontare bene la storia della Cina), Zhongxin Chuban Jituan, Beijing.
- Zhongguo Waiwen Chuban Faxing Shiye Ju (Amministrazione per l’editoria in lingue straniere) (2023), ‘*Jiang hao Zhongguo gushi*’ *Chuangyi Chuanbo Dasai Zhangcheng* (Regolamento del concorso di comunicazione creativa ‘Raccontare bene le storie della Cina’), [http://zggsds.china.com.cn/2023-06/05/content\\_42396737.html](http://zggsds.china.com.cn/2023-06/05/content_42396737.html), consultato il 2 aprile 2025.
- Zhongguo wang, 2022, *Zhongguo gushi guoji chuanbo zhishu baogao quanwei fabu* (Pubblicato l’autorevole Rapporto sull’indice di comunicazione internazionale delle storie cinesi), [http://news.china.com.cn/2022-05/15/content\\_78218540.htm?f=pad&a=true](http://news.china.com.cn/2022-05/15/content_78218540.htm?f=pad&a=true), consultato il 2 aprile 2025.
- Zhongguo wang, 2019, *Zhongguo gushi chuangyi chuanbo yanjiuyuan diyi ci lishihui zai Wuhan zhaokai* (Si è tenuta a Wuhan la prima riunione del consiglio esecutivo dell’Istituto di Comunicazione Creativa delle Storie Cinesi), [http://hb.china.com.cn/2019-12/16/content\\_40999327.htm](http://hb.china.com.cn/2019-12/16/content_40999327.htm), consultato il 2 aprile 2025.