

ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITA' DI BOLOGNA

SCUOLA DI LINGUE E LETTERATURE, TRADUZIONE E
INTERPRETAZIONE

Corso di laurea in: Mediazione Linguistica Interculturale

MUSICA POP IN CINA: IL CASO DEL RAPPER XIE DI

Tesi di laurea in: Lingua e Cultura Cinese

Relatore:

Prof. Serena Zuccheri

Presentata da:

Vittorio Mondadori

Terzo appello dell'A.A. 2016/2017

Introduzione

Fin da bambino la musica è stata una mia grande passione, in particolare la musica rap. Ricordo distintamente ciò che provai la prima volta che ascoltai un disco rap, *Encore* di Eminem, a 12 anni; era un qualcosa di mai sentito, di scioccante se vogliamo, che mi aprì un mondo e mi consentì di avvicinarmi alla musica da una prospettiva del tutto nuova. Le stesse sensazioni le ho provate quando nel 2015 ho messo per la prima volta piede in Cina: lo shock culturale era immenso, quasi destabilizzante, ma allo stesso tempo ero rapito ed affascinato da qualunque cosa vedessi. In entrambi i casi la curiosità e la voglia di imparare mi hanno consentito di superare le difficoltà iniziali fino a rendere sia la musica che la lingua cinese parti integranti della mia vita; perciò ho deciso di unire questi due aspetti nel lavoro svolto per la mia tesi. Nelle seguenti pagine parlerò di musica pop in Cina, di cosa è di tendenza al momento e dell'industria musicale del cosiddetto mondo di mezzo. Inoltre, analizzerò e tradurrò un testo rap che, nell'agosto del 2017, ha scioccato e destabilizzato l'opinione pubblica cinese. Mi rendo conto di aver già menzionato la parola 'shock' diverse volte in questa introduzione, ma è solo grazie a ciò che sono riuscito ad aprirmi a nuove dimensioni e a compiere le scelte che mi hanno segnato nel corso della vita.

Capitolo I: Musica pop in Cina

A prima vista può sembrare strano, ma la scena musicale pop cinese non ha come principale bacino di utenza la Cina continentale. Difatti, circa 9 canzoni su 10 nelle playlist delle principali radio cinesi arrivano da Hong Kong e Taiwan, a volte persino dalla Malesia o da Singapore; questo perché il pop taiwanese e hongkonghese possiedono alcuni tratti distintivi che lo rendono più appetibile al grande pubblico rispetto alle ballate tradizionali cinesi, spesso ritenute troppo sdolcinate.

Il critico musicale pechinese Wang Xiaofeng, in un'intervista risalente al 2013, ha dichiarato che la musica mainstream cinese ha due qualità principali:

“Innanzitutto, la sua melodia è molto orecchiabile e facile da ricordare, inoltre la ritmica è molto semplice, ricorda i beat della disco music. Ciò può spiegare la preferenza del pubblico cinese per un tipo di musica di stampo più occidentale che tradizionale, troppo incline ai concetti di moderazione ed equilibrio”¹

Le due principali scene musicali della Cina continentale sono concentrate nelle due città maggiori, Pechino e Shanghai. Le differenze fra le due città si riflettono anche nelle rispettive scene musicali: nella capitale è molto apprezzata la musica classica, i concerti registrano frequentemente il tutto esaurito e i conservatori sono affollatissimi, per non parlare dell'Opera di Pechino, riconosciuta come Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO nel

¹ <https://www.npr.org/2013/07/19/202717405/a-secret-folk-music-holds-firm-in-chinas-badlands>

2010. Allo stesso tempo, il panorama musicale della città è ricco e variegato come quello di una qualunque metropoli occidentale, in particolare vi è una florida scena indie-rock e di musica sperimentale. A Shanghai invece è la musica pop a dominare, in piena linea con lo spirito internazionale e modaiolo della città; le scene musicali più alternative invece stentano a decollare e rimangono confinate ad una dimensione strettamente underground, molto probabilmente ciò è dovuto al fatto che l'idea che la musica pop e rock possa rappresentare un ideale di ribellione ancora non ha attecchito tra i giovani².

Lo studioso olandese Jeroen de Kloet ha affermato:

“La generazione di piccoli imperatori nata a partire dagli anni '80 nella Cina postRivoluzione Culturale dove vigeva la politica del figlio unico, è cresciuta in un ambiente sociale a metà fra la modernità e l'individualismo. Aspetti questi che hanno contribuito a definirli criticamente egoisti e materialisti, trascinati dall'edonismo e dal piacere piuttosto che dalla politica. Una generazione che vede la vita come un qualcosa di unicamente eccitante e divertente”³

Attualmente, la scena musicale cinese è dominata dai cantanti Cantopop, che cantano in dialetto cantonese, tipico del sud della Cina e di Hong Kong, e dai cantanti Mandopop, che utilizzano il mandarino nelle loro liriche. Le due categorie si dividono equamente le posizioni di vertice in cima alle

² <http://factsanddetails.com/china/cat7/sub41/item249.html#chapter-0>

³ De Kloet, J., *China with a Cut: Globalisation, Urban Youth and Popular Music*, Amsterdam University Press, pg. 22, 2010

classifiche, tanto che i cantanti provenienti da Hong Kong, che come detto precedentemente hanno maggiore successo rispetto a quelli cinesi, spesso rilasciano delle loro maggiori hit sia la versione cantonese che quella mandarina. Inoltre, molti dei cantanti più popolari hanno raggiunto il successo grazie alla loro esposizione nei canali televisivi a tema musicale più importanti di Hong Kong, come Channel V e MTV, e alle loro apparizioni nelle colonne sonore dei più celebri film provenienti dall'industria cinematografica dell'ex-colonia inglese.

Ora vorrei parlare di una delle fonti di ispirazione principali per gli artisti pop cinesi, nonché uno dei generi musicali provenienti dall'Asia più famosi nel mondo: il K-Pop, o pop coreano. Jocelyn Lee, giornalista per il « Straits Times», ha tentato di analizzare il fenomeno parlandone nei seguenti termini:

“Come se le pop-star coreane non avessero già abbastanza concorrenza fra i loro omologhi, ora si ritrovano a contendersi il posto in classifica con i cantanti mandopop che tentano in ogni modo di copiare il loro look e il loro sound. Sempre più artisti di lingua cinese stanno plasmando la propria immagine e la propria musica su quella degli artisti coreani, che fa delle melodie orecchiabili, dei ritmi frenetici e delle appariscenti coreografie i suoi punti di forza⁴”

⁴ <http://factsanddetails.com/china/cat7/sub41/item249.html#chapter-13>

I gruppi pop coreani sono conosciuti in tutto il mondo per i loro accattivanti passi di danza e le loro coreografie, per questo molte agenzie di management mandano i loro artisti in Corea del Sud per poter entrare in contatto con la realtà del K-Pop e ottenere il necessario per avere una posizione di rilievo nell'industria musicale cinese⁵. Altri tratti caratteristici dell'immagine dei cantanti pop coreani sono l'uso di make up e di acconciature stravaganti.

Parlando delle canzoni pop coreane, un loro tratto distintivo è la ripetitività quasi ossessiva di alcune frasi nei loro ritornelli. È molto comune il fatto di trovare nei ritornelli una sola parola o una sola frase ripetute all'infinito, molto spesso in lingua inglese, come per esempio nella hit del gruppo musicale Super Junior *Sorry Sorry*, la quale ha un ritornello formato dalle stesse due parole ripetute più volte. Un esempio di ciò nel pop cinese si può trovare nella hit *Four Dimensions* (*Sì du kongjian* 四度空間) del gruppo taiwanese Lollipop F (*Bangbangtang* 棒棒堂), il cui ritornello consisteva nella ripetizione della frase “Crazy! Go crazy! Go crazy!”

Generalmente, i fan del mandopop non danno troppa importanza agli ossessivi tentativi di imitazione del pop coreano, anzi, molti di loro ritengono che incorporare alcuni elementi del K-Pop possa soltanto alzare il livello del pop cinese. Sempre Jocelyn Lee nel suo articolo per il «

⁵ <http://factsanddetails.com/china/cat7/sub41/item1626.html#chapter-12>

Straits Times» ha chiesto opinioni a riguardo alla marketing manager Cindy Lin:

“I gruppi K-Pop sono molto preparati e raramente commettono errori durante le loro esibizioni. Sono assolutamente favorevole al fatto di alzare lo standard del pop cinese, c'è comunque da dire che l'industria risulta satura di artisti taiwanesi che tentano di scimmiettare i loro omologhi coreani⁶”

A questo punto è opportuno parlare proprio dell'industria musicale cinese, della sua situazione attuale e degli evidenti problemi di cui soffre, ragione per cui ancora non è riuscita a ritagliarsi un proprio spazio nel panorama musicale mondiale.

Capitolo II: Industria musicale cinese

L'industria musicale cinese attrae un pubblico potenzialmente composto da 1,4 miliardi di persone, divise fra Repubblica Popolare Cinese, Taiwan, Hong Kong, Singapore, Indonesia, Malesia e le varie comunità cinesi sparse

⁶ <http://factsanddetails.com/china/cat7/sub41/item249.html#chapter-13>

in giro per il mondo. Le più grandi e prestigiose case discografiche internazionali, come la Sony, la EMI, la WEA o la Polygram hanno tutte l'obiettivo comune di rompere le barriere del mercato cinese, promuovendo artisti internazionali e sviluppando un mercato per gli artisti emergenti locali. Allo stato attuale delle cose però, musicisti, cantanti e gruppi musicali cinesi sentono la necessità di cercare il proprio bacino di utenza al di fuori della Cina continentale (come detto, si guarda principalmente ad Hong Kong e Taiwan) per guadagnarsi, grazie alla loro musica, quella indipendenza economica che possa garantire maggiori spazi di crescita; l'industria musicale cinese, infatti, è tristemente celebre per essere quasi completamente corrotta dalla pirateria e per non investire praticamente nulla negli artisti, i quali guadagnano quasi solamente grazie a contratti di sponsorizzazione⁷.

Prima di analizzare i motivi per cui l'industria musicale cinese non abbia ancora raggiunto un livello tale da essere competitiva con il resto del mondo, è necessario introdurre una parentesi riguardo il contesto in cui essa opera; il governo comunista cinese tiene sotto stretto controllo l'industria musicale attraverso la titolarità di ogni mezzo di trasmissione, la censura delle liriche nella musica pop e il diretto controllo delle aree dove si svolgono i concerti⁸. Il risultato di tutto ciò è una scena musicale incredibilmente piatta, costruita a tavolino allo scopo di guidare e tenere sotto controllo le masse, e che scoraggia i musicisti indipendenti dal ricercare la propria dimensione al di fuori dell'underground.

⁷ <https://www.techinasia.com/ustr-music-movie-tv-show-piracy-china-2012>

⁸ <http://factsanddetails.com/china/cat7/sub41/item249.html#chapter-6>

Vorrei riflettere ora sui reali o presunti problemi dell'industria musicale cinese. Negli ultimi quindici anni il governo centrale cinese, preoccupato del fatto che il notevole progresso nel settore cinematografico e musicale potesse comunque rimanere indietro rispetto all'enorme sviluppo economico nazionale, ha deciso di elevare la cultura a “priorità nazionale”, promettendo di sovvenzionare le arti con miliardi di yuan⁹.

Sebbene alcuni settori artistici abbiano conosciuto una notevole prosperità grazie agli incentivi statali, in particolar modo l'industria cinematografica (dal 2003 ad oggi la produzione di pellicole si è addirittura quadruplicata)¹⁰, l'industria musicale ancora stenta a decollare, principalmente a causa della sempre più crescente pirateria e dei severi controlli del governo in materia di censura. Gli osservatori del fenomeno sostengono che i problemi dell'industria musicale cinese siano principalmente di natura economica; secondo la Federazione Internazionale dell'Industria Fonografica sarebbe presente un tasso di pirateria molto vicino al 100%¹¹. Se aggiungiamo il già menzionato fatto che la pesante mano dello Stato fa sentire la propria influenza su radio e televisione, costantemente e saldamente controllati, gli artisti si ritrovano un pressoché nullo spazio creativo dove sperimentare musica dai contenuti più taglienti, come per esempio la satira nonconvenzionale che ha consentito al cantante sudcoreano Psy e alla sua hit *Gangnam Style*¹² di ricevere fama internazionale.

⁹ Kaiman, J., *Beijing spends a billion to get China rocking*, The Guardian, 2012, 25 Dec.

¹⁰ <http://time.com/4649913/china-remaking-global-film-industry/>

¹¹ <https://www.techinasia.com/ustr-music-movie-tv-show-piracy-china-2012>

¹² *Gangnam Style* è un singolo del cantante sudcoreano PSY pubblicato il 15 luglio 2012. Il singolo ha ottenuto un successo planetario, vendendo più di 10 milioni di copie nel solo 2012 e raggiungendo i 3 miliardi di visualizzazioni su YouTube nel 2017.

Ma mentre *Gangnam Style* ha definitivamente messo la Corea del Sud sulla mappa della musica pop mondiale, la Cina non ha ancora compreso, o forse sarebbe meglio dire deciso, come mantenere molti dei propri artisti. Secondo Scarlett Li, la fondatrice dell'Associazione per la promozione di festival musicali Zebra Media, la causa fondamentale si trova proprio nella esiguità del movimento, che non sostiene e non promuove i processi creativi:

“Al momento l'industria è talmente piccola che non abbiamo abbastanza scrittori, non abbiamo abbastanza compositori, né gruppi musicali. E la cosa peggiore è che invece di investire sul talento, i governi locali prendono i sussidi statali come un lasciapassare per la costruzione di teatri dell'opera, sale concerti ed altri progetti immobiliari di alto profilo. Gli artisti non ricevono nulla, tutti i soldi vanno agli intermediari. Ma gli intermediari non sono al centro del processo creativo, e questo a mio modo di vedere non ha il minimo senso.”¹³”

Le principali compagnie discografiche internazionali starebbero tentando in tutti i modi di penetrare nel potenzialmente sconfinato mercato cinese, difatti Warner, Sony e Universal hanno tutte i propri uffici a Pechino. Tuttavia per gli investitori stranieri resta incredibilmente complicato accedere ai media cinesi, un esempio calzante lo si può ritrovare in Rock The Web, un talent show online ispirato ai più famosi omologhi americani come X-Factor, The Voice e American Idol dove i vincitori hanno la possibilità di incidere le proprie canzoni a Los Angeles, con i migliori produttori musicali al mondo. Secondo Ilya Agapkin, il co-fondatore di Rock The Web, il via libera per la produzione dello show è dipeso interamente dalla sua abilità di navigazione attraverso una fitta rete di contatti governativi, proprio perché il mercato dei media è molto chiuso agli

¹³ Kaiman, J., *Beijing spends a billion to get China rocking*, The Guardian, 2012, 25 Dec.

investimenti stranieri. Secondo il direttore musicale della compagnia Xiong Jialin:

“Per fare in modo che la tua compagnia esista su internet c'è bisogno di un permesso speciale, per fare in modo che la tua agenzia esista legalmente parlando c'è bisogno di un altro permesso speciale, per avere una propria impresa nel campo dei media ne serve un altro ancora. Per alcuni di questi permessi è necessario che i richiedenti frequentino lezioni di gestione aziendale e che passino esami scritti presso le istituzioni governative¹⁴.”

Tuttavia, le cose negli ultimi anni parrebbero in netto miglioramento. Nel 2011 il governo centrale ha istituito un comitato, con a capo l'allora vicepresidente Xi Jinping, per rafforzare le leggi sui diritti di proprietà intellettuale. Allo stesso tempo, Baidu¹⁵ Music e Tencent Music, i due principali fornitori di musica digitale gratuita cinesi, hanno stipulato un accordo secondo il quale a partire dal 2013 avrebbero iniziato a fornire musica solo tramite la vendita dei brani e degli album¹⁶.

Esattamente come nel resto del mondo, i siti di musica online sono diventati la principale piattaforma di lancio per i talenti musicali emergenti, con la differenza che in Cina sono pressoché l'unica piattaforma di lancio disponibile; dato che radio e televisione sono strettamente controllati dal

¹⁴ Kaiman, J., *Beijing spends a billion to get China rocking*, The Guardian, 2012, 25 Dec.

¹⁵ Baidu è il principale motore di ricerca cinese, terzo al mondo per percentuale di share (7,54%)

¹⁶ <http://factsanddetails.com/china/cat7/sub41/item249.html#chapter-8>

governo, praticamente ogni artista emergente sceglie la via della rete per pubblicare la propria musica senza vincoli di censura. Alcune delle più celebri canzoni cinesi degli ultimi anni, come *Come i topi amano il riso-lao shu ai da mi*-老鼠爱大米 di Wang Qiwen¹⁷, hanno ricevuto i primi passaggi radio proprio grazie ad internet.

Persino Google, nel 2009, ha tentato di investire nel mercato musicale cinese, lanciando un proprio servizio in modo da poter competere con il rivale Baidu nel campo dell'ascolto online gratuito di brani musicali. Per riuscire a fornire musica gratuitamente, il servizio si affidava a link per il download diretto autorizzato indirizzato ad un provider fondato proprio da Google, Top100.cn, il quale garantiva contratti di licenza firmati con molteplici case discografiche internazionali. Ma nonostante le partnership, il servizio non è mai riuscito a soddisfare le alte aspettative dei suoi finanziatori, che si sono visti costretti ad abbandonare il progetto. Come sostiene Gary Chen, amministratore delegato di Top100.cn:

“La compagnia inizialmente aveva grandissime aspettative per il servizio di Google, il quale al momento del lancio era andato ben oltre le proiezioni di Top100.cn riguardo al numero degli utenti e al ritorno economico grazie alla pubblicità. Allo stesso tempo, il servizio era anche molto importante nel suo ruolo di pioniere di un nuovo modello di business per la musica online, in un periodo storico in cui la maggior parte degli utenti in Cina scaricava musica illegalmente. Era il primo servizio musicale autorizzato nel territorio nazionale, e avrebbe potuto ridurre drasticamente la pirateria, ma purtroppo a partire dal 2010 il sito ha diminuito di popolarità al punto da dover chiudere. Abbiamo

¹⁷ Popolare canzone cinese uscita nel 2004 che ottenne un grosso successo in Asia.

provato a suggerire altre soluzioni a Google, come ad esempio un servizio di musica digitale curato da Android, ma non hanno mai voluto cambiare la loro strategia¹⁸”.

Nonostante le difficoltà che Top100.cn ha dovuto attraversare assieme a Google ha comunque giocato un ruolo molto importante nella limitazione della pirateria musicale in Cina fornendo un modello di business alternativo. Lo stesso rivale cinese di Google, Baidu, a partire dal 2013 ha iniziato a stipulare contratti con le case discografiche per fornire brani e album a pagamento, dopo anni di critiche subite per la questione dei link diretti per i download illegali. Grazie alla strategia innovativa di Top100.cn, sempre più siti internet in Cina hanno scelto di fornire un servizio di download legale della musica digitale¹⁹.

Gli effetti della pirateria però non colpiscono solamente le vendite musicali; le case discografiche proprio a causa della pirateria ormai non si preoccuperebbero più di creare contratti per la produzione di album, né di sviluppare nuove reti di distribuzione. Preferiscono invece concentrarsi sul lato manageriale della musica e degli artisti, investendo in modi alternativi alla vendita di dischi e singoli per guadagnare. Gli stessi artisti si vedono costretti a spendere i propri soldi per promuovere la loro musica perché le case discografiche non sono più interessate a farlo²⁰. Si stima che annualmente in Cina vengano prodotti solamente una ventina di album a livello professionale. Le star ottengono la maggior parte delle loro entrate attraverso le apparizioni televisive, i concerti e i contratti di sponsorizzazione a vari prodotti. Un esempio davvero incredibile di come funzioni al giorno d'oggi la promozione degli artisti in Cina si può trovare nel gruppo musicale Mei Mei (美眉), un progetto creato a tavolino i cui membri, tutte ragazze, avevano un contratto di sponsorizzazione con il noto

¹⁸ <https://www.pcworld.com/article/2010313/google-yanks-free-music-service-in-china.html>

¹⁹ <https://www.pcworld.com/article/2010313/google-yanks-free-music-service-in-china.html>

²⁰ <http://factsanddetails.com/china/cat7/sub41/item249.html#chapter-6>

marchio dolciario M&M's ancor prima di venire selezionati per far parte del gruppo²¹.

Negli ultimi anni si è registrato un vero e proprio boom di festival musicali in Cina, la maggior parte sponsorizzati da grandi marchi internazionali come Converse o Nike. Le amministrazioni locali sovvenzionano con grandi somme di denaro questi eventi, allo scopo di arricchire allo stesso tempo il loro prestigio culturale e le loro entrate provenienti dal turismo. È inoltre in programma nei prossimi 10 anni, la costruzione nei pressi di Pechino di un'area completamente dedicata alla musica chiamata "China Music Valley"; l'intero complesso verrà a costare l'equivalente di 2,3 miliardi di dollari e sorgerà nel villaggio di Pinggu, a circa un'ora d'auto da Pechino. La China Music Valley, una volta completata ospiterà studi di registrazione, scuole di musica, botteghe di strumenti musicali, hotel di lusso e persino un'arena a forma di pesca. L'obiettivo principale delle autorità cinesi sarebbe quello di trasformare la musica da entità astratta a concreta, creando un luogo in cui è possibile vedere e percepire la musica, oltre a sentirla²².

Concludendo, nonostante tutte le difficoltà che gli artisti devono affrontare per riuscire ad affermarsi nell'industria musicale cinese, c'è chi riesce a farcela e a percorrere il proprio sentiero, come Yang Haisong, leader della rock band cinese P.K 14, il quale in un'intervista ha dichiarato di riuscire a condurre una vita soddisfacente grazie alle esibizioni nei festival e alla sua attività di produttore di artisti emergenti, aggiungendo che nessuno all'interno della sua cerchia professionale aveva più di tanto a cuore progetti come la China Music Valley:

²¹ <http://factsanddetails.com/china/cat7/sub41/item249.html#chapter-10>

²² <https://www.shine.cn/archive/feature/art-and-culture/The-music-valley-that-put-Chinas-record-industry-on-agolden-path/shdaily.shtml>

“Combinare musica e politica è davvero strano, non credo che possa uscirne nulla di buono. Se loro [le amministrazioni locali] ci tengono davvero a far crescere questa cultura, devono aprire di più la mente e allargare i loro orizzonti”²³.

Capitolo III: “Stranieri stronzi” - Fenomenologia di una hit rap cinese

L'11 agosto 2017, Xie Di 谢帝, un rapper originario di Chengdu conosciuto anche con il nome di Fat Shady, è diventato il principale argomento di discussione all'interno della comunità straniera in Cina e non solo, grazie alla sua nuova canzone *Stranieri Stronzi* (*gua laowai* 瓜老外) e al suo eloquente video musicale. Il focus principale della canzone è l'individuazione degli stranieri come piaga della società cinese contemporanea. Di seguito il testo originale e la traduzione:

瓜老外 瓜老外 好多瓜老外瓜
老外 瓜老外 好多瓜老外 瓜
老外 瓜老外 好多瓜老外 爬
开 瓜老外 爬开 瓜老 爬开
瓜老外 外国的朋友来中国
都晓得我们有票儿 都晓得我
们有妹儿 外国的朋友 啥子
人都有 为赚钱啥子都会一点

²³ Kaiman, J., *Beijing spends a billion to get China rocking*, The Guardian, 2012, 25 Dec.

儿 长得高的都是模特儿 只
要有肉吃从来不挑 反正有妹
儿喜欢投怀送抱 优越感 你
瓜得板 你瓜得板优越感 你瓜
得板 你瓜得板

外国的朋友我 respect
但瓜老外 NMLP

重要的事情要说三次

瓜老外 NMLP

NMLP 今天是英语

老师 耶

明天是年轻的企业家 耶 后

天又变成了啥子

你想去装过来给老子擦车

给 红色的红色的毛爷爷 100 的 100 的给

擦完了车没莫得事过来我给你事

擦干净老子的 Timberland 靴

瓜老外 瓜老外 好多瓜老外 瓜

老外 瓜老外 好多瓜老外 瓜老

外 瓜老外 好多瓜老外 爬开

瓜老外 爬开 瓜老爬开 瓜老外

有的是真的爱功夫

有的是在自己国家他混不下去

要到哪儿去

听说了中国人非常好客 涩

在自己的国家都算个求

来中国了就要被当回事 过来

瓜批 过来 瓜批 老子教你写

中国字教你些啥子

教你写瓜批然后再送给你教你
些啥子
教你写瓜批然后再送给你 你
只有瓜起 在你的脸上扒起
瓜老外快去找翻译老子骂的死
你们 老子名字叫谢帝 人都
有遗传基因 所以要非常当心
去问哈你祖母翻哈你祖谱 打
听下八国联军 瓜老外身边是
瓜批 瓜老外身边是瓜婆娘
全都是瓜的
老子想对到你扣一枪

*Stranieri stronzi, stranieri stronzi, tanti stranieri
stronzi stranieri stronzi, stranieri stronzi, tanti stranieri
stronzi stranieri stronzi, stranieri stronzi, tanti stranieri
stronzi fuori dai coglioni, stranieri stronzi fuori dai
coglioni, stranieri stronzi gli amici stranieri vengono in
Cina sanno che abbiamo i soldi sanno che abbiamo le
donne di amici stranieri ce ne sono di tutti i tipi
farebbero di tutto per fare soldi quelli alti sono tutti
modelli se c'è carne da gustare non sono fastidiosi ma
di certo ci sono donne che si danno con piacere hai il
complesso di superiorità? Stupito idiota. hai il
complesso di superiorità? Stupido idiota.
rispetto gli amici stranieri ma che se ne andassero
affanculo gli stranieri stronzi le cose importanti
vanno dette tre volte che se ne andassero affanculo
gli stranieri stronzi che se ne andassero affanculo gli
stranieri stronzi oggi sei un insegnante di inglese?*

*domani un giovane imprenditore? ma dopodomani
cosa sarai? forse laverai la macchina del paparino?
eccoti banconote da 100, rosse, rosse dello zio Mao se
hai finito con la macchina vieni che ti trovo qualcosa
da fare pulisci le Timberland di paparino!
stranieri stronzi, stranieri stronzi, tanti stranieri stronzi
stranieri stronzi, stranieri stronzi, tanti stranieri stronzi
stranieri stronzi, stranieri stronzi, tanti stranieri stronzi
fuori dai coglioni, stranieri stronzi fuori dai coglioni,
stranieri stronzi c'è chi ama il kung-fu c'è chi è un
fallito a casa sua dove vuoi andare?
hai sentito che i cinesi sono ospitali a casa
tua eri un coglione e sei venuto in Cina per
essere preso sul serio vieni, stupido coglione
che paparino ti insegna a scrivere in cinese e
cosa ti insegno?
ti insegno a scrivere "idiota", sarà il mio regalo per te
e cosa ti insegno?
ti insegno a scrivere "idiota", sarà il mio regalo per te
sei solo un idiota, sei senza alcuna speranza stupidi
stranieri cercatevi un traduttore, che papà vuole
insultarvi papà si chiama Xie Di tutti hanno un codice
genetico perciò dovete stare molto attenti chiedete a
vostra nonna dei vostri antenati
fatevi raccontare dell'Alleanza delle Otto
Potenze chi gira con gli stranieri è un coglione le
donne che girano con loro sono stronze siete dei
coglioni papà vuole spararti.*

Nel brano sono presenti numerose espressioni di uso comune, colloquiali e dialettali; a partire dal titolo del pezzo, l'espressione *gua laowai* 瓜老外 unisce l'epiteto *gua* 瓜 derivato da *shagua* 傻瓜, letteralmente 'idiota del

cavolo’, alla parola *laowai* 老外, ovvero ‘straniero’. In realtà è un insulto in dialetto sichuanese che ho tradotto come ‘stranieri stronzi’, perché ha una buona sonorità dovuta alle allitterazioni e alle assonanze. Anche l'uso del pronome interrogativo *shazi* 啥子, usato al posto del più comune *shenme* 什么, è tipico del dialetto di Chengdu, e viene utilizzato più volte all'interno del pezzo. Sono inoltre diverse le espressioni volgari presenti nella canzone, epiteti e turpiloquio sono utilizzati per offendere gli stranieri in ogni modo possibile, che sia attraverso acronimi (NMLP, che sta per *ni ma le pi* 你妈了批, letteralmente ‘la figa di tua madre’, un insulto cinese di una gravità estrema diretto alla madre dell' “avversario”) o semplici frasi offensive. Nel processo di traduzione ho scelto di non edulcorare il testo in alcun modo proprio per rendere al meglio il messaggio minatorio ed offensivo di Xie Di nei confronti degli stranieri, mantenendo intatte tutte le espressioni volgari ed ingiuriose. Due particolari passaggi sono, a mio parere, degni di nota: l'uso del termine inglese *respect* rivolto agli ‘amici stranieri’, probabilmente per esprimere un sentimento di apertura nei loro confronti e di avvicinamento alla loro cultura, e la scelta di chiamare le banconote da 100 Renminbi ‘banconote rosse dello zio mao’, in riferimento al loro colore e all'effigie di Mao posta su di esse.

Il brano è certamente di impatto ed eloquente nella sua aggressività, ma prima di concentrarsi sull'analisi delle liriche e del video credo che sia necessario presentare l'autore del brano: Xie Di è uno dei rapper più conosciuti all'interno della scena musicale cinese, divenuto celebre grazie alla partecipazione a *Sing My Song* (*Zhongguo hao gequ* 中国好歌曲), un noto talent show nazionale, dove si è esibito con un pezzo rap in cui denunciava le insopportabili condizioni lavorative degli operai cinesi, ormai stravolti dal logorio giornaliero causato dal loro lavoro. L'esibizione, ben presto diventata virale, ha consentito alla nuova corrente hip-hop/trap²⁴proveniente dalla provincia del Sichuan (in particolar modo dalla

²⁴ la “trap” è un sottogenere della musica rap nata a metà degli anni '90 nel sud degli Stati Uniti, principalmente nelle città di Atlanta e New Orleans, caratterizzato da testi violenti ed aggressivi che parlano di vita di strada, e da basi musicali dal tono oscuro e fortemente influenzato dall'elettronica. Originariamente il termine “trap” si riferiva alle cosiddette “trap house”, case abbandonate dove veniva prodotta e venduta la droga, la musica dunque doveva riflettere quell'atmosfera di violenza ed illegalità che si respirava in quei luoghi.

capitale Chengdu) di avere finalmente i riflettori addosso, consolidando allo stesso tempo lo status di Xie Di di leader di tale filone musicale.

Xie Di non è dunque nuovo alle controversie e al fatto di trattare argomenti scottanti per la società cinese; in un'intervista al «World Post» risalente al 2015²⁵ ha parlato di cosa stesse ancora trattenendo la Cina dallo sviluppare una vera e propria scena rap, dichiarando:

“Il pubblico cinese non riesce ad accettare alcun tipo di musica che racchiuda in sé un'attitudine individualista. Da sempre la società cinese è di impronta fortemente confuciana, una società opprimente, asfissiante e repressiva, dove l'essere umili è più importante di qualunque altra cosa”.

Xie Di, dunque, vorrebbe presentarsi come una voce pensante, cosciente e critica in una società e in un periodo storico pieno di contraddizioni.

Parliamo ora dell'aspetto lirico della canzone: è molto importante puntualizzare che, quando Xie Di parla di “stranieri” non si riferisce di certo a giapponesi, coreani o asiatici in generale, bensì agli occidentali; che siano provenienti da Europa o America poco importa, la minaccia, secondo il rapper, proviene da Ovest.

²⁵ https://www.huffingtonpost.com/entry/chinese-rappers-hip-hop_us_55ca6009e4b0923c12be783e

Il video si apre con una sorta di disclaimer con il quale Xie Di tenta di fare fin da subito una distinzione fra gli ‘amici stranieri’ e gli ‘stranieri stronzi’; i primi sono in qualche modo meritevoli di rispetto, mentre i secondi decisamente no. Questa distinzione però non traspare nel pezzo, dove Xie Di attacca indiscriminatamente tutti gli stranieri che vedono nella Cina un'opportunità per fare fortuna, dagli insegnanti di inglese, agli amanti del kung fu, fino agli stranieri di alta statura che tentano di riciclarsi come modelli in Cina per sedurre le bellezze locali. Nonostante in un verso della canzone Xie Di ribadisca il fatto di rispettare gli ‘amici stranieri’ (*waiguo de pengyou* 外国的朋友), comunque non fornisce alcun esempio di straniero che in qualche modo possa essere utile alla causa cinese, anzi, li apostrofa tutti come ‘coglioni’ e ‘falliti a casa loro’. Per esprimere la propria superiorità nei confronti dello straniero, Xie Di si autodefinisce ‘paparino’ (*laozi* 老子), mettendo insieme i differenti piani semantici dell'autorità del padre di famiglia e dell'affettività di un “papà” naturale depositario della fiducia del bimbo, e chiede allo straniero di pulirgli la macchina e gli stivali, per dirgli in seguito di volergli sparare (puntualizzandolo con l'effetto sonoro dello sparo di pistola che riecheggia nel pezzo).

Come se ciò non bastasse, il rapper incolpa gli stranieri delle malefatte dei suoi stessi antenati, resi malvagi in seguito al contagio ad opera dei geni trasmessi dagli stranieri alle donne locali; dicendo questo Xie Di cita apertamente l'Alleanza delle Otto Potenze, una coalizione militare fra otto potenze (Gran Bretagna, USA, Germania, Francia, Russia, Giappone, Italia ed Austria) che a partire dal 1900 misero sottosopra le campagne cinesi allo scopo di sopprimere il movimento anti-imperialista *Yihetuan* 义和拳, noto come Boxer. I Boxer erano una società segreta con proprie credenze religiose e magiche, i cui adepti praticavano la boxe in quanto arte che permetteva di uccidere gli stranieri e proteggere il popolo. La provincia in cui nacque la rivolta fu lo Shandong, nella zona nord-orientale della Cina, che subì le mire imperialistiche della Germania e dell'Inghilterra, le quali sottrassero terre ai cinesi per costruirvi fabbriche e ferrovie. In questa regione vi era una massiccia attività di proselitismo cristiano e i missionari

si impossessavano delle terre con la complicità delle autorità locali. Questi ultimi dunque si configurarono come un gruppo privilegiato sempre meno tollerato dai locali. Per questo la violenza dei Boxer si rivolse soprattutto contro le missioni cristiane e cattoliche, dato che negli anni precedenti gli occidentali si erano macchiati di gravi colpe ai danni del popolo cinese, usurpandone le terre e concedendo grandi privilegi alle missioni straniere che penetravano sempre di più all'interno della Cina, indebolendola con il contrabbando dell'oppio²⁶. A causa di ciò, il risentimento per le umiliazioni subite si trasformò in odio verso tutto ciò che era straniero. Xie Di cita tutto questo in maniera esplicita nel pezzo, invitando lo straniero a chiedere informazioni a riguardo ai propri parenti.

Analizzando il video si può notare tutta la rabbia di Xie Di nei confronti della comunità straniera, espressa attraverso il gesto dell'ombrello di fronte alla telecamera mentre è circondato da simboli di potere e ricchezza, quali una serie di guardie del corpo, una muta di pitbull o una serie di macchine sportive. Rabbia culminante nella scena finale in cui il rapper decapita con una mazza un manichino recante la scritta 'straniero stronzo' sul petto.

²⁶ Tratto da Siddi, G.M., *La Cina del Novecento – Storia e cultura del Paese di Mezzo dal secolo scorso sino ai giorni nostri*, 2013. Fonte originale: Bertozzi, D.A., *La Cina da impero a nazione – Dalle guerre dell'oppio alla morte di Sun Yatsen (1840-1925)*, Edizioni Simple, Macerata, 2011

Xie Di è solo l'ultimo di una lunga lista di rapper cinesi che nei loro pezzi hanno scelto di attaccare il mondo esterno alla Cina percepito come ingiusto ed ostile nei confronti degli interessi cinesi; nel 2016 i CD-Rev, gruppo musicale fortemente patriottico, hanno attaccato i media occidentali nel pezzo *This is China*, descritto da uno degli autori come una canzone scritta per rendere fieri i propri compatrioti.²⁷ D'altronde “rappare” della minaccia straniera potrebbe essere una scelta dettata dalla necessità degli artisti cinesi di arginare la potente censura applicata negli ultimi due anni dal governo cinese sui pezzi rap, ritenuti volgari o osceni. Xie Di non dovrebbe comunque rientrare nella suddetta fattispecie.

La traccia e il video hanno dato il “la” ad un lungo strascico di polemiche sulla recente impennata di xenofobia e nazionalismo che sta coinvolgendo la Cina; alcuni degli addetti ai lavori hanno definito la canzone come un indicatore di una nuova ondata di odio e intolleranza nei confronti delle influenze provenienti dall'estero, una manifestazione del risentimento cinese rispetto al privilegio (reale o percepito) della comunità straniera residente in Cina. Altri media internazionali di stampo più progressista come il già citato «World Post» hanno cercato una reazione presso la comunità straniera riscuotendo tuttavia molta indifferenza a riguardo, specialmente fra i più giovani, cresciuti tra la fine degli anni '90 e l'inizio degli anni 2000 ed oramai abituati ad ascoltare musica di stampo violento, aggressivo o comunque controverso, basti pensare ad artisti come Eminem o Marilyn Manson. È facile inoltre immaginare gli stranieri che cinicamente

²⁷ si venne poi a sapere che il suddetto gruppo aveva rubato materiale visivo ad un rapper sudcoreano per la realizzazione del video del pezzo in questione

si divertono a puntualizzare tutte le contraddizioni del pezzo e del video di Xie Di (un genere musicale occidentale, macchine occidentali, vestiti occidentali, il tutto lamentandosi e attaccando gli stranieri), ma tutta questa ipocrisia vista dagli occhi di un cinese potrebbe acquistare molto più senso, di fatti il pubblico a cui il rapper mira è formato da tutti quei giovani provenienti dalla classe medio-borghese cinese ancora non abituati a quel tipo di rap aggressivo che la gioventù americana conosce già da ormai 30 anni. In questo modo, essi potrebbero vedere Xie Di come un qualcosa di assolutamente nuovo e rivoluzionario da condividere sui social media.

Si possono dunque dire molte cose su Xie Di, ma non che non conosca perfettamente gli strumenti della manipolazione mediatica tipici dell'industria musicale come la creazione di un personaggio ben definito o la capacità di far parlare di sé attraverso la controversia, è un eccellente provocatore che ha lavorato alla sua materia per lungo tempo e che ora ne sta raccogliendo i frutti. Solo il tempo ci dirà se Xie Di sarà un artista capace di far parlare di sé solo tramite la controversia o se si rivelerà un vero idolo generazionale.

Bibliografia

De Kloet, J., *China with a Cut: Globalisation, Urban Youth and Popular Music*, Amsterdam University Press, pg. 22, 2010

Kaiman, J., *Beijing spends a billion to get China rocking*, The Guardian, 2012, 25 Dec

Siddi, G.M., *La Cina del Novecento – Storia e cultura del Paese di Mezzo dal secolo scorso sino ai giorni nostri*, 2013

Sitografia

<https://www.npr.org/2013/07/19/202717405/a-secret-folk-music-holds-firm-in-chinas-badlands> <http://factsanddetails.com/china/cat7/sub41/item249.html>

<https://www.techinasia.com/ustr-music-movie-tv-show-piracy-china-2012>

<http://time.com/4649913/china-remaking-global-film-industry/>

<https://www.pcworld.com/article/2010313/google-yanks-free-music-service-in-china.html>

<https://www.shine.cn/archive/feature/art-and-culture/The-music-valley-that-put-Chinas-record-industry-on-a-golden-path/shdaily.shtml>

[https://www.huffingtonpost.com/entry/chinese-rappers-](https://www.huffingtonpost.com/entry/chinese-rappers-hiphop_us_55ca6009e4b0923c12be783e)

[hiphop_us_55ca6009e4b0923c12be783e](https://www.huffingtonpost.com/entry/chinese-rappers-hiphop_us_55ca6009e4b0923c12be783e)

<http://www.globaltimes.cn/content/1061859.shtml>

[https://www.thebeijinger.com/blog/2017/08/11/rapper-xie-di-wants-shoot-](https://www.thebeijinger.com/blog/2017/08/11/rapper-xie-di-wants-shoot-laowaihis-new-song-wack-laowai)

[laowaihis-new-song-wack-laowai](https://www.thebeijinger.com/blog/2017/08/11/rapper-xie-di-wants-shoot-laowaihis-new-song-wack-laowai) [http://shanghaiist.com/2017/08/14/stupid-](http://shanghaiist.com/2017/08/14/stupid-laowai.php)

[laowai.php](http://shanghaiist.com/2017/08/14/stupid-laowai.php)