

***La gioventù è un affare d'oro***  
**La letteratura di consumo cinese**  
**vista da un**  
**lettore di narrativa straniera**

**Paolo Magagnin**  
**Università Ca' Foscari, Venezia**

**POP IN CORSO: cantiere di studi sulla cultura pop cinese**  
**Università Ca' Foscari – 16 dicembre 2009**



# **La pubblicazione dell'opera straniera**

**1. *Piano editoriale*: approvazione da parte del consiglio di gestione**

**2. *Esplorazione*: contatti con editor stranieri, agenti, scout letterari**

**3. *Lettura*: lettori di narrativa straniera**

**4. *Acquisizione*: dalla casa editrice, dall'autore, dall'agente**

**5. *Traduzione e revisione*: accordo preventivo sulla strategia, ricerca del ROI in tempi rapidi**



# La pubblicazione dell'opera straniera

1. *Piano editoriale*: approvazione da parte del consiglio di gestione

2. *Esplorazione*: contatti con editor stranieri, agenti, scout letterari

**3. *Letture*: lettori di narrativa straniera**

4. *Acquisizione*: dalla casa editrice, dall'autore, dall'agente

5. *Traduzione e revisione*: accordo preventivo sulla strategia, ricerca di un ROI in tempi rapidi



## ***Mass culture vs popular culture***

MASS CULTURE = categoria di *produzione*, in riferimento all'origine di tale cultura e al modo in cui viene trasmessa (mass media)

POPULAR CULTURE = categoria di *consumo*, in riferimento a chi la recepisce e se ne appropria

*Popular culture is what happens to the materials of mass culture when they get into the hands of consumers*

(Jenkins 2006: 163)



## ***Mass culture vs popular culture***

**MASS CULTURE = categoria di *produzione*, in riferimento all'origine di tale cultura e al modo in cui viene trasmessa (mass media)**

**POPULAR CULTURE = categoria di *consumo*, in riferimento a chi la recepisce e se ne appropria**

*Popular culture is what happens to the materials of mass culture when they get into the hands of consumers*

(Jenkins 2006: 163)



## ***Mass culture vs popular culture***

**MASS CULTURE = categoria di *produzione*, in riferimento all'origine di tale cultura e al modo in cui viene trasmessa (mass media)**

**POPULAR CULTURE = categoria di *consumo*, in riferimento a chi la recepisce e se ne appropria**

*Popular culture is what happens to the materials of mass culture when they get into the hands of consumers*

(Jenkins 2006: 163)



## *Mass culture vs popular culture*

**MASS CULTURE = categoria di *produzione*, in riferimento all'origine di tale cultura e al modo in cui viene trasmessa (mass media)**

**POPULAR CULTURE = categoria di *consumo*, in riferimento a chi la recepisce e se ne appropria**

*Popular culture is what happens to the materials of mass culture when they get into the hands of consumers*

**(Jenkins 2006: 163)**



# La letteratura popolare e di consumo: due filoni rappresentativi



L' "autoesotismo":  
Tibet e dintorni

La letteratura dei colletti  
bianchi (*bailing* 白領)



## **Il Tibet visto dagli Han**

- **un ambiente naturale maestoso e incontaminato**
- **una spiritualità millenaria che pervade ogni aspetto della vita**
- **simbolo di mistero, avventura, pericolo**
- **ammirazione e repulsione, fascino misto a paura**





# L'esotismo nella letteratura cinese contemporanea: i precedenti (1/2)

- Zhang Chengzhi 张承志 (n. 1948)

*Beifang de he* 北方的河 (1984)

- Zhaxi Dawa 扎西达娃 (n. 1959)

*Xi zai pisheng kou shang de hun*  
系在皮绳扣上的魂 (1985)

*Xizang yinmi de sui yue*  
西藏隐秘的岁月 (1985)



# L'esotismo nella letteratura cinese contemporanea: i precedenti (2/2)

- Ma Jian 马建 (n. 1953)

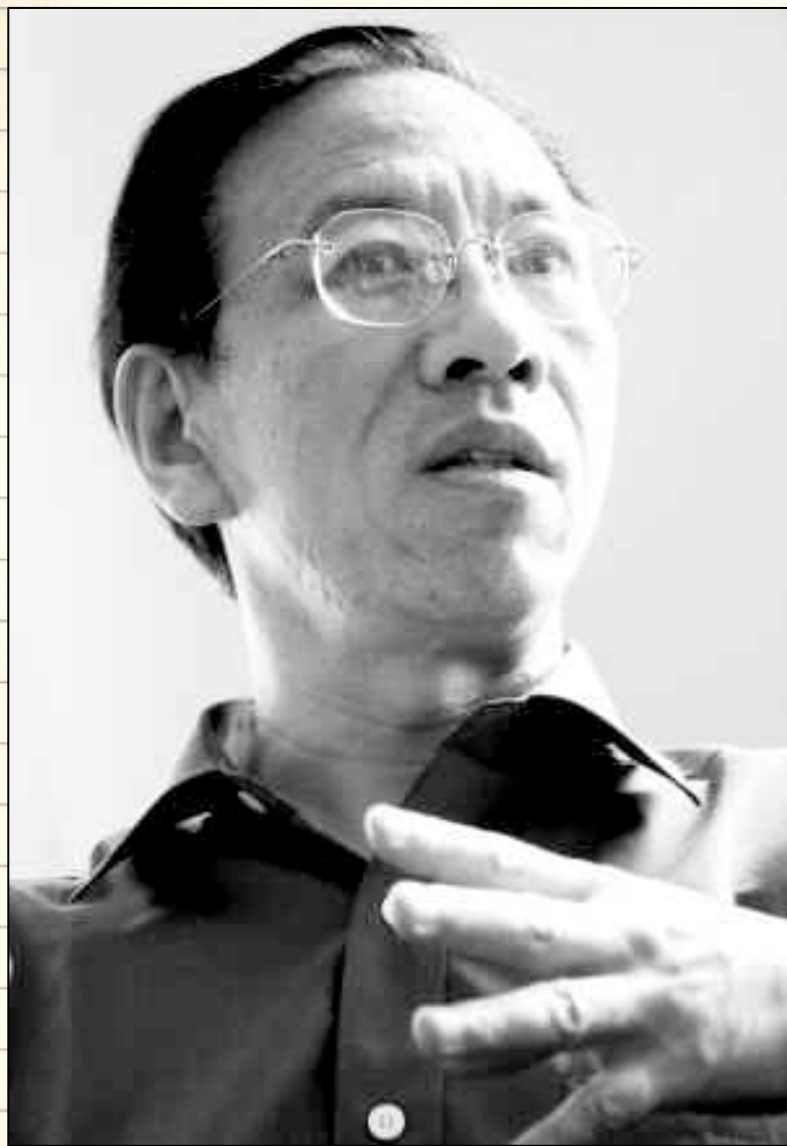
*Liang chu ni de huatai huo kongkong dangdang*  
亮出你的舌苔或空空荡荡 (1987)

*Hongchen* 红尘 (1999)

- A Lai 阿来 (n. 1959)

*Chen'ai luoding*  
尘埃落定 (1998)





**Yang Zhijun**

**杨志军 (n. 1955)**

***Zang'ao* 藏獒**

***(Tibetan Mastiff, 2005)***

***Zang'ao 2* 藏獒 2 (2007)**

***Zang'ao 3 - Jiezhong ban***

**藏獒 3 结终版 (2008)**



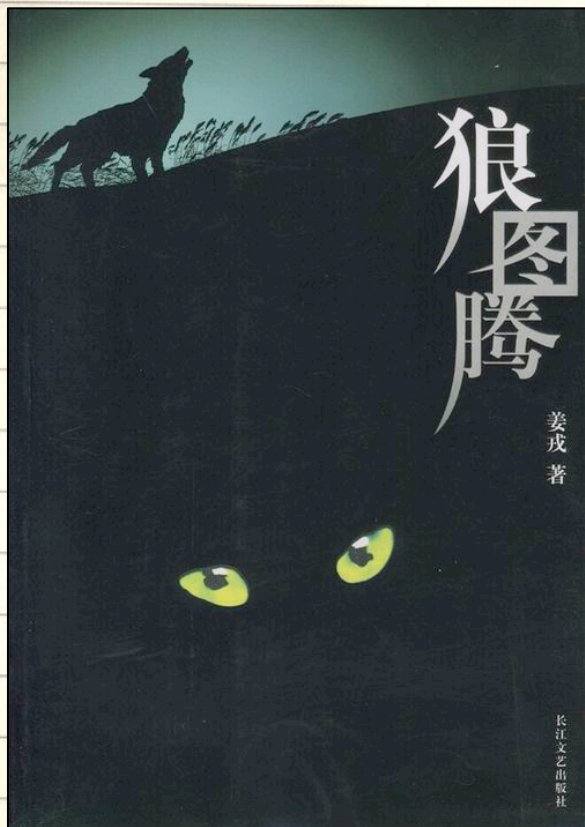
# Zang'ao 藏獒











Jiang Rong 姜戎  
(n. 1946)

*Lang tuteng* 狼图腾  
(*Wolf Totem*, 2004)

A Lai 阿来

*Gesa'er wang* 格萨尔王  
(*King Gesar*, 2009)





**He Ma**

**何马 (n.?)**

***Zangdi mima 1***

**藏地密码 1**

***(The Tibet Code, 2005)***

**[...]**

***Zangdi mima 8***

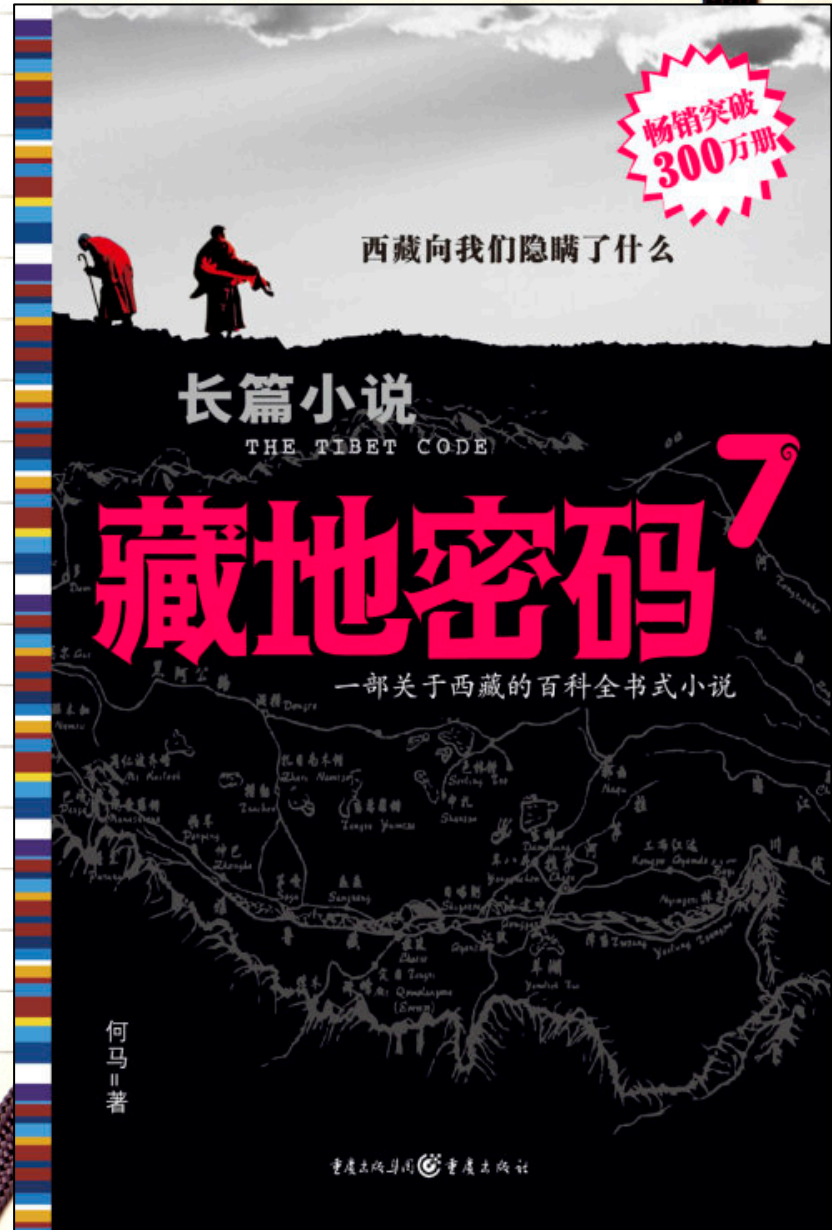
**藏地密码 8 (2009)**





# Zangdi mima

## 藏地密码









比藏獒更加凶狠的动物是什么？

通往圣地香巴拉的秘密通道是否就在布达拉宫的下面？

在西藏的大量历史文献中隐藏着的那座帕巴拉神庙是否真实存在？

为什么丛林中原始部落的祭祀方式与西藏某地的祭祀方式如此神似？

隐藏在美洲密林深处的玛雅遗迹是否与遥远的西藏有着紧密的文化联系？

苏联专家为什么在新中国成立之初组建一支特殊的专家团前后五次深入西藏？

希特勒为什么曾于1938年和1943年两次下令，派他的最佳助手希姆莱亲自组建两只探险队深入西藏？

西藏到底向我们隐瞒了什么？

那是一个西藏已经沦为全世界的旅游胜地却依旧守口如瓶的秘密。





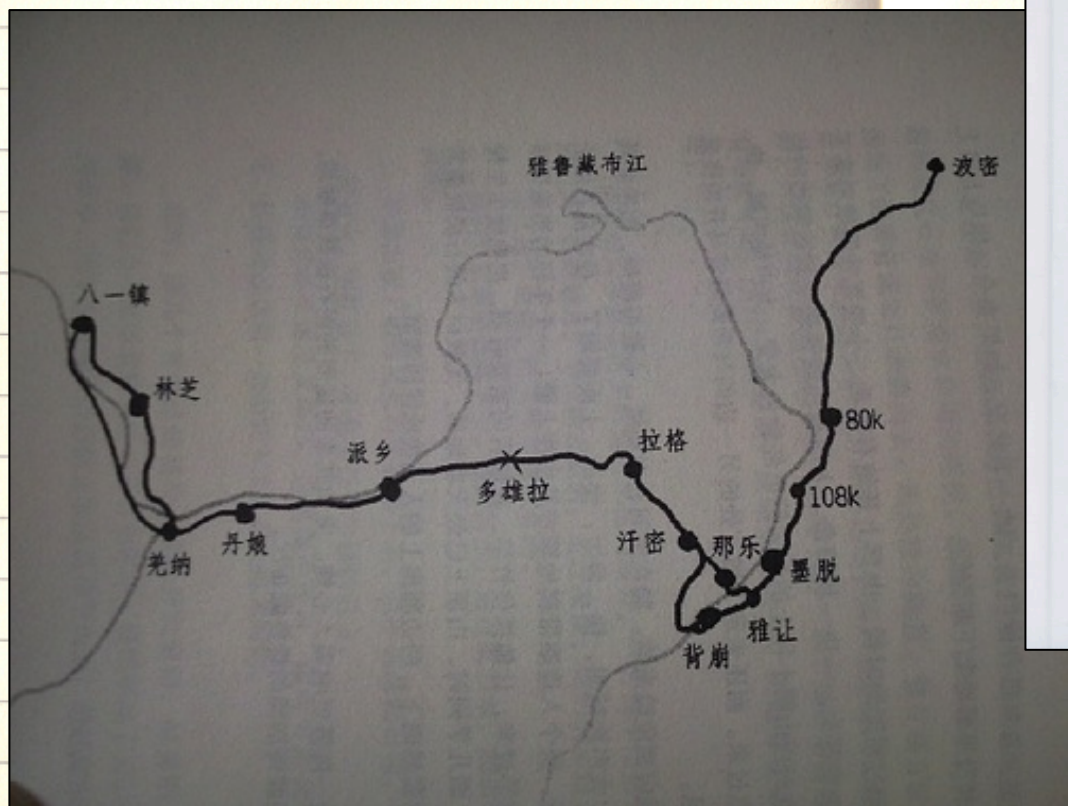
**Anni Baobei**  
**安妮宝贝 (n. 1974)**

*Lianhua* 莲花  
*(Padma, 2006)*



# Lianhua

# 莲花



P a d m a

安妮宝贝

# 莲花

作家出版社











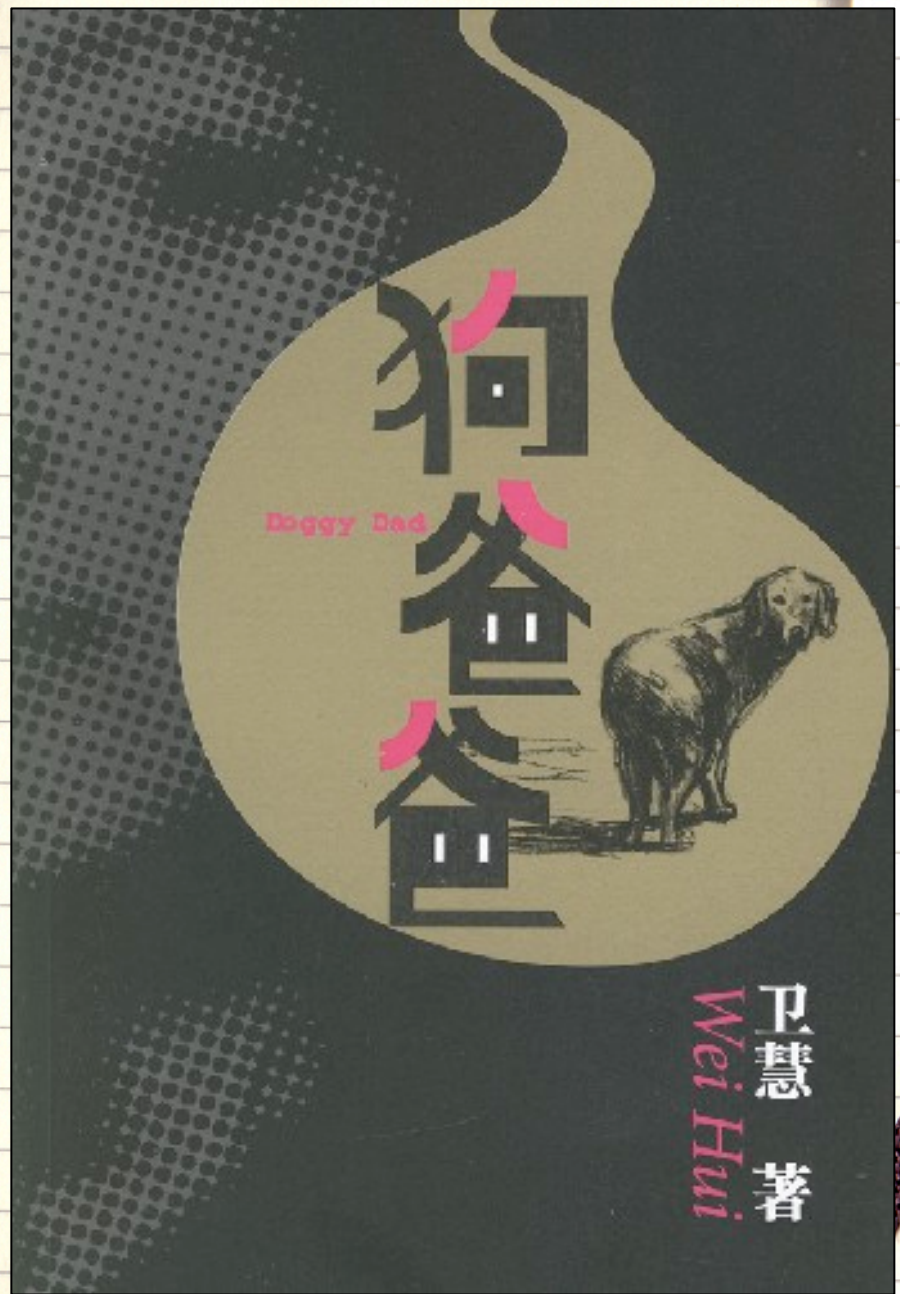
**Zhou Weihui**  
**(Wei Hui)**

**周卫慧 (n. 1973)**

*Gou baba* 狗爸爸  
*(Doggy Dad, 2007)*







*Gou baba*  
狗爸爸



## **Alcuni *topoi* dell'autoesotismo**

- **letteratura di scrittori Han per lettori Han**
- **contrasto tra mondo urbano e natura selvaggia**
- **(ri)scoperta della sfera mistica e spirituale, forte componente mitica e fantastica**
- **“romanzo di formazione”, viaggio e avventura come occasioni per raggiungere la conoscenza di sé**
- **animali come simboli totemici o collegamento con il soprannaturale**



# La letteratura dei bailing







**Li Ke 李可**  
(n.?)

*Du Lala shengzhi ji*  
杜拉拉升职记  
(*A Story of Lala's Promotion,*  
2007)

*Du Lala 2 -*  
*Nianhua si shui*  
杜拉拉2 - 华年似水  
(*Lala 2: Those*  
*Shinning [sic] Days,*  
2009)



*Du Lala shengzhi ji*

杜拉拉升职记

A STORY OF LALA'S PROMOTION 中国白领必读的职场修炼小说

李可·著

# 杜拉拉 升职记



白领丽人世界500强职场心得 揭示外企生存智慧

她的故事比比尔·盖茨的更值得参考! 揭示外企生存智慧

陕西师范大学出版社



# Du Lala 2 Nianhua si shui

## 杜拉拉 2 - 华年似水

HERBIBOOK STORE 60万册

职场白领必读的职场小说 LALA II: THOSE SHINNING DAYS

# 杜拉拉2 华年似水

【杜拉拉升职记】第二部  
Another Bill Gates' Day  
As a manager of a Fortune 500 company,  
she'll tell you more about survival & success.

现实主义的职场小说  
超越职场的似水华年  
——世界500强资深经理揭示外企生存智慧

职场白领「过冬」最佳读本  
在杜拉拉的智慧里找到温暖

《杜拉拉升职记》当当网持续73周雄踞小说类排行榜第1名  
当当网连续73周位列文学书类 - 经管书类 - 励志书类销量第1名 | 豆瓣最受读者关注和好评图书，豆瓣新书榜第1名



大学毕业的第四年，历经民营企业和港台企业的洗礼后，拉拉终于如愿以偿地进了通讯行业的著名美资500强企业DB，任职华南大区销售助理，月薪四千。

这个岗位有点像区域销售团队的管家婆，负责区域销售数据的管理，协助大区经理监控费用，协调销售团队日常行政事务如会议安排等。

工作内容琐碎，又需要良好的独立判断，哪些事情得报告，哪些事情不要去烦大区经理，遇事该和哪个部门的人沟通，都得门儿清。

要干好这个职位，需要一个手脚麻利的勤快人，责任心得强，脑子要清楚，沟通技巧要好——总之呢，要求不算低，待遇不算高。岗位能提供的好处是稳定，所谓稳定，有两层解释：一层是变化不大的意思；另一层，是没出息没前途的意思。



*Du Lala* 杜拉拉:  
il musical (2009) 1/2





*Du Lala* 杜拉拉:  
il musical (2009) 2/2





*Du Lala shengzhi ji* 杜拉拉升职记:  
il film (2010)





**Guo Jingming**

**郭敬明 (n. 1983)**

***Xiao shidai 1.0***

**小时代 1.0 - 折纸时代  
(*Tiny times 1.0*, 2008)**

***Xiao shidai 2.0***

**小时代 2.0 - 虚铜时代  
(*Tiny Times 2.0*, 2009)**





# 鋒

BO 为先锋呐喊

2009.08.24 第39期 总730期

■ 话题

谁拯救了伍德斯托克?

■ 面孔

范晓萱 我们一起来长大

■ 情报

窦唯 组新乐队坚持实验



“文学选秀”备受质疑  
“新概念”从先锋到平庸

郭敬明 青春是门好生意  
Business of Youth Fiction





# BYE-BYE

《最小说》12月号三周年特刊 12月21日上市



¥ 24.00

We'll kiss goodbye and journey on to new loves  
Till we meet again





## **Guo Jingming: le frasi celebri**

*La letteratura non è un prodotto commerciale, e nemmeno gli scrittori lo sono; ma i libri scritti dagli scrittori, i dischi pubblicati dai cantanti, i film girati dagli attori sono identici nella sostanza: sono tutti prodotti, hanno tutti un prezzo fisso.*

*Quello che mi sta a cuore è la capacità delle mie opere di toccare il lettore: non è indispensabile che abbiano un grande valore ideologico, che trattino dei destini della nazione o del popolo, che si propongano di salvare la società o chissà che. Anche il "piccolo" è bello, anche fatti insignificanti vanno bene. È la loro capacità di toccare il lettore che li carica di valore.*

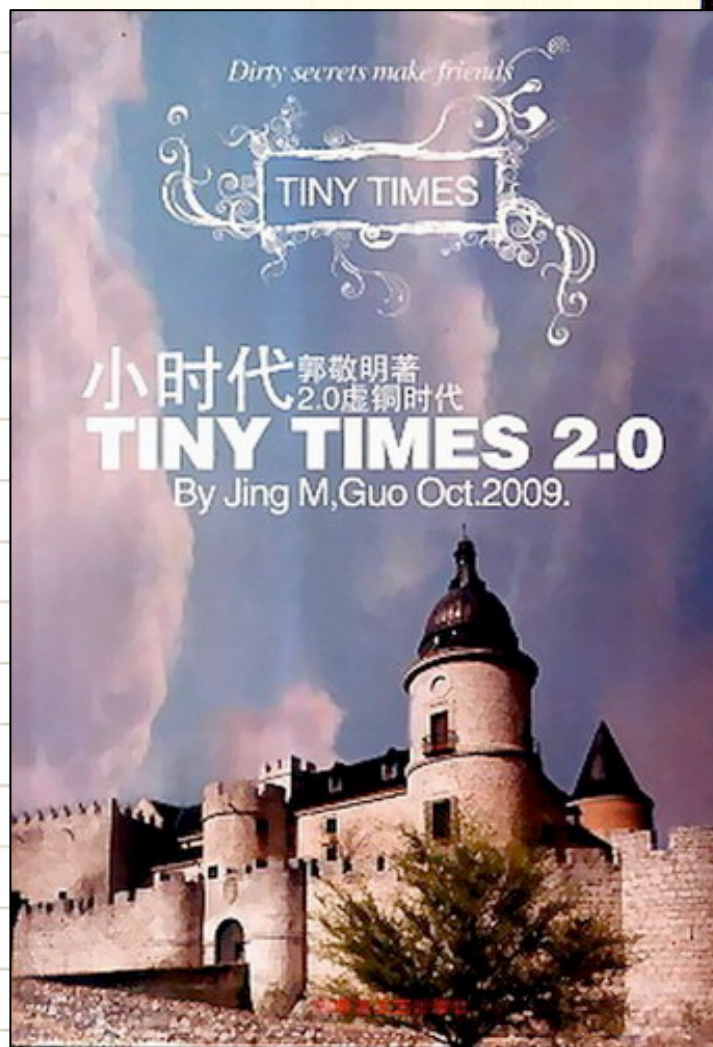


# *Xiao shidai 1.0*

## 小时代 1.0



郭敬明 2008年最新长篇《小时代》第一季《折纸时代》首发限量版封面



# *Xiao shidai 2.0*

## 小时代 2.0



《小时代1.5青木时代》COMIC

# TINY TIMES 1.5

By Jing M, Guo Dec. 2008.

Conceived, Created, and Designed by CAOSTOR

Tiny Times COMIC 1.5 Based on Tiny Times

Supervised by M. Guo, J. Guo, C. Cheng, W. Guo, J. Guo, W. Guo

作者：郭敬明 主编：郭敬明 副主编：郭敬明、王磊、郭敬明

Illy 或 阿伊的母亲



《小时代2.0虚铜时代》强势登陆《最小说》12月两周年纪念特刊。

郭敬明 著  
《小时代2.0虚铜时代》 郭敬明 著  
《小时代2.0虚铜时代》 郭敬明 著  
《小时代2.0虚铜时代》 郭敬明 著  
《小时代2.0虚铜时代》 郭敬明 著

Art by YF Ma. Copyright © 2008







翻开最新一期的《人物与时代》，封面的选题是《上海与香港，谁是未来的经济中心》。

每一天都有无数的人涌入这个飞快旋转的城市--带着他们的梦想；每一天，也有无数的人离开这个生硬冷漠的都会--留下他们的眼泪。

拎着LV的年轻白领从地铁站嘈杂的人群里用力地挤出来，踩着10cm的高跟鞋飞快地冲上台阶，捂着鼻子从衣裳褴褛的乞丐身边翻着白眼跑过去。

写字楼的走廊里，坐着排成长队的面试的人群。

星巴克里无数东方的面孔匆忙地拿起外带的咖啡袋子推开玻璃门扬长而去，一半拿出咖啡匆忙喝掉，一半小心拎着赶往老板的办公室，与之相对的是坐在里面的悠闲的西方面孔，眯着眼睛看着《Shanghai daily》，或者拿着手机大声地笑道“What about your holiday?”



## **Alcuni *topoi* della letteratura *bailing***

- riferimento ossessivo ai simboli della cultura di massa, ma senza che questa diventi cultura popolare**
- ambientazione urbana, attuale, giovane, borghese**
- concezione imprenditoriale della vita**
- passaggio critico tra la vita universitaria e il mondo del lavoro**



# **Pop, massa, consumo**

- eco delle esigenze della classe media cinese: tra ritorno al Realismo e fuga dalla realtà**
- interazione con altre forme espressive: fotografia, cinema, teatro, fumetto, tv, web...**
- tendenza alla serialità**
- attenzione al mercato**





谢谢!