

Strutture, Immaginario, Dati



Il videogame nella competizione
geopolitica e cognitiva

Domenico Rocca



© 2026 Domenico Rocca
Società Italiana di Intelligence
c/o Università della Calabria, Cubo 18 -b, 7° piano,
Via Pietro Bucci – 87036
Arcavacata di Rende (CS) – Italia
<https://www.socint.org>
ISBN: 979-12-80111-79-1



Tutti i contenuti presenti in questo elaborato — inclusi testi, immagini, elementi grafici, copertina e layout — sono di esclusiva proprietà dei rispettivi titolari dei diritti. Il loro utilizzo all'interno della presente pubblicazione avviene senza finalità commerciali; ogni diritto rimane pertanto riservato ai legittimi proprietari.

L'immagine di copertina è frutto di una rielaborazione dell'illustrazione di Rob Dobi per il The Washington Post (5 febbraio, 2020).

Indice dei contenuti

Abstract	4
Note sull'autore	4
Introduzione	5
Metodologia	6
1. Geoeconomia del videogame: concentrazione, dipendenze e nodi critici	7
1.1 Operazioni finanziarie e controllo: M&A, fondi sovrani e nuove architetture del potere	8
1.2 Verso il livello cognitivo	12
2. Dalla struttura all'immaginario.....	13
2.1 L'architettura cinese del videogame. Come Pechino è passata dal ban delle console al regolare piattaforme, contenuti e tempi di gioco.	14
2.1.1 Dal bando delle console alla securitizzazione del gaming.....	15
2.1.2 Capital games e original games: la scena indie come campo di tensione interno	16
2.1.3 Prestige Chinese videogames e nuova identità videoludica	18
2.1.4 Black Myth: Wukong, tra Digital Silk Road e contro-narrazioni interne.....	20
2.1.5 Perché il rapporto tra Cina e videogames è così interessante?	22
2.2 Videogiochi come spazi di contro-rappresentazione culturale: il caso russo	23
2.3 Industrie locali, vincoli strutturali e soft power periferico in Iran.....	25
2.4 Pop culture diplomacy: gli IP bandiera come veicoli di soft power	28
2.4.1 Dal Gross National Cool alla gaming foreign policy. Il Giappone come modello di successo.	29
2.5 Persuasione elettorale in-game: il caso Biden/Fortnite	30
2.5.1 Persuasion spaces in Fortnite. Dentro la campagna Biden–Harris.....	31
2.5.2 Sul terreno cognitivo	32
3. Platformization del videogame e governance della filiera digitale	33
3.1 Dal salotto al cloud: la trasformazione del paradigma tecnico-strutturale	34
3.2 Il livello informativo. Dati ed architetture di profilazione	35
4. Discussione comparativa: convergenze, divergenze e meccanismi	37
Conclusione	38
Schema del framework <i>S-I-D</i> (Strutture - Immaginario - Dati).....	39
Bibliografia.....	41
Sitografia.....	43

Strutture, Immaginario, Dati:

Il videogame nella competizione geopolitica e cognitiva

di Domenico Rocca

Abstract

Il settore dei videogames è divenuto una componente essenziale dell'ecosistema mediatico contemporaneo. Un dominio in cui si intrecciano capitali, narrazioni e dati, con conseguenti ricadute su governance informativa, diplomazia culturale e competizione cognitiva. Nonostante l'espansione degli studi sul settore, il rapporto con analisi geopolitica e studi d'intelligence resta spesso frammentato e relegato ad ambiti specifici. Il paper evidenzia questo limite proponendo la griglia unificata strutture-immaginario-dati, pensata per intercettare segnali sensibili provenienti dall'ecosistema dei videogames, mettere in relazione trasformazioni industriali, narrazioni e logiche di piattaforma. In questa prospettiva, il dominio emerge come un'infrastruttura stratificata dove il potere economico, la produzione simbolica e la governance dei dati si influenzano reciprocamente.

La domanda di fondo è in quali termini il videogioco si configura come arena di competizione strategica e cognitiva nel sistema internazionale, ed attraverso quali meccanismi osservabili per l'analisi geopolitica e gli studi di intelligence. La metodologia di ricerca si basa su un approccio qualitativo ed interpretativo-comparativo, incentrato su casi studio selezionati per coprire profili diversi sul piano politico e strutturale. Le fonti seguono una gerarchia funzionale che combina letteratura accademica, documenti istituzionali, report industriali e fonti digitali pubbliche. Considerando la natura dinamica del settore e la necessità di un monitoraggio continuativo rispetto a letture episodiche, il contributo principale è lo sviluppo del framework (S-I-D) replicabile ed orientato a osservazioni ripetute ed al riconoscimento più sistematico di pattern e dinamiche emergenti.

Parole chiave: videogiochi, geopolitica, intelligence studies, competizione cognitiva, platform governance, geoeconomia digitale, fusioni e acquisizioni, soft power, Nation branding, sovranità digitale, data governance

Note sull'autore

Domenico Rocca è un analista di intelligence. Laureato in Scienze Politiche e Sociali, ha conseguito la Laurea Magistrale in Scienze Internazionali (Chinese and Global Studies) presso l'Università di Torino. Ha frequentato un Master di secondo livello in Geopolitica e Sicurezza Globale presso l'Università la Sapienza di Roma. In parallelo, ha maturato esperienza nel settore dell'intelligence privata, affinando gli strumenti di analisi utili a interpretare la complessità dei fenomeni contemporanei. Ha integrato questo percorso con certificazioni e corsi in OSINT e SOCMINT, metodologia dell'intelligence e cybersecurity. I suoi principali interessi includono la geopolitica, lo studio delle sottoculture urbane e dei fenomeni di criminalità organizzata. Oggi sta sviluppando una linea di ricerca all'intersezione tra intelligence, industria dei videogiochi e geopolitica.

Introduzione

L'industria del videogioco si è gradualmente trasformata in uno spazio in cui interessi industriali, politiche pubbliche e pratiche cognitive si sovrappongono, generando effetti su sicurezza, governance informativa e competizione internazionale tra attori statali o privati. Questa espansione, insieme alla crescente connessione con infrastrutture digitali, ha contribuito a generare nuove forme di dipendenza, delineando la presenza di asimmetrie geopolitiche nella catena del valore. Allo stesso tempo, con l'intensificarsi di operazioni di fusione/acquisizione e la formazione di conglomerati media-tech, la competizione ha iniziato a riguardare anche i canali distributivi, il controllo di ambienti narrativi e la disponibilità dei dati generati da miliardi di utenti.

Oggi, ognuna di queste dinamiche viene spesso osservata separatamente. Non è presente una linea di ricerca specifica sul rapporto tra videogames, geopolitica ed intelligence studies, ma solo una serie di analisi sviluppate in rami distinti come: soft power e diplomazia culturale, rappresentazioni della guerra, rischi informativi e governance delle piattaforme. Nasce da qui l'idea di proporre una sintesi tra queste aree di studio, trattando il videogame con un dominio multi-dimensionale e come arena di competizione cognitiva e strategica.

L'analisi viene articolata attraverso il framework *S-I-D, strutture-immaginario-dati*. Con strutture si intendono le architetture istituzionali, economiche e regolatorie che organizzano il settore, e che comprendono le politiche pubbliche, gli incentivi, il controllo dei contenuti, gli assetti industriali e le dipendenze da filiera. Immaginario, riguarda l'uso simbolico di IP (intellectual property), narrazioni e rappresentazioni storico-identitarie, utilizzati come risorse di soft power, di nation branding e, in alcuni casi, come spazi di persuasione e competizione cognitiva. Con dati, vengono osservati gli spazi in cui si configurano piattaforme e regimi informativi che organizzano accesso, identità digitali, visibilità e moderazione, evidenziando come la diffusione di contenuti e la visibilità delle narrazioni dipendano da regole di piattaforma ed intermediari digitali.

La domanda che fa da guida è: *in quali termini oggi il videogioco si configura come arena di competizione cognitiva e strategica nel sistema internazionale, ed attraverso quali meccanismi osservabili utili all'analisi geopolitica e agli studi di intelligence?* Il contributo si sviluppa seguendo la logica del framework *S-I-D*. Nel primo capitolo è approfondita la dimensione geoeconomica e industriale che definisce il settore, il secondo tratta la sfera cognitivo-narrativa mediante alcuni casi studio particolarmente

significativi, il terzo riprende gli studi sulla platformization applicandoli al settore dei videogames e discutendo dell'importanza che riveste il controllo di infrastrutture e dati, il quarto propone una lettura comparativa, prima della conclusione su contributi, limiti e agenda di ricerca.

Metodologia

Lo studio adotta una metodologia di ricerca qualitativa e interpretativa-comparativa, dove i casi studio nazionali (Cina, Iran, Russia, Arabia Saudita, Giappone, Stati Uniti), sono stati selezionati in base alla loro unicità. Così facendo, i contesti politico-istituzionali differenti, inclusi sistemi liberali e non liberali, o attori con diverso peso nel panorama internazionale, permettono di costruire una lettura integrata del dominio videoludico. Inoltre, per evidenziare configurazioni ricorrenti o specificità di contesto, sono approfondite le diverse modalità di politicizzazione del videogame, analizzato di volta in volta come segmento industriale strategico, infrastruttura digitale, elemento narrativo o veicolo di soft power.

La comparazione è sostenuta dal framework *S-I-D*, che può essere letto come strumento di raccordo. In questa prima versione *S-I-D* si comporta da griglia argomentativa e comparativa, piuttosto che da protocollo di misurazione. Quindi, le categorie sono dei contenitori concettuali utili a classificare ed ordinare ciò che emerge dai casi, a strutturare la comparazione, a mettere in ordine le evidenze che ci aiutano a delineare il ragionamento. Lo schema del framework è riportato nelle pagine conclusive.

Il criterio che organizza le fonti si basa su una gerarchia funzionale dove i documenti istituzionali e letteratura accademica sostengono le categorie interpretative e le ricostruzioni di policy. I report industriali supportano i dati di mercato, le configurazioni di filiera e gli investimenti. La stampa specializzata è utilizzata per tracciare eventi o dibattiti privilegiando, nei passaggi più sensibili, fonti primarie o conferme multiple. Infine, il materiale proveniente da community è utilizzato in maniera contestuale ed in forma aggregata, mai come base unica.

1. Geoeconomia del videogame: concentrazione, dipendenze e nodi critici

Global revenue by region
2025F

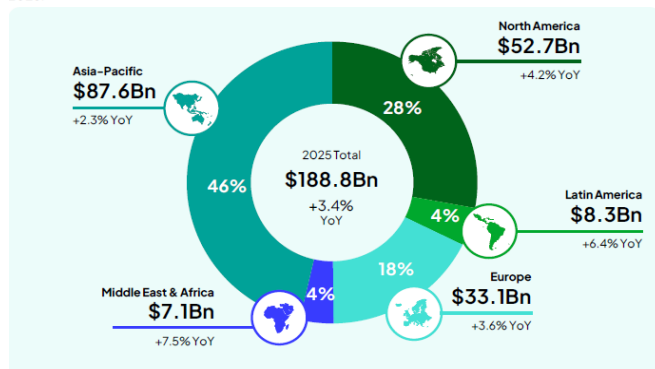


Figura 1: Andamento stimato del mercato globale dei videogiochi e principali direttrici di crescita per piattaforma e regione. Fonte: Newzoo, Global Games Market Report 2025

Il settore dei videogames da circa un decennio è movimentato da una progressiva diffusione a livello globale, che ha generato un aumento di utenti e dei ricavi. Il principale provider di market intelligence europeo sul gaming, Newzoo, ci offre una delle più recenti stime sul mercato dei videogiochi a livello globale, evidenziando come il settore abbia raggiunto circa 189 miliardi di dollari nel 2025, per poi salire

a circa 196 miliardi nel 2026, superare la soglia dei 200 miliardi già nel 2027 e attestarsi intorno ai 206 miliardi nel 2028¹. Trasformando questi dati in indicatori geografici emerge come quasi la metà dei videogiocatori risieda nei paesi dell'Asia-Pacifico, seguiti da Nord-America ed Europa.

I numeri di America Latina e Mena delineano quote ancora ridotte, sebbene una tendenza di crescita superiore alla media. In Europa, nonostante il settore si confermi su numeri importanti, dipende ancora fortemente da attori extra-UE lungo la catena del valore (motori grafici, piattaforme console, app store, publisher globali), così come accade per altri settori ad alto impatto tech. L'UE si configura soprattutto come polo normativo attraverso lo sviluppo di un apparato regolatorio che va dall'antitrust, alla tutela dei dati, sino al rafforzamento di misure di cybersecurity², con l'obiettivo di imporre standard e limiti ai grandi attori globali del settore³.

A collocarsi al di sopra di tutti è il continente asiatico, che gioca letteralmente un'altra partita. Rappresentando numericamente ed economicamente la massa critica di utenti, è diventata l'area di maggiore interesse per lo sviluppo di progetti e per la diffusione di nuove strategie di marketing. Agli Stati Uniti non resta che presidiare le principali piattaforme, le proprietà intellettuali (IP) ed i grandi gruppi editoriali. Parliamo, tuttavia, di scenari in continuo mutamento, dove alcuni Paesi del Golfo

¹ Newzoo, Newzoo's Global Games Market Report 2025 (free version), accessed Dec. 10, 2025. [Online]. [link](#)

² European Parliament and the Council of the European Union, "Regulation (EU) 2024/2847 (Cyber Resilience Act)," Official Journal of the European Union, 2024, accessed Feb. 15, 2026 [Online]. [link](#)

³ European Parliament and the Council of the European Union, "Directive (EU) 2022/2555 (NIS 2)," Official Journal of the European Union, L 333, pp. 80–152, 2022, accessed Feb. 15, 2026 [Online]. [link](#)

attraverso importanti investimenti, stanno cercando di ritagliarsi un ruolo come hub emergenti del gaming globale.

1.1 Operazioni finanziarie e controllo: M&A, fondi sovrani e nuove architetture del potere

Osservati all'interno della competizione per la supremazia su infrastrutture, dati e capacità di influenza, le grandi operazioni di acquisizione e fusione nel settore dei videogames rivestono una precisa dimensione strategica. Conglomerati come Tencent e Activision Blizzard, a primo impatto, appaiono come due semplici realtà impegnate nella produzione e nello sviluppo di videogiochi. Analizzandoli meglio, emergono come grandi gruppi media tech con integrazioni lungo più livelli della filiera, combinando sviluppo e publishing, gestione delle piattaforme digitali e controllo proprietario su IP globali e basi utenti che toccano le centinaia di milioni. Si collocano al crocevia tra infrastruttura tecnica, contenuti culturali e dati comportamentali, ricomponendo in questo modo il framework *S-I-D*: strutture-immaginario-dati.

L'acquisizione di quote di controllo, gli investimenti, gli accessi ad infrastrutture chiave non rappresentano degli eventi di carattere prettamente finanziario. Quando ricadono nella sfera d'influenza di attori statali o, come vedremo in seguito, di un fondo sovrano, rientrano a pieno nell'arena politica internazionale. Non per via del fatto che operazioni di questo genere implicino automaticamente spazi di propaganda, ma per la possibilità di incidere in modo strutturale su governance dei dati, controllo dei canali distributivi e sulla capacità di orientare (anche indirettamente) gli aspetti narrativi. Il punto è comprendere secondo quali termini è possibile generare nodi strategici e leve coercitive anche nell'economia videoludica, paragonabili a quelli discussi nella letteratura sui chokepoint e sulle interdipendenze weaponized⁴. La questione risulta più chiara se analizzata mediante alcuni eventi chiave per l'intero settore. A partire dall'acquisizione di Activision Blizzard da parte di Microsoft, completata il 13 ottobre 2023 dopo il via libera definitivo della CMA britannica, che ha consegnato nelle mani di un unico attore titoli di enorme rilievo, integrandoli in un ecosistema di cui fanno parte PC, console e servizi di abbonamento. Parliamo dei popolarissimi Call of Duty, World of Warcraft e Candy Crush⁵.

⁴ H. Farrell and A. Newman, "Weaponized interdependence: How global economic networks shape state coercion," *International Security*, vol. 44, no. 1, pp. 42–79, 2019. doi:10.1162/isec_a_00351.

⁵ European Commission. (2023, May 15). Mergers: Commission clears acquisition of Activision Blizzard by Microsoft subject to conditions (Press release IP/23/2705). European Commission, Press Corner. [link](#)

Altro caso interessante riguarda la cinese Tencent possiede la totalità di Riot Games dal 2015⁶ controlla Supercell dal 2016 attraverso il consorzio lussemburghese Halti S.A., che detiene circa l'81,4 per cento dello sviluppatore finlandese⁷, oltre a quote strategiche di lunga data in studi occidentali come Epic Games (circa il 40 per cento dal 2012)⁸ ed Ubisoft. Proprio su quest'ultimo dossier, nel novembre 2025 Tencent ha perfezionato un investimento da 1,16 miliardi di euro in Vantage Studios, la sussidiaria Ubisoft che governa i franchise Assassin's Creed, Far Cry e Rainbow Six, ottenendo un 26,32 per cento economico dell'entità⁹. Questa serie di mosse ha reso evidente come, nel giro di pochi anni, il polo statunitense e quello cinese fossero preminenti all'interno del mercato globale. Entrambi dotati della capacità di condizionare standard tecnologici, accesso agli store e sviluppo di IP globali, ma ancora fin troppo interdipendenti per potersi imporre una barriera commerciale netta, come dimostra la recente apertura tra Unity ed Epic Games¹⁰. Questo ponte tra due toolchain è sicuramente orientato al de-risking, ma può anche essere letto come un modo per non lasciare spazio di manovra nel lungo termine a nuovi attori emergenti.

Tra questi, il principale è senza dubbio il celebre fondo sovrano saudita, Public Investment Fund (*PIF*), che ha creato la società Savvy Games Group¹¹ come veicolo per la costruzione un polo nazionale del gaming ed e-sport. La strategia saudita è il caso più emblematico per analizzare l'utilizzo del settore videoludico come strumento di politica economica e di posizionamento geopolitico, oltre ad essere perfetto per mostrare il funzionamento del framework *S-I-D*.

Nel breve periodo l'attivismo di PIF può essere letto come un tentativo di costruzione di visibilità, di aumentare la massa critica attraverso acquisizioni ed aggregazioni. Una strategia da manuale di industrial soft power. Nel lungo periodo, questa traiettoria può essere dirottata sull'accesso ai mercati, sulla capacità di incedere profondamente su standard e canali, e quindi può diramarsi verso una dimensione di industrial hard power. Da qui l'ipotesi che si possa prospettare un gioco a tre nell'ecosistema del gaming globale. In sostanza, la logica immediata è di espansione del perimetro, ma la

⁶ Tencent Holdings Ltd., "2024 Annual Report," Mar. 19, 2025. [Online]. Available: [Link](#)

⁷ SoftBank Group Corp., "Tencent to Acquire Majority Stake in Supercell from SoftBank," Jun. 21, 2016. [Online]. [link](#)

⁸ Tencent Holdings Ltd., "2024 Annual Report.

⁹ Ubisoft entertainment, Ubisoft announces the completion of tencent's strategic investment in vantage studios, nov 21, 2025. [online]. Available [link](#)

¹⁰ Epic Games. (2025, November 19). Unity and Epic Games together advance the open, interoperable future for video gaming. Epic Games. [link](#)

¹¹ Public Investment Fund (PIF). (2022, January 25). PIF launches Savvy Gaming Group (Press release). [link](#)

vera posta in gioco è spostare il baricentro dal possesso di IP alla gestione di snodi ed elementi determinanti sul piano tecnologico.¹²

Oggi l'azione di Savvy Games si sviluppa lungo tre direttrici:

1. Le acquisizioni nel settore. Nel 2022 Savvy ha rilevato due operatori di riferimento come ESL (2000) e FACEIT (2012), per un valore complessivo di circa 1,5 miliardi di dollari, creando ESL FACEIT Group con l'obiettivo di consolidare la propria presenza nell'esport¹³. Uno spazio che non include solo tornei, ma grandi eventi, circuiti competitivi, piattaforme e sistemi di ranking, oltre a relazioni con publisher, sponsor ed istituzioni sportive internazionali.¹⁴
2. Ingresso nella sfera del mobile mediante l'acquisizione della statunitense Scopely¹⁵ per circa 4.9 miliardi di dollari. Il movimento è doppiamente significativo poiché garantisce un accesso diretto ad una grande base utenti, capacità di data driven e portafoglio monetizzabile, ma soprattutto fornisce a Savvy un asset replicabile su future IP e acquisizioni. La conferma di questa logica arriva nel maggio 2025, quando Scopely chiude per 3,5 miliardi di dollari l'acquisizione della divisione gaming di Niantic, che comprende Pokémon GO, Pikmin Bloom, Monster Hunter Now e le relative community app Campfire e Wayfarer.¹⁶ L'operazione porta nel perimetro Savvy uno dei più importanti dataset geolocalizzati di massa a livello globale, con oltre 100 milioni di giocatori attivi su base annua sul solo Pokémon GO, rendendo ancora più esplicito il nesso fra strategia del fondo sovrano e governance del dato comportamentale.
3. Tentativi di investimento in popolari publisher occidentali. Nel settembre 2025 il gigante americano del gaming Electronic Arts (EA) ha annunciato la firma di un accordo che prevede il suo acquisto da parte un consorzio composto da PIF, Silver Lake e Affinity Partners, per una somma di circa 55 miliardi di dollari¹⁷. Nello schema del deal PIF non parte da zero, ma procede al rollover della propria quota preesistente del 9,9 per cento in EA, accumulata negli anni precedenti, e una volta completata l'operazione dovrebbe emergere con un controllo effettivo intorno al 93 per cento. L'operazione ha immediatamente suscitato un

¹² Public Investment Fund. (2025, January 30). How PIF is supercharging the new golden age of gaming. PIF News Network. [link](#)

¹³ PIF launches Savvy Gaming Group.

¹⁴ Axios, "New Saudi gaming company is well-funded and controversial," Mar. 24, 2022. [link](#)

¹⁵ Public Investment Fund. (2023, July 12). Savvy Games Group completes acquisition of Scopely for \$4.9 Billion. Newswire, Public Investment Fund (PIF). [link](#)

¹⁶ Scopely, "Scopely to Acquire Niantic Games Business, Which Includes 'Pokémon GO,' One of the Most Successful Mobile Games of All Time," March 12, 2025 [link](#)

¹⁷ Electronic Arts Inc. (2025, September 29). EA announces agreement to be acquired by PIF, Silver Lake, and Affinity Partners for \$55 billion. EA Newsroom, Press Releases. [link](#)

certo interesse tra gli ambienti politici statunitensi. Il 14 ottobre 2025 i senatori Elizabeth Warren e Richard Blumenthal, con due lettere parallele indirizzate al CEO di EA Andrew Wilson e al Segretario al Tesoro Scott Bessent in qualità di chair del Committee on Foreign Investment in the United States (CFIUS)¹⁸, hanno chiesto chiarimenti su struttura dell'operazione, sulla governance prevista e sulle misure di tutela su dati e sicurezza, richiamando esplicitamente la possibilità di un vaglio da parte del Committee on Foreign Investment in the United States¹⁹. Nei mesi successivi il dossier è avanzato rapidamente: il 22 dicembre 2025 l'assemblea degli azionisti di EA ha approvato la fusione con circa il 99 per cento dei voti favorevoli.²⁰ Il 9 febbraio 2026 è spirato il waiting period dell'HSR Act sul versante antitrust statunitense²¹. A inizio marzo 2026 sono arrivate le clearance di Regno Unito e Cina²²; la revisione CFIUS si è conclusa senza produrre blocchi, pur con lettere bipartisan sui rischi di influenza straniera²³. Al momento della pubblicazione di questo paper, il delisting di EA è atteso entro giugno 2026. La vicenda rappresenta una conferma operativa del meccanismo descritto dal framework: il CFIUS esiste come strumento ma la sua intensità politica varia in funzione degli equilibri di amministrazione. La questione riguarda due elementi chiave. Il primo è il valore simbolico rivestito dai titoli di EA nella cultura pop globale. Si tratta del controllo su IP dall'enorme contenuto simbolico in ambito sia sportivo che militare. Parliamo di titoli con una diffusa popolarità nel mercato occidentale, destinato ad un target trasversale di videogiocatori. Titoli come FIFA, NBA Live, Madden, UFC, NHL, oltre ai franchise di shooter militari come Battlefield, sono considerati asset rilevanti in termini di immaginario collettivo, soft power di potenziale influenza sull'ecosistema informativo globale. Famosi titoli come FIFA, NBA Live, Madden, UFC, NHL, oltre ai franchise di shooter militari come Battlefield, sono considerati asset rilevanti in termini di immaginario collettivo, soft power di potenziale influenza sull'ecosistema informativo globale²⁴. Il secondo è l'accesso strutturale

¹⁸ R. Blumenthal and E. Warren, "Letter to Andrew Wilson, Chief Executive Officer of Electronic Arts, Inc.," United States Senate, Committee on Homeland Security and Governmental Affairs, Oct. 14, 2025. [link](#)

¹⁹ R. Blumenthal and E. Warren, "Blumenthal & Warren sound alarm on acquisition of American video game producer by Saudi Arabia's sovereign wealth fund & Jared Kushner's investment firm," Press release, Oct. 14, 2025. [link](#)

²⁰ Electronic Arts Inc., *Definitive Proxy Statement (DEFM14A)*, U.S. Securities and Exchange Commission, filed November 2025, accessed April 22, 2026, [link](#)

²¹ Electronic Arts Inc., *Form 8-K: HSR Waiting Period Expiration*, U.S. Securities and Exchange Commission, February 9, 2026, cit. in "HSR Act Waiting Period Expires for Electronic Arts Merger," *Investing.com*, February 10, 2026, [link](#)

²² Electronic Arts Merger Clears Antitrust Hurdle," *StockTitan*, March 2026 (basato su filing UK CMA e SAMR Cina). [link](#)

²³ U.S. Department of the Treasury, *CFIUS Review Notices*, 2026 (no blocks issued; bipartisan letters ref. Senate Foreign Relations Committee). [link](#)

²⁴ Game World Observer, "Threat to National Security: U.S. senators concerned that a Saudi fund is among

ai dati comportamentali di centinaia di milioni di utenti, con le ricadute già discusse nel capitolo 3 sul livello informativo.

L'insieme di questi casi delinea una serie di indicatori preliminari, che dicono molto sulla crescente importanza che il settore dei videogames riveste per attori privati o statali: un asset strategico multilivello, un elemento nel processo di diversificazione post-petroliera, uno strumento di soft power mediante IP ed eventi mediatici, ed un veicolo per l'accesso ad infrastrutture e dati. A completare il quadro dell'attivismo saudita, il 20 marzo 2026 Savvy ha annunciato l'acquisizione di Moonton Technology, sviluppatrice del MOBA mobile Mobile Legends: Bang Bang, da ByteDance per circa 6 miliardi di dollari, consolidando la propria presenza nel sudest asiatico e nell'esport mobile.²⁵

1.2 Verso il livello cognitivo

Come sottolineato, il videogioco è divenuto un'infrastruttura pienamente integrata nelle catene del valore globali. Uno spazio movimentato da strategie commerciali e geopolitiche. L'acquisizione di Activision Blizzard da parte di Microsoft, la serie operazioni di Tencent, la crescita del PIF-Savvy Group nel settore, non rappresentano semplici mosse di portafoglio, ma tentativi di presidiare nodi critici dell'ecosistema, motori grafici, app store, circuiti e-sport, cataloghi di titoli in grado di attrarre centinaia di milioni di utenti, spostando anche sull'industria del videogioco la competizione per il controllo di infrastrutture e informazioni.

La strategia non è solo finanziaria, ma è soprattutto legata alla possibilità di plasmare mondi narrativi che mettono in scena guerre, sport, identità nazionali e futuri possibili. La questione EA ne è forse l'esempio più lampante. Un enorme publisher non vende solo una linea di ricavi, ma anche la capacità di incidere sul modellamento dell'immaginario globale della competizione sportiva o del conflitto armato. È qui che il videogioco smette di essere un semplice mercato per diventare uno spazio di formazione della coscienza collettiva, inserendosi in un'area di forte interesse cognitivo in ambito di sicurezza nazionale²⁶.

Il capitolo seguente approfondisce l'aspetto dell'immaginario, il livello cognitivo-narrativo, approfondendo in che modo attori statali o industrie creative considerano il

EA's buyers," Oct. 16, 2025. [link](#)

²⁵ Caixin Global, "ByteDance to sell game studio Moonton to Saudi wealth fund," Mar. 20, 2026; Bloomberg, "Savvy to buy ByteDance studio Moonton for \$6 billion," Mar. 20, 2026. La chiusura è attesa nei mesi successivi all'annuncio, subordinata ai consueti consensi regolatori. [link](#)

²⁶ NATO Allied Command Transformation, CogWar Newsletter (Nov. 2025), 2025. [link](#)

videogioco come strumento di soft power e diplomazia pubblica, come luogo in cui identità nazionali, memorie storiche e campagne politiche posso essere costruite, negoziate o contestate.

2. Dalla struttura all'immaginario

Nel framework S-I-D, il livello cognitivo-narrativo riguarda il modo in cui i videogiochi contribuiscono a definire immaginari, identità e percezioni politiche. In tal senso, i videogiochi sono sempre di più dei dispositivi culturali interattivi che mettono in scena guerre, nazioni, valori e futuri possibili, con un peso paragonabile a quello che il cinema o la musica hanno avuto nel secolo scorso in termini di influenza figurativa e percettiva. Così, la letteratura su soft power e sulle relazioni internazionali ha iniziato solo nell'ultimo periodo a soffermarsi sul valore che alcuni elementi videoludici rivestono sul piano cognitivo e politico. Il capitolo prova a delineare uno spazio di azione entro cui è possibile coprire quest'area, attraverso attività di monitoraggio, ricerca ed analisi. Il processo comprende più fasi di lavoro. Si parte dal constatare la capacità del videogioco di modellare narrazioni collettive; identificare forme di influenza cognitiva veicolate tramite interazione e immersione, non solo tramite messaggi espliciti; trattare la cultura videoludica come ambiente operativo e non solo come intrattenimento.

Utilizzando la letteratura recente come base teorica, i più rilevanti studi sul tema convergono su alcuni punti chiave:

- 1- Il funzionamento dei videogiochi come ambienti di rappresentazione culturale²⁷, in grado di influenzare la percezione di società e tradizioni "altre"²⁸. La cosiddetta "cultural game experience", dove elementi visivi, narrativi e di gameplay (ambientazioni, paesaggi, costumi, mitologie) sviluppano una sorta di training cognitivo nel videogiocatore, che viene introdotto così all'interno di mondi culturali specifici. Benché da un lato questo implichi la possibilità di aprire spazi di scambio culturale positivo, riducendo la distanza tra culture diverse, dall'altro rischia di consolidare mappe mentali distorte o stereotipizzare messaggi, come rappresentazioni del nemico (ad es. la figura ricorrente del terrorista mediorientale nei franchise occidentali), contro le quali alcuni Stati

²⁷ G. Groot, "Cool Japan versus the China threat: Does Japan's popular culture success mean more soft power?" in *Japanese Language and Soft Power in Asia*, K. Hashimoto, Ed. Palgrave Macmillan, 2018, pp. 15–41. doi:10.1007/978-981-10-5086-2_2.

²⁸ Y. Gusanti, "Local and global cultural interaction: Representation in Asian video games as a medium of cultural communication," *Asian Journal of Media and Culture*, vol. 1, no. 2, pp. 93–112, 2025. doi:10.63919/ajmc.v1i2.23.

cercano di reagire con propri prodotti patriottici o con la censura. Anche sulla base di ciò, sono stati trattati nel paper gli esempi di Russia e Iran.

- 2- Molti attori statali hanno esplicitamente integrato i videogiochi all'interno delle proprie strategie di soft power²⁹, diplomazia pubblica e politica estera³⁰. Per le stesse ragioni di cui parlavamo nel punto 1, veicolare immagini nazionali desiderabili, sedimentare narrazioni storiche favorevoli, proporre un'immagine positiva ed amichevole o negativa³¹ nel contesto internazionale.
- 3- I mondi di gioco non sono solo spazi di narrativi e contro-narrativi, ma anche veri e propri ambienti di persuasione politica, come dimostra l'esperimento elettorale Biden-Harris.³²

Certamente, ognuno di questi elementi meriterebbe un ulteriore approfondimento. Questo capitolo si limita a presentare gli elementi di maggiore rilievo, funzionali a delineare un primo quadro d'insieme.

2.1 L'architettura cinese del videogame. Come Pechino è passata dal ban delle console al regolare piattaforme, contenuti e tempi di gioco.

Nel quadro analitico del paper, il caso cinese rappresenta uno dei laboratori più nitidi dell'intreccio fra dimensione strutturale (regolazione, politiche industriali, assetti proprietari) e dimensione cognitivo-narrativa (soft power, moral panic, contro-narrazioni sociali). Per la Repubblica Popolare Cinese, già dai primi Duemila, il settore videoludico rappresentava un terreno ambivalente. Un elemento di governance strategica, una leva per la crescita industriale ma, allo stesso tempo, una minaccia per la coesione del tessuto sociale giovanile. Più recentemente il videogioco è diventato uno dei principali veicoli di soft power digitale³³, inserito nel più ampio contesto della Digital Silk Road.

²⁹ I. Donald, N. Webber, and E. Wright, "Video games, historical representation and soft power," *Journal of Gaming and Virtual Worlds*, vol. 15, no. 2, pp. 105–127, 2023. doi:10.1386/jgvw_00075_1.

³⁰ P. R. Bahurekso, S. R. Ningrum, and D. E. Munajat, "Video games as foreign policy tools: A comparison between Japan and Poland," *Journal of Law, Politic and Humanities*, vol. 5, no. 4, pp. 2489–2501, 2025. doi:10.38035/jlph.v5i4.1540.

³¹ M. I. Strokova, "Video games as an instrument of mass consciousness formation," *Analysis and Forecasting. IMEMO Journal*, no. 4, pp. 43–56, 2024. doi:10.20542/afij-2024-4-43-56.

³² J. A. de la Cruz, J. Soto de la Cruz, M. A. Sempere, and F. G. García, "Digital games as persuasion spaces for political marketing: Joe Biden's campaign in Fortnite," *Media and Communication*, vol. 11, no. 2, pp. 266–277, 2023. doi:10.17645/mac.v11i2.6626.

³³ X. Han, *Black Myth, digital soft power and counternational narratives in China* [Working paper], 2025. doi:10.13140/RG.2.2.12348.04482.

La traiettoria che va dal bando delle console³⁴ sino all'attuale ascesa dei "prestige chinese games"³⁵ è un'utile chiave di lettura, capace di delineare il percorso che ha reso oggi il videogame un dispositivo centrale per la gestione dell'immaginario digitale cinese, sia internamente che verso l'esterno.

2.1.1 Dal bando delle console alla securitizzazione del gaming

Sebbene oggi la Cina rappresenti il più grande mercato videoludico al mondo come revenue³⁶, tra il 2000 ed il 2014 il settore fu limitato da una serie di misure restrittive su console e luoghi di gioco. Il provvedimento venne formalmente giustificato dalla necessità di *"creare un ambiente sociale favorevole alla modernizzazione del capitale e alla sana crescita dei giovani"*³⁷.

Il periodo era a cavallo dell'adesione della Cina al WTO³⁸ (World Trade Organization, 2001), il che garantì alla misura un preciso contesto strutturale, caratterizzato da limitazioni sull'importazione e la vendita di "electronic game equipment and accessories", console e dispositivi connessi alla sfera del videogioco. La narrazione che accompagnò il bando può essere letta come un classico episodio di moral panic³⁹, dove il ruolo dei wangba (网吧), gli Internet café cinesi⁴⁰, vennero spesso rappresentati come il simbolo della devianza giovanile. Nella retorica dei media erano descritti come spazi cupi e fumosi frequentati da adolescenti pigri, apatici e disimpegnati⁴¹ ritratti come inclini ad abbandonare lo studio per dedicarsi al videogioco in una navigazione incontrollata. Di riflesso, i media coniarono espressioni quali "oppio digitale" o "eroina elettronica" riferendosi alla dipendenza da videogioco, affiancando la pratica

³⁴ Liboriussen, B., White, A., Wang, D., Conway, S. (Ed.), & deWinter, J. (Ed.) (2017). The ban on gaming consoles in China: protecting national culture, morals, and industry within an international regulatory framework. In S. Conway, & J. deWinter (Eds.), Video game policy : production, distribution, and consumption (pp. 230-243). (Routledge advances in game studies). Routledge.

³⁵ K. H. Chan, "The rise of prestige Chinese games," Polygon, Feb. 19, 2022. [Online]. [link](#)

³⁶ Newzoo. (2025). Top 10 countries by game revenues (2025). Ranking dei mercati per ricavi (USD), Cina al primo posto. Consultato il 7 febbraio 2026. [link](#)

³⁷ Beijing Municipal People's Government General Office, 2000, 北京市人民政府办公厅 (2000). 转发市文化局关于专项治理全市电子游戏经营场所意见, con clausole su stop produzione-vendita di apparecchiature e restrizioni import. [link](#)

³⁸ World Trade Organization (2001). Summary of 11 November 2001, notifica che la Cina diventa membro WTO l'11 dicembre 2001. [link](#)

³⁹ Szablewicz, M. (2010). The ill effects of "opium for the spirit": a critical cultural analysis of China's Internet addiction moral panic. Chinese Journal of Communication, 3(4), 453–470. doi.org/10.1080/17544750.2010.516579

⁴⁰ Liboriussen, B., White, A., Wang, D., Conway, S. (Ed.), & deWinter, J. The ban on gaming console in China.

⁴¹ Il concetto "Lying flat" (躺平, tǎng píng) tornerà in voga oggi, con sfaccettature leggermente diverse, come si vedrà successivamente.

videoludica alla poca disciplina scolastica, all'allontanamento dal nucleo familiare ed al non rispetto dell'ordine sociale.⁴²

Questo scenario spostò l'intero mercato verso modelli più governabili. Così facendo, la crescita del settore avvenne all'interno di segmenti compatibili con le policy del Partito, ed attraverso un'architettura morale-regolatoria che generò un classico episodio di gatekeeping: un accesso strutturalmente mediato al mercato interno. In pratica, la pubblicazione e la distribuzione di prodotti da parte di operatori esteri venne vincolata alla stipulazione di partnership con un attore locale (tipicamente Tencent o NetEase), che assumevano il ruolo di gatekeeper, oltre che di filtro politico e commerciale. Lo schema riguardava anche alcuni requisiti infrastrutturali e di controllo, che comprendevano lo stabilimento in Cina di server e apparati di storage⁴³. Così, da una policy nata per l'ambiente videoludico si è sviluppato un modello regolatorio ancora oggi esistente, che cammina di pari passo con il progressivo spostamento dell'attenzione dai dispositivi specifici (console) alle infrastrutture digitali nel loro complesso (internet, piattaforme online, mobile gaming). Con la diffusione del gioco su smartphone e dispositivi mobili, il controllo del governo di Pechino si è concentrato su licenze, censura dei contenuti e governance delle piattaforme, confermando che il vero oggetto di interesse non è mai stata la console in sé, ma l'ecosistema informativo che vi gravita intorno.

2.1.2 Capital games e original games: la scena indie come campo di tensione interno

In contemporanea al periodo dei provvedimenti restrittivi, si è sviluppata in Cina una scena indipendente concentrata nelle grandi città del Sud (Shenzhen, Guangzhou, Shanghai, Hangzhou) ed attiva ancora oggi. Si tratta di una vera e propria sottocultura urbana giovanile con caratteristiche cinesi. I protagonisti sono quei giovani sviluppatori impegnati di giorno nelle grandi aziende tecnologiche o nei colossi videoludici, come Tencent e NetEase, e che nel poco tempo libero lavorano sui propri progetti personali.

La scena è associata spesso al sistema del 9-9-6, che indica un regime di lavoro "9:00–21:00, 6 giorni su 7" identificativo delle aspettative che le imprese tech asiatiche hanno sui loro dipendenti. Un sistema che è ufficialmente illegale dal 2021, ma che è ancora

⁴² O. Holmes, "No cults, no politics, no ghouls: How China censors the video game world," The Guardian, Jul. 15, 2021. [Online]. [link](#)

⁴³ State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television (SAPPRFT), & Ministry of Industry and Information Technology (MIIT). (2016). Provisions on the Administration of Online Publishing Services (Order No. 5, promulgated 4 Feb 2016, effective 10 Mar 2016). Retrieved February 8, 2026, [link](#)

in pratica.⁴⁴ È stata questa scena indie ad avere delineato per prima la contrapposizione tra i cosiddetti Capital ed Original videogames. I primi indicano quei prodotti pensati per il consumo di un mercato di massa, in particolare attraverso canali online e per il mobile, e che vengono percepiti come giochi di capitale. Gli Original videogames, al contrario, indicano quei progetti indipendenti che si pongono in totale contrapposizione alla logica della monetizzazione e dello sfruttamento cognitivo. Si tratta di giochi low-budget, spesso sperimentali, caratterizzati da micro-narrazioni quotidiane, ansie esistenziali ed esperienze marginali, con l'ambizione di proporre un uso del medium percepito come più responsabile e meno centrato sull'ingegneria dell'attenzione⁴⁵.

Negli ultimi anni, la questione è stata al centro di un interessante dibattito accademico, che ha visto diversi studiosi trattare la questione da un punto di vista teorico-politico, formulando esplicitamente l'idea che "la logica del capitale" finisca per espellere "la logica del gioco", trasformando il campo videoludico in estensione della piattaforma e del mercato⁴⁶, e producendo dinamiche di mercificazione e "piattaformizzazione" del giocatore.⁴⁷ La contrapposizione richiama perfettamente una tensione strutturale presente nel settore videoludico, diviso tra esigenza di crescita e controllo e necessità di legittimazione culturale, upgrading qualitativo e valorizzazione dell'originalità.

Le critiche provenienti da alcune tra le principali università cinesi finirono per attirare l'attenzione degli apparati governativi che, nel riconoscere l'impatto che la questione potesse avere sulla reputazione interna e nel tentativo di affiancare una narrazione di valore per l'industria, finì per promuovere diversi programmi di sostegno per giochi "di qualità"⁴⁸. L'obiettivo dichiarato era quello di esercitare un maggiore controllo su tutela dei minori, limiti di tempo e di spesa, verifica dell'identità⁴⁹.

⁴⁴ Zheng, X., & Qiu, Z. (2023). The 996-working pattern in Chinese internet firms: How hegemonic despotism promotes long working hours for employees. *China Perspectives*, 134, 67–78. <https://doi.org/10.4000/chinaperspectives.15869>

⁴⁵ H. Davies, "Independent game production in Southern China," *Media Industries*, vol. 11, no. 1, pp. 75–96, 2024. doi:10.3998/mij.3914.

⁴⁶ Q. Jiang and A. Y. H. Fung, "Games with a continuum: Globalization, regionalization, and the nation state in the development of China's online game industry," *Games and Culture*, vol. 14, nos. 7–8, pp. 801–824, 2019. doi:10.1177/1555412017737636.

⁴⁷ 邓剑 (Deng, Jian). 2022. "中国当代游戏史的思想谱系：从本土现代化到资本与市场逻辑" [The Thought Genealogy of Chinese Modern Gaming History: From Local Modernization to Capital and Market Logic]. Published in 探索与争鸣 (Exploration and Free Views whit VPN), 2022, Vol. 1, No. 2, pp. 163–[link](#)

⁴⁸ General Office of the State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television. (2016, November 4). Notice on Implementing the "China Original Games Premium Publishing Project" (Xin Guang Chu Ban Fa [2016] No. 98). Retrieved February 9, 2026, from [link](#)

⁴⁹ State Council of the People's Republic of China. (2023, October 24). Regulations on the Protection of Minors

All'interno di questa analisi, le differenze tra Capital ed Original videogames evidenziano un campo di tensione che si colloca esattamente al crocevia del framework *S-I-D*. Sul piano della struttura riflette l'intreccio tra logiche del capitalismo di piattaforma, condizioni di lavoro iper-flessibili e politiche di controllo statale sul settore. Sul versante dell'immaginario troviamo due modi opposti di intendere il videogioco: come prodotto predatorio che si insinua nelle vulnerabilità psicologiche dell'utente attraverso strumenti di presa cognitiva. Di contro, come pratica culturale etica, in grado di sviluppare spazi di riflessione e narrazione alternativa. Infine, sul versante dei dati, la critica mossa dalla scena indipendente riguarda la trasformazione del videogioco un dispositivo di estrazione, dove il videogiocatore diventa una costante fonte di informazioni commerciali, tempo e attenzione.

Pechino ha udito le sirene interne, comprendendo la necessità di bilanciare il piatto senza, tuttavia, abbandonare totalmente lo standard strutturale dei Capital videogames che è divenuto parte integrante di un sistema di monetizzazione e di raccolta informativa globale, che va ben oltre la sfera ludica.

2.1.3 Prestige Chinese videogames e nuova identità videoludica

*Rafforzeremo ulteriormente lo sviluppo di contenuti, guidando le aziende produttrici di videogiochi nella creazione di giochi di alta qualità che diffondano i valori cinesi, incarnino lo spirito della cultura cinese e riflettano le aspirazioni estetiche del popolo cinese, offrendo intrattenimento stimolante, diversificato ed educativo al grande pubblico, in particolare ai giovani.*⁵⁰

È in questo scenario che si sviluppa una generazione di videogiochi cinesi ad alto budget e forte riconoscibilità internazionale a cui è stata affiancata l'etichetta di "*prestige Chinese games*"⁵¹. Per Pechino questa strategia soddisfa esigenze diverse e complementari. Alla risposta sul piano dei contenuti, si aggiungono le strategie di internazionalizzazione dei grandi attori privati (Tencent, NetEase) e gli obiettivi di soft power enunciati dalla leadership di Xi Jinping⁵². Due giochi - Dyson Sphere Program e Naraka: Bladepoint - sono perfetti per sviluppare un'analisi in tal senso, pur non trattandosi, va sottolineato, di prodotti propagandistici in senso classico, bensì di titoli commerciali nati in un sistema di mercato fortemente regolato e orientato dallo Stato.

in Cyberspace (State Council Decree No. 766; effective January 1, 2024). Ultimo accesso 9 febbraio 2026, from [link](#)

⁵⁰ General Office of the State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television.

⁵¹ K. H. Chan, The rise of prestige Chinese games.

⁵² Q. Jiang and A. Y. H. Fung, "Games with a continuum.

Dyson Sphere Program abbraccia il concetto di efficienza ed ingegneria totale sviluppata all'interno dello scenario di espansione spaziale. È un gestionale/simulativo in cui il giocatore costruisce un'infrastruttura energetica galattica (la sfera di Dyson), ottimizzando catene di approvvigionamento e automazione su scala planetaria e interstellare. La sfera è una sorta di metafora estrema di un mondo dove la potenza è uguale al rapporto tra energia ed organizzazione, inserendosi perfettamente nella letteratura sul futurismo tecnologico cinese, che discute come certe opere culturali cinesi propongano immaginari tecnologici alternativi a quelli occidentali, anche in relazione a un diverso rapporto fra tecnica, natura e ordine cosmico⁵³. Probabilmente non è un caso se tutto l'immaginario legato ai concetti di pianificazione energetica ed ingegneria totale, proposti dal videogioco, risuona per analogia con le tre priorità ricorrenti nei recenti documenti programmatici del Partito Comunista Cinese. La narrazione di una Digital China⁵⁴, transizione energetica e obiettivi di decarbonizzazione, ma soprattutto, rafforzamento della presenza spaziale come componente della modernizzazione nazionale.^{55 56}



Figura 2-3: *Dyson Sphere Program*, visualizzazione dell'infrastruttura energetica e della logica di automazione su scala planetaria come immaginario di ingegneria totale. Fonte: Fig.1 UNDERVERSE, "Dyson Sphere Program", pubbl. 10.03.2024. Fig. 2: Reddit, r/Dyson_Sphere_Program, u/NetherGoblin, "First play through chaos.", 2023

Inoltre, la costruzione di infrastrutture titaniche ad alto contenuto tecnologico volte a risolvere problemi macro-planetari, è perfettamente in linea con la narrativa sulla Belt and Road Initiative, sull'energia e sulla comunità dal destino condiviso per l'umanità.

⁵³ Hao, M. Y. (2025). Cultivation Games and Cosmotechnics: Reimagining Sinofuturism in Chinese Cultivation Narratives. *Global Media and China*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/20594364251364733>

⁵⁴ X. Zhao and M. Keane, "Sino-futurism and alternative imaginaries of Digital China," *Media International Australia*, 2023, advance online publication. doi:10.1177/1329878X231215108.

⁵⁵ Central Committee of the Communist Party of China and State Council of the People's Republic of China, "Overall layout plan for building a Digital China," *Cyberspace Administration of China*, Feb. 27, 2023., ultimo accesso 20 feb. 2026 [Online] [link](#)

⁵⁶ State Council Information Office of the People's Republic of China, *China's Space Program: A 2021 Perspective* [White paper]., ultimo accesso 20 feb. 2026 Jan. 28, 2022. [Online]. [link](#)

Tutti concetti chiave della retorica di Xi. Va detto, in ogni caso, che il team di sviluppo Youthcat Studio, non ha mai dichiarato alcuna finalità politica, nonostante il progetto intercetti un ethos di tecno-ottimismo ingegneristico molto diffuso nel contesto della Cina contemporanea.

Naraka: Bladepoint, invece, si rifà maggiormente ad una strategia culturale piuttosto che a visioni tecno-politiche futuristiche. Lo studio di produzione, NetEase, ha collocato videogiochi nel quadro più ampio della salvaguardia e trasmissione del patrimonio culturale immateriale, collocandolo nel Piano di Protezione e Eredità del Patrimonio delle Arti Marziali Cinesi⁵⁷. Il progetto può essere definito come una fusione tra corporate strategy e agenda statale di tutela e promozione del patrimonio culturale, un esempio di trade union tra partnership pubblico-privata.

Il magazine Polyglon, specializzato in profonde analisi sul mondo dei videogames, nell'interessante intervista a Xuan Li, fondatore dell'editore cinese di videogiochi Thermite Games, ha delineato il significato politico dietro l'ascesa dei giochi 3A (国产), che significa giochi AAA, ovvero prodotti localmente. Secondo Li, incorporando alcuni elementi riconoscibili di cultura e sensibilità cinese, ed adottando allo stesso tempo grammatiche ludiche globali che li rendono accessibili ad un pubblico transnazionale, questi giochi operano su una soglia ibrida. Questi titoli, insieme a Black Myth: Wukong, di cui si dirà nel paragrafo successivo, definiscono uno spazio specifico dell'industria cinese in cui la "cinesità" non è più riducibile né al semplice folclore né alla mera imitazione di format occidentali, né alla produzione outsourcing per conto terzi.⁵⁸ Spostando l'attenzione sul versante cognitivo, l'immaginario proposto da questi mondi narrativi è quello di una Cina protagonista in positivo, sofisticata, culturalmente "cool", quasi in continuità con la tradizione di successo Giapponese nello stesso settore, ed in totale discontinuità rispetto a stereotipi orientalisti o alle immagini di arretratezza che a lungo hanno dominato l'immaginario culturale e videoludico occidentale.

2.1.4 Black Myth: Wukong, tra Digital Silk Road e contro-narrazioni interne

Nella costellazione dei titoli AAA, Black Mith:Wukong è quello che ha riscosso la maggiore attenzione dai media ufficiali e commentatori vicini alla sfera istituzionale cinese, definendolo *un caso campione di esportazione digitale, capace di sostenere il lessico della cultural confidence e della proiezione internazionale della cultura cinese*⁵⁹.

⁵⁷ NetEase Games, "Naraka: Bladepoint uses martial arts to inspire love of Chinese culture," Apr. 11, 2024. ultimo accesso 20 feb, 2026, [Online]. [link](#)

⁵⁸ K. H. Chan, The rise of prestige Chinese games.

⁵⁹ Xinhua News Agency, "Black Myth: Wukong reveals new face of Chinese gaming industry," Aug. 20, 2024.

Come anticipato, giochi di questo genere vengono letti come elementi di digital soft power, ma anche come prove tangibili della capacità del settore di creare mondi interattivi complessi, capaci di competere anche sul terreno simbolico con grandi franchise giapponesi, coreani o statunitensi.⁶⁰ Lo studio che ha partorito Black Myth:Wukong è Game Science, formalmente privato, ma apertamente supportato da capitali ed uno studio privato con una partecipazione di minoranza di Tencent, che ne cura anche la pubblicazione sul mercato cinese, e che produce un'opera affine alla retorica di Xi Jinping sulla necessità di "tell China's stories well" e di rafforzare la "confidence in Chinese culture".^{61 62}

Dal punto di vista narrativo, infatti, il gioco si rifà alla mitologia ed iconografie buddiste e taoiste, paesaggi naturalistici ed estetiche dark fantasy, rielaborando le vicende della figura del Re Scimmia e del Viaggio in Occidente. Sun Wukong (Re Scimmia) nella tradizione etnografica e folcloristica cinese è un personaggio protettore di case, negozi ed ogni luogo dove circola denaro, dunque estremamente rilevante tra la gente. La popolarità del videogame ha contribuito alla diffusione di video, meme e discussioni all'interno di social e community di utenti, che rileggono i personaggi e le trame come allegorie delle fratture sociali interne⁶³, aggiungendo un ulteriore strato interpretativo alla questione. Le élite politiche e finanziarie cinesi vengono paragonate ironicamente alle divinità immortali del pantheon celeste, così come i personaggi subalterni sono interpretati come metafora delle classi lavoratrici urbane, inserendo elementi del videogioco all'interno di fratture sociali già esistenti. Allo stesso modo, il percorso dell'eroe Wukon viene letto dalla critica videoludica come oscillare tra l'assimilazione e la ribellione all'ordine costituito, offrendo uno spazio simbolico dove riflettere sui dilemmi generazionali legati al fenomeno del lying flat (la resa passiva dei giovani di fronte alle pressioni sociali), al disincanto verso la mobilità sociale e alla percezione di una meritocrazia bloccata⁶⁴.

L'ambivalenza di Black Myth, così come accade per la contrapposizione tra Capital ed Original videogames, diventa un veicolo di "playful resistance" dove le community utilizzano il gioco per articolare in maniera allusiva e sarcastica critiche all'ordine

Ultimo accesso 20 feb, 2026 [Online]. [link](#)

⁶⁰ X. Han, Black Myth, digital soft power and counternational narratives in China [Working paper], 2025. doi:10.13140/RG.2.2.12348.04482.

⁶¹ J. Xi, "Improve international communication, Xi says," People's Daily Online, Jun. 2, 2021. ultimo accesso 20 feb, 2026 [Online]. [link](#)

⁶² J. Xi, "Xi calls for building cultural confidence and strength," The State Council Information, The People's Republic of China, Oct. 16, 2022. ultimo accesso 20 feb, 2026 [Online]. [link](#)

⁶³ X. Han, Black Myth, digital soft power and counternational narratives in China.

⁶⁴ Ibidem

sociale, alla cultura pop e al rapporto tra governanti e governati.⁶⁵ Ma, innegabilmente, racconta anche di come un “nazionalismo soft” viene veicolato tramite il medium videoludico. Ignorare una delle due facce della medaglia significherebbe analizzare uno scenario incompleto. Se da un lato la RPC utilizza strumenti digitali come i videogiochi per rafforzare la propria legittimità ed immagine, c’è la possibilità che quegli stessi prodotti possano diventare valvole di sfogo per un malcontento diffuso, espresso attraverso meme, caricature e linguaggi pop, rilevabili solo attraverso canali social. Da qui la necessità di osservare un fenomeno da diverse angolature, proprio come proposto dal framework *S-I-D*.

2.1.5 Perché il rapporto tra Cina e videogames è così interessante?

La Cina offre un punto d’osservazione parecchio innovativo sull’utilizzo del medium videoludico per finalità interne ed esterne, che va osservato nell’ottica della fase intenso progresso tecno-futurista che caratterizza oggi il paese. Sul piano delle relazioni internazionali, con la vicenda del bando delle console ed il ricorso alla categoria delle *public moral*, Pechino ha potuto utilizzare lo strumento etico per negoziare margini di azione nel sistema commerciale globale. In questo modo, il videogioco ha rappresentato un elemento efficace nella strategia cinese di affermare il diritto sovrano a definire ciò che è culturalmente legittimo. Parallelamente, è riuscita a sfruttare lo sviluppo del proprio mercato interno per imporre standard di contenuto a publisher e piattaforme straniere. L’emanazione di misure interne su licenze, limiti di orari o censura, hanno generato effetti ben oltre la sfera territoriale, poiché comportano un adeguamento preventivo degli altri attori globali del settore, pena il mancato accesso al mercato più remunerativo al mondo. La strategia di lungo periodo intrapresa da Pechino è ancora più evidente se analizzata sul piano geopolitico-industriale. Qui il connubio tra dominio dei conglomerati domestici come Tencent e NetEase, la stretta regolatoria e la promozione dei prestige chinese games, fa sì che il videogioco sia un elemento primario nel percorso di upgrading tecnologico, costruzione di campioni nazionali e la diffusione di un digital soft power. I videogiochi analizzati, *Dyson Sphere Program*, *Naraka: Bladepoint* e *Black Myth: Wukong*, da un lato si inseriscono all’interno di un macrosettore retto inevitabilmente dalle logiche globali del capitalismo di piattaforma, ma allo stesso tempo utilizzano questi canali come vetrine in cui sfoggiare elementi di sinofuturismo e ambizioni di autonomia tecnologica, il tutto nel contesto della programmazione su Digital China e Digital Silk Road. Infine, sono molti gli spunti che emergono dalla dimensione cognitiva. Sia la

⁶⁵ H. Davies, “Independent game production in Southern China,

scena indie che le pratiche di community ci mostrano come il videogame è anche uno spazio di monitoraggio, gestione ed espressione del malessere generazionale. Diversi spunti di analisi ci sono dati dalla frattura tra Capital ed Original games e dalla percezione che si ha del videogioco come dispositivo ad alto rischio cognitivo. L'utilizzo di Black Myth come veicolo per far emergere un dibattito su disuguaglianze, élite e *lying flat*, è un ulteriore esempio di come il tessuto urbano giovanile abbia preso coscienza di come gli ambienti videoludici possano essere utilizzati come spazi di critica implicita all'ordine sociale imposto dal Partito. Questa è l'ennesima conferma che i videogiochi, oltre ad essere vettori di narrativa statale, sono spesso dei sensori di sfiducia sistemica ed utili tasselli in un quadro analitico complesso. Oggi, ignorare questo significa – soprattutto nel contesto cinese - perdere segnali deboli ma preziosi sulle dinamiche di consenso e stanchezza cognitiva all'interno della RPC.

2.2 Videogiochi come spazi di contro-rappresentazione culturale: il caso russo



Figura 4: Smuta (2024), titolo storico sostenuto da programmi pubblici russi. Fonte: Institute for Internet Development, IRI.

Per gli attori statali, e non solo, il videogame rientra tra gli strumenti adoperabili per diffondere la conoscenza di un paese e aumentarne la familiarità culturale tra gli utenti, tramite messaggi più o meno impliciti, o spesso attraverso scelte estetiche e di micro-dettagli di worldbuilding⁶⁶. La dimensione dell'immaginario, tuttavia, non riguarda solo ciò che un paese sceglie di raccontare su di sé, ma anche ciò che viene raccontato su di esso e con quali schemi ricorrenti. Se le cornici narrative si ripetono, si corre il rischio di stabilizzare stereotipi e semplificazioni, finendo per creare vere e

proprie scorciatoie cognitive. Il caso russo si sviluppa lungo questa direzione. L'analisi è di interesse poiché rende molto evidente come la questione non riguardi solamente il soft power in uscita, ma anche la gestione di un'immagine spesso costruita altrove, soprattutto nei generi mainstream legati a guerra e spionaggio.

⁶⁶ Y. Gusanti, "Local and global cultural interaction: Representation in Asian video games as a medium of cultural communication".

Il punto di vista di un attore storicamente interessato a muoversi lungo questo doppio perimetro narrativo, diventa un'evidenza diretta fondamentale, che muove i suoi passi partendo proprio dalla letteratura accademica russa, ed in particolare da uno studio discusso in ambiti istituzionali (IMEMO - Istituto nazionale di ricerca di economia mondiale e relazioni internazionali) e che interpreta i videogiochi come dispositivi capaci di incidere sulla coscienza di massa e sulle rappresentazioni collettive.⁶⁷ Il documento si concentra sui titoli a sfondo storico o pseudo-storico e sulle loro ricadute geopolitiche e cognitive, dando modo di osservare in chiave comparativa un punto di vista esterno alla narrazione occidentale. In numerosi titoli mainstream europei e statunitensi (tra i più famosi troviamo Call of Duty: Modern Warfare e Black Ops, Battlefield Bad Company 2) si assiste alla rappresentazione dei russi, o di fazioni e PMC legate ad essi, come nemici violenti, generando l'esigenza di una risposta sullo stesso terreno da parte della Federazione Russa.

Tra i principali tentativi vi è sicuramente il sostegno pubblico ad alcune produzioni, come il videogioco storico Smuta⁶⁸, pubblicato nel 2024 e sostenuto da programmi statali destinati al finanziamento di contenuti patriottici e riconducibili all'Institute for Internet Development (IRI). Il gioco è uscito il 4 aprile 2024, è stato stroncato dalla critica russa stessa (Igromania 4 su 10, StopGame.ru lo ha classificato "trash"), con deputati della Duma che hanno chiesto conto del denaro pubblico speso. Altri progetti seguono questa scia, tra cui titoli a tema militare orientati a un immaginario assai contemporaneo. Sparta⁶⁹, un gioco ispirato alle attività di un'azienda militare privata russa in Africa, con chiaro riferimento al Wagner Group.⁷⁰ Front Edge, uno strategico incentrato sullo scontro armato diretto Russia-USA nell'Europa orientale. Zemsky Sobor⁷¹, un gioco d'avventura che racconta i significativi eventi storici della fine del Periodo dei torbidi e il ruolo giocato dai cosacchi.

Soffermandoci ulteriormente su Smuta e spostando l'attenzione dal contenuto del titolo alle infrastrutture che lo rendono giocabile, abbiamo l'occasione per riflettere sul valore strategico che motori, toolchain e piattaforme di distribuzione rivestono in quei contesti non formalmente allineati con il sistema occidentale. Smuta, infatti, è sviluppato in Unreal Engine 5, un motore proprietario di Epic Games (sebbene Epic

⁶⁷ M. I. Strokova, "Video games as an instrument of mass consciousness formation," Analysis and Forecasting.

⁶⁸ Institute for Internet Development (IRI), "Zemskiy sobor expansion for Smuta will be released in 2025," Feb. 21, 2025. Ultima visita 20 feb 2026. [Online]., [link](#)

⁶⁹ Institute for Internet Development (IRI), "Sparta 2035," 2024. Ultima visita 20 feb 2026., [Online] [link](#)

⁷⁰ M. Gerasimov, "Sparta 2035 released, a game about a fictional PMC funded by propagandists," Meduza, Mar. 6, 2025. Ultima visita 16 feb. [Online]. [link](#)

⁷¹ Institute for Internet Development [Институт развития интернета]. (s.d.). «Смутное время: Казачий Круг» — интерактивное путешествие в историю России [Post su Telegram]. Telegram. Ultima visita 20 feb 2026, da [link](#) — link al sito del titolo [link](#)

consenta ai licenziatari l'accesso al codice sorgente completo, è pur sempre sottoposto a limitazioni e condizioni specifiche). Qui sorge il primo elemento critico, dove un prodotto pensato per sostenere un immaginario nazionale russo può dipendere da un nodo tecnico governato da un attore statunitense. Di più, il business di UE5 non si limita al solo intrattenimento ma, come spesso accade nel settore videoludico, sviluppa prodotti dual use, come dimostra l'impiego di suoi componenti anche in episodi di training militare e in ulteriori contesti legati all'ecosistema NATO di modelling and simulation.⁷² In questo caso l'impiego di toolchain e la dipendenza da motori sotto giurisdizione occidentale non ha implicato in automatico un blocco per il gioco⁷³, ma ha introdotto una vulnerabilità di filiera che è, in ogni caso, una forte leva strategica. Non a caso, la presenza di Tencent nel capitale di Epic Games sin dal 2012, con una quota intorno al 40 per cento, mostra come la dipendenza da filiera sia modulabile unilateralmente dal fornitore, ma anche come il fornitore stesso possa non essere del tutto occidentale sul piano proprietario⁷⁴. La realtà alla quale assistiamo è sempre più diretta verso il primato nel controllo dei chokepoint strategici della filiera⁷⁵, questo è riscontrabile nei principali settori tech, così come nell'ecosistema dei videogames⁷⁶. Un bottino che in futuro si tradurrà nella capacità di fare politica attraverso il videogioco, o nella costrizione a farla all'interno di tecnologie progettate e governate altrove.

2.3 Industrie locali, vincoli strutturali e soft power periferico in Iran

La rappresentazione dell'industria del videogioco come un blocco omogeneo può indurre, in fase di analisi comparativa, all'utilizzo di parametri di successo costruiti in occidente, leggendo caratteristiche differenti e traiettorie alternative come semplice ritardo anziché come il risultato di condizioni strutturali specifiche.

In tal senso, sono molte le analogie che avvicinano il caso russo a quello iraniano, sebbene i vincoli geopolitici che limitano il secondo siano assai più stringenti. In Iran lo sviluppo del settore avviene all'interno di un terreno ibrido in cui aspirazioni creative e mercato si muovono in un contesto fatto di sanzioni, restrizioni, accesso

⁷² Thales Group, "Discover our UE5-powered SATIS small arms trainer," accessed Nov. 29, 2025. Ultima visita 16 feb. [Online]. [link](#)

⁷³ A. R. Chow, "Inside Epic's Unreal Engine 5 and what it means for video games and more," Time, Apr. 5, 2022. Ultima visita 16 feb. [Online]. [link](#)

⁷⁴ Tencent Holdings Ltd., 2024 Annual Report.

⁷⁵ E. Roth, "Activision Blizzard and Epic Games halt sales of games in Russia," The Verge, Mar. 5, 2022. Ultima visita 20 feb 2026 [Online]. [link](#)

⁷⁶ H. Farrell and A. Newman, "Weaponized interdependence: How global economic networks shape state coercion," International Security, vol. 44, no. 1, pp. 42–79, 2019. doi:10.1162/isec_a_00351.

intermittente a strumenti, servizi e store internazionali. Ad una larga fetta dell'ecosistema, agenzie e professionisti, non resta che far leva su un forte spirito di adattamento ed al ricorso ad account esteri o intermediari, per aggirare i vincoli e ridurre un'esposizione diretta⁷⁷. Per continuare a produrre e distribuire i propri titoli, l'aggiramento delle restrizioni interne diventa l'unico modo per utilizzare toolchain come Unity o Unreal e pubblicare sui marketplace transnazionali⁷⁸. La diffusione di pratiche clandestine ha alimentato la nascita di un sistema "ibrido" che Teheran si è trovata a dover amministrare attraverso un modello di governance assai peculiare. La prime istituzioni impegnate nel sostegno e nel controllo del settore sono la Iran Computer and Video Games Foundation (ICVGF)⁷⁹, e l'Entertainment Software Rating Association (ESRA), quest'ultima operante attraverso un metodo di classificazione fondato su criteri esplicitamente morali e religiosi.⁸⁰ A questo primo impianto si affianca il Digital Games Research Center (DIREC)⁸¹, dipartimento di ricerca della Foundation dedicato alla produzione di dati e analisi sull'industria dei giochi digitali.



Se sul piano strutturale l'Iran è considerabile un caso a parte, sul versante cognitivo-narrativo è esposto, così come nel caso russo, a rappresentazioni ostili del paese e dell'Islam da parte di alcune produzioni occidentali. Per questo versante di analisi, pur muovendoci tra titoli molto popolari tra i media studies, si è scelto di privilegiare fonti accademiche che restituissero anche prospettive locali, come i contributi di Daaiani e Šisler, così da cogliere meglio segnali e sensibilità presenti. Tra i videogiochi più conosciuti che si inseriscono perfettamente in questa cornice c'è Battlefield 3, dove il giocatore attraversa le strade di

Teheran nei panni di un soldato statunitense, con la capitale ridotta a teatro di uno scontro armato ad alta intensità, all'interno di una trama incentrata sulla

⁷⁷ M. Daiiani and B. Keogh, "An Iranian videogame industry? Localizing videogame production beyond the 'global' videogame industry," *Media Industries*, vol. 9, no. 1, 2022. doi:10.3998/mij.89.

⁷⁸ A. Garst, "Video game development in Iran: Limited tools, front companies and a specter of war," *The Washington Post*, Feb. 5, 2020. Ultima visita 20 feb 2026 [Online]. [link](#)

⁷⁹ Iran Computer and Video Games Foundation, "About," accessed Dec. 6, 2025. Ultima visita 20 feb. [Online]. [link](#)

⁸⁰ S. Piasecki, "ESRA, the Iranian games age rating system," *Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, vol. 11, pp. 1–22, 2016. doi.org/10.17885/hejup.rel.2016.0.23632

⁸¹ Digital Games Research Center (DIREC) [مركز تحقیقات بازیهای دیجیتال] (دایرک). (s.d.). About Us. Ultima visita 20 febbraio 2026, [link](#)

neutralizzazione della minaccia nucleare iraniana⁸². Anche in un altro popolarissimo titolo occidentale, *Call of Duty: Modern Warfare 2*, nell'arco narrativo del gioco compaiono in scenari terroristici personaggi con nomi iraniani e accento persiano, contribuendo ad accrescere un immaginario favorevole al contatto tra identità iraniana, violenza politica e jihadismo⁸³. La questione ha accresciuto anche in Teheran la percezione di una responsabilità discorsiva, dunque la necessità di rispondere sul piano della narrazione. Da qui la nascita di alcuni prodotti contro-narrativi, come *Special Operation 85: Hostage Rescue* (2007), uno soprattutto nato dagli ambienti studenteschi religiosi di Isfahan⁸⁴, in cui il giocatore interpreta un commando incaricato di liberare due scienziati nucleari iraniani rapiti da forze statunitensi e israeliane durante un pellegrinaggio a Karbala. Dopo l'operazione iraniana dell'aprile 2024, chiamata dalle autorità e dai media "True Promise", alcuni canali informativi hanno accennato alla produzione di un videogame intitolato *Vade Sadegh*, cioè *True Promise*, esplicitamente connesso a un immaginario operativo legato alla fase di escalation

Figura 3 - Sequenza di gioco da Special Operation 85 Hostage: nella prima immagine una vittima ebrea, seconda una mappa geopolitica dell'area iranica. Fonte: In Daiiani Keogh (2022) screenshot in-game.

regionale. Iran International⁸⁵ riporta le dichiarazioni di un responsabile legato al

Ministero della Difesa, secondo cui il gioco sarebbe stato sviluppato come prodotto operation-based per un pubblico giovane e con riferimenti a scenari e sistemi d'arma coerenti con l'esperienza operativa nel contesto del conflitto Israele Hamas. Caso evidente in cui il prodotto ha una funzione prevalentemente domestica di legittimazione e memoria pubblica dell'operazione.

Ma il connubio videogames-Iran non è solo shooter politico-militari. In alcuni casi ricalca anche la necessità di mostrare la cultura più profonda del paese ad un pubblico globale la cui percezione dell'Iran è condizionata dall'orientalismo o dalla costante tensione politica. Questo è l'obiettivo della scena "indie" formata da sviluppatori iraniani che, in contrasto con il regime, si muove al di fuori dei confini del Paese. Il videogioco *The Tales of Bistun* è uno dei prodotti indie made by iranian youth più interessanti sulla mitologia e sulla tradizione storica persiana, sia per estetica che per contenuti. È molto forte nella trama la dimensione religiosa pre-islamica dello zoroastrismo, uno tra i culti più diffusi nel paese ed emblema di una parte, oggi minoritaria, di società iranica storicamente perseguitata dai regimi fondamentalisti

⁸² J. Höglund, "Electronic empire: Orientalism revisited in the military shooter," *Game Studies*, vol. 8, no. 1, 2008. Ultimo accesso 20 feb 2026, [Online]. [link](#)

⁸³ M. M. Mohammed and K. H. Addai, "Politics in video games: A socio-cognitive analysis of *Call of Duty: Modern Warfare 2* and *Battlefield 3*," *Kufa Journal of Arts*, vol. 1, no. 62, pp. 359–382, 2024 doi:10.36317/kaj/2023/v1.i57.12156.

⁸⁴ M. Daiiani and B. Keogh, "An Iranian videogame industry."

⁸⁵ Iran International, "Defense Ministry official: We made the 'Vade Sadegh' game for children," Feb. 4, 2025. [Online]. [link](#)

sciiti. Anche per questo, il titolo non risulta etichettato come government-founded, ma viene riconosciuto come produzione indipendente.⁸⁶ L'agenzia di riferimento è la Black Cube Games, il cui headquartered risulta nei Paesi Bassi. Inoltre, *The Tale of Bistun* è stato pubblicato anche con un publisher europeo, IMGN.PRO (Polonia), ed è uscito su Steam ed Epic Games Store.

Il caso ci mostra come la nazionalità culturale di un prodotto non coincida necessariamente con la sua qualificazione regolatoria. Sul piano della compliance, contano principalmente la struttura di pubblicazione, la giurisdizione della controparte o i flussi di pagamento. Guardando all'aspetto editoriale, il videogioco non veicola alcuna narrazione rilevante per il regime ma, al contrario, lascia emergere tratti distintivi di una minoranza osteggiata, quella fedele allo zoroastrismo, poiché culturalmente e storicamente rappresentativa di un culto e di una civiltà collocabile sul territorio indo-iranico già da prima della nascita dell'Islam.

In conclusione, rapporto tra Iran e videogames ci dice molto su adattamento, vulnerabilità e dispositivi di controllo interno. Ma ancor di più, funziona come sensore delle frizioni tra governance domestica, interdipendenza tecnologica globale e fratture politico-religiose nella società iraniana, oggi ulteriormente esposte dall'intensificarsi delle contestazioni anti-regime. Anche questo caso viaggia sui tre binari del framework.

2.4 Pop culture diplomacy: gli IP bandiera come veicoli di soft power

Il concetto di pop culture diplomacy consente di leggere come gli attori dotati di industrie creative consolidate abbiano progressivamente incorporato produzioni audiovisive, culturali o immaginari legati ad estetica e lifestyle nelle proprie strategie di soft power rivolte a un pubblico globale.

Oltre a moda, cinema e musica, questo perimetro include anime e manga, televisione e streaming, editoria e graphic novel, design e moda, oltre a grandi eventi e format transmediali che amplificano la circolazione di simboli e identità nazionali.⁸⁷ I videogiochi rappresentano l'evoluzione di un repertorio diplomatico-culturale che pesca i propri input dalle tendenze mediatiche, trasformandoli in output negli

⁸⁶ Ghorbanpour, K., & Prax, P. (2024, August 22). Seyyed of Cyrus the Great: Iran's Confused Nationalism in Games. *Transactions of the Digital Games Research Association*, 7(1), 127–156. <https://doi.org/10.26503/todigra.v7i1.2185>

⁸⁷ K. Iwabuchi, "Pop-culture diplomacy in Japan: Soft power, nation branding and the question of international cultural exchange," *International Journal of Cultural Policy*, vol. 21, no. 4, pp. 419–432, 2015. doi:10.1080/10286632.2015.1042469.

ecosistemi digitali globali. L'obiettivo è sempre quello di tramutare l'esperienza culturale in una pratica immersiva, combinando elementi di natura narrativa, estetica o interattiva. Così facendo, si riesce a sviluppare un forte contributo alla costruzione di immagini nazionali desiderabili, stabilizzando letture storiche e identitarie, producendo IP di bandiera che diventano risorse simboliche, favorendo processi di nation branding, fino alla promozione economica e turistica.

2.4.1 Dal Gross National Cool alla gaming foreign policy. Il Giappone come modello di successo.

In Giappone, il binomio videogiochi–politica estera si innesta su una lunga tradizione di potere culturale pop. La diffusione globale di prodotti di intrattenimento giapponese ha contribuito a costruire, soprattutto in Occidente, un immaginario di fascinazione ed esotizzazione del Giappone, elevandolo a riferimento soprattutto per la cultura giovanile. Tokyo cavalca consapevolmente questa condizione sfruttandola come punta di diamante della sua strategia di soft power culturale. Facendo qualche passo indietro, già a partire anni Ottanta marchi come Nintendo,

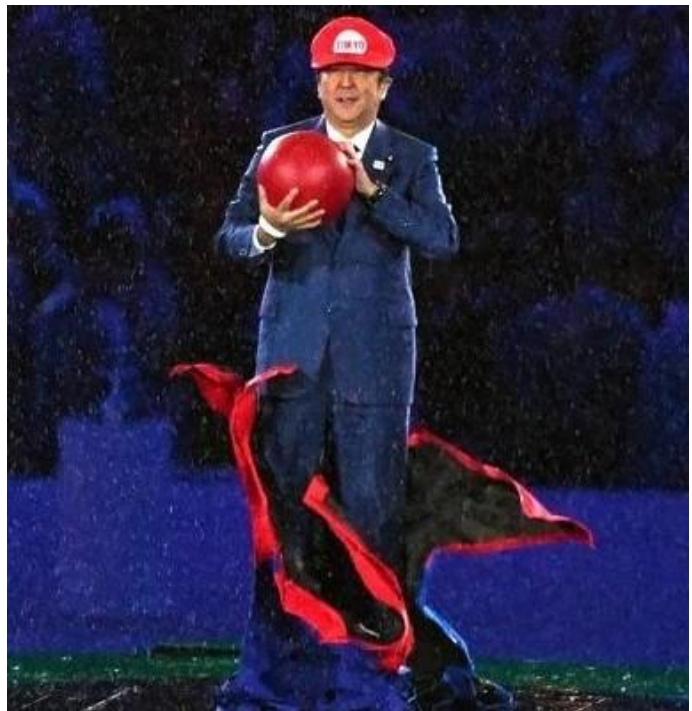


Figura 6: Shinzo Abe in costume da Mario alla cerimonia di chiusura delle Olimpiadi di Rio 2016. Fonte: The Asahi Shimbun (AJW) 21.08.2016

Sega e Sony avevano contribuito a plasmare l'immaginario globale del divertimento digitale, iniziando un graduale processo di riposizionamento simbolico di un Paese segnato da un periodo di stagnazione economica e dalla scomoda eredità imperialista del Novecento. Il periodo clou si ebbe ad inizio Duemila, come sottolineato dal celebre articolo di Douglas McGray del 2002 su "Japan's Gross National Cool"⁸⁸, quando anime, manga, videogiochi e moda giovanile divennero le colonne portanti di una nuova forma di influenza culturale nipponica. Solo più recentemente tutti questi elementi sono stati formalmente ricondotti entro una strategia di politica estera ben definita, dove l'iniziativa "Cool Japan"⁸⁹ diventa il tassello centrale di un progetto di più ampio respiro, che coinvolge ministeri economici (METI), degli esteri (MOFA), l'agenzia

⁸⁸ D. McGray, "Japan's gross national cool," Foreign Policy, no. 130, pp. 44–54, 2002. doi:10.2307/3183487.

⁸⁹ Cabinet Office, Government of Japan. (n.d.). Cool Japan Strategy. Retrieved February 12, 2026, from Cabinet Office website: [link](#)

culturale Japan Foundation e un Cool Japan Fund pubblico-privato dedicato.⁹⁰ In questo ecosistema di pop-policy, franchise globali come Super Mario, Pokémon o Final Fantasy operano a tutti gli effetti come IP di bandiera, contribuendo in larga misura allo sviluppo di un'immagine del Giappone sia tecnologicamente avanzato, ma soprattutto creativo, giovane e non minaccioso⁹¹. Il punto più alto di questo processo è stato raggiunto in occasione della cerimonia di chiusura delle Olimpiadi di Rio 2016 con la famosa apparizione dell'allora primo ministro Shinzo Abe vestito da Mario. L'evento, che ha avuto un'enorme risonanza mediatica, oltre a rafforzare il concetto di Giappone come hub di creatività tecnologica amichevole, ha puntato a favorire l'accrescimento del capitale di simpatia in Occidente ed Asia orientale.⁹² È un dato di fatto come Tokyo abbia oramai raggiunto, perlomeno nelle nuove generazioni, l'obiettivo di identificarsi come riferimento mondiale di innovazione culturale, gaming e lifestyle urbano.

2.5 Persuasione elettorale in-game: il caso Biden/Fortnite

L'ultimo caso riguarda l'utilizzo del medium videoludico come strumento sperimentazione comunicativa elettorale. Nel giro di pochissimi anni si è passati dai semplici advergame o inserzioni pubblicitarie collocate all'interno del videogioco, a vere e proprie esperienze in-game progettate per illustrare programmi elettorali e raccogliere consensi. Il caso Biden-Fortnite è senza dubbio il più emblematico, e permette a questo studio di delineare attraverso un caso "campione" metodologie e strutture replicabili in futuro anche da altri tentativi di persuasione elettorale tramite videogames. Per farlo, è necessario partire dal concetto di persuasion spaces⁹³, ovvero quegli ambienti interattivi in cui l'azione del giocatore è incanalata lungo percorsi che incorporano contenuti politici senza però trasformare il videogioco in uno spot elettorale diretto. Definizione che inquadra perfettamente, nel contesto delle presidenziali USA 2020, l'iniziativa "Build Back Better with Biden" su Fortnite, "un esperimento avanzato di game-mediated persuasion, che ha trasformato un titolo

⁹⁰ Intellectual Property Strategy Headquarters, New Cool Japan Strategy (approved Jun. 4, 2024), Cabinet Office, Government of Japan, 2024. [Online]. [link](#)

⁹¹ K. Iwabuchi, "Pop-culture diplomacy in Japan."

⁹² G. Groot, "Cool Japan versus the China threat: Does Japan's popular culture success mean more soft power?" in *Japanese Language and Soft Power in Asia*, K. Hashimoto, Ed. Palgrave Macmillan, 2018, pp. 15–41. doi:10.1007/978-981-10-5086-2_2.

⁹³ T. De la Hera, J. Jansz, R. Jacobs, B. Schouten, J. Raessens, and M. Kors, "Persuasive gaming: From theory-based design to validation and back. An introduction," in *Persuasive Gaming in Context*, T. De la Hera, J. Jansz, J. Raessens, and B. Schouten, Eds. Amsterdam University Press, 2021, pp. 7–24. doi:10.1515/9789048543939-001.

d'intrattenimento in un ambiente narrativo e procedurale orientato alla mobilitazione elettorale.”

2.5.1 Persuasion spaces in Fortnite. Dentro la campagna Biden–Harris

Nei giorni precedenti voto del 3 novembre 2020, sul popolare videogioco Fortnite è stata lanciata una campagna incentrata sull'avventura single-player ambientata a Reboot City in cui il giocatore è chiamato ad affrontare sei sfide legate ai punti chiave del programma Biden-Harris:

1. Costruzione di un centro di ricerca presso un'università storicamente afroamericana, simbolo del sostegno all'istruzione e all'empowerment delle comunità Black.
2. Installazione di torri 5G “Scranton Towers”, intrecciando infrastrutture digitali e biografia di Biden (Scranton è la sua città natale) e modernizzazione.
3. Bonifica di un fiume dall'inquinamento industriale, richiamando le politiche climatiche e la proposta di un Civilian Climate Corps.
4. Riconversione verde di una fabbrica automobilistica, mettendo in scena la transizione energetica come opportunità industriale e occupazionale, facendo riferimento a contesti come “Atlanta”.
5. Una Sneaker Run ispirata all'immaginario pop di Kamala Harris, strategia volta ad allinearla a un'estetica giovanile, dinamica e informale (le sneaker erano un elemento distintivo dell'allora candidata vice-presidente).
6. Attraversamento di luoghi come “No Malarkey Station” e la gelateria di “Uncle Joe”, pieni di riferimenti all'immagine pubblica di Biden e al frame narrativo della campagna, tra autenticità popolare e slogan umoristici.

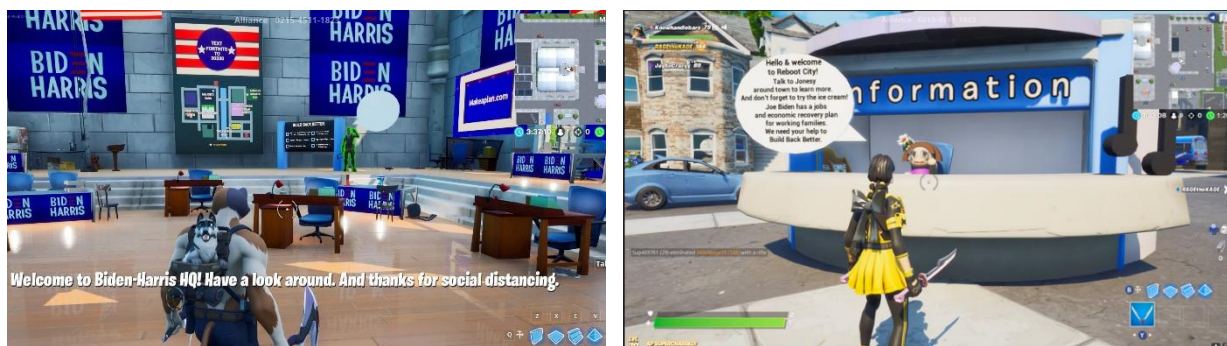


Figura 7-8: Build Back Better with Biden, esperienza in-game su Fortnite (2020) come esempio di persuasion space e mobilitazione elettorale mediata dal gioco. Fonti: Fig7: Kotaku (R. MacLeod), “Joe Biden Has a Fortnite Island Now”, 31.10.2020, kotaku.com. Fig 8: ScreenRant, “Joe Biden Launches Fortnite Creative Map to Encourage Voting”, 31.10.2020

Lungo tutto il percorso della mappa, cartelloni e scritte rimandavano al sito makeplan.com (che illustrava il metodo di voto), oltre ad invitare gli utenti ad inviare un SMS con la parola “Fortnite” al numero 30330. Tutti questi elementi integrano l’esperienza videoludica al ciclo della partecipazione elettorale, trasformando uno spazio del videogioco in uno strumento di micro-didattica elettorale⁹⁴, dove ogni missione era accostata ad un tema di policy (clima, infrastrutture, educazione, giustizia razziale).

2.5.2 Sul terreno cognitivo

Il caso Biden-Harris è rilevante per un motivo in particolare: segna una riconfigurazione del terreno di contesa generazionale nella competizione cognitiva, spostando la campagna elettorale verso spazi in cui le coorti giovanili, nuovi e futuri elettori, trascorrono effettivamente il proprio tempo libero. La scelta di Fortnite come ambiente di lancio della campagna è risultato più che azzeccato, aprendo non a caso una tendenza che negli anni successivi è andata ben oltre l’aspetto prettamente politico, riguardando soprattutto la scena musicale. Il videogioco sviluppato da Epic Games rappresenta il contesto perfetto per veicolare messaggi – in questo caso di natura politica - poiché percepito come spazio di socialità, confronto e costruzione identitaria, con barriere inferiori rispetto ai social tradizionali, spesso visti dai più giovani come saturi di conflitto e polarizzazione⁹⁵. Per questa ragione la campagna si affida a forme di soft persuasion che mettono insieme estetiche rassicuranti, umorismo, mini giochi e call to action integrate nella normale dimensione di gioco, modellando una strategia persuasiva che appare al videogiocatore lontana dai toni aggressivi delle tradizionali campagne elettorali. Ancor più interessante è analizzare quali sono le precise caratteristiche in grado di rendere l’universo di Fortnite perfetto per una qualsiasi campagna elettorale: a partire da una base utenti numericamente comparabile a quella dei maggiori social network, concentrata su un target di adolescenti e young-adult, ovvero quel segmento che sfugge ai media tradizionali ma che è cruciale per la formazione del future identità politiche⁹⁶. Un design cartoonesco che rende più leggero l’ambiente del gioco, liberandolo dal peso dello sfrenato realismo di altri titoli militari o simili, un elemento che rende meno responsabilizzato il

⁹⁴ J. A. de la Cruz, J. Soto de la Cruz, M. A. Sempere, and F. G. García, “Digital games as persuasion spaces for political marketing: Joe Biden’s campaign in Fortnite,” *Media and Communication*, vol. 11, no. 2, pp. 266–277, 2023. doi:10.17645/mac.v11i2.6626.

⁹⁵ B. Stokes and D. Williams, “Gamers who protest: Small-group play and social resources for civic action,” *Games and Culture*, vol. 13, no. 4, pp. 327–348, 2018. doi:10.1177/1555412015615770.

⁹⁶ M. Carter, K. Moore, J. Mavoa, J. Gaspard, and H. Horst, “Children’s perspectives and attitudes toward Fortnite ‘addiction’,” *Media International Australia*, vol. 176, no. 1, pp. 79–93, 2020 doi:10.1177/1329878X20931314.

rapporto tra videoggiocatore e messaggio veicolato. Infine, la forte risonanza transmediale fa sì che l'iniziativa non viva solo nel client di gioco, ma si prolunghi in clip, streaming e meme su piattaforme come Twitch, YouTube e TikTok, ampliandone la portata ben oltre il numero di giocatori che sperimentano direttamente la mappa. Per via di queste dinamiche, Fortnite (ed oggi anche Roblox), si configura come ambiente videoludico utile per monitorare lo spostamento del discorso politico, o come laboratori in cui si testano nuove forme di mobilitazione sociale. Le strategie di soft persuasion utilizzate nel caso Biden-Harris generano un precedente molto interessante alla luce della sua potenziale replicabilità, da attori statali o non, da soggetti esteri in future campagne di influenza.

3. Platformization del videogame e governance della filiera digitale

Nei capitoli precedenti si è analizzata la potenzialità del videogioco come dispositivo industriale, fattore di leva politica ed influenza cognitiva, attraverso il suo inquadramento nella dimensione strutturale e in quella legata ad immaginario e narrazione. L'aspetto dei dati, rappresenta l'ultimo tassello mancante per completare la triade del framework *S-I-D*. L'analisi di questa dimensione non può prescindere da un cambiamento strutturale in corso, caratterizzato dalla progressiva trasformazione dell'esperienza di gioco attraverso store digitali, account, sistemi operativi e servizi online, tutti elementi che rendono possibile l'accesso ai titoli e la loro distribuzione.

In questo senso, è utile introdurre il concetto di platformization per descrivere la "messa a piattaforma" del settore, cioè il consolidamento di una serie di passaggi obbligati che definiscono quali requisiti rispettare, quali costi sostenere, con quale visibilità e con quale grado di dipendenza da servizi esterni⁹⁷. Qui, una stessa dinamica può essere osservata da angolature diverse. Sul piano industriale, store e infrastrutture stabiliscono regole, modelli economici e meccanismi di visibilità in grado di incidere sulla scoperta e sulla permanenza dei contenuti.⁹⁸ In modo molto concreto, un gioco appena lanciato può ottenere livelli di esposizione differenti su uno store digitale in base a segnali come recensioni, punteggio e posizione nelle classifiche.

Da un punto di vista sociale, le integrazioni tra utenti e identità digitali allargano la dimensione informativa dell'esperienza. Un gioco che richiede un account e offre

⁹⁷ A. Helmond, "The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready," *social media + Society*, vol. 1, no. 2, pp. 1–11, 2015, doi:10.1177/2056305115603080.

⁹⁸ T. Poell, D. Nieborg, and J. van Dijck, "Platformisation," *Internet Policy Review*, vol. 8, no. 4, 2019, doi:10.14763/2019.4.1425.

funzioni come “invita un amico”, lista amici e cross play, trasforma ogni sessione in una rete di connessioni, rendendo tracciabili dinamiche di socialità e di partecipazione.⁹⁹ Sul versante produttivo, infine, gli strumenti e gli ambienti di sviluppo influenzano pratiche di lavoro e scelte progettuali, pur senza produrre esiti uniformi.¹⁰⁰ Per ragioni di tempi e costi, soprattutto nei modelli live, mobile o multiplatforma, molti team finiscono per costruire il gioco attorno a soluzioni già disponibili e facilmente integrabili.

Senza entrare troppo nel dettaglio tecnico, per questa analisi l’aspetto che più conta è che queste tappe obbligate funzionano anche come canali in cui i dati dei videogiocatori vengono generati, raccolti e organizzati. Si tratta di profili e autenticazione, tracce d’uso e di attenzione, relazioni tra utenti, pagamenti e preferenze. La conseguenza è che, man mano che l’esperienza si sposta verso sistemi sempre più connessi, aumenta la quantità di dati disponibili e, soprattutto, la possibilità di metterli a confronto e di ricavarne pattern. Questo apre un ulteriore livello molto rilevante sul piano strategico e informativo, poiché ciò che prima restava confinato in un’esperienza più chiusa, oggi diventa parte di flussi aperti osservabili e comparabili. Per comprendere il perché questa dinamica stia accelerando, il passaggio successivo è quello di guardare alla trasformazione tecnico-infrastrutturale che sta spostando il videogame dal salotto al cloud.

3.1 Dal salotto al cloud: la trasformazione del paradigma tecnico-strutturale

La generazione dei millennials, cresciuta con la console fissa, tende a considerare il videogame come un’esperienza stazionaria, legata a un dispositivo dedicato. Tuttavia, le tendenze di mercato oggi raccontano altro, sia in quanto a diffusione¹⁰¹ che a ricavi.¹⁰² Gli ultimi anni sono segnati dal rapido passaggio dai dispositivi fissi (console e PC) a quelli mobili, insieme alla diffusione di modelli che operano al confine tra hardware, piattaforme e servizi (cloud gaming, cross-play, abbonamenti, live service games). Questo cambiamento genera due conseguenze destinate a ridefinire tutta l’infrastruttura del settore:

⁹⁹ Ibidem

¹⁰⁰ A. Chia, B. Keogh, D. Leorke, and B. Nicoll, “Platformisation in game development,” *Internet Policy Review*, vol. 9, no. 4, pp. 1–29, 2020, doi:10.14763/2020.4.1515.

¹⁰¹ Newzoo. 2025. “Global games market to hit \$189 billion in 2025 as growth shifts to console.” 9 settembre 2025. [link](#)

¹⁰² Entertainment Software Association (ESA). 2024. Essential Facts About the U.S. Video Game Industry: 2024. Washington, DC: ESA. (PDF, pubblicato 15 maggio 2024). [link](#)

1. Il passaggio dal luogo all'individuo. Lo smartphone non come semplice oggetto personale, ma portafoglio, sensore geolocalizzato, nodo di rete e console. Ne consegue che la pratica videoludica si intreccia con socialità, mobilità e pagamenti, producendo dataset continui su preferenze e comportamenti individuali grazie a identità digitali e sistemi di autenticazione unificati.¹⁰³
2. La presenza di gatekeeper digitali. Sistemi operativi mobili (iOS, Android e varianti) ed app store, funzionano come veri e propri "cancelli" per il settore del videogame, decidendo quali giochi distribuire, definendo condizioni economiche e margini di accesso ai dati degli utenti. Come anticipato, la platformization del videogame¹⁰⁴ è un fenomeno già in corso, che abbraccia abbonamenti, cloud e live game, estendendo la sua influenza su modelli di monetizzazione (commissioni, regole su microtransazioni e abbonamenti), flussi di dati (raccolta, profilazione, condivisione con terze parti), visibilità dei titoli (classifiche, raccomandazioni, vetrine editoriali).

3.2 Il livello informativo. Dati ed architetture di profilazione

La catena descritta può essere letta anche come filiera di trasformazione dei dati, dove ogni anello, oltre ad offrire un servizio, raccoglie, genera e combina informazioni sugli utenti. Mentre i produttori di dispositivi registrano prestazioni e modalità d'uso, le piattaforme e le community aggregano telemetria, log di gioco, interazioni sociali, geolocalizzazioni utenti, transazioni economiche ed altri contenuti generati dai videogiocatori.¹⁰⁵ Questa dinamica è all'origine della nascita di nuove leve strategiche. Possiamo distinguere almeno tre categorie di dati fruibili nell'ecosistema dei videogames, tenendo sempre ben in mente l'enorme rilevanza del passaggio dalla console all'appendice umana iperconnessa dello smartphone.

- Dati identificativi e finanziari: account, indirizzi e-mail, credenziali di accesso, metodi di pagamento, eventuali procedure KYC (Know Your Customer).
- Dati comportamentali: tempo di gioco, titoli preferiti, pattern di spesa, reti di amicizia o clan, cronologia di chat testuali e vocali.
- Dati contestuali e geografici: indirizzi IP, geolocalizzazione (approssimativa), informazioni sul dispositivo, routine di connessione.

¹⁰³ T. De la Hera, J. Jansz, R. Jacobs, B. Schouten, J. Raessens, and M. Kors, "Persuasive gaming: From theory-based design to validation and back.

¹⁰⁴ H. Farrell and A. Newman, "Weaponized interdependence.

¹⁰⁵ M. I. Strokova, "Video games as an instrument of mass consciousness formation," Analysis and Forecasting.

Così, a diverse tipologie di informazioni corrispondono diverse finalità d'uso. Quando l'obiettivo è quello di alimentare modelli di business basati su profilazione spinta e personalizzazione delle offerte, questi cluster diventano veri e propri asset economici.

Se però se ne considera anche il loro valore informativo ed i possibili impieghi in chiave securitaria, sorgono spontanei due interrogativi: chi controlla questi dati? quali vulnerabilità generano per gli Stati?

Formalmente, i dati sono regolati da termini di servizio, informative privacy e normative nazionali o sovranazionali. Praticamente, il controllo effettivo è concentrato in poche grandi piattaforme transnazionali che presidiano i punti di raccolta (store, servizi online, sistemi di autenticazione). Queste, oltre a possedere le infrastrutture di conservazione e analisi (data center, cloud, strumenti di data analytics e machine learning) decidono in larga misura con chi¹⁰⁶ e come¹⁰⁷ (Regolamento (UE) 2016/679, art. 4) condividere i dati (partner pubblicitari, sviluppatori terzi, eventuali interlocutori istituzionali). La conseguenza principale è la creazione di un'asimmetria strutturale dove attori privati accumulano nel tempo una conoscenza dettagliata di intere coorti generazionali, mentre gli attori statali dispongono spesso solo di frammenti parziali di questo sapere, con tutte le eccezioni del caso. Così, la nozione stessa di sovranità digitale, se non accompagnata da capacità di accesso e interpretazione di questi dataset, rischia di rimanere in gran parte nominale.¹⁰⁸

Questa dinamica è identificabile nel concetto di "asimmetria informativa applicata al settore videoludico", per descrivere come le piattaforme e i grandi gruppi legati al videogame dispongano, in alcuni casi, di una capacità superiore rispetto alle istituzioni pubbliche nel raccogliere e modellare comportamenti collettivi.¹⁰⁹ Lo scenario porta gli attori statali di fronte due questioni centrali. La protezione individuale dei dati dei cittadini, ma ancor di più la dipendenza sistemica da architetture informative controllate da soggetti privati o, ancora peggio, attori esteri.

Quali saranno gli sviluppi specifici di questa situazione è ancora difficile stabilirlo. Tuttavia, si può ipotizzare che questo squilibrio informativo possa giocare un ruolo nella capacità degli Stati di comprendere tempestivamente mutamenti nel clima sociale, nuove forme di polarizzazione o vulnerabilità generazionali emergenti. Il tutto senza dover ricorrere al filtro di attori terzi. Inoltre, non va escluso il rischio di leverage

¹⁰⁶ A. Chia, B. Keogh, D. Leorke, and B. Nicoll, "Platformisation in game development.

¹⁰⁷ Unione europea. 2016. Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR), Articolo 4 "Definitions", in particolare art. 4(7) "controller". Versione web consultabile su gdpr-info.eu, ultimo accesso 17 febbraio 2026, [link](#)

¹⁰⁸ H. Farrell and A. Newman, "Weaponized interdependence.

¹⁰⁹ M. Carter, K. Moore, J. Mavoa, J. Gaspard, and H. Horst, "Children's perspectives and attitudes toward Fortnite 'addiction'.

politico ed economico.¹¹⁰ In scenari di crisi il controllo privato o straniero di infrastrutture critiche dei dati e dell'attenzione può tradursi in leve di pressione indiretta.

4. Discussione comparativa: convergenze, divergenze e meccanismi

La lettura comparata dei casi ha evidenziato un pattern ricorrente tra attori diversi, accomunati dalla configurazione del videogame come un'infrastruttura strategica in cui si intrecciano politica industriale, produzione di immaginari e gestione dei dati. Questa convergenza si traduce in forme di governance ibrida che combina incentivi economici, regolazione dei contenuti o promozione di IP ritenute strategiche - con intensità e strumenti differenti - e con il target giovanile come principale obiettivo cognitivo sul medio periodo.

Sul piano delle divergenze si nota come, in quei contesti non "allineati" con lo schieramento occidentale, persiste un pattern di securitizzazione culturale e di difesa delle public morals, che rende il videogioco simultaneamente spazio da presidiare e dispositivo per contro-narrazioni e potenziamento della coesione interna. Il tutto, collocato all'interno di una sovranità digitale limitata, poiché dipendente da infrastrutture sviluppate altrove e da chokepoint che, analogamente agli stretti nello scenario marittimo, fungono da punti di passaggio obbligato e quindi da presidio costante¹¹¹.

In prospettiva, le traiettorie emergenti si muovono verso *la normalizzazione del videogame come teatro di influenza e public diplomacy; il rafforzamento della dimensione data driven con la convergenza tra gioco, smartphone e servizi; un'integrazione più esplicita del dominio nelle politiche pubbliche, nella sicurezza e nei dispositivi di addestramento e simulazione.*

Le implicazioni ed i limiti della comparazione, inclusi i punti ancora opachi, sono stati raccolti nel paragrafo successivo, così da evitare ripetizioni e chiarire una possibile agenda di ricerca coerente.

¹¹⁰ S. Rolf and S. Schindler, "State Platform Capitalism: The United States, China, and the Global Battle for Digital Supremacy," Elements in Reinventing Capitalism, Cambridge University Press & Assessment, 2025, doi:10.1017/9781009446594

¹¹¹ Nel caso USA, l'accesso ai dati e il controllo di transazioni e asset sensibili possono essere imposti o condizionati da strumenti legali e di sicurezza nazionale, inclusi CLOUD Act e CFIUS.

Conclusione

Il contributo principale del lavoro è la proposta di un framework analitico S-I-D (Strutture, Immaginario, Dati) che integra in una cornice comune livelli spesso trattati separatamente, consentendo lo sviluppo di letture comparabili dei fenomeni industriali, simbolico-narrativi e tecnico-informativi riguardanti il dominio dei videogames, nella consapevolezza che sovranità digitale, Nation branding e competizione cognitiva sono configurabili come dimensioni interdipendenti. L'attenzione verso i meccanismi osservabili permette di costruire un legame metodologico con l'approccio di intelligence, orientato alla ricerca di indicatori, pattern ricorrenti, segnali industriali, culturali e informativi, per tradurli in ipotesi esplicite e verificabili.

Infine, le aree grigie, dove le evidenze disponibili restano frammentarie ed è necessario un maggiore sviluppo empirico riguardano: gli effetti cognitivi e politici di lungo periodo dell'esposizione intensiva a specifici generi e repertori narrativi; i circuiti concreti di condivisione e riuso dei dati di piattaforma lungo la filiera, anche rispetto a soggetti statali o para-statali; la natura del videogame come spazio civico parzialmente privatizzato, regolato da attori privati e algoritmi proprietari, con accountability incompleta. In particolare, rispetto a quest'ultima evidenza, in scenari di tensione o conflitto, il controllo privato o estero su infrastrutture critiche del dato e dell'attenzione può configurarsi come leva indiretta di pressione, tema che merita un'attenzione più approfondita nei security studies.

Il framework S-I-D apre ad una traiettoria coerente con l'impianto del paper, articolata in alcuni passaggi. Un primo consiste nel rendere comparabili politiche pubbliche e strategie nazionali dedicate al videogame, così da distinguere con maggiore precisione i modelli liberali, autoritari e ibridi, e osservare come le scelte di governance incidano nel tempo su industria, contenuti e accesso alle piattaforme. Parallelamente, diventa rilevante lo sguardo alle community videoludiche, trattandole come ambienti di socializzazione politica e produzione di senso, dove frame, linguaggi e mobilitazioni possono emergere in forme più rapide e meno visibili rispetto ai canali tradizionali. In tal senso, è utile ricordare il ruolo della piattaforma Discord nelle proteste della gen-z nepalese e marocchina, gli episodi di radicalismo suprematista, o i Pentagon leaks. Questo richiede metodi integrati, che siano capaci di tenere insieme etnografia digitale, analisi discorsiva e strumenti di data analysis, ma senza ridurre la dimensione culturale a mera metrica. Un ulteriore passaggio riguarda l'integrazione del dominio videoludico nei modelli di valutazione del rischio e dell'analisi prospettica, dalla sicurezza nazionale al corporate risk management. Questo per via della combinazione

tra infrastrutture altamente connesse, flussi di dati e comunità ad alta intensità di attenzione, caratteristiche che rendono il settore un potenziale moltiplicatore di vulnerabilità, così come uno strumento anticipatore di trend politici e culturali. Infine, vi è la necessità di estendere lo sguardo a contesti del Sud globale e ad attori non statali, per comprendere come il videogame venga impiegato anche oltre la dimensione statale e in ecosistemi meno documentati dalla letteratura.

In prospettiva, diventa cruciale intraprendere un monitoraggio continuativo capace di seguire nel tempo l'evoluzione congiunta di Strutture, Immaginario e Dati. S-I-D può funzionare come un dispositivo operativo e come una griglia stabile per le letture longitudinali, rendendo comparabili riconfigurazioni industriali e regolatorie, mutamenti degli strumenti narrativi e simbolici, fino alle variazioni nei regimi di piattaforma, visibilità e moderazione.

Schema del framework S-I-D (Strutture - Immaginario - Dati)

Pilastro	Codice	Etichetta	Che cosa copre	Evidenze tipiche (esempi)	Domande guida per il caso
Strutture (S)	S1	Capitale e controllo industriale	Assetti proprietari e di governance generanti controllo su asset strategici e cattura del valore; M&A e integrazione verticale quando creano controllo effettivo o choke-point.	Acquisizioni e partecipazioni con diritti (board, veto, patti), JV con controllo operativo, struttura holding/SPV, decisioni antitrust e filing, indicatori di concentrazione nel segmento rilevante.	Quali asset e nodi controlla l'attore, con quali leve; come cambia la cattura del valore e il potere contrattuale lungo la filiera.
Strutture (S)	S2	Policy e indirizzo istituzionale	Regolazione, licenze, fiscalità, incentivi, procurement, requisiti di compliance e sicurezza, vincoli su contenuti e monetizzazione.	Leggi, regolamenti, licenze, sussidi, piani industriali, vincoli su contenuti/monetizzazione.	Quali obiettivi politico-industriali (crescita, sovranità, tutela minori, sicurezza) e quali strumenti li implementano; quali trade-off e quali attori vengono avvantaggiati.
Strutture (S)	S3	Dipendenze strutturali e colli di bottiglia	Lock-in e vulnerabilità lungo la filiera; snodi che creano dipendenza e leverage.	Store/engine/cloud di terzi, vincoli pagamenti, dipendenza da chip e hardware, restrizioni export/import, sanzioni, standard tecnici non sostituibili, costi di switching industriali.	Dove sono i choke-point; chi li controlla; quali scenari di interruzione o condizionamento; quali mitigazioni (diversificazione, sostituti, localizzazione).
Immaginario (I)	I1	Soft power e legittimazione simbolica	Uso del gaming per reputazione, prestigio, nation branding e proiezione esterna, più costruzione di legittimità interna tramite successo culturale.	Programmi di diplomazia culturale, eventi internazionali, campagne istituzionali, partnership culturali, export di IP come "vetrina", narrazioni ufficiali su modernità e status.	Quale immagine del Paese o dell'attore viene promossa, verso chi (interno/estero), con quali asset culturali e quali obiettivi reputazionali.
Immaginario (I)	I2	Difesa culturale e moral framing	Cornici morali e securitarie che giustificano sostegno o restrizione: protezione minori, salute, ordine pubblico, sicurezza nazionale, decoro, valori.	Dichiarazioni istituzionali, campagne media, discorsi di policy, report e comunicazioni di autorità o gruppi sociali, moral panic ricorrenti.	Quali frame dominano; quali pratiche vengono normalizzate o stigmatizzate; come il frame prepara o legittima interventi regolatori (poi codificati in S2).

Immaginario (I)	I3	Contesa narrativa e polarizzazione	Conflitto discorsivo su rappresentazioni e significati, spesso intra-societario, e polarizzazione tra comunità, media, istituzioni, industrie, gruppi identitari.	Backlash, campagne online, controversie su storia e identità, dispute su genere e politica, boicottaggi, framing antagonisti tra attori.	Quali linee di frattura e quali trigger; chi sono gli attori e quali risorse comunicative usano; quali effetti su policy, mercato o reputazione.
Dati (D)	D1	Accesso, identità e lock-in di piattaforma	Accesso mediato da account, identità e requisiti, più cattura dei dati connessi all'identità (telemetria, profili, portabilità, interoperabilità) che crea lock-in e asimmetrie.	TOS e privacy policy, requisiti KYC, identity provider, limitazioni API, data portability assente o limitata, data localization se piattaforma o normativa, pratiche di raccolta telemetrica.	Chi può accedere e a quali condizioni; quali dati sono richiesti o raccolti; quali costi di uscita e quali possibilità di portare identità e dati altrove.
Dati (D)	D2	Visibilità e discovery	Governance algoritmica visibilità e distribuzione dell'attenzione: ranking, raccomandazione, search, featuring, ad-tech, metriche che orientano produzione e monetizzazione.	Logiche di featuring nello store, documenti su ranking e ads, cambi di algoritmo, metriche richieste ai creator, dipendenza da advertising e performance marketing.	Chi ottiene visibilità e per quali segnali; quali incentivi spingono i produttori; quali bias sistematici o opacità incidono sulla pluralità.
Dati (D)	D3	Moderazione ed enforcement	Regole sui contenuti e loro applicazione, incluse richieste statali, sistemi di segnalazione, decisioni automatizzate e ricorsi, con effetti su libertà, rischio e compliance.	Policy di moderazione, transparency report, takedown, strike, ban di account, escalation per aree geopolitiche, eccezioni per attori "trusted"	Come vengono applicate le regole e con quali standard; quali errori e asimmetrie; quale trade-off tra controllo, libertà e rischio, e come varia per paese o crisi.

Bibliografia

- B. Stokes and D. Williams, "Gamers who protest: Small-group play and social resources for civic action," *Games and Culture*, vol. 13, no. 4, pp. 327–348, 2018. doi:10.1177/1555412015615770.
- Chia, B. Keogh, D. Leorke, and B. Nicoll, "Platformisation in game development," *Internet Policy Review*, vol. 9, no. 4, pp. 1–29, 2020, doi:10.14763/2020.4.1515.
- D. McGray, "Japan's gross national cool," *Foreign Policy*, no. 130, pp. 44–54, 2002. doi:10.2307/3183487.
- Donald, N. Webber, and E. Wright, "Video games, historical representation and soft power," *Journal of Gaming and Virtual Worlds*, vol. 15, no. 2, pp. 105–127, 2023. doi:10.1386/jgvw_00075_1.
- G. Groot, "Cool Japan versus the China threat: Does Japan's popular culture success mean more soft power?" in *Japanese Language and Soft Power in Asia*, K. Hashimoto, Ed. Palgrave Macmillan, 2018, pp. 15–41. doi:10.1007/978-981-10-5086-2_2.
- G. Groot, "Cool Japan versus the China threat: Does Japan's popular culture success mean more soft power?" in *Japanese Language and Soft Power in Asia*, K. Hashimoto, Ed. Palgrave Macmillan, 2018, pp. 15–41. doi:10.1007/978-981-10-5086-2_2.
- Ghorbanpour, K., & Prax, P. (2024, August 22). Seyyed of Cyrus the Great: Iran's Confused Nationalism in Games. *Transactions of the Digital Games Research Association*, 7(1), 127–156. doi.org/10.26503/todigra.v7i1.2185
- H. Davies, "Independent game production in Southern China," *Media Industries*, vol. 11, no. 1, pp. 75–96, 2024. doi:10.3998/mij.3914.
- H. Farrell and A. Newman, "Weaponized interdependence: How global economic networks shape state coercion," *International Security*, vol. 44, no. 1, pp. 42–79, 2019. doi:10.1162/isec_a_00351.
- H. Farrell and A. Newman, "Weaponized interdependence: How global economic networks shape state coercion," *International Security*, vol. 44, no. 1, pp. 42–79, 2019. doi:10.1162/isec_a_00351.
- Hao, M. Y. (2025). *Cultivation Games and Cosmotechnics: Reimagining Sinofuturism in Chinese Cultivation Narratives*. *Global Media and China*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/20594364251364733>
- Helmond, "The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready," *social media + Society*, vol. 1, no. 2, pp. 1–11, 2015, doi:10.1177/2056305115603080.
- J. A. de la Cruz, J. Soto de la Cruz, M. A. Sempere, and F. G. García, "Digital games as persuasion spaces for political marketing: Joe Biden's campaign in Fortnite," *Media and Communication*, vol. 11, no. 2, pp. 266–277, 2023. doi:10.17645/mac.v11i2.6626.
- J. A. de la Cruz, J. Soto de la Cruz, M. A. Sempere, and F. G. García, "Digital games as persuasion spaces for political marketing: Joe Biden's campaign in Fortnite," *Media and Communication*, vol. 11, no. 2, pp. 266–277, 2023. doi:10.17645/mac.v11i2.6626.
- K. Iwabuchi, "Pop-culture diplomacy in Japan: Soft power, nation branding and the question of international cultural exchange," *International Journal of Cultural Policy*, vol. 21, no. 4, pp. 419–432, 2015. doi:10.1080/10286632.2015.1042469.
- Liboriussen, B., White, A., Wang, D., Conway, S. (Ed.), & deWinter, J. (Ed.) (2017). The ban on gaming consoles in China: protecting national culture, morals, and industry within an international regulatory framework. In S. Conway,

& J. deWinter (Eds.), *Video game policy: production, distribution, and consumption* (pp. 230- 243). (Routledge advances in game studies). Routledge.

- M. Carter, K. Moore, J. Mavoa, J. Gaspard, and H. Horst, "Children's perspectives and attitudes toward Fortnite 'addiction'," *Media International Australia*, vol. 176, no. 1, pp. 79–93, 2020 doi:10.1177/1329878X20931314.
- M. Daiiani and B. Keogh, "An Iranian videogame industry? Localizing videogame production beyond the 'global' videogame industry," *Media Industries*, vol. 9, no. 1, 2022. doi:10.3998/mij.89.
- M. I. Strokova, "Video games as an instrument of mass consciousness formation," *Analysis and Forecasting. IMEMO Journal*, no. 4, pp. 43–56, 2024. doi:10.20542/afij-2024-4-43-56.
- M. M. Mohammed and K. H. Addai, "Politics in video games: A socio-cognitive analysis of Call of Duty: Modern Warfare 2 and Battlefield 3," *Kufa Journal of Arts*, vol. 1, no. 62, pp. 359–382, 2024 doi:10.36317/kaj/2023/v1.i57.12156.
- P. R. Bahurekso, S. R. Ningrum, and D. E. Munajat, "Video games as foreign policy tools: A comparison between Japan and Poland," *Journal of Law, Politic and Humanities*, vol. 5, no. 4, pp. 2489–2501, 2025. doi:10.38035/jlph.v5i4.1540.
- Q. Jiang and A. Y. H. Fung, "Games with a continuum: Globalization, regionalization, and the nation state in the development of China's online game industry," *Games and Culture*, vol. 14, nos. 7–8, pp. 801–824, 2019. doi:10.1177/1555412017737636.
- S. Piasecki, "ESRA, the Iranian games age rating system," *Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, vol. 11, pp. 1–22, 2016. doi.org/10.17885/hejup.rel.2016.0.23632
- S. Rolf and S. Schindler, "State Platform Capitalism: The United States, China, and the Global Battle for Digital Supremacy," *Elements in Reinventing Capitalism*, Cambridge University Press & Assessment, 2025, doi:10.1017/9781009446594
- Szablewicz, M. (2010). The ill effects of "opium for the spirit": a critical cultural analysis of China's Internet addiction moral panic. *Chinese Journal of Communication*, 3(4), 453–470. doi.org/10.1080/17544750.2010.516579
- T. De la Hera, J. Jansz, R. Jacobs, B. Schouten, J. Raessens, and M. Kors, "Persuasive gaming: From theory-based design to validation and back. An introduction," in *Persuasive Gaming in Context*, T. De la Hera, J. Jansz, J. Raessens, and B. Schouten, Eds. Amsterdam University Press, 2021, pp. 7–24. doi:10.1515/9789048543939-001.
- T. Poell, D. Nieborg, and J. van Dijck, "Platformisation," *Internet Policy Review*, vol. 8, no. 4, 2019, doi:10.14763/2019.4.1425.
- X. Han, *Black Myth, digital soft power and counternational narratives in China* [Working paper], 2025. doi:10.13140/RG.2.2.12348.04482.
- X. Han, *Black Myth, digital soft power and counternational narratives in China* [Working paper], 2025. doi:10.13140/RG.2.2.12348.04482.
- X. Zhao and M. Keane, "Sino-futurism and alternative imaginaries of Digital China," *Media International Australia*, 2023, advance online publication. doi:10.1177/1329878X231215108.
- Y. Gusanti, "Local and global cultural interaction: Representation in Asian video games as a medium of cultural communication," *Asian Journal of Media and Culture*, vol. 1, no. 2, pp. 93–112, 2025. doi:10.63919/ajmc.v1i2.23.
- Zheng, X., & Qiu, Z. (2023). The 996-working pattern in Chinese internet firms: How hegemonic despotism promotes long working hours for employees. *China Perspectives*, 134, 67–78. <https://doi.org/10.4000/chinaperspectives.15869>

Sitografia

- Axios, “New Saudi gaming company is well-funded and controversial,” Mar. 24, 2022. [link](#)
- Beijing Municipal People’s Government General Office, 2000, 北京市人民政府办公厅 (2000). 转发市文化局关于 专项治理全市电子游戏经营场所意见, con clausole su stop produzione-vendita di apparecchiature e restrizioni import. [link](#)
- Cabinet Office, Government of Japan. (n.d.). Cool Japan Strategy. Retrieved February 12, 2026, from Cabinet Office website: [link](#)
- Caixin Global, "ByteDance to sell game studio Moonton to Saudi wealth fund," Mar. 20, 2026; Bloomberg, "Savvy to buy ByteDance studio Moonton for \$6 billion," Mar. 20, 2026. La chiusura è attesa nei mesi successivi all'annuncio, subordinata ai consueti consensi regolatori. [link](#)
- Central Committee of the Communist Party of China and State Council of the People’s Republic of China, “Overall layout plan for building a Digital China,” Cyberspace Administration of China, Feb. 27, 2023., ultimo accesso 20 feb. 2026 [Online] [link](#)
- Digital Games Research Center (DIREC) [مرکز تحقیقات بازیهای دیجیتال] (دایرک). (s.d.). About Us. Ultima visita 20 febbraio 2026, [link](#)
- E. Roth, “Activision Blizzard and Epic Games halt sales of games in Russia,” The Verge, Mar. 5, 2022. Ultima visita 20 feb 2026 [Online]. [link](#)
- Electronic Arts Inc. (2025, September 29). EA announces agreement to be acquired by PIF, Silver Lake, and Affinity Partners for \$55 billion. EA Newsroom, Press Releases. [link](#)
- Electronic Arts Inc., *Definitive Proxy Statement (DEFM14A)*, U.S. Securities and Exchange Commission, filed November 2025, accessed April 22, 2026, [link](#)
- Electronic Arts Inc., *Form 8-K: HSR Waiting Period Expiration*, U.S. Securities and Exchange Commission, February 9, 2026, cit. in “HSR Act Waiting Period Expires for Electronic Arts Merger,” *Investing.com*, February 10, 2026, [link](#)
- Electronic Arts Merger Clears Antitrust Hurdle,” *StockTitan*, March 2026 (basato su filing UK CMA e SAMR Cina). [link](#)
- Entertainment Software Association (ESA). 2024. Essential Facts About the U.S. Video Game Industry: 2024. Washington, DC: ESA. (PDF, pubblicato 15 maggio 2024). [link](#)
- Epic Games. (2025, November 19). Unity and Epic Games together advance the open, interoperable future for video gaming. Epic Games. [link](#)
- European Commission. (2023, May 15). Mergers: Commission clears acquisition of Activision Blizzard by Microsoft subject to conditions (Press release IP/23/2705). European Commission, Press Corner. [link](#)
- European Parliament and the Council of the European Union, “Directive (EU) 2022/2555 (NIS 2),” Official Journal of the European Union, L 333, pp. 80–152, 2022, accessed Feb. 15, 2026 [Online]. [link](#)

- European Parliament and the Council of the European Union, “Regulation (EU) 2024/2847 (Cyber Resilience Act),” Official Journal of the European Union, 2024, accessed Feb. 15, 2026 [Online]. [link](#)
- Game World Observer, “Threat to National Security: U.S. senators concerned that a Saudi fund is among EA’s buyers,” Oct. 16, 2025.[link](#)
- Garst, “Video game development in Iran: Limited tools, front companies and a specter of war,” The Washington Post, Feb. 5, 2020. Ultima visita 20 feb 2026 [Online].[link](#)
- General Office of the State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television. (2016, November 4). Notice on Implementing the “China Original Games Premium Publishing Project” (Xin Guang Chu Ban Fa [2016] No. 98). Retrieved February 9, 2026, from [link](#)
- Institute for Internet Development (IRI), “Sparta 2035,” 2024. Ultima visita 20 feb 2026., [Online] [link](#)
- Institute for Internet Development (IRI), “Zemskiy sobor expansion for Smuta will be released in 2025,” Feb.21, 2025. Ultima visita 20 feb 2026. [Online]., [link](#)
- Institute for Internet Development [Институт развития интернета]. (s.d.). «Смутное время: Казачий Круг» интерактивное путешествие в историю России [Post su Telegram]. Telegram. Ultima visita 20 feb 2026, da [link](#) –link al sito del titolo [link](#)
- Intellectual Property Strategy Headquarters, New Cool Japan Strategy (approved Jun. 4, 2024), Cabinet Office, Government of Japan, 2024. [Online]. [link](#)
- Iran Computer and Video Games Foundation, “About,” accessed Dec. 6, 2025. Ultima visita 20 feb.[Online]. [link](#)
- Iran International, “Defense Ministry official: We made the ‘Vade Sadegh’ game for children,” Feb. 4, 2025. [Online]. [link](#)
- J. Höglund, “Electronic empire: Orientalism revisited in the military shooter,” Game Studies, vol. 8, no. 1, 2008. Ultimo accesso 20 feb 2026, [Online]. [link](#)
- J. Xi, “Improve international communication, Xi says,” People’s Daily Online, Jun. 2, 2021. ultimo accesso 20 feb, 2026 [Online]. [link](#)
- J. Xi, “Xi calls for building cultural confidence and strength,” The State Council Information, The People’s Republic of China, Oct. 16, 2022. ultimo accesso 20 feb, 2026 [Online]. [link](#)
- Journal of the European Union, 2024, accessed Feb. 15, 2026 [Online]. [link](#)
- K. H. Chan, “The rise of prestige Chinese games,” Polygon, Feb. 19, 2022. [Online]. [link](#)
- M. Gerasimov, “Sparta 2035 released, a game about a fictional PMC funded by propagandists,” Meduza, Mar. 6, 2025. Ultima visita 16 feb. [Online]. [link](#)
- NATO Allied Command Transformation, CogWar Newsletter (Nov. 2025), 2025. [link](#)
- NetEase Games, “Naraka: Bladepoint uses martial arts to inspire love of Chinese culture,” Apr. 11, 2024. ultimo accesso 20 feb, 2026, [Online]. [link](#)
- Newzoo, Newzoo’s Global Games Market Report 2025 (free version), accessed Dec. 10, 2025. [Online]. [link](#)
- Newzoo. (2025). Top 10 countries by game revenues (2025). Ranking dei mercati per ricavi (USD), Cina al primo posto. Consultato il 7 febbraio 2026. [link](#)

- Newzoo. 2025. "Global games market to hit \$189 billion in 2025 as growth shifts to console." 9 settembre 2025. [link](#)
- O. Holmes, "No cults, no politics, no ghouls: How China censors the video game world," The Guardian, Jul. 15, 2021. [Online]. [link](#)
- Public Investment Fund (PIF). (2022, January 25). PIF launches Savvy Gaming Group (Press release). [link](#)
- Public Investment Fund. (2023, July 12). Savvy Games Group completes acquisition of Scopely for \$4.9 Billion. Newswire, Public Investment Fund (PIF). [link](#)
- Public Investment Fund. (2025, January 30). How PIF is supercharging the new golden age of gaming. PIF News Network. [link](#)
- R. Blumenthal and E. Warren, "Blumenthal & Warren sound alarm on acquisition of American video game producer by Saudi Arabia's sovereign wealth fund & Jared Kushner's investment firm," Press release, Oct. 14, 2025. [link](#)
- R. Blumenthal and E. Warren, "Letter to Andrew Wilson, Chief Executive Officer of Electronic Arts, Inc.," United States Senate, Committee on Homeland Security and Governmental Affairs, Oct. 14, 2025. [link](#)
- R. Chow, "Inside Epic's Unreal Engine 5 and what it means for video games and more," Time, Apr. 5, 2022. Ultima visita 16 feb. [Online]. [link](#)
- Scopely, "Scopely to Acquire Niantic Games Business, Which Includes 'Pokémon GO,' One of the Most Successful Mobile Games of All Time," March 12, 2025 [link](#)
- SoftBank Group Corp., "Tencent to Acquire Majority Stake in Supercell from SoftBank," Jun. 21, 2016. [Online]. [link](#)
- State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television (SAPPRFT), & Ministry of Industry and Information Technology (MIIT). (2016). Provisions on the Administration of Online Publishing Services (Order No. 5, promulgated 4 Feb 2016, effective 10 Mar 2016). Retrieved February 8, 2026, [link](#)
- State Council Information Office of the People's Republic of China, China's Space Program: A 2021 Perspective [White paper]., ultimo accesso 20 feb. 2026 Jan. 28, 2022. [Online]. [link](#)
- State Council of the People's Republic of China. (2023, October 24). Regulations on the Protection of Minors in Cyberspace (State Council Decree No. 766; effective January 1, 2024). Ultimo accesso 9 febbraio 2026, from [link](#)
- Tencent Holdings Ltd., "2024 Annual Report," Mar. 19, 2025. [Online]. Available: [Link](#)
- Thales Group, "Discover our UE5-powered SATIS small arms trainer," accessed Nov. 29, 2025. Ultima visita 16 feb. [Online]. [link](#)
- Ubisoft entertainment, Ubisoft announces the completion of tencent's strategic investment in vantage studios, nov 21, 2025. [online]. Available [link](#)
- Unione europea. 2016. Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR), Articolo 4 "Definitions", in particolare art. 4(7) "controller". Versione web consultabile su gdpr-info.eu, ultimo accesso 17 febbraio 2026, [link](#)
- U.S. Department of the Treasury, CFIUS Review Notices, 2026 (no blocks issued; bipartisan letters ref. Senate Foreign Relations Committee). [link](#)

- World Trade Organization (2001). Summary of 11 November 2001, notifica che la Cina diventa membro WTO l'11 dicembre 2001. [link](#)
- Xinhua News Agency, "Black Myth: Wukong reveals new face of Chinese gaming industry," Aug. 20, 2024. Ultimo accesso 20 feb, 2026 [Online]. [link](#)
- 邓剑 (Deng, Jian). 2022. "中国当代游戏史的思想谱系：从本土现代化到资本与市场逻辑" [The Thought Genealogy of Chinese Modern Gaming History: From Local Modernization to Capital and Market Logic]. Published in 探索与争鸣 (Exploration and Free Views whit VPN), 2022, Vol. 1, No. 2, pp. 163–[link](#)

L'ultimo controllo di accessibilità delle fonti online è stato effettuato il 23 aprile 2026. Tutti i contenuti erano disponibili al momento della consultazione.

Pubblicato nell'aprile 2026
Società Italiana di Intelligence
SOCINT Press
<https://press.socint.org>

Direzione Editoriale: Alice Felli

