



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea
magistrale
in Lingue, economie e
istituzioni dell'Asia e
dell'Africa
mediterranea

Tesi di Laurea

Il terebi dorama **in Italia**

breve studio sulla diffusione dei *dorama* in Italia e più in generale
su alcune tematiche riguardanti i *drama* asiatici

Relatore

Prof. Bonaventura Ruperti

Correlatrice

Prof.ssa Paola Celentano

Laureanda

Elena Chiozzi
842554

Anno Accademico

2018 / 2019

要旨

本論文では、特定の日本の視聴覚メディア、アジアのドラマはイタリアにおける拡散現象を考察する。イタリアでアジアのドラマはどのように普及したのかを検証することがこの論文の目的である。

日本のテレビドラマのはアジアでに現れた。2000年の初めに、「トレンディドラマ」と言う日本のドラマが韓国や中国で人気になった。そして、およそ2005年から韓国のドラマはアジアで日本のドラマよりもっと評判になった。論文の中でもっと詳しくこのドラマの流れを分析する。

また、イタリアで日本のドラマが広まった具体的な事例を説明する。

約15年前から、ドラマはイタリアでも普及し始めた。テレビでは放送されなかったが、Fansubと言うグループのおかげでイタリア人もアジアのドラマが見ることができた。

しかし、どうしてテレビではアジアのドラマを放送されないのか、また今日イタリア人はどのようにドラマを見るかについて論文の中で述べる。

現在、イタリアでは米国のテレビドラマはますます一般大衆を魅了し、最も愛され、最も評価の高いジャンルになりつつある。

さらに、テレビシリーズは、多くの国で大衆に大きな影響力がある。

テレビシリーズを見るために無数のサービスがあるが、それでも視聴者は満足しているようには見えない。

それならなぜアジアのドラマを放送しないのだろうか。

テレビシリーズの需要が高まっているため、論文の中で、アジアの視聴覚メディアの市場拡大の可能性について述べる。特にイタリアでドラマを導入することが可能かどうか、そして、それを行うための最も効果的な戦略は何であるかを分析する。

確かに、ドラマは私の情熱の一つである。実際に、この関心は大学で日本の言語と文化を勉強することにした一つの理由である。

この情熱によって、約10年前と比べて、現代の拡散現象変化に気づいた。この比較から、私は自分の論文をこの変化の分析に捧げることにした。特に、この変化の原因とその結果

は何か、そして、この変化がイタリアのドラマの普及にどのように影響するかの話についてを示す。

本論文の研究課題は三つの疑問を中心にする

1) 実際の変化：新しい公式チャンネルと Netflix

約 10 年前、一般的にイタリアの視聴者のほとんどは字幕だけでドラマの筋書きがわかった。これらの字幕は Fansub と呼ばれる愛好家のグループによって作成された。

この状態は今日少し変わった。合法的にアジアのドラマを提供する多くのストリーミングサイトもある。これらのサイトはイタリア語の字幕も提供している。例えば イタリアでも非常に有名なチャンネルの Netflix は多くのアジアのドラマも提供している。

そのため、ドラマを見ることはますます容易になっている。では、これらの変化はイタリアの視聴者をドラマを身近にしているのか。

2) 将来の変化：それらが伴うもの

現在実際に起こっている変化が将来イタリアにおけるアジアのドラマの流通にどのように影響するのか。

テレビチャンネルにドラマを導入するための最も効果的な戦略は何か、また、吹き替えと字幕のどちらがより効果的かを分析する。本論文では、これらの問題について考察する。

3) 新しい共有方法：ソーシャルネットワーク

イタリアでは、多くの人々がドラマについて話し合えるソーシャルネットワークのディスカッショングループが登場した。特に Facebook では、多くの公開グループがあって、人気である。これらのグループでは、ドラマのファンはドラマに関する情報、アドバイス、意見を交換する。そこで、10 年前と比較して、共有方法がどのように変化したかを分析したい。

論文の構造

第 1 章は紹介である。それはドラマの広い文脈を理解するのに役立つ。それには、インターネットについて述べることも必要である。インターネットはメディアの普及を促進する主な手段の 1 つであるからである。

また、日本のメディアの拡大に関する主な重要事項を簡単に説明する。特に日本のメディアがアジアと世界の両方でそれほど大きな人気を得た理由を表す。

第2章で、論文の中心的な議論を紹介する。

一般的に、アジアのドラマについてそして、もっと詳しくそれぞれの主要な生産国のドラマの特徴を示す。

特に、どのような異なる生産国は差別と相似の特徴を持っているかのことを強調する。次に、異なる生産国の間で共通している特徴がある種のテレビドラマをリストアップする。例えば、非常に人気のあるアイドルドラマ、リメイク、そして最後に素晴らしい観客の新しいジャンルのボーイズラブ。最後に、現代では、日本、中国、韓国、台湾、タイのドラマのどれが視聴者に一番人気になったかを分析する。

第3章では、具体的に論文のトピックに入って、日本のドラマについてのみ説明する。

そのために、日本のドラマの種類と人気ジャンルの詳細な分類を述べる。また、日本のテレビの機能の仕方と、テレビの年の分割と、主なテレビ放送局について概要を表す。

第4章では1953年から今日までのテレビドラマの歴史を説明する。さまざまなドラマタイプの開発と変化について特別な注意をする。

第5章では、韓流と呼ばれる現象について説明する。韓流は「冬のソナタ」と言うのドラマが日本のテレビで放送された後で始まった。そして、日本を韓国の文化であふれさせることによって、この現象は韓流と命名された。この章の中で、「冬のソナタ」の韓国ドラマが日本で成功した原因とその影響について掘り下げる。

最後に、第6章では、イタリアでのアジアドラマの拡散現象を説明する。約10年前、ファンサブのおかげでドラマはイタリアで拡散し始まった。ファンサブは外国のテレビシリーズに字幕を付ける非営利グループである。その後、現在の状況を示す。今日、イタリアでもアジアのドラマを放送するストリーミングチャンネルがある。最も使用されている新しいチャンネルはNetflixとVikiと言う。これらのストリーミングのチャンネルはどのようにドラマの放送方法が変わったかを説明する。また、イタリア人がドラマをどのように見ているのか、さらにどのドラマを見たいかについても述べる。

Indice generale

Introduzione.....	6
1-Espansione del mercato mediatico asiatico.....	12
1.1-Ruolo di internet nella diffusione mediatica.....	12
1.2-Globalizzazione culturale mediatica.....	14
1.2.1-Mercato interno asiatico della produzione dei <i>media</i>	15
1.2.2-Scambi mediatici in Asia Orientale.....	17
1.3-Cool Japan.....	18
1.4-Diffusione dei <i>media</i> giapponesi.....	20
2-Drama.....	23
2.1-Cosa sono il <i>dorama</i> e il <i>drama</i>	23
2.2-Circolazione di <i>drama</i> in Asia.....	24
2.2.1-Situazione attuale.....	25
2.3-Maggiori paesi produttori di <i>drama</i> e caratteristiche.....	26
2.3.1-Corea.....	27
2.3.2-Taiwan.....	27
2.3.3-Cina.....	28
2.3.4-Thailandia.....	29
2.4-Idol drama.....	30
2.4.1- <i>Idol</i>	30
2.3.2- Caratteristiche dell' <i>idol drama</i>	31
2.5-I <i>remake</i>	32
2.6-Il genere <i>Boys love</i>	35
3-Terebi <i>dorama</i> giapponese.....	37
3.1-Introduzione: il <i>terebi dorama</i> giapponese.....	37
3.2-Classificazione dei <i>dorama</i> giapponesi.....	37
3.2.1-Suddivisione per tipologia:.....	38
3.2.2-Suddivisione per genere.....	39
3.3-Periodi di programmazione.....	41
3.4-Emittenti.....	41
4-Storia del <i>terebi dorama</i> giapponese.....	43
4.1-1926-1959 Dall'inizio della televisione agli anni cinquanta: i primi <i>dorama</i>	43
4.1.1-1926-1950 I primi passi della televisione e <i>dorama</i> sperimentali.....	43
4.1.2-1953-1958 Gli anni dei <i>Sei dorama</i> : la messa in onda in diretta.....	44
4.1.3-1956-1960 I primi cambiamenti: avvento del VTR.....	47
4.2-1960-1979 Nascita delle prime tipologie di <i>dorama</i>	48
4.2.1-Home <i>dorama</i>	49
4.2.2-I <i>dorama</i> della NHK: <i>Asadora</i> e <i>Taiga</i>	51
4.2.3-Filone dei <i>dorama tokusatsu</i>	53
4.3-1970-1979 Anni settanta: addio alla famiglia felice.....	55

4.3.1- <i>Dorama</i> scolastici.....	57
4.4-1980- 1999 Nascita dei <i>dorama</i> alla moda 1980- 1999.....	58
4.4.1- Caratteristiche del <i>trendy dorama</i>	58
4.4.2- Sviluppo del <i>trendy dorama</i>	61
4.4.3- Sviluppo negli anni ottanta e novanta dello <i>home dorama</i>	63
4.5-2000-presente: <i>Dorama</i> di successo.....	64
4.5.1- L'importanza dell'attore protagonista nei <i>dorama</i>	65
4.5.2- <i>Dorama</i> investigativi.....	66
4.5.3- <i>Dorama</i> della NHK: statistiche 2000-2019.....	67
4.5.4- <i>Dorama</i> tratti da <i>manga</i>	68
4.5.5- Conclusione.....	70
5- Ondata coreana e effetti.....	71
5.1- Le premesse dell'onda coreana.....	71
5.2- Il caso giapponese: <i>hallyu</i> in Giappone.....	73
5.2.1- Winter Sonata.....	74
5.3- Motivi del successo dell'onda coreana in Giappone.....	75
5.3.1- Motivo uno: differenza con i prodotti nazionali.....	76
5.3.2- Motivo due: senso di Nostalgia nel pubblico.....	76
5.4- Effetti provocati dall'onda coreana.....	77
6- <i>Dorama</i> in Italia.....	80
6.1- Introduzione.....	80
6.2- <i>Drama</i> arrivati nei canali ufficiali.....	80
6.3- Siti di streaming.....	82
6.3.1- Viki.....	82
6.3.2- Netflix.....	85
6.3.3- <i>Crunchyroll</i>	86
6.4- <i>Fansubbing</i>	87
6.4.1- Attività e ruoli del fansub.....	90
6.4.1- Politica dei fansub.....	91
6.5- Prospettive future: doppiaggio o sottotitolazione?.....	92
6.6- Legalità e non dei <i>fansub</i>	94
6.7- Composizione e preferenze dei consumatori italiani.....	96
6.8- Come nasce la passione per i <i>dorama</i> ?.....	99
6.9- Caso specifico dei <i>dorama</i> giapponesi.....	100
6.10- Condivisione della passione: <i>forum</i> , <i>blog</i> o <i>social</i> ?.....	102
7- Conclusione.....	104
Appendice A.....	109
Appendice B.....	109
BIBLIOGRAFIA.....	112
Indice fotografie, tabelle e grafici.....	120

Introduzione

I.1 Motivazione

La presente tesi si propone l'obiettivo di studiare il fenomeno di diffusione in Italia di uno specifico *media* audiovisivo giapponese, i *dorama*,¹ inizialmente conosciuto solo in Asia orientale, ed in particolare di analizzare l'evoluzione delle modalità di espansione, ovvero quali sono stati i "canali" che hanno portato le serie televisive giapponesi ed asiatiche più in generale sui nostri schermi, e di come si è modificata nel tempo la condivisione della passione per i suddetti *dorama*.

Nello specifico, non ho trovato in Italia studi che prendessero in esame tale argomento; nella maggior parte dei casi i documenti in tema citano solo marginalmente questa tipologia di prodotti mediatici, e solo in pochissimi casi si legge qualche approfondimento.

Sono invece già più numerosi i testi che hanno preso in esame le serie televisive nipponiche per studiare diversi aspetti socio-culturali, confrontando la finzione dei *dorama* con la realtà.

In Italia i *dorama*, pur essendo nettamente meno conosciuti rispetto ad altri prodotti della cultura pop nipponica come *anime* e *manga*, stanno ricevendo sempre più l'attenzione di aziende che operano nella distribuzione tramite internet di contenuti di intrattenimento.

Un elemento di rilievo da tenere in particolare considerazione nella scelta dell'argomentazione della tesi è l'importanza che le serie televisive stanno assumendo nel panorama televisivo internazionale. Tali serie sono diventate un'importante e influente forma della cultura popolare in molti paesi, spesso fornendo valori che vanno oltre il semplice divertimento² e appassionano sempre più il pubblico,³ diventando il genere più amato e più apprezzato, fino a indurre persino una vera e propria dipendenza; oramai sono innumerevoli i servizi che le offrono e rendono disponibili, e tuttavia gli spettatori non sembrano mai abbastanza appagati.

Se in Europa regnano sovrane le serie angloamericane, l'Asia ha un vasto e produttivo mercato interno che ha largamente soppiantato il consumo locale di titoli del resto del mondo.

In virtù della crescente richiesta di serie televisive, nel corso della tesi mi sono interrogata sul tema dell'introduzione in Italia dei *dorama* come una possibilità di espansione del mercato dei prodotti audiovisivi seriali.

L'apertura al di fuori dell'Asia verso i prodotti asiatici è in parte già avvenuta in alcune zone, come si può notare da un'attenzione particolare riscossa dai *dorama* in Brasile.

1 Per distinguere nettamente l'origine della serie televisiva si è deciso di utilizzare il termine più specifico *dorama* per le serie prettamente giapponesi, e il più generico *drama* per indicare le serie televisive dell'Asia orientale.

2 Hilaria GÖSSMANN "New Role Models for Men and Women? Gender in Japanese TV Dramas", in Timothy CRAIG (a cura di) *J. Japan Pop: Inside the World of Japanese Popular Culture*, Armonk, Routledge, 2000. pp. 207-221. p. 207.

3 Giorgio GRIGNAFFINI, Andreag Bernardelli, *Che cos'è una serie televisiva*, Roma, Carocci editore, 2017.

Per la scelta dell'argomento della tesi ho deciso di basarmi su un mio personale interesse privato. Infatti i *dorama* sono una delle mie passioni, e sono anche una delle ragioni che mi hanno avvicinata alla cultura giapponese e mi hanno portata a compiere la scelta di condurre in questo campo i miei studi universitari.

Quindi ancora prima che per un interesse accademico, mi sono avvicinata ai *dorama* per divertimento, per lo studio della lingua e per l'apprendimento della cultura.

Allo stesso tempo questa passione mi ha permesso di accorgermi di alcuni cambiamenti che si stanno delineando rispetto a dieci anni fa quando io iniziai a seguire le serie *dorama*.

Da questo è partita la mia riflessione su questi cambiamenti, sulle loro cause e conseguenze, e in che modo questo andrà ad influire su quello che oggi è il “mondo dei drama” in Italia.

Le mie riflessioni si sono quindi concentrate su tre problemi:

1) Cambiamenti effettivi: nuovi canali ufficiali e Netflix

Se torniamo alla situazione di dieci anni fa la maggior parte del pubblico italiano che non conosceva la lingua, poteva seguire la trama di un *dorama* solamente usufruendo dei sottotitoli creati dai gruppi amatoriali, i *fansub*.

Tale contesto è oggi in gran parte ancora vero ma, seppure lentamente, i *dorama* vengono inseriti già tradotti in canali ufficiali, ovvero in siti che distribuiscono contenuti legali via internet piuttosto che tramite canali televisivi.

Questo mi ha portato a riflettere e a ipotizzare quali siano state le conseguenze di tali cambiamenti; se ciò abbia influito nell'avvicinare il pubblico italiano, oppure no e per quali motivi.

2) Cambiamenti futuri: cosa comporteranno.

Mi sono interrogata su come i cambiamenti effettivamente verificatisi, ovvero i nuovi mezzi di distribuzione menzionati nel punto 1, influenzeranno in futuro la circolazione dei *dorama* in Italia.

Per la mia riflessione iniziale mi sono in gran parte basata su conoscenze già acquisite prima dell'inizio della tesi sull'argomento; mi riferisco al diverso meccanismo di distribuzione dei *drama* antecedente la disponibilità di altri veicoli di diffusione dei *media* (come esposto sempre nel punto 1).

A questo proposito, considerando le prospettive future, e non dimenticando che queste supposizioni troveranno conferma o smentita solo tra vari anni, ho ritenuto interessante individuare alcuni punti rilevanti da tenere in considerazione per un eventuale strategia di introduzione dei *dorama* in Italia, ovvero se sia preferibile adottare il doppiaggio o la sottotitolazione.

3) Nuove modalità di condivisione: *social network*

Un ulteriore punto di riflessione è stato per me l'osservare come siano nati negli anni innumerevoli gruppi e pagine sui *social* sia pubblici che privati di condivisione della passione per le serie televisive asiatiche.

Ad esempio su uno dei più noti, Facebook, ci sono moltissimi gruppi nel cui ambito gli appassionati condividono informazioni ed opinioni, richiedono consigli e dove in generale si può discutere tutto ciò che concerne i *drama*.

Esistono anche chat private che sfruttano alcune applicazioni di messaggistica istantanea, come WhatsApp o Telegram ma in questi casi i contenuti sono effimeri, e si perdono nella lunghissima barra di scorrimento, la *Scrollbar*; questo rende talvolta particolarmente difficile recuperare il post di discussione desiderato.

Parliamo comunque di un modo “concettualmente” diverso se confrontato con il metodo primigenio di partenza di condivisione della passione per i *dorama*, ovvero dei forum; nei quali i contenuti rimangono fissi, ed è possibile risalire facilmente ai contenuti ordinatamente classificati.

Infine ho voluto verificare come oggi la maggior parte degli appassionati italiani di serie televisive asiatiche, preferisca condividere la propria passione, e come si approcci ad essa.

I.2 Tecniche e materiali di studio

Per sviluppare la tesi ho scelto di partire da un discorso più ampio e generale per arrivare al capitolo dedicato ad approfondire più dettagliatamente le ipotesi iniziali della ricerca.

In questo modo ho gradualmente introdotto gli elementi indispensabili per comprendere la panoramica generale del contesto attuale riguardante i *dorama*.

La tesi quindi si prefigge di introdurre il lettore al “mondo dei *dorama*” e a tutto ciò che gravita loro intorno sia all’interno del Giappone che nei paesi in cui si sono diffusi, con un’attenta analisi storica del fenomeno.

Allo scopo ho preso in esame un contesto più ampio, considerando non solo le serie nipponiche ma anche le serie prodotte in Asia orientale, dato che i *dorama* non sono limitati entro i confini nazionali.

Durante la ricerca è emerso come le serie di diversa nazionalità si siano influenzate tra loro, in particolare come i *dorama* giapponesi siano passati dall’essere i promotori di quella che oggi è la tipologia con la maggiore attrattiva per il pubblico (*Trandy dorama*), ad essere a loro volta influenzati dai canoni dei *drama* coreani.

Dunque al fine di far comprendere l’importanza di tali interazioni e allo stesso tempo evidenziare le differenze e i tratti unici dei *dorama*, nonché la nascita di diversi punti di contatto e di similitudini tra le serie di diversa nazionalità, si è resa necessaria la scelta di estendere la trattazione oltre alle serie nipponiche alle serie degli altri principali paesi produttori in Asia.

Per la mia ricerca mi sono anche avvalsa dei principali testi di critica che hanno analizzato diversi aspetti concernenti i *dorama*.

Cito in particolare gli studi di Iwabuchi Kōichi,⁴ specializzato in *media* e studi culturali giapponesi e autore di uno dei testi più rilevanti per gli studi sui drama in “Asia Feeling Asian Modernities: Transnational consumption of Japanese TV drama”.

Insieme a quest’opera sono stati particolarmente utili altri suoi scritti quali “Recentering globalization. Popular culture and Japanese transnationalism” e “Contra-flows or the cultural logic of uneven globalization? Japanese media in the global agora”.

Per la ricerca delle diverse tipologie di *dorama* e delle sue modifiche nel tempo sono stati particolarmente utili altri autori come Hilaria M. Gössmann, Tania Darlingon e Katia Valaskivi che nelle proprie trattazioni hanno analizzato l’evoluzione della rappresentazione e del ruolo della donna nei *dorama* dagli anni sessanta ad oggi.

Chua Beng Huat invece è stato fondamentale per lo studio del fenomeno socio-culturale *Korean Wave (Hallyu)* e delle sue influenze sul Giappone.

Per ricostruire su basi storiche la storia dei *dorama* sono stati particolarmente utili gli studi di Jonathan Clements e Motoko Tamamuro, Matsuyama Hideaki, Alisa Freedman e Yonekomra Ritsu.

Per l’analisi del fenomeno in Italia, in assenza di studi specifici che lo riguardassero, mi sono basata su materiale ricavato dalle mie ricerche nei siti dedicati all’argomento, insieme alle mie personali esperienze e conoscenze accumulate in questi anni.

Ho infine promosso un sondaggio nei principali punti di incontro virtuali degli appassionati di drama, con risposte sia aperte che multiple per raccogliere dati sulle preferenze del pubblico i cui esiti hanno confermato le mie ipotesi generali.

I.3-Struttura della tesi

Il capitolo 1 funge come parte iniziale allo scopo di inquadrare i *dorama* in un contesto più ampio e globale.

A tal fine mi è sembrato opportuno inserire un inciso su uno dei principali mezzi di promozione per la diffusione dei *media*, ovvero il *network* internet; senza questo strumento i *dorama* sarebbero presumibilmente ancora sconosciuti in Italia.

Viene poi esposta un’analisi del contesto mediatico nel quale operano i *dorama*: si è voluto descrivere i cambiamenti economici, evidenziando la forte contaminazione culturale nel cui ambito si inseriscono i *dorama*, contaminazione presente sia inter-asia che a livello globale, fornendo anche una panoramica del quadro generale di espansione mediatica nipponica ed individuando alcuni

4 Iwabuchi Koichi insegna *media* e studi culturali presso la School of International Liberal Studies, Waseda University, Tokyo. Le sue pubblicazioni in inglese includono: *Recentering globalization. Popular culture and Japanese transnationalism* (Duke University Press, 2002); *Asia Feeling Asian Modernities: Transnational consumption of Japanese TV drama* (a cura di Hong Kong University Press, 2004); e *Rogue Flows: Trans-Asian Cultural Traffic* (co-ed. con S. Mueke e M. Thomas, Hong Kong University Press, 2004)

elementi essenziali per comprendere l'apporto culturale dei *media* giapponesi nel contesto sia asiatico che globale.

Nel capitolo 2 ho introdotto le caratteristiche specifiche oggetto della tesi, ovvero i *drama*. Qui ho esplicitato le motivazioni della scelta di utilizzare entrambi i termini, *dorama* e *drama* per distinguerli. Viene poi trattato l'argomento della diffusione delle serie televisive in Asia orientale specificando i diversi flussi di distribuzione che le hanno coinvolte, e descrivendo qual è l'attuale predominanza tra le diverse nazionalità.

Il capitolo espone anche le caratteristiche dei *drama* delle maggiori nazioni produttrici, evidenziando quali sono i punti comuni; analizzando anche il tema costituito dai cosiddetti e popolarissimi *idol drama*, nonché della pratica consolidata di creare dei rifacimenti locali per i *drama* esteri di successo, ed infine il nuovo genere di grande audience, i *Boys love*.

Nel capitolo 3 si entra invece nel merito dei *dorama* giapponesi: ho inserito una classificazione dettagliata delle tipologie e dei generi popolari in Giappone, aggiungendo anche una necessaria panoramica su quanto avviene in detta nazione relativamente al funzionamento della televisione giapponese, alla suddivisione dei programmi durante l'anno e alle emittenti più rilevanti per questo contesto.

Ho voluto poi dedicare il capitolo 4 esclusivamente alla storia del *terebi dorama* prestando particolare attenzione agli sviluppi e ai cambiamenti delle diverse tipologie, dalla loro creazione fino alla contemporaneità; in considerazione delle difficoltà in essere al momento di trovare testi reperibili che prendessero in esame tutta la storia dei *dorama* e non solo uno specifico periodo o una determinata tipologia, ho cercato di raccogliere quanto più materiale disponibile per rendere lo studio quanto più possibile completo, e superando anche alcune difficoltà legate alla reperibilità di materiale accademico concernente l'ultimo ventennio che esponesse l'evoluzione dei *dorama*, sia in lingue occidentali che in giapponese.

Nel capitolo 5 ho descritto il fondamentale fenomeno chiamato *Korean wave* che ha letteralmente inondato di cultura coreana il territorio nipponico, sottolineando come esso abbia avuto quale elemento scatenante un singolo *drama* ed analizzando nello specifico l'importanza del fenomeno sia in Giappone che a livello globale, ponendo l'attenzione sulle sue cause, sulle complesse motivazioni, e infine sugli effetti indotti che ne hanno fatto un fenomeno così rilevante in Giappone.

Infine nel capitolo 6 si affronta l'argomento della diffusione del *drama* in Italia, mettendo in evidenza un interessante fenomeno: l'espandersi della conoscenza dei *drama* è avvenuta principalmente ad opera degli amatori, fatto a sua volta reso possibile dall'avvento di internet, anche con l'esame dei principali diffusori di serie televisive asiatiche che attualmente operano tutti tramite l'utilizzo della rete.

Coerentemente con le ipotesi iniziali della ricerca ho cercato di focalizzare il ruolo di questi nuovi mezzi di divulgazione attivi relativamente da poco in Italia (Netflix ad esempio, è disponibile dal 2013) per capire se effettivamente hanno avuto, o presumibilmente avranno in futuro, un ruolo ancora più rilevante.

Infine si è esposto quali sono le ragioni che hanno invogliato il pubblico italiano ad approcciarsi al “mondo dei *drama*”; quali sono le preferenze sulla tipologia di *dorama*, e quali nazionalità sono più seguite. Per ultimo ho elencato i canali più utilizzati dagli spettatori italiani che seguono i *drama*, e in che modo preferiscono consumare questo media d'intrattenimento.

1-Espansione del mercato mediatico asiatico

Esponiamo dunque una breve introduzione sul contesto nel quale si sono sviluppate le serie televisive giapponesi, ovvero il mondo mediatico.

Intanto vediamo cosa sono i *media* o meglio *advertising media* o mezzi di comunicazione di massa.

Mass media abbreviato spesso in *media* deriva dal latino, ma è curioso notare come il termine sia arrivato in italiano attraverso la mediazione di altre lingue; ovvero dalla locuzione inglese “*mass media*” composta dalla parola inglese *mass* "massa" e *media*, plurale di *medium* "mezzo" dal latino.

L'espressione è datata 1967 in italiano, 1923 in inglese, e dunque è antecedente la forma inglese a quella italiana.¹

Mass media è un termine collettivo usato per indicare svariate tecnologie sviluppate in forme istituzionali per la produzione, la diffusione e lo scambio di messaggi o informazioni su vasta scala.

Caratteristiche salienti dei *mass media* sono la possibilità di raggiungere rapidamente o simultaneamente un grandissimo numero di individui in località diverse, una forma altamente organizzata di produzione della comunicazione e il carattere in linea di principio accessibile a tutti dei messaggi.²

La televisione dunque è un *media*, e con essa i programmi, le serie televisive, ed in particolare i drama, oggetto dell'analisi di questa tesi.

1.1-Ruolo di internet nella diffusione mediatica

Per capire le modalità di diffusione mediatica globale che sono presenti oggi, è importante capire il fondamentale apporto di un mezzo che lo consente: internet.

Le ultime generazioni infatti hanno goduto di questo nuovo e potentissimo strumento utilizzabile per comunicare, informarsi, divertirsi, e molto più.

1 Vera GHENO, *Sulla pronuncia di mass media e summit*, “Accademia della Crusca”, 2005, <http://www.accademiadellacrusca.it/en/italian-language/language-consulting/questions-answers/pronuncia-mass-media-summit>, 5-06-2019.

2 ZIZI Margherita, *comunicazioni di massa*, “Dizionario Online TRECCANI”, <http://www.treccani.it/enciclopedia/comunicazioni-di-massa>, 17-05-2019.

Il mondo web,³ con i suoi innumerevoli siti ha permesso la fruizione di informazioni su una amplissima gamma di campi, divulgando e mettendo in comunicazione anche culture diverse.

Internet è stato e continua ad essere un grande promotore di informazioni, nel bene e nel male. Ha connesso lati opposti del mondo permettendo scambi di opinioni in tempo reale, condivisione di *media* e fruizione di molte altre funzioni; questa sua crescente presenza nella vita e nella cultura delle persone e la sua evoluzione tecnologica in una connessione virtuale del mondo intero, hanno ispirato studi che esplorano gli effetti di Internet sulla globalizzazione.⁴

Un'altra caratteristica importante da citare è l'ipertesto HTML (HyperText Markup Language, letteralmente linguaggio a marcatori per ipertesti), un linguaggio di markup: nato per la necessità di disporre di un sistema semplice ed intuitivo per la gestione di informazioni logicamente connesse tra loro, consente in pratica salti diretti da un testo 'marcato' a riferimenti esterni alla pagina di partenza.⁵

Internet nasce negli anni Sessanta durante la guerra fredda per scopi militari, passa poi ad essere sviluppata come rete di comunicazione tra alcune Università degli Stati Uniti col nome di ARPANET. Dopo che questa rete si fu estesa a tutte le università vennero messi a punto dei protocolli di rete, un insieme di regole predefinite alle quali i diversi calcolatori dovevano attenersi per parlare fra loro e per comprendersi.⁶ Dopo la creazione del personal computer (1981) e con la diffusione delle infrastrutture della rete e l'introduzione del WWW⁷ (World Wide Web) a partire dagli anni novanta internet arriva nelle case di tutti e inizia a sviluppare le sue potenzialità di divulgazione delle informazioni.

L'ulteriore passo verso la realtà che conosciamo oggi è stata la nascita del web 2.0 che ha permesso agli utenti di interagire e modificare i contenuti delle pagine web online. In questo modo si sono sviluppati luoghi di condivisione come i *blog*, i *forum* e, in un secondo tempo, anche i *social*.⁸

Sfruttando le potenzialità della rete, in pratica un insieme virtualmente infinito di informazioni sotto forma di testi, immagini, musica e contenuti multimediali, si mettono in comunicazione nuovi mondi ed in particolare la cultura pop nipponica. Lo scambio di opinioni e la condivisione della passione per questa cultura ha avuto un ruolo non indifferente nella sua diffusione anche in Italia.

Per quanto riguarda la diffusione dei *drama*, data la quasi totale mancanza di materiale arrivato in Italia tramite canali ufficiali e tramite supporti alternativi quali videocassette, CD o DVD, internet risulta fondamentale se non indispensabile.

3 Web è la forma abbreviata di (world wide web) e in informatica è la denominazione della rete telematica mondiale attraverso la quale opera Internet. Dizionario online TRACCANI, <http://www.treccani.it/vocabolario/web/>, 5-06-2019.

4 CHOI Sujin, PARK Han Woo, "Flow of Online Content from Production to Consumption in the Context of Globalization Theory", *Globalizations*, 11, 2, 2014, pp. 171-187. p. 174.

5 Gabriele GIGLIOTTI, *HTML 4.01: la guida tascabile al linguaggio del Web*, Milano, Apogeo, 2004. p. vii.

6 Breve Storia di Internet, "PlaNet InterNet", <https://www.planetweb.it/strumenti/piccola-guida-internet/indice/breve-storia-di-internet.html>, 15-05-2019.

7 Francesco GIROTTO, *L'azienda, internet e il sistema informativo. caso aziendale: lotto sport italia s.p.a.*, Padova, Università di Padova, 2004, p. 7.

Grazie alla possibilità data dal web di poter fruire del materiale originale, gruppi di *fansub* negli anni hanno reso disponibili i sottotitoli in italiano per numerose serie, e di conseguenza i conoscitori di *drama* e gli appassionati del genere sono diventati sempre più numerosi. Il fenomeno rimane comunque limitato ad un numero esiguo di persone se paragonato a quello di *anime* e *manga*.

1.2-Globalizzazione culturale mediatica

Vediamo adesso brevemente gli elementi che hanno influito sullo sviluppo del mercato interno all'Asia orientale di serie televisive.

Con lo sviluppo delle tecnologie di comunicazione la distribuzione di informazioni, immagini e testi è ormai possibile a livello globale. Questo ha influito anche sulla circolazione dei *media*, consentendone la distribuzione e la circolazione in tempi rapidi anche ai lati opposti del globo.

La pregressa visione eurocentrica, ovvero l'esaltazione delle culture "occidentali",⁹ ha condizionato in senso limitativo la ricerca accademica sui *media* asiatici, ovvero gli studi erano condotti sotto una ottica che vedeva come il centro promotore della cultura l'Europa e paesi con tratti culturali, economici o politici comuni; dunque ciò ha influenzato l'opinione e i termini sotto cui è stata svolta la ricerca in Asia.

Gli studi sui *media* realizzati in Asia sono un campo relativamente nuovo nella ricerca accademica. Il primo libro specifico sull'argomento consiste in una raccolta di documenti riguardanti una conferenza dell'UNESCO a Bangkok nel 1960. Da allora fino ai primi anni ottanta, i lavori riguardanti l'Asia e i *media* si sono occupati in gran parte del problema del passaggio post-coloniale che ha portato questi paesi fuori dal dominio culturale ed economico da parte dell'Occidente. In particolare le analisi si sono concentrate su un esame dell'autonomia del mercato asiatico rispetto ai messaggi dei *media* importati o sul loro ruolo nello sviluppo economico.¹⁰

Studi più recenti invece trattano dello sviluppo interno dei *media* che è stato capace di crearsi la propria indipendenza dagli influssi esterni, inserendo elementi culturali della propria identità nazionale. L'indipendenza culturale è stata resa possibile anche dalle politiche governative sulla regolamentazione delle importazioni.

I flussi mediatici interni all'Asia, e in particolare gli effetti che la loro circolazione ha avuto nei rapporti tra le nazioni e nell'immaginario popolare costituiscono un ulteriore elemento di interesse per la ricerca accademica.

8 XU Weiai Wayne, PARK Ji Young, PARK Han Wo, "The networked cultural diffusion of Korean wave", *Online Information Review*, 39, 1, 2015, pp. 43-60. p. 45.

9 Verrà usato quindi il termine occidentale e derivati per indicare l'area geografica comprendente tutti quei paesi europei ed extraeuropei che hanno in comune elementi culturali, politici o economici derivati dai principi filosofici del mondo greco-romano-cristiano-illuministico.

10 Krishna SEN, Lee TERENCE, *Political Regimes and the Media in Asia: Continuities, Contradictions and Change*, Abingdon, Routledge, 2008, p. 2.

Secondo lo studioso Iwabuchi Kōichi, la nascita e lo sviluppo dei prodotti mediatici in Asia non dovrebbe più essere analizzata sotto l'ottica eurocentrica; il suo studio si pone in contrasto con la tesi dei *media* (americani) e con il modello riassunto come "imperialismo dei *media* occidentali",¹¹ secondo il quale gli "altri" paesi dovrebbero essere dei meri ricevitori passivi.

Questa tesi non può spiegare la complessità che hanno raggiunto i flussi mediatici in Asia, infatti Iwabuchi suggerisce nuovi tipi di ricerca per superare suddetto modello e dare una maggiore attenzione alla rielaborazione interna all'Asia orientale degli influssi culturali dall'esterno;¹² ovvero, porre attenzione non tanto all'importazione mediatica in Asia orientale, ma ai *media* che sono nati con caratteristiche autoctone.

Va quindi notato che tali produzioni mediatiche di origine asiatica non sono mai state prive di influenze occidentali, al contrario, guardando ad esempio la storia delle serie televisive di origine giapponese denominate *dorama* (vedi più avanti trattazione estesa) si osserva che spesso queste produzioni nazionali sono state create su modelli preesistenti importati dagli Stati Uniti.

Quindi tali *dorama*, o più genericamente *drama* asiatici (per questo vedere capitolo 2) vanno intesi come dei *media* che non sono, né copia né antitesi di prodotti preesistenti; possiamo invece pensarli come prodotti ibridi, nati da un modello esterno ma poi rielaborati per adattarli alle preferenze di un pubblico locale.¹³

Iwabuchi ha anche analizzato l'andamento del forte sviluppo dell'industria televisiva interna in Asia e dichiara che questa può essere interpretata come il frutto dell'ondata di globalizzazione proveniente dall'Occidente, in particolare dagli Stati Uniti. Come reazione a questa ondata di globalizzazione alcuni paesi dell'Asia orientale assunsero delle politiche restrittive¹⁴ tese a limitarne sia la diffusione che i condizionamenti nei confronti della cultura popolare.

1.2.1-Mercato interno asiatico della produzione dei *media*

Per capire il contesto asiatico sviluppiamo ora un inciso sull'espansione economica dei paesi dell'Asia orientale che ha iniziato ad emergere a partire dagli anni sessanta, e in particolare in Giappone, divenuto la seconda potenza economica del mondo almeno fino alla recessione nei primi anni novanta.¹⁵

11 John TOMLINSON, *Cultural imperialism: a critical introduction*, London, Continuum, 2002.

12 IWABUCHI Koichi, *Recentring Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*, Duke University Press Books, 2002.

13 Shuri Mariasih Gietty TAMBUNAN, *Intra-Asia cultural traffic: transnational flow of East Asian television dramas in Indonesia*, Doctor of Philosophy (PhD) Lingnan University 2013 p. 4.

14 IWABUCHI Kōichi, "Contra-flows or the Cultural Logic of Uneven Globalization? Japanese Media in the Global Agora", in THUSSU Dayan (a cura di) *Media on the Move: Global Flow and ContraFlow*, London, Routledge, 2007. pp. 61-75.

15 Rosa CAROLI e Francesco Gatti, *Storia del Giappone*, Roma, GLF editori Laterza, 2006, p. 245.

La ricrescita economica giapponese dopo il conflitto mondiale fu possibile anche grazie alla “inversione di rotta” della politica statunitense che nel Giappone vide non più un nemico sconfitto, bensì un possibile alleato strategico, anche a motivo della sua posizione geografica potenzialmente rilevante in caso di conflitti con i regimi comunisti.¹⁶

In questo contesto storico di grande instabilità e incertezza, i governi dell'Estremo Oriente hanno posto dei limiti alla penetrazione dei contenuti americani nelle loro programmazioni,¹⁷ e questo ha condizionato in parte la nascita di prodotti mediatici indigeni utili a soddisfare le richieste nazionali di serie televisive, i cosiddetti *drama*, che hanno accontentato i desideri del pubblico di trovare *media* locali nei quali identificarsi.¹⁸

Straubhaar¹⁹ nel suo articolo “Beyond Media Imperialism: asymmetrical interdependence and cultural proximity. Critical Studies in Mass Communication” riferisce come in caso di possibilità di scelta tra programmi televisivi internazionali o regionali o nazionali, la preferenza del pubblico vada tendenzialmente verso gli ultimi due, sulla base di una maggiore prossimità culturale.

Tale circostanza, unita alle limitazioni di importazioni dal resto del mondo, ha indotto le industrie del settore televisivo sia a produrre più programmi a livello nazionale che ad importare una percentuale maggiore di prodotti di origine asiatica, con due importanti conseguenze:

- 1) La nascita di un forte mercato interno nella produzione dei *media* e dei *drama*,
- 2) Un'esportazione progressiva di tali produzioni che, come vedremo successivamente, inizieranno a circolare anche fuori dai confini nazionali creando flussi di scambi mediatici soprattutto in Asia orientale e nel sud-est asiatico.

Il Giappone in particolare, è stato un pioniere nell'esportare il proprio mercato dei *media*, creando contenuti di rilievo che hanno attirato l'attenzione del pubblico internazionale: parliamo di videogiochi (ideati in Giappone), *anime* e *manga* che hanno raggiunto un livello di notorietà oramai globale.

Come vedremo, i *dorama*, inizialmente limitati a un'area più circoscritta, si sono diffusi in seguito anche al di fuori dell'Asia, ad esempio in Brasile e in America del nord, con un meccanismo di diffusione differente, legato alle potenzialità della rete, e in particolare al lavoro di numerosi amatori che creano i sottotitoli per renderli comprensibili al resto del mondo; questo processo, che registra la nascita di gruppi amatoriali, i *fansub*, ha diversi punti in comune a quello della prima diffusione degli *anime* negli Stati Uniti.²⁰

L'apertura del mercato dei *drama* ha degli importanti effetti sia culturali che economici in quanto stimola nuovi interessi verso una diversa cultura, aprendo potenzialmente anche molte vie

16 CAROLI, GATTI, *Storia del Giappone...*, cit., p. 226.

17 Joseph STRAUBHAAR, “Beyond Media Imperialism: asymmetrical interdependence and cultural proximity”, *Critical Studies in Mass Communication*, 8, 1, 1991 pp. 39-59.

18 Wimal DISSANAYAKE, “Asian television dramas and Asian theories of communication”, *Journal of Multicultural Discourses*, 7, 2, 2012 pp. 191-196, p. 192.

19 STRAUBHAAR, “Beyond Media Imperialism...”, cit., p. 38.

20 Vedi capitolo 6, paragrafo 6.5 *Fansubbing*.

commerciali, ad esempio nel settore alimentare o per l'insegnamento della lingua; di più, in caso di *drama* di particolare successo, si possono creare dei veri e propri flussi turistici, rendendo i luoghi delle riprese mete ambite per i *fan*.

Un esempio lampante è la statua, creata in onore del famoso *drama* coreano *Winter Sonata* (겨울연가), raffigurante la coppia protagonista e visibile presso l'isola di Namiseom, meta di numerosissimi visitatori.²¹

1.2.2-Scambi mediatici in Asia Orientale

Va ora sottolineato come l'esportazione dei *media* giapponesi assuma un diverso significato a seconda che si parli di Asia o di Europa e Stati Uniti; infatti, bisogna considerare anche i trascorsi storici del Giappone che durante la sua espansione imperialista occupò oltre che la Corea²² un'ampia fetta di territori del sud est asiatico.

Nei paesi liberati alla fine del conflitto bellico il sentimento contro il paese invasore fu naturalmente molto forte e questo influenzò per diverso tempo gli scambi anche mediatici.

Alcune delle nazioni che avevano subito maggiormente la dominazione giapponese, come Corea del Sud e Taiwan posero infatti un limite netto all'importazione mediatica imponendo delle leggi per vietarla.²³ Questo contribuì a rendere i rapporti e gli scambi ufficiali delle sopracitate nazioni con il Giappone ancor più difficili.

Malgrado ciò, soprattutto tra i giovani, immemori dei conflitti, l'attrattiva dei *media* giapponesi, come i *manga* e gli stessi *dorama*, rimase molto forte, e nonostante i tentativi dei governi di impedirne la circolazione, in pratica i *dorama* risultarono comunque ampiamente diffusi attraverso vie illegali.²⁴

In seguito a partire dagli anni novanta, il mercato dei *media* dell'Asia orientale si espanse rapidamente ed iniziarono a circolare *drama* dall'una all'altra nazione a seconda della popolarità del *drama* del momento. I contatti tra le aziende divennero internazionali e portarono a sbocchi anche in altri mercati, mentre nel settore dei *media* si formarono strette collaborazioni.²⁵

Gli scambi seguirono dei veri e propri flussi, che analizzeremo più approfonditamente: ad oltrepassare i propri confini nazionali prima di tutti sono stati i *dorama* giapponesi che hanno

21 Samuel Seongseop KIM, Jerome AGRUSA, Heesung LEE, Kaye CHON, "Effects of Korean Television Dramas on the Flow of Japanese Tourists", *Tourism Management*, 28, 5 2007 pp. 1340-1353, p. 1344.

22 Nel 1905 la Corea divenne Protettorato del Giappone per essere poi annessa nel 1910. CAROLI, GATTI, *Storia del Giappone...*, cit., p. 305.

23 IWABUCHI, *Recentering Globalization: Popular Culture...*, cit., p. 86.

24 Nissim Kadosh OTMAZGIN. "Cultural Commodities and Regionalization in East Asia", *Contemporary Southeast Asia*, 27, 3, 2005 pp. 499-523. p. 515.

25 IWABUCHI, *Contra-flows or the Cultural Logic...*, cit., p. 67.

iniziato a esercitare un richiamo transnazionale attirando un vasto pubblico in Cina, Corea, Taiwan, Hong Kong, arrivando anche in Thailandia, Malesia, Sri Lanka, nonché in altri paesi.²⁶

Dopo il Giappone, fu la volta della cultura coreana che ha cominciato ad affermarsi partendo da serie come *Winter Sonata* del 2002; e di seguito gli sceneggiatori e gli attori televisivi coreani hanno aumentato la loro visibilità internazionale.²⁷

Sicuramente, l'ascesa della popolarità dei *drama* coreani ha rappresentato un punto di svolta nel processo di localizzazione della produzione nazionale, in quanto questi prodotti sono andati oltre la mera riproduzione dei *dorama* giapponesi, inserendo tematiche nuove e un realismo differente, aprendosi le porte del successo.

Anzi, attualmente i *drama* coreani sono i più seguiti, superando anche le loro controparti giapponesi;²⁸ il loro successo non si limita all'Asia orientate e del sud est asiatico ma arriva ad interessare alcune zone degli Stati Uniti, tra cui la California, e città come Chicago e Philadelphia.

Queste serie televisive, insieme ai *manga*, hanno costituito dei modelli da seguire per il mercato interno di ognuno di questi paesi, e si può sostenere che la produzione dei *drama* in Asia orientale sia stata, in qualche misura, stimolata all'inizio da serie giapponesi rivolte a un pubblico giovane, mentre oggi i *drama* possiedono tratti specifici e distinguibili riconducibili alla loro nazionalità.

Come abbiamo visto, le serie televisive in Asia sono nate in un contesto di forte contaminazione, influenzate prima da modelli esterni e poi influenzandosi a vicenda, rimescolando i contenuti e integrandoli con elementi di cultura popolare. Il risultato di quasi settant'anni di contaminazioni sono delle serie televisive capaci di attirare un pubblico nazionale e internazionale conservando comunque forti elementi della propria natalità fino a risultare del tutto distinguibili anche in un contesto globale.

1.3-Cool Japan

Come abbiamo visto il Giappone è stato per molti anni promotore di innovazioni, sia tecnologiche che mediatiche, e in particolare dei primi *dorama* che hanno iniziato a circolare in Asia, con un processo che è parte di un meccanismo ben più grande caratterizzato da numerosi altri fattori, in sostanza un particolare tassello nella diffusione dei prodotti nipponici.

Parleremo ora di come storicamente il Giappone abbia avuto diversi modi di promuovere la propria immagine nazionale:

26 DISSANAYAKE, *Asian television dramas...*, cit., p. 192.

27 Ibidem

28 IWABUCHI, *Contra-flows or the Cultural Logic...*, cit., p. 68

All'inizio del ventesimo secolo, dopo l'apertura forzata del Giappone agli scambi commerciali,²⁹ la priorità per il governo fu la dimostrazione del progresso raggiunto, del livello di modernizzazione, della avanzata tecnologia e del crescente potere militare e politico; non di meno i turisti, continuarono ad essere più interessati agli elementi tradizionali, trovando nelle peculiarità della cultura nipponica la vera attrattiva.³⁰

In seguito, durante gli anni settanta, il governo giapponese tradusse e distribuì ampiamente, attraverso i canali diplomatici, una serie di testi di sociologia e psicologia sul *nihonjinron* (日本人論) letteralmente "teorie sui giapponesi".³¹ Questi testi sono nati dal dibattito che ha impegnato gli intellettuali nella ricerca di tratti distintivi, unici, dell'etnia e della cultura giapponese allo scopo di dimostrarne le particolarità rispetto alle altre culture.³²

Questa teoria spiega i lineamenti distintivi del popolo e della cultura giapponese in termini essenziali, la diversità è concepita come una diversità ontologica. Ribadita in ogni modo, sia in positivo, sia in negativo, l'unicità del Giappone consiste in una opposizione netta con l'Occidente (di cui gli Stati Uniti sono i rappresentanti più esemplari).³³

Oggi invece si parla molto di *Cool Japan* (クールジャパン), espressione gergale che sintetizza in questa espressione, la promozione del Giappone quale superpotenza culturale tramite la diffusione massmediatica della cultura giapponese oramai celebrata sia a livello nazionale che internazionale.³⁴

Il termine *Cool Japan* è stato coniato per la prima volta da un giornalista americano, Douglas Macray³⁵ in un articolo intitolato "*Japan's gross national cool*" pubblicato sulla rivista "*Foreign Policy*" nel 2002; in questo articolo viene descritto il successo e l'attrattiva del *made in Japan*: la cultura popolare, i *manga* e gli *anime*, il design, la moda, lo stile di vita e così via.

La sua asserzione principale sottolinea come questo particolare tipo di popolarità abbia creato una nuova immagine per il Giappone, in cui le cose giapponesi sono "*cool*", "attraenti".

Macray indica come ciò abbia un impatto positivo addirittura sul PIL, fino alla possibilità potenziale di aumentare l'attrattiva globale, anche sul piano politico;³⁶ per questo la crescente influenza culturale del Giappone in tutto il mondo, definita "*coolness*", dovrà diventare la sua nuova competitività nazionale.

Questo articolo in seguito ha dato il via in Giappone a un vero e proprio *boom* del *Cool Japan* anche tramite i *mass media* e in tutto il paese, al punto da indurre la NHK, la principale emittente

29 Nel 1853 il commodoro Matthew Perry approdò con le sue navi nella baia di Edo, e consegnò in modo perentorio la lettera da parte del Presidente degli Stati Uniti, in cui quest'ultimo chiedeva al Giappone di instaurare rapporti commerciali. Per evitare uno scontro armato l'anno successivo nel 1854 fu firmato un accordo che prevedeva l'apertura di alcuni porti giapponesi. CAROLI e GATTI, *Storia del Giappone...*, cit., pp. 130-131.

30 Susan Jolliffe NAPIER, *From Impressionism to Anime: Japan As Fantasy and Fan Cult in the Mind of the West*, New York, N.Y., Basingstoke, 2007, p. 58.

31 Katja VALASKIVI, "A Brand New Future? Cool Japan and the Social Imaginary of the Branded Nation", *Japan Forum*, 25, 4, 2013, pp. 485-504. p. 4.

32 Luisa BIENATI, *Letteratura giapponese, II. Dalla fine dell'Ottocento all'inizio del terzo millennio*, Torino, G. Einaudi, 2005 p. 15.

33 BIENATI, *Letteratura giapponese...*, cit, p. 46.

televisiva pubblica giapponese, a trasmettere un programma tv prendendo spunto dal nome e chiamandolo appunto "Discovering Cool Japan".³⁷

Nel 2005 il governo giapponese ha allegato lo slogan "Cool Japan" ai suoi progetti di *branding* a livello nazionale e successivamente nel 2011 le politiche per rilanciare e promuovere il Giappone all'estero hanno portato alla nascita del progetto nazionale *Cool Japan* ad opera del Ministero dell'economia, del commercio e dell'industria (METI).

Anche persone del mondo politico giapponese seguendo la popolarità ed il fascino che i proprio *media* esercitavano al di fuori del Giappone iniziarono a diffondere l'idea di creare un *Soft Power* basato sul fenomeno *Cool Japan*, con l'introduzione nei loro discorsi di personaggi mediatici, citati poi anche nella diplomazia culturale; a titolo di esempio si riportano alcuni protagonisti di *anime* e *manga* raffigurati in grandi statue o enormi poster e poi fotografati insieme ad esponenti politici di rilievo.

McGray infine ha osservato come il Giappone sia diventato popolare a sua insaputa, durante quello che è stato definito nelle discussioni pubbliche giapponesi "il decennio perduto" degli anni novanta; in questo periodo il Giappone ha sofferto gravi problemi interni legati alla deflazione e alla pressione sempre più forte causata dall'opposizione delle diverse esigenze delle varie fasce della società: da un lato i disagi di una popolazione che invecchia, dall'altro l'emergere dei nuovi problemi giovanili,³⁸ come ad esempio la diffusione dello *hikikomori*;³⁹ e nonostante ciò, paradossalmente, nel resto del mondo è subentrata la tendenza ad un sempre maggiore apprezzamento verso tutto ciò che ruotava attorno al Giappone, subendo sempre più intensamente il fascino delle "cose giapponesi".⁴⁰

Cool Japan è quindi nel mondo un fenomeno dalle enormi potenzialità, che è andato ben oltre la semplice esportazione di prodotti tecnologici o mediatici come *manga* e *anime*, sconfinando in innumerevoli settori e portando la presenza di prodotti giapponesi nella quotidianità di molti.

1.4-Diffusione dei *media* giapponesi

La diffusione delle esportazioni culturali giapponesi non è che la punta dell'iceberg di un processo iniziato molto prima rispetto al momento nel quale alcuni studiosi prestarono le loro prime attenzioni a questo fenomeno, divenuto poi con il *Cool Japan* una vera e propria strategia.

34 IWABUCHI, *Contra-flows or the Cultural Logic...*, cit., p. 62.

35 Douglas McGray è uno scrittore collaboratore della rivista *FOREIGN POLICY*. Nella primavera del 2001 fu mediatore della *Japan Society in Giappone*, dove raccolse materiale per il suo articolo *Japan's gross national cool* del 2002.

36 Katja VALASKIVI, *Relations of Television: Genre and Gender in the Production, Reception and Text of a Japanese Family Drama*, Tampere, University of Tampere 1999, p. 26. 25, 4, 2013, pp. 485-504. p. 4.

37 ANONIMO, "Cool Japan" as the Next Future of Post-industrial Japan?, Lee Kuan Yew School of Public Policy at the National University of Singapore 2018, p. 1.

38 VALASKIVI, *A Brand New Future?...*, cit., p. 4.

39 Hikikomori: persone colpite da una sindrome che induce a chiudersi nella propria stanza senza mai uscire (letteralmente "stare in disparte"), piuttosto diffusa in Giappone. *Hikikomori*, "Dizionario Treccani Online",

La diffusione della cultura mediatica giapponese negli Stati Uniti e in Europa è stata un fenomeno graduale e costante a partire dalla fine degli anni ottanta;⁴¹ in questo periodo l'attenzione del mondo si focalizzò su particolari articoli tecnologici realizzati in Giappone come il SONY Walkman, ma seppur ad un livello minore non va tuttavia ignorato che nello stesso periodo ci fu anche un significativo aumento dell'esportazione di prodotti culturali popolari, ovvero:

1) Film d'animazione: alla fine degli anni novanta alcuni titoli di spicco, come *Akira* (アキラ) del 1988 scritto e diretto da Ōtomo Katsuhiro, portarono anche sul mercato statunitense l'animazione giapponese, con un successo tale che nel 1994, *The Ghost in the Shell* (攻殻機動隊), fu proiettato simultaneamente in Giappone, America e Gran Bretagna.⁴²

2) Software dei videogiochi: hanno contribuito ad accrescere la popolarità dei *media* giapponesi, come i famosissimi ancora oggi *Super Mario* (1981)⁴³ e *Pokémon* (1996).

3) Serie televisive animate: *Heidi* (1974), *Dragon ball* (1986), *Sailor moon* (1993).

4) Personaggi iconici: *Godzilla* (1954), *Doraemon* (1969), *Hello Kitty*, il simpatico personaggio della gattina prodotto dalla compagnia giapponese *Sanrio* (1974),⁴⁴ *Gundam* (1979).

L'insieme di tutti questi elementi sopracitati ha portato silenziosamente e lentamente alla divulgazione di beni culturali giapponesi⁴⁵ in tutte le case del mondo.

Va però precisato che uno dei motivi del successo dei *media* giapponesi, come abbiamo visto di gran lunga precedente al *boom* del concetto di *Cool japan*, è stata la pratica consolidata di togliere dai prodotti venduti all'estero gli elementi prettamente riconducibili al contesto culturale giapponese; questa prassi era effettuata al fine di far raggiungere ai *media* giapponesi il mercato di massa estero e quindi rendere il prodotto non troppo giapponese, ovvero privato di caratteristiche troppo riconducibili alla cultura giapponese, in modo da non compromettere la fondamentale identificazione con i personaggi del racconto da parte dei consumatori internazionali.

Per questo viene effettuato un vero e proprio processo di de-giapponeizzazione chiamato *mukokuseki*, togliendo o evitando contenuti e riferimenti tipicamente giapponesi;⁴⁶ in questo modo i personaggi degli *anime* o dei giochi per computer tendono ad essere consapevolmente disegnati privati di qualsiasi associazione anche morfologica con specifiche caratteristiche nazionali, razziali o culturali.⁴⁷

Questa pratica è particolarmente usata nei videogiochi con un grande seguito all'estero; i principali personaggi umani dei *Pokémon* sono *mukokuseki*, né chiaramente giapponesi né di altre nazionalità,

[http://www.treccani.it/enciclopedia/hikikomori_\(Lessico-del-XXI-Secolo\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/hikikomori_(Lessico-del-XXI-Secolo)/), 3-04-20.

40 VALASKIVI, *A Brand New Future?...*, cit., p. 4.

41 IWABUCHI, *Contra-flows or the Cultural Logic...*, cit., p. 62.

42 IWABUCHI, *Contra-flows or the Cultural Logic...*, cit., p. 62.

43 La prima apparizione del personaggio è nel 1981 nel gioco *Donkey Kong*, da cui fu successivamente sviluppato in ulteriori versioni.

44 Joseph TOBIN, "Pikachu's Global Adventure", in Cecilia von Feilitzen e Ulla Carlsson (a cura di) *Children, Young People and Media Globalisation: Yearbook 2002*. Göteborg, Sweden, UNESCO International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, Göteborg University, 2002 pp. 53-67 p. 52.

45 TOBIN, *Pikachu's Global Adventure...*, cit., p. 52.

46 TOBIN, *Pikachu's Global Adventure...*, cit., p. 56.

e consentono al meglio l'identificazione del giocatore con il personaggio principale, laddove curiosamente i personaggi minori (dove non è richiesta l'identificazione del giocatore) includono all'opposto figure inequivocabilmente giapponesi.⁴⁸

Proprio in riferimento al *mukokuseki*, Iwabuchi sostiene inoltre che la maggior parte delle esportazioni culturali giapponesi verso i mercati occidentali sono culturalmente neutre in quanto l'immagine positiva e l'associazione di una cultura o di uno stile di vita non è generalmente correlata al consumo dei prodotti di una determinata nazione.⁴⁹

In altre parole, se anche i prodotti giapponesi di animazione, i giochi per computer e i personaggi possono essere riconosciuti come originari del Giappone, tuttavia l'attrattiva di tali prodotti risulta relativamente autonoma rispetto alle immagini culturali del paese di produzione,⁵⁰ e quindi non scaturisce dal fatto che quel prodotto sia di origine giapponese.

Comunque, indipendentemente dal considerare che l'essere giapponese abbia influenzato o meno il processo, è ormai indiscutibile che, in Europa e nei paesi dell'Asia, il Giappone sia entrato nella quotidianità di molti, spesso inconsapevolmente, attraverso i già più volte citati canali *mass* mediatici: film d'animazione, giochi per computer, i personaggi immaginari.

47 IWABUCHI, *Contra-flows or the Cultural Logic...*, cit., p. 63.

48 TOBIN, *Pikachu's Global Adventure...*, cit., p. 57.

49 IWABUCHI, *Recentring Globalization: Popular...*, cit., pp. 28-30.

50 IWABUCHI, *Contra-flows or the Cultural Logic...*, cit., p. 63.

2-Drama

2.1-Cosa sono il *dorama* e il *drama*

I *dorama* televisivi sono una forma importante e influente della cultura popolare in molti paesi, spesso in grado di fornire anche un valore che va oltre il semplice intrattenimento.¹ Questo in particolare vale nel Giappone.

Hilaria Gössmann² nei suoi studi ha spesso analizzato il ruolo della donna attraverso i *dorama*, e tramite alcuni sondaggi svolti negli anni per indagare sul consumo di questi *media*, ha concluso che soprattutto le donne giapponesi guardano i *dorama* televisivi non solo per divertimento, ma anche per conoscere la vita. Da questo si può presumere che in una certa misura, probabilmente inferiore, ciò sia vero anche per gli uomini. Pertanto, il modo in cui uomini e donne sono rappresentati nei drammi televisivi riflette non solo le condizioni reali o idealizzate della società, ma contribuisce anche alla creazione e all'accettazione dei ruoli di genere.³

In quasi settant'anni, i *dorama* sono stati strumento di divertimento per il pubblico, ma anche oggetto di studi che hanno analizzato tramite la loro rappresentazione della quotidianità la società contemporanea e i cambiamenti del ruolo assunto dalla donna.

Ma cosa sono esattamente?

Il termine deriva dal corrispettivo inglese *television drama* che è stato tradotto secondo la traslitterazione giapponese, in *terebi dorama* テレビドラマ, e successivamente abbreviato semplicemente in *dorama*. In giapponese con questo termine si indicano genericamente tutte le serie televisive, e non solo quelle prodotte in Giappone. Invece a livello internazionale sono conosciuti anche con il termine più generico *drama*.

Esistono *drama* di svariate nazionalità asiatiche, e insieme a quelli giapponesi indicati spesso come J-drama dall'abbreviazione di *japanese drama*, spiccano per popolarità i *drama* della Corea del Sud chiamati K-drama, di Taiwan chiamati TW-drama, e della Cina chiamati C-drama, ma esistono anche in Thailandia, e nelle Filippine.⁴

Nel seguito per semplificare e rendere più evidente la distinzione si userà il termine *dorama* per indicare le serie televisive prettamente giapponesi, mentre *drama* sarà usato per le altre nazionalità.

1 GÖSSMANN, *New Role Models for Men and Women?* ..., cit., p. 207.

2 Hilaria Gössmann è nata a Tokyo, dove ha trascorso quindici anni. È una studiosa specializzata in letteratura moderna e cultura giapponese. Dal 1992 al 1995 ha lavorato come ricercatrice presso l'Istituto tedesco a Tokyo, e dal 1995 è diventata professoressa di Studi giapponesi presso l'Università di Trier in Germania. CRAIG..., cit., p. 328.

3 GÖSSMANN, *New Role Models for Men and Women?*..., cit., p. 207.

4 I nomi autoctoni sono rispettivamente: *han-guk deorama* 한국드라마, *táiwān diànshìjù*, 台灣電視劇 e *chongguo dian shi lian xu ju* 中国电视连续剧.

Specifico inoltre che questa distinzione viene utilizzata anche in altri studi, ad esempio per sottolineare la matrice nipponica o per distinguere i *dorama* da altre nazionalità, fatto visibile anche nei siti italiani dedicati all'argomento, nei quali spesso per evidenziare l'interesse per la cultura giapponese viene utilizzato il nome più specifico, *dorama*.

2.2-Circolazione di *drama* in Asia

Come abbiamo visto i *drama* non sono una prerogativa giapponese, ma vengono prodotti in molti paesi asiatici dove sono trasmessi.

Questo avviene non solo entro i confini nazionali nei quali sono nati, ma anche a livello transnazionale per lo più in Asia dove tale circolazione era già attiva negli anni sessanta in quanto le varie città asiatiche come Singapore ricevevano ondate di serie televisive provenienti da diverse parti dell'Asia orientale.

Detti flussi sono stati oggetto di studio, per capire e analizzare come lo spostamento dei *media* audiovisivi possa aver influenzato la percezione delle varie peculiarità locali, le similitudini nella rappresentazione della donna o della famiglia, o le motivazioni della maggiore popolarità dei *drama* asiatici.

Nei loro studi Chua Beng Huat e Iwabuchi Kōichi⁵ hanno suddiviso i flussi transnazionali delle serie televisive in tre principali ondate: di provenienza cinese, giapponese e coreana.⁶

Distinguiamo ora i tre flussi di distribuzione in ordine cronologico:

a) *Drama* in lingue siniche

La prima ondata consiste nell'esportazione delle produzioni cinesi in tutte le località prevalentemente popolate da questo ceppo linguistico, tra cui la Repubblica popolare cinese, Hong Kong, Taiwan e Singapore. Talvolta per adattare ai dialetti locali venivano doppiate e sottotitolate.

b) *Dorama* giapponesi

I *dorama* giapponesi si diffusero inizialmente soprattutto tramite vie illegali a causa dei divieti di alcuni governi sull'importazione dei *media* giapponesi. E questo in parte ne determinò una grande popolarità perché furono visti dai giovani come il frutto proibito, incrementandone la richiesta in Corea, e a Taiwan, dove venivano trasmesse attraverso stazioni satellitari.⁷

Nonostante la loro distribuzione non sia stata ufficiale, la popolarità raggiunta dalle serie giapponesi nel resto dell'Asia orientale convinse i produttori giapponesi a cercare mercati esteri, incentivando

5 CHUA, IWABUCHI, *East Asian Pop Culture* ..., cit.

6 CHUA, IWABUCHI, *East Asian Pop Culture* ..., cit. p. 2.

7 Questo perché vigeva il divieto di importare media dal Giappone. La Corea del Sud impose questo divieto totale ufficiale nel 1945. Questo divieto non fu revocato fino al 1998 con la firma della Dichiarazione congiunta della nuova partnership Corea-Giappone. CHUA, IWABUCHI, *East Asian Pop Culture*..., cit. p. 3.

la produzione di *dorama* in grado di attirare anche il pubblico internazionale, e determinando l'avvio di esportazioni ufficiali e legali di alcune serie televisive nipponiche per la trasmissione all'estero con un ulteriore incremento del loro successo.

Comunque il flusso costante di importazione clandestina, comportò anche la nascita di accuse da parte dei produttori giapponesi verso alcuni *drama* prodotti in Corea, accusati di essere parzialmente delle copie di *dorama* giapponesi se non un vero e proprio plagio dell'intera opera originale.⁸

c) *Drama coreani*

Alla fine degli anni novanta con il successivo calo della popolarità dei *dorama* giapponesi, fu il turno dei *drama* coreani. Con il sostegno del governo come industria di esportazione culturale iniziò anche un forte *export* di *drama* coreani che insieme alla musica pop ed alla cinematografia contribuirono a quella che è stata definita una vera e propria ondata di cultura coreana nell'Asia orientale. Questa terza fase è fatta coincidere con il *drama Winter Sonata* che nel 2002 fece il giro dell'Asia, spopolando letteralmente anche sul suolo giapponese, a tal punto da incrementare il turismo giapponese verso i luoghi di ambientazione del *drama*.⁹

2.2.1-Situazione attuale

Inizialmente questi flussi furono principalmente unilaterali, ovvero i paesi più poveri potevano solamente importare dai paesi più ricchi, non avendo un mercato interno. Come abbiamo visto inizialmente fu il Giappone il maggior esportatore in Asia, ma alla fine degli anni novanta, iniziò anche un forte commercio estero di *drama* coreani nel resto dell'Asia orientale dove riscossero presto un enorme successo.

Attualmente in diversi paesi d'Oriente e Sud-Est asiatico, ma anche a Hong Kong, Malesia e altri vengono distribuiti *drama* dei paesi produttori, come abbiamo visto Giappone, Corea del Sud, Cina, e Taiwan in particolare. Dunque non è insolito l'inserimento nelle griglie di programmazione televisive giapponesi di alcuni titoli coreani o cinesi.

Sia in Asia sia internazionalmente esiste una predominanza nella popolarità dei *drama* coreani rispetto alle altre nazionalità, seguite poi dai *drama* giapponesi e taiwanesi. Queste nazionalità godono ormai di una popolarità estesa anche in Europa, Brasile e Stati Uniti, e grazie alla sempre maggiore disponibilità di sottotitoli in inglese o altre lingue, compreso l'italiano, stanno acquisendo una sempre maggiore attenzione anche le produzioni cinesi e thailandesi, mentre rimangono ancora piuttosto limitate le produzioni delle Filippine.

8 CHUA, IWABUCHI, *East Asian Pop Culture* ..., cit. p. 4.

9 KIM, AGRUSA, LEE, CHON, *Effects of Korean television* ..., cit. p. 1342.

Oggi gli scambi tra queste nazioni nel campo della cultura popolare non si limitano alle serie televisive ma riguardano più genericamente tutta la fascia del mercato dell'intrattenimento, sono più frequenti e trovano una sempre più ampia accettazione da parte dei consumatori.

Ad esempio le collaborazioni nella produzione di film e serie televisive sono diventate più comuni, spesso i cantanti per conquistare un mercato più ampio cantano in più lingue asiatiche, e gli attori arrivano alla fama e sono impegnati in attività oltre i confini nazionali, inducendo la formazione di nuovi legami tra le persone in Asia, specialmente tra i giovani.

Il risultato aggregato dei molteplici fattori determinanti che hanno portato alla circolazione dei *drama*, e più in generale della cultura pop dell'Asia orientale, è andato ben oltre la mera trasmissione di un *media* d'intrattenimento. Le conseguenze nelle relazioni e nell'immaginario popolare della nazione d'origine è stato certamente notevole. Basti pensare all'immagine del Giappone post bellico: durante la separazione tra Taiwan e la Repubblica popolare cinese, i *media* giapponesi godevano di una popolarità tra i giovani, mentre non erano ben visti dai loro genitori ancora memori del conflitto. Non volendo però approfondire in questa sede, si vuole comunque segnalare questo ramo degli studi sui *dorama*, e indicare un'ulteriore spunto di riflessione sull'impatto dei *media* nelle diverse culture.

2.3-Maggiori paesi produttori di *drama* e caratteristiche

Vediamo allora adesso le caratteristiche tipiche di ogni nazionalità prendendo in considerazione gli standard odierni più diffusi.

Esiste una pluralità di generi, che rende molto vasta la gamma disponibile: commedia, familiari e polizieschi sono le tipologie più comuni che hanno un seguito cospicuo di pubblico; nondimeno a regnare sempre sovrani sono i *drama* romantici, genere che appassiona il pubblico femminile di ogni fascia d'età.

In un suo articolo Wendy Pan¹⁰ descrive le dinamiche guida su cui si basano i copioni dei *drama* taiwanesi, e questo modello si può facilmente adattare ai *drama* romantici asiatici in generale: il protagonista maschile, proviene da una famiglia benestante dell'alta borghesia, occupato stabilmente e con a disposizione una liquidità apparentemente illimitata, visto in breve come il principe azzurro del ventesimo secolo; la protagonista femminile è invece l'odierna Cenerentola, proveniente da una generazione appartenente alla classe operaia, senza lavoro o comunque stressata dalla mancanza di denaro.¹¹

10 Hui-Ling Wendy PAN è stata professoressa di Istituzioni universitarie di politica educativa e Leadership presso l'Università di Tamkang dal 2011. Dal 2015 è stata nominata come Direttore esecutivo del Centro per l'apprendimento e l'insegnamento presso l'Università di Tamkang. Le sue pubblicazioni riflettono le sue esperienze di ricerca, insegnamento e pratiche. Ha scritto e curato decine di libri e numerose conferenze, documenti, capitoli di libri sulla leadership educativa, il miglioramento scolastico, e la valutazione educativa.

11 Jing Fu YU, Hui Ling Wendy PAN, "Decoding Gender Representatio in Taiwanese Idol Drama", *International Journal of Management and Applied Science (IJMAS)*, 3, 3, 2017, pp. 84-87, p. 6.

In questo schema possiamo ritrovare molti dei titoli più famosi di diversa nazionalità, come lo stesso *Hanayori dango*, e citando altri titoli famosi *Itazura na kiss*, *My name is Kim San Soon* o *Fated to Love You*. Naturalmente questa è una semplificazione quasi estrema per molte storie,¹² ma rende l'idea dei prototipi che attirano il pubblico.

2.3.1-Corea

In Corea¹³ le maggiori produttrici di *drama*, ovvero la KBS e la TVN sono due tra le emittenti più note.

Sono molto apprezzati i *drama* ad ambientazioni storiche, i *sageuk*, e occupano una buona fetta della totalità dei *drama* prodotti annualmente; le puntate sono più lunghe rispetto ai *dorama* giapponesi, con una durata di circa un'ora ad episodio e anche il numero stesso degli episodi è superiore e malgrado non esista una regola fissa possiamo sintetizzare in questo modo:

a) I *drama* più leggeri, come le commedie romantiche o gli scolastici hanno circa sedici episodi, mentre i *drama* più complessi, con tematiche spesso drammatiche variano tra i venti e i ventiquattro episodi.

b) Storici e familiari, solitamente di circa cinquanta episodi, come ad esempio il drama storico *Dae Jang-Geum*, mentre serie a tematiche familiare possono variare dai cinquanta ai cento episodi arrivando anche a centoventi episodi nel caso di *Potato Star 2013QR3*.

Tra le due tipologie ricevono solitamente ascolti maggiori le serie con un numero di episodi più contenuto, mentre a livello internazionale difficilmente arrivano serie superiori ai cinquanta episodi, e in media i titoli seguiti maggiormente hanno meno di venti episodi.

Uno dei motivi principali del successo dei *drama* televisivi coreani è la rappresentazione delle loro questioni familiari, ed anche un maggiore realismo percepito soprattutto nella capacità di relazionarsi con i personaggi e le storie; questi fattori permettono alle serie coreane di rivolgersi a una gamma più ampia di spettatori i quali tendono a preferirli alle controparti giapponesi.¹⁴

2.3.2-Taiwan

A Taiwan invece i *drama* durano circa un'ora e un quarto e contano circa di una ventina di episodi a serie.

La quasi totalità dei titoli tratta tematiche romantiche e comunque molto leggere: commedie leggere e allegre, oppure storie d'amore complicate e cosparse di ostacoli; generi come i poliziesco, medico

12 Negli anni le trame e le tematiche presentate si sono ampliate presentando modelli sempre nuovi.

13 Per semplificazione si parla di Corea, ma sarà sempre riferito alla Corea del Sud.

14 Mayara ARAUJO, *A outra face do pop japonês: o circuito dos dramas de TV*, UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, Rio de Janeiro, 2018, pp. 37-38.

o legale vengono raramente prodotti; sono invece praticamente assenti temi come la violenza o il sesso.

Proprio per tale leggerezza risultano per il pubblico internazionale piuttosto edulcorati e zuccherosi, anche se non mancano titoli che hanno comunque avuto un buon successo come *Fated to Love You*, *Easy Fortune Happy Life* o *Just You*.

Un ramo molto vasto sono gli *idol drama*, che identifica *drama* nel quale gli attori protagonisti sono già noti per le loro attività di cantanti o ballerini e con un ampio seguito di *fan* che generalmente ne garantisce un buon livello di ascolti;¹⁵ le caratteristiche specifiche di questa tipologia sono analizzate più dettagliatamente nel paragrafo 2.3 *Idol drama*.

2.3.3-Cina

Fanno parlare di sé i drama cinesi, sull'onda del successo di *Story of Yanxi Palace* che risulta essere la serie televisiva più ricercata del 2018.¹⁶

Le serie televisive cinesi inizialmente consistevano in intricate storie in costume, con le sofferenze delle protagoniste, oppure in storie di complicate famiglie allargate taiwanesi.¹⁷

La loro presenza nel mercato internazionale molto marcata data anche la grande presenza di espatriati cinesi nel mondo in zone del Nord America e dell'Australia dove alcuni titoli sono diventati molto popolari.¹⁸

Uno di questi fu *My Fair Princess*, popolarissima serie in costume del 1998 che ha segnato in parte le tipologie dei successivi *drama* cinesi.

A partire dagli anni duemila la produzione di *drama* è aumentata continuamente e negli ultimi tempi i *drama* cinesi stanno prendendo maggior piede anche tra il pubblico di amatori internazionale e in Italia, soprattutto grazie al sito *Viki* che ne rende disponibili i sottotitoli; essi sono caratterizzati dall'elevato numero di episodi, una serie breve infatti consta di non meno di venti episodi, mentre mediamente una serie varia dai trenta ai cento episodi e sono particolarmente seguiti soprattutto i *drama* in costume e fantastici, in cui entrano anche elementi *wuxia*¹⁹ e di arti marziali.

15 Il nome *idol drama* deriva dal fatto che i protagonisti, o un protagonista, siano *idol*.

16 Riccardo MANCINI, *Story of Yanxi Palace è la serie televisiva più cercata del 2018 su Google nel mondo*, *Roseanne negli USA*, "BadTaste.it", 2018, <https://www.badtv.it/2018/12/story-of-yanxi-palace-e-la-serie-televisiva-piu-cercata-del-2018-su-google-nel-mondo-roseanne-negli-usa/>, 22-05-2019.

17 Beng Huat CHUA, Kōichi IWABUCHI, *East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave*, Hong Kong, Hong Kong University Press, 2010, p. 2.

18 ZHANG Xiaoling, "Globalisation of Chinese TV Drama: Challenges and Opportunities", *Critical Studies in Television: an International Journal of Television Studies*, 2, 2, 2007 pp. 31-46, p. 33.

19 Wǔxiá significa letteralmente "eroe marziale", è un ampio genere letterario cinese moderno che racconta le avventure di eroi marziali della tradizione cinese. In Cina questo genere ha un grande successo sia nel cinema, con titoli come *La tigre e il dragone* o *La foresta dei pugnali volanti*, che nei *drama*.

Esiste poi e una serie di produzioni, generalmente a basso costo e mandate in onda in streaming che, grazie a questo strumento di trasmissione, hanno raggiunto successi impensabili, come *Go Princess Go* del 2015, definito come un successo virale di internet.²⁰

La produzione dei *drama* cinesi è sotto il controllo diretto del governo centrale, che sottopone i copioni a eventuali cambi o censure, il SAPPRT (*State Administration of Press, Publication, Radio, Film and Television*) e per questo nei primi vent'anni non si sono sviluppati nelle tematiche oltre i limiti della censura loro imposti.²¹

Spesso SAPPRT nel corso delle sue attività ha emesso diverse norme limitative vietando tematiche ritenute pericolose: ad esempio il drama *Empress of China*, dopo la messa in onda del primo episodio, fu accusato di oscenità e ritirato; fu possibile la sua reintegrazione solo dopo pesanti modifiche alle scollature dei costumi femminili.²²

2.3.4-Thailandia

Gli “ultimi arrivati” sono invece i *lakorn*, parola che come abbiamo visto sta ad indicare i *drama* thailandesi. Il nome esatto è *lakorn nam nao* che significa “acqua marcia”, per indicare la loro caratteristica nel ritrarre la vita in modo irreali, presentando sempre ambienti lussuosi, con trame altamente melodrammatiche. Hanno anche la caratteristica di una recitazione sovraeccitata che risulta spesso esagerata e irreali in ragione dei toni alti e concitati.²³

La durata dei *lakorn* è piuttosto estesa con un ora e mezza circa a puntata e con una totale di puntate di circa una ventina di episodi.

Le trame sono quasi tutte incentrate su relazioni amorose ma possono essere divise in alcuni sottogeneri.

La generazione più anziana tende ad amare i *lakorn* romantici le cui storie ruotano attorno alle relazioni familiari con colpi di scena melodrammatici; le storie d'amore dei protagonisti sono spesso contrastate dalla famiglia per via del ceto sociale di uno dei due amanti oppure è anche molto ricorrente la tematica della vendetta, come in *Kluen Cheewit* (คลื่นชีวิต), o del matrimonio forzato (tendenzialmente voluto da un defunto padre).

Le generazioni più giovani preferiscono storie di adolescenti, più legate alla loro vita quotidiana: *lakorn* ambientati a scuola con protagonisti giovani di cui si raccontano i vari , piccoli problemi come i primi amori, le amicizie ecc. .²⁴

20 DENG Zhangyu, *Small-budget series Go Princess Go becomes online success*, “asiaone” 2016, <https://www.asiaone.com/showbiz/small-budget-series-go-princess-go-becomes-online-success>, 22-05-2019.

21 ZHANG, *Globalisation of Chinese TV Drama...*, cit., p. 37.

22 Dopo messa in onda dei primi episodi, il *drama* è stato ritirato e modificato, aggiungendo digitalmente una fascia ai costumi per coprire la parte di seno scoperto, ritenuto indecente.

23 AMPORN Jirattikorn, *Thai Popular Culture: A New Player in Asia Media Circulation and Chinese Censorship*, Newsletter: Center for Southeast Asian Studies, Kyoto University, 76, 2018, pp. 7-9. p. 8.

24 Ibidem.

In questa categoria ha riscosso un buon successo *Hormones* in cui sono state trattate importanti problematiche giovanili, come il bullismo, l'alcolismo o l'aborto.

Infine i *lakorn* ad ambientazione storica sono in genere piuttosto rari e si svolgono in anni relativamente recenti come *Nueng Nai Suang* (คู่กรรม) ambientato durante gli anni cinquanta o *Koo Gum* (คู่กรรม) ambientato durante l'occupazione giapponese in Thailandia.²⁵

Verso la fine degli anni 2000, i drammi televisivi thailandesi iniziarono gradualmente a guadagnare popolarità in Asia e dal 2003 entrarono nei canali televisivi cinesi con il successo di molte serie come ad esempio *Battle of Angels* (สงครามนางฟ้า).

In seguito, negli ultimi dieci anni i flussi televisivi della televisione thailandese si sono espansi in Vietnam, Indonesia, Taiwan, Singapore, Malesia e Filippine.

Infatti, l'economia in crescita di tali paesi ha permesso l'acquisto dei diritti delle serie televisive thailandesi ed i *lakorn* sono stati favoriti, oltre che per i prezzi inferiori, a motivo della loro prossimità culturale, che contribuisce notevolmente al successo delle serie thailandesi nei paesi limitrofi.²⁶

A questo si aggiungono anche altri fattori, come la paura nazionalista cinese della dominante cultura popolare coreana la quale ha portato il consiglio di censura cinese (SAPPRFT) a limitare le importazioni dalla televisione coreana lasciando il posto alle importazioni thailandesi; oppure come la maggiore qualità ed il basso prezzo delle serie televisive thailandesi che nell'ultimo decennio hanno permesso di competere con i più costosi *drama* coreani.²⁷

La nascita del *fandom*²⁸, e di gruppi come il *Muse Fansub*²⁹ che rendono disponibili i sottotitoli in inglese danno un forte contributo a rendere più accessibili i *lakorn* al pubblico internazionale.

2.4-Idol drama

2.4.1-Idol

La presenza degli *idol* nei *drama* è molto ricorrente; la parola è per lo più associata a giovani artisti, generalmente scelti più per il loro aspetto fisico che per delle reali capacità, i quali cantano, ballano, posano per i fotografi e spesso appaiono nei programmi televisivi o recitano nelle serie televisive.

25 L'occupazione giapponese in Thailandia iniziò nel 1941 e finì con la resa del Giappone nel 1945.

26 JIRATTIKORN, *Thai Popular Culture...*, cit., p. 8.

27 JIRATTIKORN, *Thai Popular Culture...*, cit., p. 9.

28 *Fandom*: Neologismo nato dalla fusione tra *fan* (abbreviazione di *fanatic*) e il suffisso *-dom*; letteralmente significa «universo dei fan»; indica un insieme di persone unite dalla passione per un comune fenomeno, personaggio, oggetto. “Fandom”, *Dizionario Online TRECCANI*, http://www.treccani.it/enciclopedia/fandom_%28Lessico-del-XXI-Secolo%29/, 11-05.2019.

29 Muse Fansub <https://justanothermuse.com/>.

Iniziano la propria carriera intorno all'età di dieci anni e proseguono l'attività circa fino ai venticinque come *idol* ed in seguito rimangono attivi seguendo la carriera di attori o di cantanti indipendenti.

Gli *Idol* sono considerati dai fan dei veri e proprio idoli, quasi alla stregua di un mito, e durante la propria carriera sono tenuti a mantenere l'immagine immacolata: le ragazze dovrebbero essere pure e angeliche; i ragazzi sono addestrati per diventare *ikemen* ovvero signori o uomini molto belli con l'aurea del principe incanto. Ma ciò che conta per entrambi è la necessità di apparire innocenti, il che significa che gli *idol* devono sembrare sessualmente e romanticamente inesperti.³⁰

Anche se gli *idol* sono una figura generalmente associata al contesto nipponico, seppur con diverse sfaccettature possiamo ritrovarne i corrispettivi anche in altre nazionalità.

In Giappone e in Corea, ad esempio, per quanto svolgano fondamentalmente lo stesso ruolo, lo sviluppo della loro professione è molto diversa: mentre gli *idol* giapponesi, dopo aver superato un'audizione, hanno la possibilità di debuttare subito affinando le loro abilità nel corso della carriera, per gli *idol* coreani superare un'audizione significa entrare in un rigido sistema di formazione che può durare qualche mese o anche fino a dieci anni.³¹

In entrambi i paesi di frequente gli *idol* debuttano come cantanti in formazioni composte solitamente da tre a dodici persone.

Un'importante agenzia di *idol* giapponesi è la *Johnny&Associates* che ha portato al successo famosi gruppi maschili come gli SMAP, gli Arashi o i Kanjani8; come esponenti di popolari gruppi *idol* femminili citiamo le *Morning Musume* o le *AKB48*.

2.3.2-Caratteristiche dell'*idol drama*

La maggior parte degli *idol drama* giapponesi sono adattamenti tratti da *manga* ben noti e si svolgono generalmente nelle aree metropolitane e all'interno di ambienti alla moda. Come ad esempio il famoso *drama* taiwanese *Meteor Garden*, tratto dal *manga* giapponese *Hanayori dango*.

Il pubblico di riferimento è composto da giovani donne di età compresa tra i quattordici e i ventiquattro anni.

Con una *media* di dieci/dodici episodi, gli *idol drama* giapponesi quando riscuotono un certo successo possono essere anche trasmessi una seconda volta, in contrasto con i *drama* tradizionali, che di solito non vengono mai ritrasmessi.³²

La presenza di un *idol* è una strategia di marketing usata dai produttori per promuovere i *drama*; la loro partecipazione infatti assicura fin da subito buoni ascolti attirando l'attenzione dei fan.

30 ARAUJO, *A outra face do pop japonês...*, cit., p. 54.

31 Caterina Carnevale MIACCA, e Maria Novielli Maria, *L'industria Del Mito E Dell'illusione Nella Cultura Di Massa Giapponese*, Venezia, Università Ca' Foscari, 2015. p. 84.

32 Yu Li LIU, Yi Hsiang Chen, "Cloning, Adaptation, Import and Originality: Taiwan in the Global Television Format Business", in Michael Keane (a cura di) *Television Across Asia: TV Industries, Programme Formats and Globalisation*, Routledge, 2009. p. 67.

Tendenzialmente questa strategia è usata non solo in Giappone, ma anche in Corea, a Taiwan e in generale in Asia per promuovere non solo i *drama* stessi ma anche gli *idol*, che talvolta possono raggiungere il successo proprio tramite queste produzioni.

Chen Yu-Shan, produttore esecutivo della stazione televisiva San-Lih, ha evidenziato alcuni elementi ricorrenti di un *idol drama*:³³

- a) Un attore protagonista deve essere un *idol*. La sua presenza è la chiave del successo o del fallimento di una produzione.
- b) Oggetto della promessa: rappresenta il mezzo simbolico che lega la coppia protagonista e può essere un anello, un uccello o un violino.
- c) Luoghi distinguibili: un luogo particolare, che viene ripetutamente usato per simboleggiare o ricordare i sentimenti degli innamorati; potrebbe essere un angolo di un ufficio, una chiesa o anche un negozio di fiori.
- e) Musica e prodotti di marca: la musica, di solito una canzone a tema o variazioni su un tema catturano gli stati d'animo e le emozioni dei personaggi principali. I prodotti di marca, come vestiti, orologi e borsellini, sono indossati per attirare l'attenzione delle giovani donne e per promuovere al contempo questi accessori.

Tutto questo stimola l'immaginario del pubblico, che prima si rispecchia nei personaggi, poi ne viene assorbito ed infine vorrà acquistare anche i prodotti merchandising legati al *drama*.

2.5-I remake

In Asia, soprattutto negli ultimi vent'anni, sempre più di frequente le emittenti producono rifacimenti di *drama* di diversa nazionalità.

Il *remake* di serie televisive è una pratica ormai assodata: quando un *drama* riscuote successo, le emittenti di altre nazionalità ne acquistano i diritti per replicare la stessa storia nella propria patria. BJ Song, celebre produttore musicale coreano, spiega in questo modo la vendita dei diritti del *format*:

Il *format*, che è sotto copyright, è qualcosa di più di un'idea e qualcosa di meno di un drama: acquistando i diritti, un produttore può rifare la serie, riproporre la trama e i personaggi, ma ha la libertà, regolamentata dal contratto, di adattarla alla realtà locale affinché sia compatibile con specifici valori locali. Inoltre è interpretata da attori di quel paese che parlano la lingua nota a tutti.³⁴

³³ Yu-Li Liu e Yi-Hsiang Chen, *Cloning, adaptation, import ..*, cit., p. 67.

³⁴ MARTEL, *Mainstream: come si costruisce...*, cit., p. 247.

In questi rifacimenti è quindi molto importante la rielaborazione e l'adattamento culturale dell'opera originale per ottenere un prodotto ripensato per il paese asiatico di destinazione dove si mettono in evidenza in modo intrigante sia i punti in comune tra le due culture che le differenze nella costituzione e nella rappresentazione della modernità dell'Asia orientale.³⁵

Come abbiamo visto i *dorama* spesso sono tratti a loro volta da *manga* da cui vengono realizzate delle trasposizioni sia in *anime* che in *dorama*.

Uno degli esempi più famosi riguarda le vicende di due personaggi Makino e Domyoji tratte dalla serie *Hanayori dango* 花より男子 famoso anche in Italia; questo titolo nell'arco di vent'anni ha riscosso molto successo tra il pubblico femminile e dalla sua creazione ad oggi sta ancora ispirando riproduzioni di nazionalità svariate.

Il *manga* di Yoko Kamio iniziato nel 1992 è stato un successo in patria come all'estero. In Giappone nel 1995 ne viene tratto anche un film e l'anno successivo l'*anime* sbarca anche in Italia col titolo "*Mille emozioni tra le pagine del destino per Marie Yvonne*".

La prima serie televisiva è stata prodotta in Taiwan nel 2001 dal titolo *Liu xing hua yuan* 流星花園 conosciuto internazionalmente come *Meteor Garden*.

Questa serie trapianta abilmente la narrativa del fumetto in un contesto taiwanese conservando i personaggi originali ed è stata oggetto di un divieto di trasmissione in Cina per il timore che le vicende amorose e la violenza rappresentata nella serie potessero esercitare una cattiva influenza sugli studenti. Malgrado ciò la serie è diventata lo stesso molto popolare tra i giovani cinesi, visto che nonostante il divieto circolava seppure illegalmente.³⁶

Seguendo l'ondata di successo della serie taiwanese nel 2005 viene creata la versione giapponese mantenendo il titolo originale con il popolarissimo *dorama* con Matsumoto Jun 松本潤 e Inoue Mao 井上真央. Avendo ottenuto un buon livello di ascolti, il *cast* sarà riconfermato per una seconda stagione e un lungometraggio.

Nel 2009 anche la Corea del Sud aggiunge la sua versione alla lista, intitolandola *Boys Over Flowers* 꽃보다 남자. Questa versione ha ottenuto un grande successo in prima serata sulla KBS, la televisione pubblica coreana, e successivamente anche in Giappone, Indonesia, Vietnam, Thailandia, Taiwan, ed infine anche in Cina, diventando un fenomeno globale dal 2009.³⁷

Oltre alle versioni ufficiali, ne esistono numerose "*unlicensed*", e quindi non autorizzate dall'acquisto dei diritti, ma che rassomigliano moltissimo nella trama e nei personaggi all'originale.

35 IWABUCHI Koichi, "East Asian Popular Culture and Inter-Asian Referencing", in Kaoichi Iwabuchi Eva Tsai Chris Berry (a cura di) *Routledge Handbook of East Asian Popular Culture* Routledge, New York, Routledge, Taylor & Francis Group, 2017, pp. 24-33, p. 28.

36 ARAUJO, *A outra face do pop japonês...*, cit., p. 37.

37 Frédéric MARTEL, trad. di Matteo Schianchi, *Mainstream: come si costruisce un successo planetario e si vince la guerra mondiale dei media*. Milano, Feltrinelli, 2010, p. 247.

Tra queste citiamo la versione indonesiana *Siapa Takut Jatuh Cinta* (2002) e americana *Boys Before Friends* (2013), serie che si rivelerà un grande insuccesso a causa di un basso *budget*, e che fu cancellata dopo solo alcuni episodi piuttosto scadenti.³⁸

Comunque nel 2018, con il successo del serial cinese *Meteor Garden* 流星花园, risulta palese che il pubblico non ne ha avuto ancora abbastanza di questa storia ed è disposto a vederla e rivederla ancora.

Trasmessa prima dalla televisione cinese sul canale Hunan, viene acquistata e trasmessa internazionalmente a partire dal 13 luglio 2008 ad opera di Netflix, che ha anche reso disponibili i sottotitoli italiani.

Ma qual è la trama di questa storia che ha attirato spettatori di tutte le nazioni?

Una ragazza di ceto medio-basso, per via della volontà opportunistica dei genitori viene, mandata in una delle più facoltose scuole frequentata dai figli delle più ricche famiglie.

Nella scuola esiste un gruppo chiamato F4 e composto dai figli maschi delle quattro famiglie più ricche della nazione.

Un giorno la ragazza che abitualmente cerca di risultare invisibile agli occhi dei ricchi, per difendere un'amica si oppone proprio al capo di questo gruppo, famoso anche per maltrattare chiunque gli si opponga.

Iniziano allora giorni infernali per la ragazza che verrà maltrattata e presa di mira dalla scuola intera ma poco a poco uno dei suoi nemici si innamora di lei apprezzando il suo carattere forte e schietto

La storia prosegue poi raccontando le innumerevoli vicende e sfide della protagonista.

Senza soffermarci sui dettagli delle modifiche apportate nelle varie versioni, generalmente, l'incipit della storia rimane inalterato seguendo tendenzialmente le linee guida del *manga*, mentre i tratti caratteriali dei personaggi e le situazioni tendono poi a differenziarsi con il susseguirsi degli episodi.

Questa catena di adattamenti della stessa storia, ampiamente letta in Asia, mostra una sorta di condivisione regionale.³⁹

L'attenzione del pubblico in questa storia è data proprio dalle tematiche *shōjo*,⁴⁰ sul primo amore dell'eroina: come sostiene Lan Xuan Le⁴¹ questo genere rappresenta narrativamente e stilisticamente la femminilità che nasce e porta la ragazza verso l'età matura, con le conseguenti responsabilità, mantenendo però anche una possibilità aperta all'adolescenza.

Uno dei punti divergenti nelle varie versioni è la rappresentazione dei tratti dell'eroina adolescente.

38 List of adaptations of *Boys over Flowers*, "Wiki", https://hanadan.fandom.com/wiki/List_of_adaptations_of_Boys_Over_Flowers, 2-06-2019.

39 IWABUCHI, *East Asian Popular Culture* ..., cit., p. 29.

40 Shojo: Il termine *shōjo* (少女), indica quei *manga ed anime* realizzati per ad un pubblico femminile, compreso tra una fascia di età dai dieci ai vent'anni circa.

41 LE Lan Xuan, *Imaginations of the Asian Modern: Text & Context at the Juncture of Nation and Region.*, S.M. Massachusetts Institute of Technology, Dept. of Comparative Media Studies, 2009, p. 35.

L'eroina *shōjo* è sempre, in un modo o nell'altro, attiva, aggressiva e impegnata sia contro i cattivi della storia sia contro i mali sociali che li ha creati⁴² e tuttavia, nella versione sudcoreana *Boys Over Flowers*, la giovane protagonista è, come sostiene Le, sopraffatta dalla “sofferenza” che la rende passiva e impotente.

Questa divergenza dalla storia originale e dalle altre due versioni della serie drammatica può essere spiegata dalla predominanza della narrativa melodrammatica nella Corea del Sud, che è stata storicamente costituita attraverso esperienze traumatiche del colonialismo giapponese, del tumulto del dopoguerra e della modernizzazione.⁴³

Tuttavia, nonostante le differenze che si articolano nello specifico contesto socio-storico del Paese, ogni *dorama* "rimane decisamente asiatico nella sua inflessione" poiché tutte le versioni condividono ancora "l'immaginario del moderno asiatico" narrato attraverso l'esperienza dell'adolescenza femminile.⁴⁴

2.6-Il genere *Boys love*

Uno dei generi che più riscuote successo tra la nuova generazione di pubblico è l'amore tra ragazzi. Questo genere, chiamato *BL* (*Boys love*) è stato tipicamente identificato con le serie di *manga* giapponesi che ritraggono due giovani uomini al centro di un interesse amoroso.

Il *BL* suscita un fascino particolare per lo più su donne eterosessuali, le quali costituiscono la gran parte di *fan* del genere. Non manca comunque anche una parte di pubblico omosessuale o bisessuale.

Il genere è diventato popolare in Asia tramite i *manga* intorno ai primi anni del duemila, ed in seguito seguendone la popolarità, le compagnie televisive thailandesi hanno iniziato a produrre serie televisive *BL* che sono di frequente tratte da romanzi preesistenti ed attirano estimatori anche all'estero, come ad esempio *Love Sick: The Series* (*Love Sick The Series* รักวุ่น วัยรุ่นแสบ).

Promosse da una comunità di *fan* entusiasti che lavorano per fornire sottotitoli di contenuti *BL* in molte comunità linguistiche diverse, le serie *BL* dalla Thailandia sono diventate sempre più popolari in tutta l'Asia, in particolare in Vietnam, Indonesia e Cina.

Va notato che la Thailandia non è l'unico paese asiatico a produrre serie *BL*, ma qui vengono trasmesse su canali ufficiali e vige una grande apertura su questo tema, al contrario di altri paesi dell'Asia.

Ad esempio in Cina il *BL* è considerato illegale, e rappresenta una sfida all'egemonia eterosessuale, e serie web che hanno oltrepassato questo limite, ad esempio *Addicted* (*Shangyin*) 上瘾, hanno

42 LE, *Imaginaries of the Asian Modern...*, cit, p. 35.

43 IWABUCHI, *East Asian Popular Culture ...*, cit., p. 29.

44 LE, *Imaginaries of the Asian Modern...*, cit, p. 115.

subito pesanti conseguenze; malgrado questo, il genere spopola comunque tra i giovani probabilmente proprio per lo status di “ frutto proibito”.⁴⁵

45 JIRATTIKORN, *Thai Popular Culture...*, cit., p. 9.

3-Terebi dorama giapponese

3.1-Introduzione: il terebi dorama giapponese

Come abbiamo visto, il termine *dorama* indica le serie televisive in giapponese; in questo contesto indicheremo come *dorama* esclusivamente le serie prodotte in Giappone.

Anche i *dorama* al pari delle serie televisive americane e degli stessi *anime* si sono differenziati in una vasta gamma di generi, dal romantico, al poliziesco, dalla commedia all'horror; tra questi godono di grande popolarità tra il pubblico i *dorama* con tematiche investigative, romantiche, e gli *homu dorama* ホーム ドラマ , serie con tematiche familiari.

Un altro filone dedicato più ad un pubblico maschile è il genere *Tokusatsu* 特撮 ossia “effetti speciali”, termine utilizzato per indicare un genere di serie televisive perlopiù di argomento fantascientifico in cui viene fatto abbondante uso di particolari tecniche cinematografiche.¹

Diffusi soprattutto negli anni sessanta e settanta hanno protagonisti super eroi come *Kamen Raider* o *Ultraman* o dei super robot meccanici come *Giant Robot*.

3.2-Classificazione dei dorama giapponesi

I *dorama*, sono nati su modello delle serie televisive americane e spesso ne hanno ricalcato i contenuti, ed anche la forma. Fino agli anni settanta, le serie giapponesi hanno mantenuto una forma principalmente fissa, ma si sono poi modificate e sono nate le diverse tipologie di forma, con *dorama* più lunghi, "mini-serie" (un'ora o più di fila) e *tanpatsu* special da due ore circa.

Come vedremo il numero degli episodi varia dalla tipologia ma il formato più comune è il *renzoku* , che varia da dieci a dodici episodi; le puntate sono collegate tra loro e seguono lo sviluppo della storia secondo vari stili narrativi, come a flashback o ad intreccio.

Contrariamente a quanto succede con le serie americane, le serie giapponesi si concludono con l'ultimo episodio, e non lasciano situazioni insolute, e rappresentano quindi nell'insieme dei prodotti auto conclusivi.

Di un certo *dorama* solitamente non sono previsti prolungamenti per più di una stagione, se non quando il titolo ottiene un buon successo ed in tal caso possono esserci dei seguiti con la ripresa di parte o tutti i personaggi.

Ad esempio *Legal High 2* o *Itazura na Kiss 2*, nella seconda serie riprendono interamente tutti i personaggi e li seguono in nuove vicende, mentre *Gokusen 2* vede nella seconda serie solo uno dei personaggi della prima stagione.

¹ Massimo NICORA, “L'epoca d'oro dei tokusatsu Appunti per una storia dei telefilm giapponesi con effetti speciali, Manga Academica”, *Rivista di studi sul fumetto e sul cinema di animazione giapponese*, 9, 2016, pp. 47-82, p.47.

La forma attualmente si è abbastanza stabilizzata, tuttavia nascono anche nuovi formati che esulano dalla tradizionale messa in onda, come le web serie che vengono mandate online direttamente nei siti di *streaming*.

A seconda del metodo di classificazione adottato, si possono avere diverse categorie di *dorama*, ma ora si sono prese in considerazione le classificazioni più diffuse e conosciute, cercando di riportarle nel modo più esaustivo e chiaro possibile.

Si sono quindi suddivisi i *dorama* per tipologie, prendendo in considerazione elementi dell'ambientazione e la natura dell'opera d'origine (*manga*, romanzi), per genere, considerando i filoni più seguiti e diffusi e mettendo in evidenza le caratteristiche della trama.

In quest'ultima categoria si evidenziano i generi più diffusi in Giappone, ma si potrebbero individuare anche altri generi meno diffusi e sottogeneri; specifichiamo inoltre che questa catalogazione delle serie giapponesi può essere applicata a tutte le serie TV del mondo.

Infine l'ultima categoria concerne l'orario e la ripetitività della messa in onda; non si tratta, però, di uno schema rigido e predefinito, ma di una catalogazione piuttosto fluida dal momento che alcune serie TV possono rientrare in più di una categoria.

3.2.1-Suddivisione per tipologia:

- Home dorama ホームドラマ: sono *dorama* che trattano le vicende familiari, in genere seguendo la vita di ciascun membro, magari focalizzandosi principalmente su uno. Il corrispettivo americano sono le sit-com
- Dorama storici (jidaigeki 時代劇): sono *dorama* di ambientazione storica, in genere ambientati in epoca Tokugawa, ma non mancano anche ambientazioni precedenti o posteriori del periodo bellico. A questa categoria appartengono anche i *Taiga* 大河ドラマ.
- Dorama scolastici (gakuen dora 学園ドラ): hanno come protagonisti giovani adolescenti, per lo più liceali e quindi sono pensati per un pubblico di giovani.
- Bungei dorama 文芸ドラマ: trasposizioni di romanzi letterali. Rientrano nella categoria le serie nipponiche come *Ohan* おはん (1984), e le serie straniere come *Tess Duberville*.
- Kaigai dorama 海外ドラマ: sono le serie televisive straniere che vengono trasmesse in Giappone. Comprendono le serie angloamericane, o asiatiche, come drama coreani e taiwanesi.

3.2.2-Suddivisione per genere

- **Commedia** : hanno generalmente come protagonisti personaggi con qualche caratteristica particolare, o che si ritrovano in situazioni poco realistiche ma divertenti e di grande effetto comico, come una ragazza che si traveste da ragazzo per entrare in un liceo maschile; la commedia è inoltre caratterizzata da dialoghi veloci, e tematiche leggere, si veda ad esempio *Stand Up*, *Hanazakari no kimitachi* e *Last Cindarella*.
- **Crime** : i protagonisti di questa tipologia sono legati al mondo del crimine, spesso per via del proprio lavoro; si ha a che fare quindi con agenti dell'ordine, investigatori, avvocati o modici legali. Non mancano però serie con al centro l'altro lato della medaglia, ovvero criminali (o presunti tali) ; vedi *Hero*, *Karamazov no kyōdai* o *Legal High*
- **Romantico** : in questa tipologia la storia ruota attorno alle vicende amorose di uno o più personaggi principali, e ne segue lo sviluppo; possono essere ideati per diverse fasce d'età e affrontare diverse tematiche, solitamente per i più giovani sono ambientati in contesti scolastici. Ne troviamo esempio in *Itazura na kiss*, *Hana yori dango*, o *5-ji kara 9-ji made: Watashi ni koi shita obōsan*.
- **Azione e avventura** : hanno storie molto dinamiche con un susseguirsi di combattimenti, sparatorie e inseguimenti; spesso i protagonisti sono coinvolti in qualche mistero, o vanno alla ricerca di elementi chiave per la narrazione. Ad esempio *Gokusen*, *Ikebukuro West Gate Park* o *Lucky Seven*,
- **Fantasy**: ha la caratteristica di contenere elementi fantastici, come magia, o di essere completamente ambientati in mondi immaginari, futuri o completamente estranei alla realtà. Ad esempio *Kaibutsu kun*, *Nanase Futatabi* o *Shinigami-kun*
- **Thriller**: questo genere ha l'intento di provocare nello spettatore suspense e talvolta persino paura, pertanto sono numerose le scene di tensione create anche grazie all'aiuto della musica e della fotografia; gli autori, per aumentare la tensione, utilizzano più volte personaggi misteriosi di cui inizialmente si conosce molto poco e sono spesso sospetti, e cliffhanger; al esempio *Suna no Utsuwa*, *MOZU*, o *Siren*.

3.2.3 Suddivisione per messa in Onda

Per classificare i *dorama* si può ricorrere anche all'orario, o al periodo della messa in onda. Avremo allora :

- *Renzoku dorama* 連続ドラマ: Il nome significa continuo, e sta appunto ad indicare la sua continuità durante la settimana; va in onda una volta alla settimana, a un orario fisso per un periodo che varia dai tre mesi a un anno. In genere una serie è formata da circa 10-11 episodi.
- *Obi dorama* 帯ドラマ: *Dorama* che vanno in onda ogni giorno, ad un'ora stabilita. A seconda del numero degli episodi, le trasmissioni si sviluppano su un arco di tempo che va da alcuni mesi, ad un anno.
- *Tanpatsu dorama* 単発ドラマ: si tratta di one-shot *dorama*, ovvero di un unico episodio, in genere mandato in onda per ricorrenze particolari o per sensibilizzare il pubblico su alcune tematiche. Ad esempio *Tada, Kimi wo aishiteru*; *Akai ito*; *Ryuusei no kizuna*.

A questi possiamo aggiungere altre tre tipologie che sono prerogativa di un'unica emittente, la NHK che ne ha creato la forma.

- *Renzoku terebi shōsetsu* 連続テレビ小説, o *asadora* 朝ドラ: trasmessi dalle 8.00 alle 8.15 del mattino hanno la caratteristica, oltre all'orario di trasmissione, di durare solo 15 minuti. Vengono messi in onda tutti i giorni lavorativi (appartengono quindi alla categoria *obi dorama*) ed hanno circa 160 episodi.

Generalmente sono storie con protagoniste delle giovani donne che attraverso molte sfide lottano per la realizzazione dei propri sogni: l'eroina viene scelta da NHK attraverso un'audizione che prevede interviste a diverse migliaia di candidate; l'attrice vincitrice non solo è protagonista di un *asadora*, ma diventa anche portavoce della NHK, ed è solitamente coinvolta in eventi sponsorizzati dalla rete; per tali motivi spesso l'*asadora* serve come trampolino di lancio per l'attrice.

- *Taiga* 大河ドラマ: Letteralmente “grande fiume” è il nome delle serie della NHK dalla durata di un anno, con un totale di circa cinquanta episodi da un'ora, mandati in onda ogni domenica alle 20:00. Parlano di personaggi o eventi storici, re hanno come protagonisti personaggi forti e di rilievo che rappresentano gli ideali nipponici

3.3-Periodi di programmazione

L'anno delle trasmissioni televisive è suddiviso in due parti: da aprile fino alla fine di settembre la prima, dall'inizio di ottobre a marzo la seconda.

La programmazione di solito cambia seguendo questa suddivisione, e nel periodo di transizione tra l'uno e l'altro vengono mandati in onda degli "speciali" dalla durata di circa due ore.²

Questo schema è seguito da i *dorama* con un numero di episodi elevato,³ mentre il genere più diffuso, i *renzoku*, in onda una volta alla settimana, dalla durata di circa dieci o dodici episodi l'anno, prevede una suddivisione in quattro periodi: gennaio-marzo, aprile-giugno, luglio-settembre, ottobre-dicembre.

Una serie quindi viene trasmessa per un periodo relativamente limitato, di circa tre mesi, e segue solitamente l'andamento delle stagioni; le ambientazioni e il vestiario dei personaggi sono in linea con il periodo della messa in onda e spesso i *dorama* estivi tendono ad avere tematiche meno impegnative e piuttosto leggere.

Ci sono poi *dorama* che vanno in onda per sei mesi o anche un anno, come ad esempio i *taiga* e gli *asadora* della NHK, di cui parleremo meglio nel prossimo capitolo, ma esclusi questi è molto raro che un *dorama* sia programmato per un periodo maggiore di dieci settimane, dato che gli sponsor tendono ad essere restii a finanziare un *dorama* troppo lungo.

3.4-Emittenti

Come vedremo più approfonditamente in seguito, l'attuale sistema televisivo giapponese si è formato dopo la seconda guerra mondiale e le prime licenze vennero acquistate nel 1952 dalla NHK che fu la prima emittente in grado di trasmettere i programmi televisivi, seguita poi nel 1953 dalla *Nihon Terebi*; da allora si sono poi sviluppati numerosi canali importanti.

Oggi in Giappone esistono sia reti pubbliche che reti private al pari di quanto avviene in Italia.

Attualmente la NHK è l'emittente pubblica giapponese, un po' il corrispettivo della RAI, e riceve la maggior parte dei finanziamenti dalle tasse di ricezione (*jushinryō* 受信料),⁴ dovute da tutte le persone che hanno un televisore.

2 VALASKIVI, *Relations of Television: Genre and Gender...*, cit., p. 26.

3 Si parla quindi generalmente di *taiga* e *asadora*.

4 Tasse di ricezione: chiunque possieda un apparecchio televisivo in grado di ricevere il canale NHK (ovvero qualsiasi apparecchio televisivo) è tenuto a pagare questa tassa.

Nella vendita di programmi all'estero, tutto funziona invece come in una qualsiasi azienda commerciale ed i servizi satellitari sono forniti seguendo i principi commerciali e utilizzando le tariffe degli abbonati.⁵

Le emittenti televisive commerciali o "private" ricevono i proprio finanziamenti da entrate della pubblicità e delle sponsorizzazioni.

Le principali emittenti sono la *Nippon Television*, la *TBS*, *Fuji TV*, *TV Asahi*, *NHK*, *TV Tokyo*, *Yomiuri TV*, *TVK* e *TXN*, dislocate in diversi luoghi e sono autorizzate a trasmettere solo come stazioni locali e non oltre, anche se in realtà svincolano da questi confini.

Generalmente ogni rete ha una stazione principale a Tokyo e svariate altre stazioni televisive secondarie, da cui attingono la maggior parte della programmazione.

Oggi giorno, dato che sono disponibili servizi via cavo e satellitari (analogici, come STAR-TV che digitali, come PerfecTV e DirecTV), la quantità di canali è diventata vastissima.

Tra le emittenti tradizionali anche NTV e TBS hanno iniziato a trasmettere le loro notizie tramite servizi satellitari digitali; tuttavia, la maggior parte degli spettatori sceglie ancora di guardare i canali "tradizionali".⁶

Per quanto riguarda i *dorama*, storicamente fu la NHK la maggior promotrice di serie TV, e oggi continua la sua produzione soprattutto con gli annuali storici *taiga*, e i *dorama* mattutini *asadora*.

Per quanto riguarda il genere più diffuso, i *renzoku*, le reti che suscitano più successo sono la Fuji TV e la NTV, seguiti poi dalla TNS, altra importante produttrice di *dorama*.

La Fuji TV ha avuto anche il merito di aver innovato le dinamiche dei *dorama*, introducendo un nuovo modello chiamato dagli studiosi *Trendy dorama*, che sarà analizzato in seguito.

5 VALASKIVI, *Relations of Television: Genre and Gender...*, cit., p. 23.

6 VALASKIVI, *Relations of Television: Genre and Gender...*, cit., p. 25.

4-Storia del *terebi dorama* giapponese.

4.1-1926-1959 Dall'inizio della televisione agli anni cinquanta: i primi *dorama*

4.1.1-1926-1950 I primi passi della televisione e *dorama* sperimentali

I primi passi della televisione giapponese si hanno nel 1926 quando il 25 dicembre l'esperimento di trasmettere il carattere “イ” ebbe successo tramite un complesso sistema elettronico di acquisizione, trasmissione, ricezione e visualizzazione di un'immagine, mentre la già esistente radio poteva utilizzare solo informazioni sonore.

Tale nuovo veicolo informatico fu visto al pari della radio già esistente come uno strumento potenzialmente in grado di diffondere i dettami nazionalisti ed educativi in ogni parte del paese.

Molti anni dopo la NHK colse l'occasione dei giochi olimpici pianificati per il 1940 a Tokyo per intensificare le ricerche utili allo sviluppo del nuovo mezzo: infatti quella sarebbe potuta essere l'occasione per mostrare al mondo intero la tecnologia televisiva raggiunta dal Giappone.¹

L'inizio della guerra in Manciuria comportò invece nel 1938 la cancellazione dei giochi olimpici,² e la richiesta di fondi per gli sforzi bellici indusse una netta riduzione dell'interesse per lo sviluppo della televisione. Ma non annullò del tutto la ricerca.

Si raggiunse un primo successo con l'inaugurazione del NHK Broadcasting House che permise anche al grande pubblico di vedere queste trasmissioni sperimentali grazie agli apparecchi riceventi installati in apposite sale in giro per tutta la città.

Una di queste fu proprio il primo *dorama* giapponese: *Yūge mae* 夕餉前 (Prima di cena) un corto sperimentale di 12 minuti trasmesso dalla NHK nel 1940, scritto da Ima Harube 伊馬 春部 e diretto da Sakamoto Tomokazu 坂本 朝一 e Kawaguchi Ryūji 川口 劉二: in questo breve esperimento si racconta la storia di due bambini che aspettano la loro madre per la cena.³

Data la tematica quindi lo si potrebbe anche considerare come un primo prototipo di quello che sarà poi lo *home drama*, ovvero le serie focalizzate sulle vicende familiari.

La messa in onda dei *terebi dorama* vera e propria iniziò solo dopo la fine della seconda guerra mondiale con la ripresa di tutte le attività del paese, comprese le programmazioni TV.

Infatti con l'inizio della guerra nel 1941, tutte le trasmissioni, come pure le sperimentazioni, vennero di nuovo interrotte e ripresero solo dopo la resa, nel luglio 1946, e con progressi lenti, dato che la priorità del paese era riportare alla normalità la nazione.

1 Jayson Makoto CHUN, *A Nation of a Hundred Million Idiots?: A Social History of Japanese Television 1953-1973*, New York, Routledge, 2009, p. 29.

2 Tokyo era stata scelta come città organizzatrice dei Giochi con inizio il 31 luglio 1936. Tuttavia, in seguito allo scoppio della Seconda guerra sino-giapponese, l'organizzazione fu riassegnata a Helsinki per l'anno successivo. Infine lo scoppio della Seconda Guerra Mondiale portò l'annullamento definitivo della dodicesima edizione dei Giochi.

3 CLEMENT, *The Dorama Encyclopedia...*, cit., p. x.

Infine, solo sette anni dopo, il personale della NHK rese funzionale la messa in onda delle trasmissioni, e dunque il 1953 è considerato l'anno storico da cui generalmente gli studiosi fanno iniziare la storia della televisione giapponese.

Al tempo il dispositivo a tubo catodico in grado di ricevere il segnale e visualizzare l'immagine era molto costoso e dunque non disponibile alle masse, ed infatti pochi personaggi facoltosi dell'alta società potevano permettersi l'acquisto.

Per questo motivo, al fine di procurarsi un maggior numero di spettatori la NHK posizionò dei televisori in alcune hall pubbliche accessibili anche alla gente comune, anche perché all'epoca, in tutta la nazione, esistevano solamente 866 ricevitori televisivi.⁴

4.1.2-1953-1958 Gli anni dei *Sei dorama*: la messa in onda in diretta

Come abbiamo visto per tutto il periodo della guerra e dell'occupazione americana non andarono in onda trasmissioni televisione, le quali ripresero solamente nel 1953.⁵

Per tutto il periodo bellico la radio aveva fatto da portavoce alle notizie ed era un mezzo che ormai la maggior parte delle case possedeva e dunque ovunque la radio fu la principale competitora alla nuova tecnologia, che trovò nelle competizioni sportive, come il sumō o la box: erano questi i programmi che più si adattavano alla trasmissione, dati gli spazi ristretti nei quali si svolgevano le azioni permettendo allo spettatore di assistere in prima persona e di vedere con i propri occhi lo svolgersi dell'azione, senza la necessità di un narratore.

Anche gli stessi *dorama* vennero messi a confronto con le programmazioni radiofoniche, soprattutto con i *radio dorama* che esistevano da tempo come racconti a puntate trasmessi via radio per intrattenere il pubblico.

Va inoltre notato che i *dorama* vennero subito paragonati non solo con i *radio dorama* ma anche con i film e il teatro, dando luogo a una vera e propria competizione per assicurarsi l'attenzione del pubblico.

In particolare fu proprio il mondo del cinema ad avvertire la televisione come pericolosa e nel 1956 cinque compagnie, Tōhō, Tōei, Shōchiku, Daiei e New Tōhō, firmarono un impegno a non trasmettere sul piccolo schermo le pellicole destinate al cinema, e di non fare apparire gli attori cinematografici nelle serie televisive senza preventiva autorizzazione.⁶

Di conseguenza nella maggior parte dei casi nei *dorama* furono impiegati inevitabilmente attori di Kabuki o addirittura sconosciuti, mentre per sopperire alla mancanza di film autoctoni le emittenti furono costrette ad affidarsi a titoli importati dagli Stati Uniti.⁷

4 CLEMENT, *The Dorama Encyclopedia...*, cit., p. xi.

5 CAROLI e GATTI, *Storia del Giappone...*, cit., p. 308.

6 Questo accordo si chiama Goshakyōtei 五社協定 (accordo delle cinque società).

I *dorama* prodotti in queste prime fasi erano mandati in onda in diretta per via dei costi di produzione e dei mezzi disponibili, da cui ne deriva il nome per identificarli, *sei dorama/nama dorama*

生ドラマ che potremmo tradurre con “*dorama dal vivo*”.

Solo successivamente, con l'introduzione nel 1958 del VTR (*Video Tape Recorder*), le serie televisive, come del resto tutti i programmi televisivi, poterono essere registrati e montati per essere mandati in onda nei vari canali solo in un secondo momento.

A causa delle limitazioni legate alle riprese sempre in diretta e alle tecnologie e le risorse dell'epoca, le tematiche dovevano risultare misurate e contenute; e tuttavia non mancarono "incidenti" come la fine anticipata rispetto all'orario stabilito o la messa in onda del cambio di vestiti degli attori durante un cambio di scena.

La NHK continuò le sue serie sperimentali trasmettendo dal primo febbraio al 2 aprile del 1953 *Sanro no fue*, 山路の笛, scritto da Sugi Kayoko 杉賀代子 e diretto da Hatanaka Tsuneo 畑中庸生, in onda dalle 8.00 alle 8.30 del mattino; questo *dorama* commissionato ed ideato direttamente per la televisione racconta le drammatiche vicende di un musicista, Tojirō, e della moglie.⁸

In risposta la NTV, diretta concorrente della NHK, il 31 agosto dello stesso anno, tre giorni dopo l'inizio delle proprie attività iniziò la trasmissione di *Watashi wa yakusoku wo mamotta* 私は約束を守った (1953), scritto da Uchimura Naoya 村直也作 e diretto da Ikeda Ai 池田義一; tale programma fu mandato in onda tre giorni dopo l'apertura della nuova emittente televisiva.

Ebbe inizio allora una sorta di competizione nel creare *dorama* sempre più innovativi e perfezionati tra le nuove emittenti che fiorivano in quegli anni, tra cui ricordiamo la già citata NHK, seguita dalla NTV e dalla KRT⁹ fondata nel 1955.

Sempre nel 1953 ci furono altri *drama* sperimentali, tra cui uno dei primi prototipi di *home dorama*, *Waga ya no nichiyō nikki* わが家の日曜日記 (Il diario domenicale di casa mia), scritto per la NTV da Yamashita Yoshikazu 山下与志一.¹⁰

Con un totale di venticinque episodi da un'ora e mezza racconta le vicende di un gruppo familiare con i genitori, le figlie e la cognata, focalizzandosi sulle differenze generazionali.

In seguito, sempre nel 1955 la NHK mandò in onda la sua versione di *home dorama*, in risposta alla NTV; intitolato *Kōfuku e no kifuku* 幸福への起伏 (Ondulazioni verso la felicità) e scritto da Nagayama Hiroshi 永山弘, che comprendeva un totale di tredici episodi raccontando la storia di

7 MATSUYAMA Hideaki, “Shoki “*terebi ron*” o *saidoku suru (dai 4-kai) dorama ron ~“o chanoma” o meguru kattō ~*” (Rivisitazione della “teoria televisiva” iniziale (parte 4) Teoria del *dorama*: controversia sul “Family Room TV”), *Hōsō kenkyū to chōsa/ NHK hōsō bunka kenkyūjo-hen*, 63, 12, 2013, pp. 54 – 72. p. 54.

松山 秀明, 「初期”テレビ論”を再読する(第4回)ドラマ論 ~”お茶の間”をめぐる葛藤~」, 放送研究と調査/ NHK 放送文化研究所 編. 第63巻12号2013年, pp. 54-72. p. 54.

8 CLEMENT, *The Dorama Encyclopedia...*, cit., p. xi.

9 La KRT è diventata l'attuale TBS.

10 CLEMENT, *The Dorama Encyclopedia...*, cit., p. xii.

una famiglia un tempo facoltosa ma ora senza un soldo, costretta a lottare per la propria sopravvivenza.¹¹

Dopo questi due titoli, lo *home drama* divenne un punto fermo della televisione giapponese e rimase un genere molto seguito da un vasto pubblico.

Nel 1955, le case di produzione divenute ormai, dopo varie sperimentazioni, abbastanza confidenti con il nuovo medium, tentarono diverse strategie di messa in onda per i *dorama* successivi e per i programmi televisivi, allo scopo di ampliare la gamma di possibilità narrative.

Fu anche sperimentata la messa in onda da due studi diversi, a Tokyo e a Osaka, trasmettendo alternativamente dall'uno all'altro studio, per creare un effetto di alternanza degli scenari; questa tecnica venne usata ad esempio nel *dorama* della NHK *Futari no rumeko* 二人のルメ子 (Le due Rumeko) del 1954.¹²

Il successivo *dorama* drammatico *Tsuiseki* 追跡 (Seguire le tracce), trasmesso il 26 novembre 1955 dalla NHK, scritto da Uchimura Naoya 内村直也 e diretto da Nagayama Hiroshi 永山弘, è un esempio dell'avanzato sviluppo tecnologico delle produzioni: *Tsuiseki* parla di due investigatori che danno la caccia ad alcuni contrabbandieri, e fu girato in diretta in diversi studi televisivi tra Tokyo e Osaka.

Per la sua realizzazione furono impiegati mezzi della NHK all'avanguardia con un totale di 295 persone e 11 telecamere, e fu tra i culmini della tecnologia agli albori dei *dorama*.

Questo dispiegarsi di mezzi innovativi portò il *dorama Tsuiseki* a vincere il primo premio alla X edizione del festival artistico televisivo, e dato il suo successo è stato anche candidato al festival della tecnologia.

Data l'ottima riuscita della messa in onda di *Tsuiseki*, seguirono altri *dorama* che utilizzarono le tecniche di alternare le riprese tra diversi studi televisivi: ad esempio nel 1956 la NHK mandò in onda *Dotanba* どたんば scritto da Kikushima Ryūzō 菊島隆三, e diretto dallo stesso regista di *Tsuiseki*, Nagayama Hiroshi, vincitore a sua volta dell'XI edizione del festival artistico televisivo. L'anno successivo fu invece il turno della KRT che mandò in onda, *Jinmei* (Vita umana) scritto da Kinotoru キノトール, e diretto da Ishikawa Ryō 石川甫, sempre utilizzando le riprese alternate.

Il susseguirsi di queste sperimentazioni portò ad affinare le tecniche di ripresa e di montaggio, permettendo alle grandi *major* giapponesi la realizzazione di prodotti sempre più sofisticati.

In quegli anni il dibattito sui *terebi drama* si limitava a poche pionieristiche teorie, come quelle di Uchimura Naoya, sceneggiatore di numerosi *drama* tra cui il già citato *Watashi wa yakusoku wo mamotta*; nel suo libro *Terebi drama nyūmon* テレビ・ドラマ入門 (Introduzione ai drammi televisivi)¹³ si discutono principalmente i limiti delle riprese in diretta non andando ancora oltre l'ambito delle tecnologie per realizzare i *dorama*.

11 CLEMENT, *The Drama Encyclopedia...*, cit., p. 201.

12 MATSUYAMA, *Shoki "terebi ron" ...*, cit., p. 56.

13 UCHIMURA Naoya "terebi drama nyūmon" (Introduzione ai drammi televisivi), Tōkyō, hōbunkan, 1957
内村直也, 『テレビ・ドラマ入門』, 東京, 宝文館, 1957年.

Si trattava quindi di un dibattito sulla ricerca tecnica, e i principali interrogativi riguardavano come superare i limiti imposti dalla messa in onda in diretta, e quale potesse essere la strategia migliore per oltrepassare lo scoglio imposto dalla macchina da presa; era quindi un dibattito meramente tecnico, che non prendeva in considerazione i contenuti dei *dorama*, visto come analisi della società.

Un'ulteriore riflessione teorica sulla televisione è stata fatta da Sasaki Kiichi 佐々木基一, critico televisivo, che nel suo libro *Terebi geijutsu* テレビ芸術 (1959), ha esplorato la possibilità della televisione come mezzo di arte di massa. Tramite la messa in onda dal vivo del video e dei suoni si poteva ottenere un realismo che era raggiungibile dal teatro o dai film.

Nel testo citato si sostiene inoltre che la televisione possedesse l'importante caratteristica di guardare alle cose della vita di tutti i giorni, permettendo di creare un'arte momentanea della vita quotidiana.¹⁴

4.1.3-1956-1960 I primi cambiamenti: avvento del VTR

Il primo VTR, ricordiamo, acronimo di *Video Tape Recorder* ovvero il registratore, nacque ufficialmente nell'aprile del 1956 negli Stati Uniti dove fu impiegato principalmente per superare i problemi legati alle diverse tempistiche derivanti dal fuso orario della vasta area ricoperta delle emittenti, attraverso la registrazione e la riproduzione in tempi diversi.

Introdotta dopo poco in Giappone, iniziò ad essere utilizzata anche per la realizzazione dei *dorama* e nel 1958 fu usata per la messa in onda di *Chindonya no tenshi* ちんどん屋の天使 (L'angelo dei chindon'ya) trasmesso dalla Osaka Television (l'attuale Asahi Television).

Questo *dorama* costituì il primo tentativo di utilizzare la nuova tecnologia consentendo l'ampliamento della creatività espressiva: le scene infatti vennero registrate e poi mandate in onda utilizzando il VTR riuscendo così a ricreare la trasformazione degli attori in angeli.

Questo innovativo strumento fu quindi utilizzato fin da subito per incrementare le possibilità narrative nei *terebi dorama*, permettendo agli autori di serie televisive di ampliare i contenuti rappresentati nelle loro opere e di superare definitivamente i limiti della messa in onda in diretta. Con l'arrivo del VTR quindi terminò la prima fase dei *dorama*, e i *sei/nama dorama*, vennero sostituiti rapidamente.¹⁵

Nel 1958, *Watashi wa kai ni naritai* 私は貝になりたい (Vorrei diventare una conchiglia) mandato in onda dalla KRT con l'impiego del VTR, diretto da Okamoto Yoshiko 岡本愛彦 e tratto da un romanzo di Katō Tetsutarō, 加藤 哲太郎 oltrepassò ulteriormente le restrizioni delle trasmissioni dal vivo creando i presupposti per la realizzazione di tutti i successivi *dorama*.

14 SASAKI Kiichi, *Terebi geijutsu, (L'arte televisiva)* Tōkyō, Patoria Shobō, 1959
佐々木基, 「テレビ芸術」, パトリア書店, 1959年.

15 MATSUYAMA, *Shoki "terebi ron" ...*, cit., p. 71.

Innovativo per l'aspetto tecnico, il lavoro tocca anche temi importanti e significativi: porta infatti sullo schermo la rabbia e la frustrazione della gente durante la guerra, mettendo in luce le problematiche irrisolte sulla responsabilità di guerra.

Trattando temi legati al socialismo, *Watashi wa kai ni naritai* risulta quindi essere il primo *dorama* socialista *Shakaiha dorama* 社会派ドラマ, orientato a trasmettere messaggi significativi in grado di coinvolgere emotivamente gli spettatori.¹⁶

Data la possibilità di introdurre nelle trame dei *dorama* tematiche nuove e sempre più complesse, iniziò a svilupparsi il dibattito sui contenuti delle narrazioni e non solo quello sugli aspetti teorici e tecnici.

L'attenzione alle tecniche, avuta nei primi anni, cominciò quindi ad impostarsi come una ricerca di contenuti.

In altre parole mentre inizialmente era decisamente prevalente, se non esclusiva, l'attenzione per i nuovi aspetti tecnici, gradualmente a questa venne a intensificarsi una ricerca anche di contenuti, con narrazioni e sceneggiature che tenessero ben presente le novità tecnologiche.

4.2-1960-1979 Nascita delle prime tipologie di *dorama*

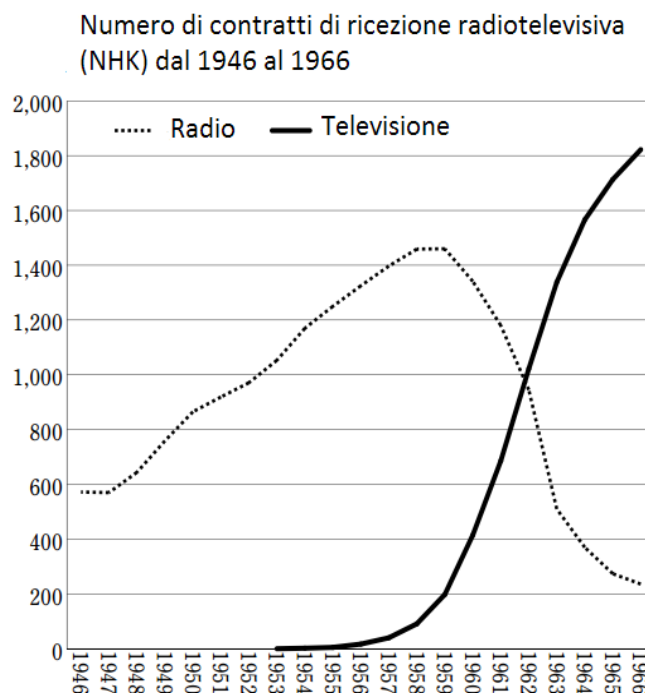
Nei primi anni della televisione, come abbiamo detto, in Giappone erano disponibili solamente 866 apparecchi televisivi e ci vollero circa cinque anni per raggiungere il milione.

In seguito già a fine anni sessanta con la crescita economica e grazie anche al progressivo abbassamento dei prezzi degli apparecchi televisivi il loro numero raggiunse quasi i duecento milioni.

Questa rapida diffusione comportò anche un aumento di ascolti esponenziale mentre la radio, storica rivale, subì un netto calo di *audience* e dunque la televisione passò da prodotto di "lusso" a "quotidiano", iniziando così la cosiddetta "Era della televisione".¹⁷

Negli anni sessanta le emittenti televisive si sono trovate ad affrontare il problema di doversi rivolgere ad un gruppo eterogeneo di

Illustrazione 1: fonte YONEKOMURA Ritsu, "Shoki" terebi-ron"..., cit., p. 3.



16 MATSUYAMA, *Shoki "terebi ron"* ..., cit., p. 58.

spettatori, diverso per genere, regione, reddito o ideologia, per cui una stessa trasmissione poteva incorrere nella critica di una fascia di spettatori, e nel contempo suscitare l'interesse di un'altra.

Sempre in questi anni si formano le basi sulle quali saranno poi suddivise le programmazioni anche in futuro: le trasmissioni dei *dorama* passano da una a tre ore quotidiane suddivise in diverse fasce, mattina, mezzogiorno e sera; ogni fascia oraria viene ad avere una diversa composizione di pubblico, con il delinearsi di generi diversi a seconda della fascia.¹⁸

La categoria delle casalinghe, che trascorrevano più tempo a casa, risultò essere la più numerosa se confrontata con quella dei bambini, di solito a scuola, e degli uomini impegnati al lavoro, e per questo le emittenti concentrarono le programmazioni sugli *home dorama*.

Nell'ottobre del 1960 la Fuji Television, proprio per conquistare questa fetta di pubblico, realizzò *Hibi no haishin* 日目の背信 (giorni di infederità), mandando in onda la storia di una relazione extraconiugale tra il presidente della compagnia e una donna già sposata, con una narrazione di torbide vicende raccontate nel bel mezzo del pomeriggio per indurre spettatori curiosi a sintonizzarsi proprio su questa eminente.

Se gli *home dorama* vennero a occupare una buona fetta del palinsesto televisivo, altre serie minori come i *Tokusatsu* 特撮 si rivolsero ad un pubblico prettamente maschile; il termine deriva dalla fusione delle parole *tokushū* 特殊 e *satsuei* 撮影 ossia "effetti speciali" ed è utilizzato per indicare un genere di serie perlopiù fantascientifiche con un abbondante uso di nuovi e particolari espedienti cinematografici.¹⁹

4.2.1-Home dorama

I *dorama* familiari, gli *home dorama*, dagli anni sessanta agli anni ottanta, presero come modello i film contemporanei di registi come Ozu Yasujirō 小津 安二郎 e Naruse Mikio 成瀬 巳喜男 e le serie americane come *I love Lucy* e *Father Knows Best* mandate in onda dagli anni cinquanta.²⁰

L'influenza degli sceneggiati americani era già molto presente a partire dalla seconda metà degli anni cinquanta, data la massiccia quantità di serie importate e trasmesse sulle reti televisive giapponesi.

Per sopperire alla mancanza di programmi nazionali, le case di produzione avevano infatti iniziato subito a trasmettere in massa programmi acquistati dagli Stati Uniti, e l'importazione raggiunse

17 YONEKOMURA Ritsu, "Shoki" terebi-ron" o saidoku suru (dai 1-kai) jōnarizumu-ron: Rajiojōnarizumu kara terebijōnarizumu e" (Rivisitazione della "teoria televisiva" iniziale (parte 1) Teoria del giornalismo: dal giornalismo radiofonico al giornalismo televisivo), *Hōsō kenkyū to chōsa/NHK hōsō bunka kenkyūjo-hen*, 63, 8, 2013, pp. 2-17. p. 3.

米倉 律, 「初期"テレビ論"を再読する(第1回)ジャーナリズム論: ラジオジャーナリズムからテレビジャーナリズムへ」, 放送研究と調査 / *Nhk* 放送文化研究所編, 第63巻8号2013年, pp. 2-17. p. 3.

18 YONEKURA Ritsu, "Shoki" terebi-ron" ..., cit., p. 3.

19 NICORA, *L'epoca d'oro dei tokusatsu* ..., cit., p. 1.

20 GÖSSMANN, *New Role Models for Men and Women?* ..., cit., p. 208.

livelli tali che le emittenti iniziarono a ricevere numerosi reclami per la quantità di serie televisive americane trasmesse e furono presto obbligate a aumentare la messa in onda di programmi autoctoni.²¹

In quegli anni la rapida crescita economica portò gran parte degli uomini giapponesi a essere spesso assenti dalle loro case anche alla sera a causa dei lunghi orari di lavoro; di conseguenza la maggior parte dei *dorama* trasmessi all'epoca furono *home drama* rivolti alle donne tra i quaranta e i cinquanta anni.²²

Il *dorama* della NHK *Basudōri ura* バス通り裏 (Dietro la via degli autobus), andato in onda dal 1958 al 1963 e diretto da Tateno Masao 昌夫館野, fu infatti pensato propriamente per un pubblico di casalinghe: la serie ritrae la vita di tutti i giorni con un'attenzione particolare alle vicende di due famiglie, gli Akazawa, insegnanti di lingua giapponese di scuole superiori, e i Kawada, proprietari di un salone di bellezza.²³

Non particolarmente innovativo in quanto a contenuti, il programma, mandato in onda solo durante il week end in un formato di quindici minuti dopo i notiziari della mattina e della sera, catturò l'attenzione delle donne e dimostrò che la strategia di suddividere il target del pubblico secondo l'orario di messa in onda poteva risultare vincente;²⁴ in seguito le puntate di questo *dorama* furono mandate in onda quotidianamente, secondo una tipologia chiamata poi *obi drama* 帯ドラマ.

La descrizione della famiglia felice rimarrà presente almeno fino agli anni settanta, con la tipica eroina rappresentata dalla *tanomoshii haha* 頼もしい母 ovvero una “madre affidabile” e capace di gestire con competenza qualsiasi situazione; sono serie rappresentative di questo periodo *Shichinin no mago* 七人の孫 (Sette nipotini, 1964) e *Tadaima 11 nin* ただいま 11 にん (Eccoci a casa, in 11, 1964),²⁵ entrambe trasmesse dalla TBS nel 1964 e incentrate sulla vicende di alcune famiglie numerose.²⁶

Successivamente gli *home drama* subirono un graduale passaggio da storie con famiglie patriarcali, a storie incentrate sul ruolo della donna come madre le quali raggiunsero ben presto un ampio seguito.²⁷

Per quanto riguarda le tematiche, Muramatsu²⁸ analizza il ruolo e la figura della donna nei *dorama* e suddivide le serie televisive programmate in prima serata dagli anni cinquanta agli anni settanta in *home drama* e *dramatic drama*.

21 CLEMENT, *The Dorama Encyclopedia...*, cit., p. XVI..

22 ŌTA Tōru, “Producing (Post-)Trendy Japanese TV Dramas”, in IWABUCHI Kōichi (a cura di) *Feeling Asian Modernities: Transnational Consumption of Japanese Tv Dramas*, Hong Kong, Hong Kong University Press, 2004, pp. 69-86 p. 70.

23 CLEMENT, *The Dorama Encyclopedia...*, cit., p. xvii.

24 CLEMENT, *The Dorama Encyclopedia...*, cit., p. xvii.

25 I titoli internazionali in inglese sono *The Seven Grandsons* e *I Just One*.

26 “Kotobank コトバンク”, <https://kotobank.jp/word/テレビドラマ-689569>, 15-4-2019.

27 GÖSSMANN, *New Role Models for Men and Women? ...*, cit., p. 208.

28 L'analisi pionieristica dei ruoli femminili nei *dorama* è stata condotta dalla sociologa Muramatsu Yasuko 村松泰子 negli anni settanta.

Nelle prime le vicende sono interne alla famiglia, le seconde avvengono al di fuori del fulcro familiare come può essere un ambiente lavorativo.

Indipendentemente da questa classificazione Muramatsu sostiene che comunque i due generi dello *home drama* condividano un messaggio chiave: finché le donne resteranno a casa, saranno felici.²⁹

Dunque sono le donne ad essere al centro del palcoscenico degli *home drama*, in risposta alla crescente attenzione per le questioni femminili; tuttavia i *dorama* casalinghi, non hanno mai affrontato alcuno dei problemi femministi sollevati in quegli anni dalle correnti del femminismo emergente.³⁰

4.2.2-I *dorama* della NHK: *Asadora* e *Taiga*

Dal 3 aprile 1961 al 31 marzo 1962 va in onda il primo *asadora* della NHK *Musume to watashi* 娘と私 (Mia figlia e io).

Basato sul romanzo radiofonico e biografico di Shishi Bunroku 獅子文六, questo *dorama* racconta il superamento delle difficoltà della guerra e la successiva opera di urbanizzazione, seguendo le vicende di un padre che cresce la figlia nata dal precedente matrimonio con una donna francese.

Il ruolo delle donne arriva definitivamente in primo piano e non più come ruolo di supporto: la trama dei *dorama* si focalizza sulle tematiche di vita di queste giovani donne descrivendo le loro lotte per superare gli ostacoli quotidiani; i vari personaggi femminili si confrontano con i problemi del paese, e indicano come atteggiamenti virtuosi della società giapponese la pazienza e l'impegno.³¹

Il più famoso *asadora* è *Oshin* おしん del 1983; raggiunse il 62,9% di ascolti, valore mai più raggiunto da questa tipologia; la storia ha di nuovo protagonista una giovane donna, e racconta la sua vita dopo il trasferimento in città.

Questo *dorama* ambientato in un Giappone prima e dopo la Seconda Guerra Mondiale è stato trasmesso durante un periodo di forte crescita della nazione e illustra le difficoltà della vecchia generazione.

29 MURAMATSU, Yasuko, "Gender Construction Through Interactions between the Media and Audience in Japan", *International Journal of Japanese Sociology*, 11, 1, 2002, pp. 72-87, p. 73.

30 YASHENG She, Michael S. MACOVSKI, *Televised Feminism and Consumable Solutions: Japanese Feminism Through the Lens of Female Oriented Workplace Dramas*, Washington DC, Georgetown University, 2017, p. 63.

31 Alisa FREEDMAN, "Nihon no terebi drama ni miru josei no raifukōsu" (Studio sulla vita delle donne giapponesi attraverso il terebi drama giapponese), in HOSOKAWA Shūhei, YAMADA Shōji, SANO Mayuko (a cura di) *International Symposium 2014 in Kyoto*, International Research Center for Japanese Studies, 2014 pp. 113 – 125, p. 115.

フリードマン, アリサ, 「日本のテレビドラマに見る女性のライフコース」, 細川 周平, 山田 奨治, 佐野 真由子, 海外シンポジウム 2014, 国際日本文化研究センター, 2014. pp. 113 - 125. p. 115.

Come abbiamo detto *Musume to watashi* fu il primo *asadora* nella storia dei *dorama* e diede il via a una lunga serie di titoli che furono trasmessi ogni anno dalla loro prima messa in onda, e sono ora arrivati al centesimo *asadora* con *Natsuzora* なつぞら (Cielo d'estate) attualmente in onda.³²

Introduciamo adesso il contesto storico che ha dato origine alla seconda tipologia di *dorama* prodotti dalla NHK, i *taiga*.

Negli anni cinquanta e sessanta ci fu una grande circolazione di serie televisive americane di genere *western* come *Rawhide*, *Wanted: Dead or Alive*, e *the Virginian*, che ricevettero anche un buon seguito di pubblico, diffondendo un passato storico ben lontano da quello giapponese.

Nel 1963 Nagasawa Taji 長澤泰治, il direttore del Dipartimento di Intrattenimento della NHK, non rispecchiandosi nelle serie televisive che riguardavano indiani e cowboy, volle riportare l'attenzione sul passato storico giapponese e ideò un nuovo *format* televisivo.³³

Coerentemente con il compito educativo della NHK, lo spettacolo era stato progettato per portare degli insegnamenti storici al pubblico, ma allo stesso tempo raccontare le vicende come un grande romanzo storico e prese idea dai romanzi francesi *roman-fleuve*, una narrazione vista come un "grande fiume" che scorre lentamente ed inesorabile. Da questo deriva anche il nome *taiga*, che significa appunto, grande fiume.

Come risultato nello stesso anno andò in onda il primo *taiga* della storia *Hana no shōgai* 花の生涯 (La vita dei fiori) che parla di alcuni samurai alla fine del periodo Bakumatsu³⁴ e della chiusura del Giappone.



Hana no Shougai; fonte <http://we.eek.jp/matome/> p=154

Secondo Tamamuro Motoko, autrice di "The *Dorama Encyclopedia*" la più grande innovazione e fortuna di questo *dorama* non furono tanto le tematiche storiche quanto il casting della star cinematografica Sada Keiji 佐田 啓二

nel ruolo principale; questo segnò la fine del divieto posto da parte degli studios cinematografici di far apparire nelle serie televisive i loro attori.³⁵

Hana no shōgai fu quindi la base per una lunga serie di altri *taiga* che si sono susseguiti negli anni, e quest'anno (2019) andrà in onda il cinquantanovesimo *taiga* *Idaten ~ Tōkyō Olympicbanashi* いだてん～東京オリムピック噺 (Storie delle olimpiadi di Tokyo), il quale, in omaggio alle prossime Olimpiadi a Tōkyō del 2020 ha come tematica le vicende di due personaggi chiave dello

32 In riferimento all'anno della stesura della tesi, 2019.

33 CLEMENT, *The Dorama Encyclopedia...*, cit., p. xix.

34 Periodo che va dal 1853 e al 1967 e comprende una serie di eventi che portarono alla conclusione della politica isolazionista del Giappone.

35 CLEMENT, *The Dorama Encyclopedia...*, cit., p. xix.

sport giapponese, i quali già portarono nella capitale i giochi olimpici del 1964: Kanakuri Shisō 金栗 四三, il primo maratoneta a partecipare ai Giochi del 1912, e Tabata Masaji 田畑 政治, l'allenatore che ha posto le basi della disciplina del nuoto.

4.2.3-Filone dei *dorama tokusatsu*

I “robottoni” meccanici, i super eroi e i mostri costituiscono un importante filone nella storia dell'animazione, dei *manga*, del cinema giapponese e non solo.

Sono famosi anche in Italia titoli come *Gundam*, *Astro Boy* e *Gozzilla*, personaggi più volte rivisitati e descritti attraverso più *media*, e sono davvero numerosissimi i personaggi creati che hanno appassionato per anni, continuando anche oggi, un vastissimo pubblico.

Nei *dorama* questa tipologia prende il nome di *tokusatsu* 特撮 che come abbiamo visto significa effetti speciali; queste serie sono caratterizzate dalla presenza di elementi fantastici e dall'uso di innovative tecniche cinematografiche per ricreare scene di lotta e per dar vita a particolari effetti speciali.

L'origine di queste produzioni risale comunque a molto prima, e precisamente ai primi esempi del teatro giapponese tradizionale, in particolare al teatro kabuki e al *bunraku*.

Dal Kabuki questi telefilm hanno tratto ispirazione principalmente per le scene d'azione e di combattimento che sono caratterizzate da movimenti estremamente coreografi e spettacolari, con pose espressive e ampio ricorso alle arti marziali; dal *bunraku*, invece, hanno mutuato tutta una serie di soluzioni tecniche artigianali collegate per lo più all'arte di muovere burattini durante gli spettacoli che poi, ulteriormente sviluppate e raffinate, hanno dato origine a quel particolare mix di effetti speciali in cui costumi sgargianti si sposano con esplosioni pirotecniche e modellini in scala di città, navi, aerei e mostri di vario genere e aspetto. Questi elementi, uniti a tecniche di ripresa decisamente dinamiche, con uso di zoomate, riprese angolari, frequenti cambi di campo e inquadratura, hanno dato origine a prodotti forse un po' inclini al kitsch ma senza dubbio capaci di ricreare situazioni dal grande impatto emotivo.³⁶

Esistono poi molti sottogeneri, suddivisi in base alle capacità non umane del protagonista: negli *henshin* 変身, l'eroe mascherato è dotato di super poteri (es. *Kamen Rider*), nei *Kyōdai Hīrō* 巨大ヒーロー il protagonista è in grado di assumere dimensioni gigantesche (es. *Ultraman*), mentre nei *Sūpā Sentai* スーパー戦隊 un gruppo di eroi lotta contro forze extraterrestri per proteggere il mondo e la pace (es. *Himitsu Sentai Goranger*).

36 NICORA, *L'epoca d'oro dei tokusatsu ...*, cit., p. 48.

L'introduzione di questi supereroi segue l'onda del successo cinematografico dell'eroe *Super giant*, e nel 1959 iniziano le avventure di *Gekkō kamen* 月光仮面, conosciuto anche come *Moon mask rider* trasmesso dalla TBS, all'epoca ancora KRT.

Strutturata in più archi narrativi la serie conta di più di cento episodi, e racconta le avventure di questo eroe completamente mascherato con un telo bianco;³⁷ il suggestivo aspetto del supereroe, insieme ai cliché del genere, (l'identità segreta, i poteri eccezionali) sono elementi importanti per capire il grande fascino suscitato sul pubblico di quegli anni.

Realizzato seguendo politiche aziendali tese ad economizzare quanto possibile, la serie suscitò comunque un enorme successo raggiungendo uno share del 60,8%³⁸ tale da indurre altre emittenti a cercare di conquistarsi l'attenzione degli spettatori ed iniziarono così altre produzioni concorrenziali con numerosi titoli che vanno da *Nanairo Kamen* 七色仮面 (Le maschere di sette colori, 1959), fino a *Arā no Shisha* アラーの使者 (il messaggero di Allah, 1960) e *National Kid* ナショナルキッド (1960).

Ma sarà il famoso *Ultraman* ウルトラマン, grazie al suo incredibile successo, ad inaugurare la tipologia successiva, lo *henshin*; il padre di questa serie televisiva è il mago degli effetti speciali Eiji Tsuburaya 円谷 英二, noto per aver contribuito alla realizzazione degli effetti speciali del primo film *Godzilla* (1954).

Dopo aver fondato la sua azienda nel 1963, la *Tsuburaya Visual Effects Productions Co. Ltd*, Tsuburaya lavorò ad alcune produzioni che furono la base su cui si fondò anche *Ultraman*: la serie che segnerà in maniera indelebile l'immaginario di un'intera generazione di telespettatori giapponesi e non.³⁹

La storia parla di un super eroe spaziale che per proteggere la Terra si unisce ad un essere umano e grazie ad un "catalizzatore", la Beta capsule, può riassumere la sua forma originale di Ultraman e sconfiggere i nemici preistorici che minacciano la salvezza del pianeta.

Magma Taishi マグマ大使 (L'ambasciatore Magma, 1967) e *Giant Robot* ジャイアント・ロボ (1967) sono invece i precursori delle serie che hanno come protagonisti enormi robot meccanici, seguiti poi da *Spectreman* スペクトルマン (1971) che diventerà in breve tempo una serie di successo in Giappone, per poi valicare velocemente i confini nazionali.

Titoli come *Rainbow sentai Robin* レインボー戦隊ロビン (1965), o *Ninja butai Gekkō* 忍者部隊月光 (squadrone ninja lunare) sono i prototipi dei *sentai*, altro popolarissimo filone che porterà alla nascita di *Himitsu sentai Goranger* 秘密戦隊ゴレンジャー (Squadrone segreto Goranger, 1977) primo esempio del genere *Sūpā Sentai* da cui è nato anche il famoso gruppo dei *Power Rangers*.

37 CLEMENT, *The Dorama Encyclopedia...*, cit., p. 200.

38 NICORA, *L'epoca d'oro dei tokusatsu ...*, cit., p. 52.

39 NICORA, *L'epoca d'oro dei tokusatsu ...*, cit., p. 55.

Nome tipologia	Caratteristica principale	Prime apparizioni	Esempi
<i>Henshin</i>	L'eroe mascherato è dotato di super poteri, e assume una doppia identità	1957 (<i>Super Giant</i>)	<i>Gekkō Kamen, National Kid, Magma Taishi</i>
<i>Kyōdai Hīrō</i>	L'eroe è in grado di assumere dimensioni gigantesche	1966 (<i>Ultraman</i>)	<i>Ambassador Magma, Fireman, Giant Robot,</i>
<i>Sūpā Sentai</i>	Un gruppo di eroi lotta contro forze extraterrestri malvagie per proteggere il mondo e la pace	1975 (<i>Himitsu Sentai Goranger</i>)	<i>Himitsu Sentai Goranger, J.A.K.Q.Dengekitai, Dengeki Sentai Changeman</i>

Tabella numero 1: principali generi di *Tokusatsu*

Gli anni migliori di questo filone narrativo sono stati gli anni sessanta e settanta con periodi alterni di popolarità legati ad alcune debolezze strutturali quali la limitata capacità di innovazione e competizione con *anime* dalle stesse tematiche e forse più seguite.

Malgrado ciò il *tokusatsu* è rimasto nel cuore del pubblico: a dimostrarlo il fatto che anche oggi vengono realizzati numerosi titoli di *tokusatsu* come *Kami no Kiba – JINGA 神ノ牙 -JINGA (La zanna del Dio, JINGA, 2018)* o *GARO* piuttosto che rifacimenti o nuove versioni aggiornate dei primi eroi comparsi sulla scena come *Kamen Rider Zi-O 仮面ライダージオーウ (2018)* o *Ultraman R/B ウルトラマン R/B (2018)*.

Inoltre negli anni si è sviluppato anche un filone con eroine al femminile, parliamo di titoli come *Pretty Guardian Sailor Moon 美少女戦士セーラームーン (2003)*, la versione in live action del familiarissimo *manga*, e di altri titoli più recenti come *Mahou x Senshi Magi Majo Pures! 魔法×戦士マジマジョピュアーズ! (2018)* o *Secret x Warrior Phantomirage! ひみつ×戦士 ファントミラージュ! (2019)*.

4.3-1970-1979 Anni settanta: addio alla famiglia felice

All'inizio degli anni settanta le trasmissioni televisive sono oramai diventate completamente a colori e sono disponibili tecnologie sempre più avanzate e, nel contempo, non sono solo i sistemi di

produzione televisivi a modificarsi ma iniziano anche a riflettersi nei *dorama* taluni cambiamenti della società giapponese.

In particolare analizziamo adesso come muta la concezione di famiglia quale viene rappresentata sugli schermi.

Un numero crescente di donne esce di casa per recarsi al lavoro e le casalinghe cominciano ad avere interessi che vanno oltre la cura della casa trasformandosi in attiviste che lottano per i propri diritti.⁴⁰

Questo naturalmente ebbe i suoi effetti anche sulla televisione e sugli *home drama*, e verso la metà degli anni settanta, quando il pubblico cominciò a trovare la perfezione e l'armonia delle famiglie descritte nei *dorama* televisivi troppo idealista e lontana dalle proprie esperienze, iniziarono ad essere introdotti i problemi della vita familiare; ciò portò alla fine della rappresentazione dell'idilliaco ritratto armonioso della casa felice e perfetta e dunque seguendo i cambiamenti della società.

In un loro studio Makita e Muramatsu⁴¹ analizzano tali cambiamenti della rappresentazione familiare; se paragoniamo i temi di alcune serie andate in onda tra il 1974 e il 1984 scopriamo che in dieci anni la descrizione del nucleo familiare si era spostato dalla famiglia tradizionale (concepita come perfetta) alla disgregazione familiare e alla perdita dei legami.

La serie *Arigatō* ありがとう (Grazie) della TBS andata in onda dal 1970 al 1975, scritta da Hiraiwa Yumi 平岩 弓枝, è un *dorama* di alto livello rappresentativo del periodo; con un *ratings* massimo del 56,3%, il più alto mai registrato fino ad allora per un *dorama* commerciale.

Arigatō dalla prima serie alla terza, parla della vita di Hikaru: dopo la morte del padre poliziotto, lei segue segretamente le lezioni dell'accademia di polizia incapace di rivelare alla madre di voler intraprendere la stessa carriera del padre; la storia si intreccia poi con le vite degli amici e dei vicini.

Nel 1976 *Tonari no shibafu* となりの芝生 (L'erba del vicino) trasmesso dalla NHK porta sullo schermo i problemi e le liti tra moglie e suocera: Takahira Tomoko, sposata da poco è costretta ad accettare in casa Shino, sua suocera. Tomoko viene messa a dura prova delle angherie di Shino ma cercherà di sottrarsi al suo giogo; si rompono così gli schemi dei precedenti modelli che prevedevano una nuora dolce e remissiva.⁴²

Un ulteriore passo verso la completa disgregazione del nucleo familiare idilliaco si ha con *Kishibe no arubamu* 岸辺のアルバム (Album lungo le rive, 1976) scritto dal famoso sceneggiatore Yamada Taichi 山田 太一.

40 Vera MACKIE, *Feminism in Modern Japan: Citizenship, Embodiment and Sexuality*, Cambridge, Cambridge University, 2003, p. 150.

41 Tetsuo MAKITA, Yasuko MURAMATSU, "Changing Themes and Gender Images in Japanese TV Dramas, 1974-1984", in Nippon Hoso Kyokai (a cura di) "Studies of Broadcasting", Tokyo, *Theoretical Research Center, Radio & TV Culture Research Institute*, 23, 1987, pp. 51-72. p. 23.

42 Gössmann, *New Role Models for Men and Women?...*, cit., p. 209.

Fu trasmesso dalla TBS dal 1977 ed è un altro capolavoro che descrive appunto il crollo della pacifica vita domestica; la serie descrive le difficoltà di una famiglia nella periferia di Tokyo mettendo in luce numerose problematiche sociali: il padre beve, ignora la famiglia e trascura la moglie, mentre la figlia esce con un americano (cosa non ben vista all'epoca), il figlio deve affrontare il fallimento degli esami di ammissione all'università, e, su tutto, un problema ancora più grande: l'inondazione del fiume che scorre vicino alla loro casa.

In questa cornice la moglie, una casalinga di quarant'anni, intraprende una relazione extraconiugale, spinta dall'isolamento dovuto a un marito alcolizzato e sempre impegnato a lavorare e all'atteggiamento dei figli ormai adulti.

Sebbene, alla fine si assista al suo ritorno in famiglia, il ruolo che interpreta è chiaramente qualcosa di diverso da quello di una madre affidabile, a cui i precedenti *dorama* avevano abituato il proprio pubblico.⁴³

Anche il titolo *Kishibe no arubamu*, letteralmente “album lungo il fiume” ha delle implicazioni: durante una scena del *dorama*, la famiglia protagonista scatta una foto di gruppo lungo le rive del fiume. Nella foto ognuno sorride allo spettatore, il quale sa che dietro a quei sorrisi si nascondono torbide vicende e segreti nascosti, e l'album rappresenta l'ipocrisia e la falsa serenità della famiglia.

Questo *dorama* quindi rompe definitivamente il guscio della famiglia felice tipico degli *home drama*, e porta sugli schermi l'idea, allora nuova, di palesare i problemi quotidiani e le crisi che si possono verificare all'interno di una famiglia qualsiasi.

Questa pratica rimane prevalente anche nelle serie di oggi della televisione giapponese.⁴⁴

4.3.1-Dorama scolastici

I primi *dorama* scolastici (*gakuen drama* 学園ドラマ) sono stati realizzati nella seconda metà degli anni sessanta. Una delle prime serie è *Seishun to wa nan da* 青春とはなんだ (Cos'è la giovinezza), andata in onda dal 1965 al 1966 la domenica sera alle otto ottenendo una grande popolarità; racconta la storia di un giovane ed entusiasta insegnante che mette tutte le sue energie nel rendere vincente una squadra del suo sgangherato club sportivo, frequentato dagli studenti definiti “senza speranza”.

Negli anni settanta questo filone narrativo viene poi ripreso suscitando un grande fascino soprattutto sul pubblico più giovane.

Anche se con alcune modifiche, questi *dorama* scolastici hanno mantenuto lo schema originale; un insolito insegnante anticonformista arriva in una scuola che è governata e controllata da un preside o da un dirigente scolastico severo, e qui inizia ad aprire un varco in un ordine rigido, creando un

43 GÖSSMANN, *New Role Models for Men and Women?...*, cit., p. 209.

44 GÖSSMANN, *New Role Models for Men and Women?...*, cit., p. 208.

rapporto di fiducia con gli studenti che vedono in lui un adulto alleato su cui contare e fare affidamento.⁴⁵

Possiamo allora citare alcuni titoli popolari: *Warera seishun* われら青春! (Noi [siamo la] gioventù) 1974 o *Necchū jidai* 熱中時代 (L'epoca dell'entusiasmo) 1978.

L'ulteriore successo del genere fu segnato poi da *Sannen Bgumi Kinpachi sensei* 3年B組金八先生 (Il prof. Kinpachi della terza B, 1979) noto semplicemente come *Kinpachi sensei*.

Il *dorama* fu molto ben accolto dal pubblico, e tra le otto serie prodotte la seconda vanta un gradimento superiore a tutte; fu trasmesso a partire da ottobre 1979, un anno cruciale caratterizzato dall'imperversare di delinquenza e violenza negli ambienti scolastici e tra i giovani giapponesi,⁴⁶ e in esso vengono allora affrontati temi spinosi come l'omosessualità, la disforia di genere, la gravidanza, il suicidio adolescenziale, lo *hikikomori* così come il bullismo (sia da parte di studenti che degli insegnanti), sotto un'ottica alternativa leggera per catturare l'attenzione del pubblico.

Il personaggio dell'insegnante, *Kinpachi sensei*, tenta di risolvere tali problemi usando una miscela di carisma, onestà, umorismo e arguzia, rappresentando una figura amica che tende una mano ai ragazzi accettandoli e guidandoli.

Nel dettaglio la storia descrive il rapporto tra l'insegnante Sakamoto Kinpachi e i suoi studenti al terzo anno di una scuola superiore giapponese, il quale cattura la fiducia degli studenti tramite le parole e l'insegnamento in classe, in un'ottica innovativa rispetto alla visione precedente di un rapporto di fiducia instaurato tramite attività sportive.

Negli anni questa tipologia non ha cessato di esistere, ed anzi ritorna ciclicamente con nuovi titoli a confermarne la popolarità come *GTO*, abbreviazione di *Great Teacher Onizuka*, o *Yankee bokō ni kaeru* ヤンキー母校に帰る (Yankee torna alla sua scuola), oppure la sua controparte femminile *Gokusen*, dove l'insegnante carismatico è rappresentato dalla figlia di una potente famiglia di *yakuza*.

4.4-1980- 1999 Nascita dei *dorama* alla moda 1980- 1999

4.4.1- Caratteristiche del *trendy dorama*

Negli anni novanta l'industria dei *media* crebbe rapidamente fornendo al pubblico una variegata gamma di prodotti mediatici; l'aumento di offerta di serie TV, unita ad una contestuale

45 MURASE Shiro, "Inga to shite no gakkō kyōiku - "botchan" wa ikaga nishite ganzo gakuen dorama to natta ka" (l'educazione scolastica come immagine negativa: in che modo "Bocchan" è diventato il capostipite del *dorama* scolastico), *Kokusai bunka gakubu ronshū*, 12, 1, 2011, pp. 82-63. p. 81.

村瀬, 士朗, 「陰画としての学校教育-『坊っちゃん』は如何にして元祖学園ドラマとなったか」, 国際文化学部論集, 編. 第12巻1号2011年: 82-63. p. 81.

46 "Kinpachisensei" kara "hanayoridango" "hana nochi hare" made — gakuen dorama no rekishi o tadoru 『金八先生』から『花より男子』『花のち晴れ』まで—学園ドラマの歴史を辿る (Seguiamo la storia dei *dorama* scolastici, da "Kinpachi Sensei" a "Hanyori dango" e "Hana nochi hare"), "plus.paravi.jp" 2018, <https://plus.paravi.jp/entertainment/000126.html>, 2-05-2019.

diversificazione degli stili di vita, indusse una frammentazione dei gusti dello spettatore unita ad un generale ribasso degli ascolti televisivi.

Nei primi anni ottanta sceneggiatori e produttori di *dorama*, si concentravano sulla creazione di temi e personaggi per esibire al meglio la propria creatività trascurando di considerare anche i gusti del pubblico; si consideravano degli artisti puri, incuranti di tenere in debito conto anche gusti e preferenze di un potenziale pubblico.⁴⁷

Per compensare il calo di ascolti le grandi *major* iniziarono a produrre i primi *dorama* ideati cercando tematiche più vicine alle esigenze degli spettatori, e soprattutto dei giovani; queste trasmissioni subirono critiche e furono talvolta definite inutili e frivole, tuttavia il pubblico dimostrò di apprezzarle e furono seguite con entusiasmo facendo registrare ascolti molto soddisfacenti.

L'emittente fautrice di questa nuova tipologia di *dorama* è la Fuji Television che a cavallo tra gli anni ottanta e novanta li rese popolari.

Spesso le storie avevano come protagoniste giovani ragazze per facilitare l'identificazione con esse del pubblico tendenzialmente femminile.

Presero allora piede quelli che successivamente furono chiamati *dorama alla moda*, dall'inglese *trendy dorama* トレンディドラマ, caratterizzati principalmente dalla ricercatezza nel rappresentare personaggi con stili di vita accattivanti, dove i protagonisti indossavano vestiti costosi e alla moda insieme ad accessori firmati.

I *dorama* alla moda si svolgono in un ambiente urbano, solitamente nella capitale Tokyo, e mostrano gli eleganti locali alla moda con interni raffinati e la musica pop più di tendenza tra i giovani; queste atmosfere rappresentano chiaramente il consumismo dilagante fra i giovani, i quali si godevano la cosiddetta *bubble economy*.⁴⁸

Questi *dorama*, pensati e ideati non per le casalinghe ma per un pubblico di giovani, non parlano delle vicende amorose in famiglie di tipo verticale, o patriarcale, ma parlano di relazioni orizzontali concentrandosi su amori e amicizie tra giovani coetanei, e incantano il loro pubblico con il romanticismo e la moda.⁴⁹

Talvolta possono avere anche tematiche basate su relazioni extraconiugali, o amori complicati e contrastati mostrando i problemi derivanti dall'incertezza della relazione, ma mantengono un'ottica leggera non moralista e pesante.

Gli studiosi, come Iwabuchi Kōichi, tendono a considerare come *trendy dorama* in senso stretto solo i *dorama* prodotti dalla fine degli anni ottanta fino ai primi anni novanta, ma essendo un nome creato a posteriori, non sono tutti concordi su questa definizione.

Ad esempio Ōta Tōru, importante produttore di *dorama* per la Fuji Television, nonché padre di alcuni importati *dorama* come *Tokyo Love Story* e *All Under One Roof*,⁵⁰ nel suo discorso alla

47 ŌTA, *Producing (Post-)Trendy...*, cit., p. 70.

48 IWABUCHI, *Feeling Asian Modernities...*, cit., p. 9.

49 FREEDMAN, *Nihon no terebi dorama...*, cit., pp. 115-116.

50 Titoli originali 東京ラブストーリー, ひとつ屋根の下.

conferenza internazionale del 23 novembre 2001 “Feeling Asian Modernities: Transnational TV Consumption in East/Southeast Asia” dichiarò di ritenere più corretto suddividere i *trendy dorama* in due categorie ben distinte: *trendy dorama* e *post trendy dorama*.

I *dorama* della prima categoria hanno come tematiche centrali le storie d'amore tra i vari personaggi, i quali non vengono ben delineati con informazioni sulla loro professione, od occupazione, ma accomunati dalla caratteristica di vivere in appartamenti alla moda; Ōta indica il *Dakishimetai! 抱きしめたい!* (Voglio abbracciarti!) del 1988 come rappresentativo per i *trendy dorama*, mentre l'ultimo facente parte della categoria sarebbe *Sutekina kataomoi すてきな片想い* (Splendido amore non corrisposto) del 1990.

I *post trendy dorama* invece hanno come precursore *Tokyo Love Story 東京ラブストーリー*, andato in onda da gennaio del 1991; l'innovazione in queste serie è rintracciabile nella scelta di attori famosi, canzoni pop in classifica e luoghi alla moda fra i giovani, mentre le sceneggiature ripropongono gli schemi dei *dorama* precedenti, dando al pubblico ciò che più attirava: le relazioni amorose fra i protagonisti.⁵¹

Comunque la maggioranza degli studiosi non condividono questa ulteriore distinzione e preferiscono un riferimento unicamente temporale: *trendy dorama* sono i *drama* prodotti tra la fine anni ottanta e inizio anni duemila.

I nuovi *dorama* originariamente furono pensati per un pubblico composto soprattutto da donne dai diciotto ai trentaquattro anni, ma le valutazioni salirono al 30%, indicando un interesse di un pubblico molto più vasto oltre gli obiettivi primari,⁵² e comunque sia questi *dorama* divennero subito di moda, tanto che spesso la canzone sigla d'apertura poteva salire in cima alle classifiche pop giapponesi.

Erano considerati i beni strategici più importanti delle stazioni televisive grazie a una popolarità del *dorama alla moda* sin dall'inizio dall'ingaggio di attori già noti e scelti opportunamente in modo da attirare e aumentare il numero di ascolti fino a dar luogo ad una vera e propria lotta tra le emittenti per assicurarsi più spettatori possibili.⁵³

Di più, nella maggior parte dei casi il cast veniva scelto prima della sceneggiatura, e la figura del protagonista plasmata in base a ruoli precedentemente interpretati dall'attore principale prescelto.

Quindi riassumendo i *trendy dorama* furono resi popolari grazie alle tematiche amorose leggere, alle ambientazioni alla moda, e all'impiego di giovani attori e attrici famosi tra cui Suzuki Honami 鈴木保奈美, Amami Yūki 天海祐希 o Mizuki Arisa 観月ありさ; il loro successo non si limitò solo ai confini giapponesi, ma vide negli anni novanta una popolarità diffusa tra i giovani del Sud e del Sud-Est asiatico fino ad Hong Kong, Taiwan, Singapore.⁵⁴

51 ŌTA, *Producing (Post-)Trendy...*, cit., p. 72

52 Gabriella LUCACS, *Scripted Affects, Branded Selves: Television, Subjectivity, and Capitalism in 1990s Japan*, Durham, NC: Duke University Press, 2010, p. 38.

53 IWABUCHI Kōichi, *Feeling Asian Modernities: Transnational Consumption of Japanese Tv Dramas*, Hong Kong, Hong Kong University Press, 2004. pp. 25-27.

54 IWABUCHI, *Recentering Globalization Popular...*, cit., pp. 135-137.

4.4.2-Sviluppo del *trendy dorama*

I produttori della Fuji Television come Ōta hanno dichiarato che l'idea del nuovo genere è nata dal *dorama Danjo shichinin natsu monogatari* 男女7人夏物語 (Storia d'estate di 7 uomini e donne, 1986);⁵⁵ gli stessi avviarono in seguito un processo graduale per monitorare le reazioni del pubblico e gli indici di gradimento rispetto alla introduzione di nuove ambientazioni

Nel primo *trendy dorama*, creato dall'emittente Fuji TV, *Kimi no hitomi wo taiho suru!* 君の瞳をタイホする! (Catturo le tue pupille!) e andato in onda dal 1988, la tematica dell'amore si univa con atmosfere mystery, un genere sempre molto seguito del pubblico.

Incoraggiati dagli ascolti, il passo successivo fu di eliminare la tematica del mistero e lasciare all'amore campo libero e su queste basi fu scritto *Dakishimetai!* 抱きしめたい; il *dorama* riscosse un buon successo, comportando l'inserimento di un vero proprio spazio dedicato a questa nuova tipologia sulla rete della Fuji Television chiamato *getsuyōbi kuji* (abbreviato poi in *getsuku*) il lunedì dalle nove alle dieci di sera.⁵⁶

Nei primi anni novanta vengono realizzati tre *dorama*, considerati da studiosi come Iwabuchi e Eva Tsai i titoli più rappresentativi del genere *trendy dorama*: *Tokyo love story*, *Long vacation* e *Yamato nadeshiko* (Garofano selvatico); questi titoli raggiunsero il successo, godendo di grande popolarità tra i giovani in Giappone ma anche tra quelli del Sud e del Sud-Est asiatico.⁵⁷

a) *Tokyo love story* 東京ラブストーリー: va in onda tra gennaio e marzo del 1991 e porta definitivamente al successo i *trendy dorama*; tratto dal *manga* omonimo, parla di tre amici Ken'ichi, Kanji e Satomi che, lasciata la città natale, si trasferiscono a Tokyo.

L'intreccio si complicherà in conseguenza dei sentimenti che entrambi i ragazzi provano per la stessa ragazza, la loro amica d'infanzia Satomi; la storia nei vari episodi segue quindi le loro vicende amorose, incrociate con quelle di altri personaggi incontrati nella capitale, e tratta in sostanza di un triangolo d'amore, un amore profondo che solo alla fine della storia riesce a trionfare.

Questa formula narrativa presentata in *Tokyo Love Story* è stata in seguito riutilizzata numerose volte con debite modifiche anche in altre serie giapponesi e in altri paesi dell'Asia.⁵⁸

Infatti *Tokyo love story* originariamente proposto solamente al pubblico giapponese ha attirato *fan* da tutto il mondo e ha modellato l'immagine delle donne giapponesi; e fu anche il primo *dorama* giapponese che conquistò *fan* all'estero diventando uno dei più conosciuti. Anzi divenne ancora più

55 Conosciuto anche col titolo inglese *The Summer Story of Seven Men and Women*

56 LUCÁCS, *Scripted Affects, Branded Selves*,...cit, p. 43.

57 MAMORU Ito, "The Representation of Femininity in Japanese Television Dramas of the 1990s", in Koichi Iwabuchi (a cura di) *Feeling Asian Modernities: Transnational Consumption of Japanese TV Dramas*, Hong Kong: Hong Kong University Press, 2004, pp. 25-42. p. 28.

58 ARAUJO, *A outra face do pop japonês*., cit., p. 51.

famoso all'estero che nella patria stessa, tanto che l'edizione speciale del 1993 ricevette uno *share* superiore perfino della prima messa in onda.⁵⁹

b) Long Vacation ロングバケーション: *dorama* primaverile della Fuji Television, andato in onda nel 1996; la storia parla di Sena e Minami che per uno scherzo del destino si incontrano e vanno a vivere insieme.

Nel dettaglio Minami è un'ex modella che sta per sposarsi, ma il giorno delle nozze viene abbandonata dal suo fidanzato in quale le porta via tutti i risparmi che gli aveva affidato; cercando il fidanzato incontra il suo coinquilino, Sena.

Lui è un giovane laureato che insegna pianoforte sognando anche di diventare un pianista di fama mondiale, e così Minami, senza soldi e senza un posto dove stare, si trasferisce da Sena.

Anche *Long Vacation* resta uno dei capisaldi degli anni novanta arrivando ad uno *share* del 36.7% e come per *Tokyo Love Story* fu precursore di altri *dorama* che ne ripresero le tematiche come *Love generation*, *Love on hold* e *Over time*.

Sull'onda del successo si diffuse rapidamente anche fuori dal Giappone, in particolare ad Hong Kong dove arrivò in un primo tempo illegalmente, per ottenere nel 2000 la messa in onda da emittenti ufficiali, arrivando ad essere trasmesso anche negli Stati Uniti con sottotitoli in inglese.⁶⁰

c) Yamatonadeshiko やまとなでしこ, del 2000 rivede la storia della Cenerentola inizialmente trasandata che diviene una donna curatissima ed elegante: Sakurako è nata e cresciuta in una famiglia molto povera e, una volta diplomatasi, decide di cambiare completamente vita.

Allo scopo si trasferisce a Tokyo con un nuovo taglio di capelli e un nuovo stile pronta e decisa a fare di tutto per sposarsi con un uomo ricco e facoltoso; qui incontra Nakahara Ōsuke credendolo un medico, quando invece lui è un genio della matematica che, in seguito alla morte del padre, ha dovuto abbandonare gli studi accademici negli Stati Uniti per tornare a occuparsi della pescheria di famiglia.

La storia poi vedrà l'avvicinarsi dei due tra un equivoco e l'altro, in uno scenario ricco di divertimento e di tensione suscitati anche dalle attese per la scelta finale dell'protagonista, catturando il pubblico in quello che resta uno dei più grandi successi televisivi della Fuji Tv.

Questi *dorama* sono stati importanti per rappresentare l'immagine della donna contemporanea; lo studioso Itō Mamoru discute analizzando questi tre *dorama*, su come la donna sia rappresentata indipendente e non sottomessa agli uomini, attiva nella ricerca del lavoro come dell'amore. Ma pur rappresentano in questi *dorama* una nuova femminilità attraente diversa da quella descritta nei *dorama* familiari, la donna risulta comunque, in ultima istanza, non del tutto disobbediente e indipendente dagli uomini.⁶¹

59 FREEDMAN, *Nihon no terebi dorama...*, cit., p. 116.

60 CLEMENT, *The Dorama Encyclopedia...*, cit., p. 165.

61 MAMORU, *The Representation of Femininity ...*, cit., p. 41.

Il *trendy dorama* giapponese quindi racconta in modo accattivante le preoccupazioni dei giovani, inserite in un contesto che rispecchia i drastici cambiamenti e il crescente senso di incertezza nella società giapponese contemporanea; questa dimensione quanto più simile alla realtà vissuta dallo spettatore facilita la sua identificazione rendendo piacevole la visione.⁶²

4.4.3-Sviluppo negli anni ottanta e novanta dello *home dorama*.

Nonostante la nascita dei *trendy dorama*, creati per intercettare l'attenzione del pubblico più giovane, gli *home dorama* rimasero sempre dei capisaldi nei palinsesti, contando sulla fedeltà di spettatori più maturi. Con gli anni novanta gli *home dorama* sviluppano temi legati ai problemi della società contemporanea per creare storie che spesso diventano poi argomento di dibattito pubblico, con un *format* stabilito corrispondente ormai a quello attuale, una volta a settimana.

Madri demoniache e figli dominati da queste ultime sono il nuovo fulcro dei primi *dorama* casalinghi degli anni novanta;⁶³ uno degli esempi più significativi è *Zutto anata ga suki datta* ずっとあなたが好きだった (Mi sei piaciuto/piacevi da sempre tu) trasmesso da TBS nell'estate del 1992. Con un seguito di pubblico davvero cospicuo raggiungendo, con l'episodio finale, uno *share* del 29.6%.

In questo *dorama* si racconta l'incapacità del giovane Fuyuhiko, sposatosi da poco con Miwa, di sfuggire al dominio e al controllo di sua madre descritta come una figura demoniaca resa tale dalla caratterizzazione del personaggio e dalla tecnica di ripresa con luci ed ombre accentuate; Miwa, schiacciata dalla presenza della suocera, dapprima lascia Fuyuhiko per poi ritornare con la promessa che lui non farà mai più entrare la madre in casa, tuttavia Fuyuhiko verrà meno all'impegno permettendo alla madre di ritornare e ricadrà in ogni occasione nel ruolo di figlio dominato.

La studiosa Gössmann parla di una vera e propria "sindrome di Fuyuhiko", non tanto per la figura della nuora assoggettata, quanto piuttosto quella del figlio, reso totalmente succube e dipendente dalla madre.⁶⁴

Fuyuhiko is precisely what is known as a sankō (three highs), in Japan: He graduated from the best or "highest" university, Tokyo University; he has a "high" position in a famous bank; plus he is tall (which seems to be less important). Such a man is commonly regarded as the ideal husband in Japan. However, the sankō we encounter in this drama is a weak, childlike man who is dominated by his mother and unable to sustain a happy marriage[...]

62 Ibidem.

63 GÖSSMANN, *New Role Models for Men and Women? ...*, cit., p. 209.

64 Ibidem.

*is the son himself who is the main victim of his domineering mother. In this way, this drama, while extreme in its portrayal, reveals some of the negative consequences of traditional gender roles that force men to concentrate exclusively on study and work while mothers focus*⁶⁵

Da sottolineare che il ruolo della madre si è quindi trasformato dalla madre amorevole e rassicurante (*tanomoshii haha*) dei *dorama* degli anni sessanta e settanta, alla madre demoniaca che controlla il figlio in ogni sua azione e scelta.

I *dorama* familiari degli anni novanta vengono ad assumere una posizione critica nei confronti del tradizionale ruolo della donna come moglie e madre e inizia ad essere rappresentata l'insoddisfazione delle donne.

Molte di loro relegate in casa sono insoddisfatte della loro situazione attuale mentre altre soffrono perché i loro mariti sono di solito assenti e la comunicazione tra i coniugi diventa carente. Tale descrizione pur non rappresentando l'esatta realtà, visto che dagli anni ottanta la maggior parte delle donne giapponesi sposate lavora fuori casa, risulta comunque più fedele se confrontata con le precedenti situazioni irreali e idilliache.

Questo cambiamento si nota particolarmente in titoli come *Otona no Kiss* 大人のキス (Bacio tra adulti) del 1993, in cui la moglie decide di separarsi dal marito perché si rende conto di essere per lui nient'altro che una madre, e non è più disposta a svolgere questo ruolo, o in *Onna no iibun* 女の言い分 (Le ragioni della donna) del 1994), nel quale una donna di mezza età si allontana perché suo marito la tratta come una domestica.

Mentre le mogli dei *dorama* precedenti lasciavano spesso i loro mariti a causa di questioni extraconiugali, adesso è più comune per loro partire alla ricerca di una propria vita e di una carriera personale.⁶⁶

Con sfumature diverse, in altri *dorama* viene comunicato il messaggio che la carriera professionale di una donna sposata risulta accettabile solo se non interferisce con i doveri familiari di donna e madre, vedi ad esempio *Daburu kitchin* ダブル・キッチン del 1993 o *Yome no deru maku* 嫁の出る幕 (Scena in cui entra la sposa) del 1994.

4.5-2000-presente: *Dorama* di successo

Per quanto riguarda l'ultimo ventennio dei *dorama*, durante la mia ricerca non ho trovato molti studi a riguardo. In quanto molti dei testi⁶⁷ sono stati scritti nei primi anni duemila.

65 GÖSSMANN, *New Role Models for Men and Women?...*, cit., p. 211.

66 GÖSSMANN, *New Role Models for Men and Women?...*, cit., p. 215.

67 Ad esempio IWABUCHI, *Contra-flows or the Cultural Logic...*, cit., IWABUCHI, *Feeling Asian Modernities...*, cit., CHUA-IWABUCHI, *East Asian Pop Culture ...*, cit., CLEMENT, *The Dorama Encyclopedia...*, cit.,

Alcuni studiosi come la Valaskivi o la Grossman, hanno studiato lo sviluppo del ruolo della donna e dei diversi modelli sociali che sono rappresentati nelle serie televisive giapponesi, ma non ho trovato lavori che parlino globalmente del *dorama* oggi.

Ho quindi pensato di analizzare i contenuti che hanno attirato maggiormente l'attenzione del pubblico.

Arrivati nel nuovo millennio i *dorama* sono oramai una consuetudine e normalità nel mondo della televisione giapponese; nel giro di cinquant'anni sono nati molti generi e sottogeneri.

Sulle televisioni nazionali vanno giornalmente in onda *drama* scolastici, storici, romantici, e le emittenti sono sempre alla ricerca di nuove storie che catalizzino l'attenzione del pubblico.

L'industria televisiva ha visto un notevole incremento della realizzazione di *dorama*: sono aumentati i generi, i mezzi stessi di produzione disponibili, le tecniche e le tecnologie impiegate. Nell'ultimo decennio l'assetto si è consolidato nel modo seguente.

Le programmazioni dei *renzoku*, suddivise in circa dodici episodi, vanno in onda per circa tre mesi, per essere poi sostituite da nuovi titoli; tendenzialmente in ogni trimestre il numero totale di serie prodotte da tutte le diverse emittenti varia da quindici a venti.

Da questi dati possiamo capire quanto sia vasta la produzione annuale di serie televisive in Giappone, ovvero circa una settantina di titoli di *renzoku* senza contare *asadora*, *taiga* e *tokusatsu*.

Vediamo ad esempio i palinsesti attuali di alcuni dei canali più importanti in Giappone; la HNK presenta sul suo sito⁶⁸ la programmazione con il *taiga* annuale (*Idaten*), l'*asadora* (*Natsuzora*), insieme ad altri quattro *renzoku*, ognuno mandato in onda in un diverso giorno della settimana, mentre La Fuji TV ha sei *renzoku* una volta alla settimana, la NTV ne ha sette e via a seguire.

La produzione è quindi molto vasta e diventa sempre più difficile per i produttori realizzare serie che raggiungano alti ascolti, e dunque quando un titolo riceve un livello di gradimento superiore alla media, seguendo la scia del successo di questo “*dorama* del momento”, le serie realizzate successivamente ne riprendono situazioni e tematiche.

Vediamo adesso, nei prossimi paragrafi quali sono i *dorama* di successo nel nuovo secolo e le loro caratteristiche.

4.5.1-L'importanza dell'attore protagonista nei *dorama*

Una strategia piuttosto seguita è l'utilizzo nei *dorama* di *idol*⁶⁹ o di attori molto famosi come gli ascolti del pubblico e la popolarità del programma; in entrambi i casi questi attori, vengono

GÖSSMANN, New Role Models for Men and Women? ..., cit.

68 Link del sito <https://www6.nhk.or.jp> .

69 Vedi capitolo 2.

chiamati *Shichōritsu otoko* 視聴率男 e *Shichōritsu onna* 視聴率女 (uomini e donne ad alto indice di ascolto), per indicare la grande capacità di calamitare l'attenzione del pubblico verso il drama.⁷⁰

Guardando i titoli dei *dorama* più seguiti negli ultimi anni del duemila troviamo *Beautiful life* ビューティフルライフ della TBS che ebbe una media di ascolti superiore al 30% andando a posizionarsi sopra il precedente *dorama* di punta *Yamato nadeshiko*; tale successo fu attribuito in gran parte alla presenza dell'attore e cantante *idol* Kimura Takuya 木村 拓哉 molto in voga in quel periodo e appartenente al gruppo j-pop SMAP.

L'attore è stato protagonista di alcune serie famose che abbiamo già nominato come *Long Vacation*, o *Love generation*, e impersonava per il pubblico femminile l'uomo ideale presente nei sogni di ogni donna.

Allo stesso modo nel 2001 la sua presenza decretò il successo della serie *Hero*⁷¹ della Fuji TV che raggiunse gli ascolti più alti tra i *dorama* di quell'anno. Kimura Takuya incarna un giovane procuratore fuori dagli schemi; il personaggio, malgrado i suoi metodi non ordinari, possiede un eccezionale intuito che gli permette di risolvere i casi più difficili, guadagnandosi man mano la stima dei colleghi e della sua diffidente assistente.

Nel 2003 troviamo una riprova nel *dorama* *Good Luck!!* グッドラック!! della TBS, un'ulteriore dimostrazione di quanto la presenza di un attore possa influenzare il successo dell'intera serie. Questa volta Kimura è un pilota, Shinkai Hajime, ambizioso e determinato a raggiungere il grado di capitano e si innamora di una giovane ragazza impiegata come meccanico. La presenza del famoso *idol* porta gli ascolti ad altissimi livelli con il 37.6%, il livello più alto di ascolti ed anche i lavori televisivi successivi dell'attore confermano il successo della strategia: *Sora kara furu ichioku no hoshi* 空から降る一億の星 (Centomilioni di stelle che piovono dal cielo), *Pride*, *Bloomy Family*, tutti titoli con ascolti decisamente elevati a confermare definitivamente come la partecipazione di un attore piuttosto che un altro, nel nostro Kimura Takuya, determini una decisa differenza nei livelli di audience.

4.5.2-Dorama investigativi

Negli ultimi anni hanno poi preso piede largamente i *dorama* con tematiche investigative che coprono una buona fetta della produzione toccando spesso i maggiori livelli annuali di ascolti: storie che cattura l'attenzione del pubblico su situazioni misteriose e di altissima *suspense*.

Ad esempio *Kaseifu no Mita* 家政婦のミタ (La casalinga Mita) del 2011 parla di un'imperscrutabile governante impeccabile nel suo lavoro e che svolge qualsiasi mansione le venga

70 HACHIYA Kazuki, "Bangumi seisaku-sha to shichō-sha ni oyobosu shichō-ritsu no mamono-ka", (La cattiva influenza degli ascolti esercitata su autori di programmi e spettatori), *Kuroki Masako zemi*, p. 72-80
蜂谷和樹, 「番組制作者と視聴者に及ぼす視聴率の魔物化」, 黒木 雅子ゼミ, pp. 72-80.

71 Il titolo in inglese è originale giapponese.

ordinata, ma rigida e fredda, di cui non si sa nulla; raggiunse uno *share* del 42.2%, un vero record negli ultimi anni considerando che generalmente a fatica i *drama* raggiungono il 30%.

Oppure il *dorama* della TBS *Hanzawa Naoki* 半沢直樹 del 2013 che vede il protagonista, impiegato in una banca, indagato per un oscuro investimento, e le vicende successive si articolano nei suoi tentativi di recuperare il denaro perso; questo *dorama* con protagonista Sakai Masato ha raggiunto gli ascolti più elevati degli ultimi trent'anni, un successo davvero inaspettato.⁷²

4.5.3-Dorama della NHK: statistiche 2000-2019

Per quanto riguarda *asadora*⁷³ e *taiga*,⁷⁴ queste tipologie godono di ascolti costanti. I primi hanno avuto un picco di minima nel 2009 con la storia *Tsubasa* つばさ con il 17,7 di ascolti per poi salire nuovamente nel 2013 con *Amachan* あまちゃん, che ha come protagonista la giovane Amano Aki, diventata un *idol* popolare; arrivata al successo torna a Tōkai per far rivitalizzare l'area dopo il terremoto e maremoto del Tōhoku del 2011.

Il risultato non è stato solo un successo di ascolti, ma ha portato benefici economici alla medesima regione del Tōhoku ed è stato considerato al pari di un fenomeno sociale.

Come detto, questa serie è ambientata nella prefettura di Miyagi che ha subito gravi danni dal terremoto, e uno degli obiettivi espressi dalla NHK nella scelta di questa località era di restaurare l'immagine pubblica della zona;⁷⁵ in base a una ricerca del *Iwate Economic Research Institute* si è stimato che il numero di turisti entrati in città sia aumentato di 344.000 persone proprio per effetto della serie televisiva.⁷⁶

Il successivo *asadora* a catalizzare l'attenzione del pubblico è stato lo storico *Asa ga kita* あさが来た (E' mattina) del 2015 che ha di nuovo raggiunto il 27% di ascolti; va considerato che questa tipologia di *dorama* ha raggiunto raramente livelli superiori al 22%, perciò si può considerare *Asa ga kita* un successo di *share* per la tipologia di appartenenza.

Per quanto riguarda i *taiga* invece l'ultimo picco è stato nel 2008 con indice di ascolti 24.5% ottenuto da *Atsuhime* 篤姫, mentre i successivi titoli hanno raggiunto generalmente un livello di poco superiore al 12%; va notato comunque che già dalle prime produzioni raramente si sono registrati ascolti superiori al 30%, con una media oscillante fra il 20 e il 25%.

72 Hanzawa Naoki' saishūkai no heikin shichō-ritsu 42.2-pāsentō Heisei no rekidai *dorama* de ichii 半沢直樹 最終回の平均視聴率42.2% 平成の歴代ドラマで1位 (Valutazione media del pubblico del 42.2% dell'ultimo episodio finale di Hanzawa Naoki, 1° posto tra i *dorama* dell'epoca 'Heisei), "zakzak", 2013, <https://web.archive.org/web/20131002232606/http://www.zakzak.co.jp/entertainment/ent-news/news/20130924/enn1309241205006-n1.htm>, 14-05-2019.

73 Dati presi da NHK 朝の連続テレビ小説【関東地区】: https://www.videor.co.jp/tvrating/past_tvrating/drama/02/index.html 9-05-2019.

74 Dati presi da NHK 大河ドラマ(NHK 総合 日曜 20:00~)【関東地区】: https://www.videor.co.jp/tvrating/past_tvrating/drama/03/index.html 9-05-2019.

75 Elisabeth SCHERER, Timo THELEN, "On countryside roads to national identity: Japanese morning drama series (*asadora*) and contents tourism", *Japan Forum*, 2017, p. 1-24. p. 3.

Nel 2002 la NHK ha sviluppato un ulteriore formato: gli *yorudora* 夜ドラ:⁷⁷ il termine potrebbe essere tradotto letteralmente come "dorama notturni" ed hanno preso il nome dall'orario della messa in onda, tra le undici e le undici e un quarto di sera, da lunedì a giovedì, con una replica il venerdì di tutti gli episodi della settimana; queste serie raccontano in modo comico e scanzonato le vite dei protagonisti, giovani fra i venti e i trent'anni, aggiungendo elementi di romanticismo e *suspense*, e si sviluppano su sedici/ventiquattro episodi trasmessi nell'arco di quattro/sei settimane.

Nel 2005 è andato in onda l'ultimo *yorudora* conclusosi a dicembre di quell'anno, dopodiché questa tipologia non è più stata ripresa.

4.5.4-Dorama tratti da *manga*

Abbiamo visto uno dei fattori di successo ovvero l'introduzione nel cast di un famoso *idol*; ne vediamo ora un secondo: la trasposizione in *dorama* di *manga* già famosi; moltissimi titoli sono infatti il rifacimento televisivo di storie già esistenti e pubblicate in formato cartaceo.

Le case di produzione alimentano il successo di alcune serie creandone una versione *live-action*, in contemporanea con l'opera originale oppure alcuni anni dopo la sua conclusione e proponendo il riadattamento televisivo sia a *fan* dell'opera che ad un pubblico nuovo.

La lista delle serie tratte da *manga* è molto lunga e sconfinata in molte tipologie: ad esempio uno dei titoli più famosi nel mondo degli appassionati è *Hana yori dango* 花より男子 (Niente fiori ma bei ragazzi!) tratto dall'omonimo *manga* che raggiunse nel 2005 una media del 22.4% oppure *Gokusen* ごくせん (Il prof/maestro delle vie estreme) che con le sue tre stagioni ha ottenuto sempre degli ottimi ascolti; altri titoli piuttosto famosi sono *Hanazakari no kimitachi he* 花ざかりの君たちへ (A voi che siete in piena fioritura, 2007), *Mei chan no shitsuji* メイちゃんの執事 (Il maggiordomo di Mei, 2009), *Nodame cantabile* のだめカンタービレ (Nodame Cantabile, 2006), *Densha otoko* 電車男 (L'uomo treno, 2004), *Itazura na kiss- Love in Tokyo* イタズラな Kiss~Love in TOKYO (2013) e moltissimi altri.

Anche per gli *home drama* i *manga* sono stati un importante fonte di ispirazione; la studiosa Tania Darlington⁷⁸ sostiene che la maggior parte delle serie prodotte nei primi anni duemila siano tratti da una singola specifica categoria di *manga*, i cosiddetti *josei manga*⁷⁹ ovvero fumetti con tematiche pensate per donne non più adolescenti, e quindi con temi più maturi e ambientazioni nel mondo del lavoro e nell'ambiente familiare.

76 "Ama-chan" kōka de kankō iriko kyaku 34. 4 man-ri, kankō shōhi-gaku wa 30. 6 oku-en to suihei 「あまちゃん」効果で観光入込客34.4万人、観光消費額は30.6億円と推計 (Per effetto di "Amachan" l'affluenza di turisti è stimata a 34,40 milioni di turisti, e l'ammontare del consumo turistico è pari a 3,60 miliardi di yen), *Travel Voice*, 2013, <http://www.travelvoice.jp/20130820-7613>, 17-05-2019.

77 Il nome completo è *Yoru no renzoku dorama* (夜の連続ドラマ).

78 Tania Darlington ha studiato presso l'Università della Florida con specializzazione in "television and cross-media adaptation". La sua dissertazione esamina le intersezioni tra gli studi di fan e gli studi di adattamento crossmediali contemporanei con un'enfasi specifica sulle opere televisive. Le sue precedenti pubblicazioni includono lavori su genere e sessualità in anime e manga. DARLINGTON, *Josei Drama and Japanese*,...cit, p. 37.

79 Tania DARLINGTON, "Josei Drama and Japanese Television's 'new Woman'", *The Journal of Popular Television*, 1, 1, 2013, pp. 25-37, p. 28.

Queste storie hanno come protagoniste giovani donne indipendenti e istruite le quali nell'atmosfera moderna del mondo urbano si costruiscono relazioni amorose cercando di conciliarle con la carriera, e cercando nel contempo di liberarsi dalle tradizioni che le vogliono a casa occupate in faccende solo domestiche.

Around 40 アラウンド 40 è un *dorama* significativo sotto questo punto di vista: racconta la storia di una singola donna lavoratrice, prossima ai 40 anni, che lotta per il suo posto nella società. È una donna indipendente e di successo ma è definita, dai suoi pari, come un fallimento a causa del suo status.⁸⁰

L'idea di base in *Around 40* induce a pensare: donne single sulla quarantina purché membri produttivi della società⁸¹ possono anche non avere figli senza che questo sia visto come un crimine.

Con forti protagoniste femminili indipendenti, questi *dorama* televisivi

“helps female viewers to imagine new options opening up for them in Japan, while showing them the painful limitations of having freedom of choice.”

Va notata poi la presenza di altri titoli che riprendono come protagonista la figura di madre *single* dunque non sposata, riconfermando un'attenzione particolare per questa realtà.

La figura della madre *single* ha avuto un ruolo importante nei *dorama* giapponesi per diversi decenni già negli anni sessanta e settanta, ma si trattava perlopiù di donne rimaste vedove, o abbandonate dal marito, spesso usate per sostenere le tradizionali nozioni patriarcali di famiglia. Oggi invece, rifiutando questo modello, si rappresentano donne che riescono ad affrontare le difficoltà di essere madri anche senza un marito.⁸² Sono quindi sempre più frequenti *dorama* che hanno come protagonista una madre single.

Riportiamo ora alcuni titoli che hanno come protagonista una madre single:

Ashita tenki ni naare あした天気になあれ (Che domani venga bel tempo!, 2003), *Mother* (2010), *Dirty Mama!* ダーティ・ママ (2012) e *Singuru Mazazu* シングルマザーズ (2012).⁸³

Allo stesso modo è interessante vedere alcuni *dorama* dove invece è il padre a crescere i figli, come in *My girl* マイガール (2009), a causa della morte della loro madre, e in *Zenkai girl* 全開ガール (2011) dove la vera madre decide di lasciare la figlia in custodia al padre.

80 Ovvero lo status di essere una donna lavoratrice, non sposata e senza figli.

YASHENG, MACOVSKI, *Televised Feminism and...cit.*, p. 27.

81 Alisa FREEDMAN, Kristina IWATA-WEICKGENANNT, “Count What You Have Now. Don't Count What You Don't Have”: The Japanese Television Drama *Around 40* and the Politics of Women's Happiness”, *Asian Studies Review*, 3, 5, 2011, pp. 295–313. p.309.

82 Forum MITHANI, “New Heroines for a New Era?: Single Mothers in Contemporary Japanese-Television Drama”, *Acta Asiatica Varsoviensia*, 27, 2014, pp. 111-129. p. 1.

83 I titoli internazionali sono *Mother*, *Dirty mama*, *Single mother*.

Per questo anche nell'ultimo ventennio i *dorama* non hanno perso attrattiva sul loro pubblico, e anzi continuano ad essere un mercato fertile e produttivo.

4.5.5-Conclusione

Riassumendo, negli anni duemila sono molto diffusi i *dorama* a sfondo investigativo e di *suspense* sia in chiave comica che seria; i *dorama* romantici godono di una buona popolarità, ma risultano, rispetto ad altre nazionalità, meno edulcorati, oppure esagerati con situazioni troppo lontane dalla realtà. Inoltre generalmente nelle serie non prettamente *romance* non vengono inseriti elementi di relazioni romantiche tra i personaggi, al contrario è una tendenza molto in auge nelle serie coreane e che ne determina il successo.⁸⁴ Possiamo dire quindi che in Giappone i *dorama* romantici costituiscono una buona parte della produzione totale, ma non predominano su gli altri genere (investigativi, crime, scolastici) come invece è più comune nelle altre nazionalità.

I produttori adottano particolari strategie allo scopo di attirare il pubblico, come realizzare serie tratte da *manga* con buone vendite o inserire nel cast attori con un buon seguito di *fan*. Ricordiamo poi che un'altra strategia molto utilizzata è produzione di remake di titoli di successo di altre nazionalità, come ad esempio *Ikemen Desu Ne* 美男ですね (*Sei bello vero*, 2011) tratto dalla serie coreana *You're Beautiful* 미남이시네요(2009).⁸⁵

A tal proposito va considerato che nel contesto molto vasto di produzione delle serie televisive, dagli anni duemila in Giappone è iniziato un importante flusso di *media* coreani entrato in competizione con le serie nazionali, un fenomeno chiamato *Han ryū/Han ryū* 韓流 (moda della Corea del Sud).

84 Per approfondimento vedi capitolo 6 paragrafo 9.

85 Rimando al capitolo 2 paragrafo 5 per ulteriori informazioni su i *remake* dei *dorama*.

5-Ondata coreana e effetti

Vediamo adesso, un importante fenomeno che ha modificato notevolmente lo scenario del mondo dei drama.

Si tratta dell'Ondata coreana, *hanryū* 韓流 o *hallyu* (한류) o *Korean wave*.¹

L'argomento sarà analizzato ponendo l'attenzione sulle cause, gli effetti e le motivazioni che hanno determinato la nascita di questo fenomeno in Giappone. Si tratta infatti di un importante passaggio che ha portato alla circolazione dei *dorama* non più solo dal Giappone verso l'esterno: il pubblico giapponese ha apprezzato e fatto proprio i *media* della cultura coreana, ampliando le possibilità di questo mercato. Perciò, dopo questo primo contatto hanno iniziato a circolare anche in Giappone, riscuotendo un notevole successo, anche *drama* di altre nazionalità.

5.1-Le premesse dell'ondata coreana

L'ondata coreana, o *hallyu* 한류, ha avuto importanti conseguenze nella diffusione dei *drama* in Asia; vediamo quindi adesso meglio cosa è stato e cosa ha significato questo fenomeno.

Il termine *hallyu* 韓流 iniziò ad essere utilizzato in Cina nel 1999 dal *Beijing Youth Daily* 北京青年报 in seguito al successo riscosso dalla serie coreana *What Is Love* 사랑이 뭐길래,² per indicare l'aumento di popolarità della cultura coreana,³ andando poi a consolidarsi nel suo significato più esteso di diffusione internazionale della cultura pop con film, musica pop e soprattutto *drama*.⁴

Seguendo la suddivisione di KOFICE (Korean Foundation for International Cultural Exchange) possiamo dividere l'espansione dell'ondata coreana in tre fasi:⁵

A) La prima è dal 1997 all'inizio del 2000, in cui i *drama* coreani e la musica pop sono diventati popolari in Cina e Taiwan.

B) La seconda è dal 2000 al 2007 quando le serie coreane attirarono l'attenzione con il successo in Giappone di *Fuyu no sonata* (*Winter Sonata*).

C) La terza fase è costituita dal boom della musica pop coreana, iniziata dal 2007 portando alcuni gruppi alla fama in molti paesi del sud-est asiatico; e successivamente con la diffusione della

1 Hallyu significa letteralmente "corrente coreana". Il fenomeno ha assunto diverse traslitterazioni della parola coreana *hallyu* 한류; in cinese *hanryū* (韓流), in giapponese *hanryū* (ハンリウ) seguendo la traslitterazione giapponese piuttosto che la lettura giapponese (*kanryū* かんりゅう). Internazionalmente il fenomeno è noto come *Korean Wave*.

2 *What is love* è un drama coreano del 1991 trasmesso per la prima volta in Cina nel 1999.

3 KWAN Sunyoung e ShuLing C. BERGGREEN, *Rethinking the Expediency of the Regional Flow of Pop Culture: the Case of the Korean Wave in Japan*, University of Colorado at Boulder, 2017, p. 36.

4 CHUA-IWABUCHI, *East Asian Pop Culture*,..., cit. p. 2.

5 KOFICE, *Hanryu Forever: Ilbonpyeon [The Korean Wave Forever: Japan]*, Seoul, KOFICE, 2011.

musica coreana anche in zone dell'Europa e del Nord America con un contestuale aumento del mercato mediatico.

	Prima fase	Seconda fase	Terza fase
Parole chiave	Nascita	Sviluppo	Diversificazione
Periodo	1997-2000	2000-2007	Dopo il 2007
Industria	Musicale, drama	Drama, musica, film, video games	Drama, musica, film, video games, fumetti, personaggi, cibo, alfabeto coreano
Paesi	Cina, Taiwan, Vietnam	Cina, Giappone, Taiwan, Sud-est asiatico	Cina, Giappone, Taiwan, Sud-est asiatico, Asia centrale, Africa Stati Uniti
Contenuti	<i>What Is Love (drama)</i> H.O.T. (gruppo idol)	<i>Winter Sonata (drama)</i> <i>Jewel in the Palace (drama)</i>	K-pop
Metodo promozionale	Emittenti radiotelevisive	Emittenti radiotelevisive, Internet	SNS, mobile, Internet

Tabella numero 2: fasi dell'ondata coreana; fonte: KOFICE 2011

Come abbiamo visto in precedenza, attualmente i *drama* coreani hanno focalizzato su di sé l'attenzione del pubblico, superando di molto la popolarità dei *dorama* giapponesi.

Oggi la predilezione per le serie coreane è attribuibile principalmente ai loro contenuti, alle diverse tematiche e agli stili di narrazione; tuttavia va notato che almeno inizialmente hanno contribuito anche motivazioni di carattere economico: durante i primi scambi mediatici inter-Asia l'esportazione nei paesi asiatici di *drama* coreani surclassò i *dorama* giapponesi soprattutto a causa dell'alto prezzo di questi ultimi, tale che molti paesi non potevano permettersi di acquistarli.⁶⁷

6 CHUA-IWABUCHI, *East Asian Pop Culture...*, cit., pp. 2-4.

7 In particolare nel 1997 anno della crisi dei mercati asiatici.

5.2-Il caso giapponese: *hallyu* in Giappone

Vediamo adesso più approfonditamente il caso giapponese.

I trascorsi storici del colonialismo giapponese in Corea hanno lasciato un segno tangibile che ha incrinato per molto tempo i rapporti tra le due nazioni, limitando anche gli scambi culturali successivi.

Proprio per questo il boom della cultura pop coreana in Giappone, che ha preso piede con *Winter Sonata*, è stato particolarmente sorprendente date le relazioni storicamente ostili tra i due paesi e le rispettive popolazioni.

Tale animosità ancora non del tutto rimossa ha dunque le sue radici storiche nell'annessione al Giappone della penisola coreana e del successivo brutale sfruttamento delle popolazioni coreane, sia uomini che donne, portato avanti per oltre tre decenni (1909-45) e dunque fino alla fine della Seconda Guerra Mondiale.⁸

Talune questioni irrisolte perdurarono anche dopo la fine del conflitto ad alimentare l'inimicizia tra le due nazioni come ad esempio i diritti territoriali sulle rocce di Liancourt, chiamate "isola Takeshima" in giapponese e "Dokdo" in coreano, che si trova nel mare tra i due paesi.

La tensione fra i due paesi fu tale da indurre la Corea del Sud ad emanare nel 1945 una legge che vietava l'importazione di tutti i prodotti culturali giapponesi; tale legge abrogata solo nel 1998,⁹ rallentò inevitabilmente tutti gli scambi mediatici tra le due nazioni.

La Coppa del Mondo FIFA del 2002 è stata sicuramente una svolta cruciale per il riavvicinamento, creando un'occasione nella quale nacque un inaspettato incoraggiamento reciproco fra le rispettive squadre nazionali creando un'atmosfera amichevole tra le due nazioni, sentita in particolare dai giovani.¹⁰

In seguito con la graduale inversione di linea politica del governo coreano furono soppressi molti divieti di importazione di prodotti culturali giapponesi e cominciarono a circolare tra i due paesi pellicole cinematografiche che riscossero sempre più successo tra il pubblico;¹¹ e questo stimolò l'interesse giapponese verso la cultura coreana, diffusa anche tramite programmi televisivi e indusse anche una preferenza verso la Corea del Sud come destinazione turistica.

Un ulteriore passo nell'apertura delle relazioni tra Giappone e Corea fu la collaborazione tra le due nazioni nella creazione del *drama Friends*¹² del 2002, con il famoso attore coreano Won Bin e l'attrice giapponese Fukada Kyōko 深田恭子; in Giappone venne trasmesso dalla TBS e raggiunse

8 Do Kyun Kim, Arvind Singhal, Toru Hanaki, Jennifer Dunn, Ketan Chitnis, Min Wha Han, "Television Drama, Narrative Engagement and Audience Buying Behavior: The Effects of Winter Sonata in Japan", *International Communication Gazette*, 71, 7, 2009, pp. 595-611. p. 3.

9 CHUA, IWABUCHI, *East Asian Pop Culture*,..., cit. p. 3.

10 MŌRI Yoshitaka, "Winter Sonata and Cultural Practices of Active Fans in Japan", in Koichi Iwabuchi e Beng Huat Chua (a cura di) *East Asian pop culture : analysing the Korean wave*, Hong Kong: Hong Kong University Press, 2008, pp. 126-141. p. 129.

11 Ad esempio il film *Shiri* nel 2000, seguito di *My Sassy Girl* nel 2003.

12 Titolo originale in giapponese フレンズ, e in coreano 프렌즈.

un certo grado di popolarità dovuta soprattutto al fatto che si trattava di uno dei primi “sforzi collaborativi” tra le due nazioni.¹³

Nel 2002 il canale televisivo nazionale Asahi, trasmise per la prima volta in prima serata un *drama* coreano, *All about Eve* *이브의 모든것* (2000), seguito poi da altri titoli come *Autumn in My Heart* *가을동화* (2000), e *A Wish upon a star* *별은 내 가슴에* (1997); la serie in sé non riscosse particolare seguito ma aprì le porte all’ingresso dei *drama* della televisione coreana sul suolo nipponico.

5.2.1-Winter Sonata

Winter Sonata è un popolarissimo *drama* coreano di venti episodi trasmesso nel 2002 dall’emittente coreana KBS; gli studiosi della *Korean wave* tendono generalmente a farne coincidere l’inizio con la messa in onda di suddetto *drama*.

In Giappone fu trasmesso per la prima volta nel 2003 dalla NHK con il titolo *Fuyu no sonata* *冬のソナタ* su un canale satellitare, NHK BS2, un particolare servizio in abbonamento, e conobbe per questo un’audience limitata ma la sua accoglienza fu comunque molto positiva; per questo, la NHK decise di ritrasmetterlo sullo stesso canale satellitare nel 2003 ottenendo un notevole aumento del numero di spettatori.

Nel 2004 infine *Fuyu no sonata* arrivò poi sul principale canale pubblico della NHK, raggiungendo una fascia di pubblico largamente superiore e conquistando il cuore di milioni di spettatori giapponesi.¹⁴

La tematica principale del *drama* che ha spopolato nelle case asiatiche riguarda il primo e puro amore (platonico e non sessuale) senza escludere altre tematiche come l’amicizia e i valori tradizionali della famiglia; la storia racconta l’amore contrastato di Kang Joon-sang per Jeong Yoo-jin.

Kang Joon-sang, ragazzo nato e cresciuto in America, si trasferisce in Corea con lo scopo di conoscere l’identità del padre e qui incontra un gruppetto di amici di cui fa parte anche Yoo-jin e il suo fidanzato Sang Hyuk; Joon-sang, vista una fotografia della madre assieme al padre di Sang Hyuk, pensa di poterne essere il fratellastro.

Geloso di lui, Joon-sang si avvicina alla fidanzata Yoo-jin, finendo però con l’innamorarsene; la storia poi vede un susseguirsi di eventi (la presunta morte di Kang in un incidente) e scoperte su chi sia davvero il padre del ragazzo, che allontaneranno Joon-sang dall’amata in un turbinio di gelosie, promesse e inganni, fino al loro reincontro e l’amore che unisce nel tempo i destini dei due giovani.

13 MŌRI Yoshitaka, *Winter Sonata and Cultural...*, cit., p. 129.

14 Do Kyun Kim, *Television Drama, Narrative Engagement...*, cit., p. 3.

La scelta della musica romantica, le bellissime scene invernali, la trama drammatica e l'inclusione di misteriosi episodi contribuiscono a creare un racconto avvincente che ha rapito il pubblico asiatico dando il via all'Ondata Coreana.

Fu quindi grazie all'enorme successo di *Winter Sonata* e del successivo fenomeno Yon sama (dal nome dell'attore protagonista Bae Yong-joon) che in Giappone cambiò totalmente l'immagine stereotipata del popolo e della cultura coreana in un modo senza precedenti.¹⁵

Va sottolineato che *Winter Sonata* è stato il primo titolo coreano di grande successo nel mercato giapponese pur non essendo il primo *drama* importato.

5.3-Motivi del successo dell'ondata coreana in Giappone

Abbiamo visto gli effetti dell'ondata coreana in Giappone iniziata con *Winter Sonata*, ma come mai questo *drama* coreano ricevette una così appassionata attenzione del pubblico e un successo che raggiunse un livello senza precedenti?

Ben prima dell'ondata coreana, il Giappone è entrato in contatto anche con produzioni di altri paesi asiatici, come ad esempio con le pellicole di Hong Kong con le sue stelle del cinema, come Bruce Lee, Jackie Cheng e Dick Lee.

Questi film, alla fine degli anni novanta, furono accolti con interesse presso le comunità di appassionati del genere in quanto rappresentanti di un mondo attraente e come un nuovo esempio di espressione culturale dell'Asia moderna;¹⁶ gli estimatori dei film hongkonghesi costituivano un gruppo piuttosto ristretto e si sentivano orgogliosi di avere un gusto "avanzato", percependo il fatto di essere in pochi come un fattore elitario, differenziandosi così dai gusti del consumatore medio.¹⁷

Di fatto non si arrivò mai ad attirare l'attenzione del pubblico di massa.

Al contrario, l'ondata coreana partì proprio da un'emittente pubblica giapponese, seguita poi da altri canali che divennero i principali promotori di *drama* e film coreani.

In particolare *Winter Sonata*, attraverso la messa in onda su un canale televisivo nazionale come la NHK, ha avuto una fortissima capacità di penetrazione con una diffusione estesa ad un'ampia fetta di pubblico in tutto il paese, con una successiva divulgazione tramite riviste e giornali, che riportavano informazioni sugli attori, la storia del *drama* e tutta una serie di informazioni per un pubblico curioso.¹⁸

15 MŌRI Yoshitaka, *Winter Sonata and Cultural ...*, cit., p. 131.

16 CHUA, IWABUCHI, *East Asian Pop Cultur ...*, cit., p. 245.

17 Ibidem

18 Ibidem

5.3.1-Motivo uno: differenza con i prodotti nazionali

Una delle attrattive del *drama* è stata la differenza con i prodotti nazionali che circolavano nei vari canali.

Come abbiamo visto una delle principali tipologie di *dorama* in Giappone è lo *home dorama* che ha come tematiche centrali le vicende familiari; il pubblico era abituato ed amava questo genere ma in seguito, verso la fine degli anni novanta, lo *home dorama* venne superato dal successo dei *trendy dorama* avvantaggiati da una loro maggiore attrattiva sul pubblico più giovane; perciò negli anni del boom dei *drama* coreani le serie giapponesi erano rimaste concentrate esclusivamente sugli amori e sul lavoro dei giovani, limitando sia le tematiche e la portata delle loro storie e di conseguenza i possibili temi di identificazione da parte dello spettatore.

Quindi la caratteristica che più differenzia questi *drama* coreani nei confronti delle controparti giapponesi è la rappresentazione della famiglia: nei *drama* coreani, pur avendo sempre protagonisti dei giovani e le loro vicende amorose, si rappresentano anche i più comuni problemi della vita quotidiana;¹⁹ infatti vedere sullo schermo piccole liti familiari, come un rimprovero per essersi alzati tardi, o aver preso un brutto voto, e tutte le piccole vicende quotidiane rende più accattivante la narrazione.

Nei *drama* coreani esiste poi una propensione molto significativa verso l'umanità: una profonda intimità nei rapporti umani con legami stretti e la rivelazione spontanea dei sentimenti.²⁰

Questo però non spiega ancora completamente il successo raggiunto da *Winter Sonata*.

5.3.2-Motivo due: senso di Nostalgia nel pubblico

In uno studio condotto per vedere gli effetti che ha avuto il drama in Giappone “Television Drama, Narrative Engagement and Audience Buying Behavior: The Effects of Winter Sonata in Japan”,²¹ gli autori dichiarano che l’influenza di *Winter Sonata* possa essere spiegata dall’impegno del pubblico verso la narrazione, percepita come coerente, realistica ed emotivamente coinvolgente; il buon bilanciamento nei venti episodi della storia stimolava la curiosità degli spettatori a guardare l’episodio successivo, mantenendo la loro lealtà nei confronti della serie, e appassionandoli alla visione.

Approfondendo l’analisi, notiamo che gli spettatori giapponesi sono stati attratti dal caratteristico modo diretto, ma anche molto delicato, di interagire dei personaggi coreani, ben evidente nelle relazioni tra familiari, tra amici o di coppia.

19 Intesi soprattutto come problemi con la famiglia e i legami tra genitori e figli, nonni e altri parenti.

20 LEE, JU, *Korean Television Dramas in Japan*,... cit. p. 94.

21 Do Kyun KIM, *Television Drama, Narrative Engagement ...*, cit.

Questo li riportava a sentimenti del passato e a ricordare ciò che hanno dimenticato e che hanno perso;²² soprattutto per le donne di mezza età vengono riportati alla mente ricordi dell'amore e della passione, e di cosa significassero nella loro giovinezza; il linguaggio dei *drama* coreani infatti rievoca lo stile di alcuni vecchi *dorama* giapponesi, con uno sviluppo lento, sensibile e modesto, delle relazioni romantiche, raramente presente nei film televisivi giapponesi contemporanei.

E grazie a questa caratteristica di portare sullo schermo i sentimenti umani, i *drama* coreani diventano una fonte di un sentimento nostalgico avvertito dai *fan* ed in particolare dalle donne giapponesi,²³ con l'evocazione di un forte senso di "nostalgia" ovvero una sorta di sottile sensibilità per il passato.

Secondo Iwabuchi ciò che realmente ha fatto la differenza tra i *dorama* giapponesi e i *drama* coreani è stato proprio questo "senso di nostalgia" creato nel pubblico, suscitando un gradimento quasi adorante;²⁴ il pubblico principale dei *drama* come *Fuyu no sonata*, rappresentato da donne dai trentacinque ai sessant'anni circa, tende a ricercare nei *drama* atmosfere e situazioni che esprimano quei loro sentimenti nostalgici per le cose del passato, intesi come una nostalgia per i ricordi e per i sentimenti personali in termini di emozioni d'amore e relazioni interpersonali, dove le emozioni risvegliate inducono inoltre ad atteggiamenti auto-riflessivi del pubblico e lo sollecitano a cercare un presente migliore.

Iwabuchi asserisce che il pubblico giapponese paragonando *Winter Sonata* con i *dorama* giapponesi degli anni settanta e ottanta, soddisfa il proprio desiderio di cose di un tempo ed è indotto su più livelli a tornare a ricordi personali sentimenti di amore; specifica inoltre che il "ricordare il passato" non viene percepito come un senso di perdita sociale.²⁵

In conclusione ad attirare il pubblico giapponese è stata la somma di molti fattori come il fascino di una storia che rievocava ricordi lontani, una diversa concezione e descrizione dei rapporti umani, e la diffusione su larga scala.

Fuyu no sonata è stato molto più di un semplice *drama*, avendo saputo catturare l'attenzione e l'immaginazione degli spettatori attirati per riflesso verso la cultura coreana che è così potuta penetrare anche nell'ostile terreno giapponese.

5.4-Effetti provocati dall'ondata coreana.

Anche in Giappone *Winter Sonata* ha riscosso un successo fenomenale, tanto che molti appassionati, perlopiù donne di mezza età, hanno iniziato a studiare il coreano e la storia del

22 LEE, JU, *Korean Television Dramas in Japan*,... cit. p. 94.

23 Do Kyun KIM, *Television Drama, Narrative Engagement*,... cit. p. 12.

24 CHUA, IWABUCHI, *East Asian Pop Culture ...*, cit., pp. 246-247.

25 CHUA, IWABUCHI, *East Asian Pop Culture ...*, cit., pp. 248.

colonialismo giapponese fino a visitare la stessa Corea,²⁶ e questo è stato il punto di partenza dell'ondata coreana sul suolo nipponico.

Un'altra interessante conseguenza dello scambio mediatico tra Giappone e Corea, si riscontra nella mutata percezione dell'immagine della Corea da parte del pubblico giapponese di *Winter Sonata*,²⁷ con un cambiamento percettivo della storia coreano-giapponese e delle relazioni diplomatiche tra i due paesi, offrendo una nuova prospettiva agli spettatori su tutto ciò che è sudcoreano.²⁸

Non è ancora chiaro se il fenomeno *kanryū* rimarrà per il Paese del Sol Levante un episodio limitato nel tempo e circoscritto all'ambito dell'attività dei *massmedia*, o se invece si dimostrerà capace di trasformarsi in nuove espressioni durevoli e prolifiche, ma è certo che una grossa parte del pubblico giapponese grazie al *boom* coreano ha finalmente preso maggiore coscienza della cultura del Paese vicino, da sempre il grande lontano.²⁹

Infatti secondo gli autori dello studio "Television drama, Narrative engagement and audience buying behaviour The Effects of Winter Sonata in Japan" la narrativa culturalmente condivisa di *Winter Sonata* migliora la globalizzazione e riduce le restrizioni del nazionalismo, della differenza etnica e della distanza fisica.

In altre parole, il *drama* incoraggia la "vicinanza culturale"³⁰ tra i paesi asiatici, e questa stretta "vicinanza culturale" crea un'altra identità che rappresenta un gruppo asiatico collettivo nel suo complesso.

Gli effetti di una più stretta "vicinanza culturale" nata dalla diffusione della cultura popolare hanno implicazioni multidimensionali, tra cui politiche, economiche e culturali³¹

L'interesse dei *fan* giapponesi nei riguardi dei *drama* coreani ha motivato i loro studi delle relazioni coloniali coreano-giapponesi, la storia dell'immigrazione e gli scambi culturali; come ha riportato Iwabuchi,³² non un piccolo numero di giapponesi sta ripensando a come hanno immaginato la Corea in ragione di un comportamento prevenuto o condiscendente, pensato dapprima rivolto verso una società arretrata.³³

26 IWABUCHI, *Contra-flows or the Cultural Logic...*, cit., p. 68.

27 Anche se il fenomeno dell'Onda coreana non è una trasmissione tradizionale della cultura straniera in Giappone, molti critici culturali sottolineano la sua visibile influenza sull'immaginazione giapponese della Corea contemporanea. LEE Soobum, JU Hyejung, "Korean Television Dramas in Japan: Imagining "east Asianness" and Consuming "nostalgia"", *Asian Women*. 26, 2, 2010, pp. 77-105, p. 98.

28 Do Kyun Kim, *Television Drama, Narrative Engagement...*, cit., p. 3.

29 Silvia Tartarini, *Il fenomeno Hallyu*, 2016, https://www.unive.it/pag/15182/?tx_news_pi1%5Bnews%5D=1898&cHash=f079e9a8dd012c611b44d35097ecb9e1, 03-05-2019.

30 STRAUBHAAR, *Beyond Media Imperialism ...*, cit.

31 Do Kyun Kim, *Television Drama, Narrative Engagement ...*, cit., p. 12.

La caduta dei pregiudizi nei confronti della Corea e per effetto delle serie coreane è un'ulteriore prova di come i paesi asiatici diventano sempre più interconnessi attraverso i flussi mediatici.³⁴

32 IWABUCHI Koichi, "When the Korean Wave meets resident Koreans in Japan: Intersections of the transnational, the postcolonial and the multicultural", in B.H. Chua, & K.Iwabuchi (a cura di), *East Asian pop culture: Analysing the Korean Wave*, Hong Kong: Hong Kong University, 2008, pp. 243-264.

33 LEE Soobum, JU Hyejung, "Korean Television Dramas in Japan: Imagining "east Asianness" and Consuming "nostalgia"", *Asian Women*. 26, 2, 2010, pp. 77-105, p. 99.

34 IWABUCHI, *Contra-flows or the Cultural Logic...*, cit., p2. 68-69.

6-Dorama in Italia

6.1-Introduzione

In Italia, la presenza di *media* giapponesi è visibile già dalla fine degli anni settanta, quando nel 1977 i cartoni animati giapponesi, chiamati solo molti anni dopo col nome originale *anime*, furono trasmessi sulle varie reti nazionali.

Benché all'inizio questi programmi fossero destinati esclusivamente a un pubblico infantile, si creò gradualmente una sempre maggiore richiesta anche da parte di adulti.

E' interessante notare come, partendo dagli anni ottanta e per più di un decennio, gli *anime* siano stati oggetto di numerose critiche negative e di vere e proprie forme di censura, a causa della presunta pericolosità di alcune immagini o degli stessi contenuti.

Con l'avvento di internet gli estimatori del genere hanno iniziato a riunirsi in *forum* per condividere la loro passione, acquisendo nel contempo nuove informazioni su questi cartoni animati ed inducendo una richiesta di maggiore attenzione alla fedeltà dell'edizione italiana rispetto all'opera originale.

Si possono quindi trovare oggi intere collane di *anime*, rieditati per lo home video, che propongono le versioni originali reintegrate di scene o dialoghi tagliati dagli episodi trasmessi dalle reti nazionali.

La grande popolarità che hanno manga e anime in Italia, non riguarda però i *drama* asiatici, che possono essere oggi considerati un fenomeno di nicchia, condiviso più che altro su piattaforme mediatiche come i *forum*, e più recentemente sui *social*.

Inoltre mentre gli *anime* sono stati promossi direttamente dai canali ufficiali italiani, i *drama*, salvo sporadici episodi, non sono mai arrivati sui nostri canali televisivi.

Ciononostante negli ultimi tempi l'attenzione per questo *media* sta crescendo e sono sempre in aumento gli articoli che ne parlano, soprattutto riferendosi al palinsesto disponibile su Netflix, che compera i diritti delle serie e le distribuisce in tutti i paesi in cui opera provvisti di sottotitoli.

6.2-Drama arrivati nei canali ufficiali

Sotto la spinta della globalizzazione, in Italia un numero sempre crescente di programmi televisivi viene importato dall'estero; ciò malgrado, le serie televisive asiatiche tuttora non fanno parte di questa categoria poiché solo pochi titoli hanno raggiunto la messa in onda su alcuni canali minori, come ad esempio *Megaroman* メガロマン, serie del 1979 prodotta dalla Fuji Tv e messa in onda negli anni ottanta con il titolo *Megaloman*, o di GARO 牙狼-GARO- (2005) inserito nello spazio di programmazione degli Anime Nigh verso la fine degli anni novanta, probabilmente più per sfruttare l'onda del successo dei supereroi, che per un vero interesse verso le serie stesse.

Un altro dato significativo riguardante la mancanza di un'effettiva richiesta di serie asiatiche nei palinsesti nazionali si può avere confrontando alcuni sondaggi fatti dagli amatori stessi dei *dorama*, assieme a vere e proprie petizioni per indurre le emittenti italiane a considerare l'inserimento nei loro palinsesti di alcune serie asiatiche; uno in particolare fu significativo e fece discutere: il 20 aprile 2010 su iniziativa di un utente del sito Corea-Italia fu aperto un sondaggio per capire se i *fan* fossero o meno favorevoli alla trasmissione dei *drama* in Italia,¹ in caso di esito positivo si intendeva mettere in contatto una delle maggiori emittenti coreane con quelle italiane per due serie: *Boys Over Flowers* (2009), tratto dal famoso *manga* di Kamio Yōko *Hana yori dango*, e *IRIS* (2009).

I risultati del sondaggio furono 297 favorevoli su un totale di 561 voti, quindi il 52.94% era d'accordo,² ma la risposta delle emittenti italiane non fu incoraggiante, e ogni ulteriore passo fu bloccato.

È interessante comunque notare che molti commenti in relazione al sondaggio esprimevano perplessità all'idea di trasmettere *drama* in Italia, giudicando la differenza culturale insormontabile per il pubblico italiano.³

Nel 2011 fu presentata al Roma Fiction Fest la nuova serie televisiva cinese *Il destino del Maestro di Spada* (*Jian Xia Qing Yuan* 侠情缘, 2011) trasmessa in anteprima internazionale assoluta su Babel, canale 141 di Sky.⁴

La storia è ambientata in un ipotetico futuro nell'anno 2030; una compagnia lancia sul mercato un rivoluzionario sistema di gioco online, nel quale i giocatori vengono proiettati in un mondo virtuale indistinguibile dalla realtà e ambientato nella Cina della dinastia Tang (753 d.c.); nel corso del primo test di prova, i giocatori si ritrovano però intrappolati nella dimensione virtuale senza alcuna memoria della loro vita reale.

Questa fu la prima serie televisiva cinese a essere mandata in onda su una rete italiana in lingua originale con i sottotitoli.

La scelta di sottotitolare la serie anziché doppiarla è stata dettata dalle politiche economiche del canale Tv Babel: si tratta infatti di un canale tematico che manda in onda solamente programmi sottotitolati e prodotti da paesi emergenti; inoltre si ritenne che questa scelta potesse consentire allo spettatore italiano di avere un contatto diretto con la lingua originale della serie.⁵

Dal primo settembre 2013 arriva sul canale Super un *drama* coreano, *Dream High* (*Deurim ha-i 드림하이*, 2011); dopo la messa in onda della prima puntata in prima serata, le altre puntate furono

1 Il sito attualmente non è più in rete.

2 *Drama coreani in Italia?*, "AnimeClick", 2010, <https://www.animeclick.it/news/24947-drama-coreani-in-italia>, 2-06-2019.

3 *Drama coreani in Italia: Ecco come è andata a finire*, "AnimeClick", 2010, <https://www.animeclick.it/news/26286-drama-coreani-in-italia-ecco-come-e-andata-a-finire>, 2-06-2019.

4 Marco MINNITI, *Il destino del maestro di spada: presentata la nuova serie TV cinese*, "NetAddiction", 2011, https://movieplayer.it/articoli/il-destino-del-maestro-di-spada-presentata-la-nuova-serie-tv-cinese_8600/, 04-05-2019.

5 Clizia Anna SALA, Lafirenza, Fiorenzo, *Strategie Traduttive per Il Sottotitolaggio Della Serie Tv "Il Destino Del Maestro Di Spada"*, Venezia, Ca'Foscari, 2012. p. 3.

trasmesse al pomeriggio; il *drama* parla dei sogni di alcuni adolescenti iscritti ad una scuola specializzata nel formare *idol* e ha ottenuto quindi un target di pubblico limitato.

Originalmente concepite per una durata di circa 65 minuti l'una, le puntate furono divise in episodi di 30 minuti, operando anche diversi tagli; nell'occasione il *drama* venne doppiato, e questo suscitò nel *fandom* già conoscitore del "mondo dei *drama*" molti dissensi, ma allo stesso modo consentì ad altri spettatori di venire a contatto con questo mondo; in seguito la serie è stata caricata sul canale ufficiale Youtube di Super⁶ in versione integrale.

6.3-Siti di *streaming*

La distribuzione ufficiale di *dorama* televisivi avviene tramite canali di *streaming* online dove i contenuti sono messi a disposizione a pagamento o gratuitamente; nel secondo caso durante la visione del video compaiono ad intervalli regolari inserti pubblicitari, ma il sito offre la possibilità di rimuoverli acquistando un abbonamento.

La distribuzione via internet di contenuti d'intrattenimento è diventata sempre più usuale nel secondo decennio del ventunesimo secolo; le società operanti in questo settore in parte devono il loro successo all'aver prestato attenzione alle preferenze dei *fan* proponendo consumi "alternativi" alle produzioni angloamericane anche in risposta alle richieste degli ascolti di nicchia.⁷

Pertanto, vediamo adesso in questo capitolo quali sono e le caratteristiche principali di questi canali di *streaming* online, prendendo in considerazione la panoramica in Italia: Viki, Crunchyroll e infine Netflix.

Specifichiamo che internazionalmente esistono anche altre possibilità come DramaFever, Amazon Prime, Fastdrama, che acquistano e distribuiscono legalmente serie asiatiche con sottotitoli; suddetti siti però offrono solo un servizio in inglese, e in questa sede saranno prese in considerazione solo siti che offrono un servizio in italiano.

6.3.1-Viki

"Fun in Any Language

Viki, a play on the words video and wiki,⁸ is the global TV site where millions of people discover, watch and subtitle global primetime shows and movies in more

6 Dream High Officia: <https://www.youtube.com/channel/Ucnau-K-GMCPBDkeuH6Ymr9Q>.

7 ARAUJO, *A outra face do pop japonês...*, cit., p. 88.

8 Wiki è un'applicazione web che permette la creazione, la modifica e l'illustrazione collaborativa di pagine all'interno di un sito web. (wikipedia <https://it.wikipedia.org/wiki/Wiki>).

than 200 languages. Together with its fans, Viki removes the language and cultural barriers that stand between great entertainment and fans everywhere.

Viki is part of the Rakuten Group of companies, which includes Viber, eBates, Lyft and more, reaching a global audience of nearly 1 billion users.”⁹

Viki¹⁰ è una piattaforma Internet alimentata dal lavoro degli utenti, e più tecnicamente è un sistema di "crowdsourcing", che permette agli utenti di usufruire dei programmi messi a disposizione dal canale e la creazione di sottotitoli in altre lingue.¹¹

Il suo successo, rispetto ad altri siti streaming, è stato determinato proprio dalla possibilità di tradurre e inserire direttamente online la traduzione dei sottotitoli, non esclusivamente in inglese ma in ogni lingua esistente.

La "rivoluzionaria piattaforma di traduzione" di ViKi funziona tramite un software dedicato all'editor dei sottotitoli utilizzabile direttamente dal sito e consente a più utenti sparsi in tutto il mondo di creare i sottotitoli contemporaneamente, rendendo subito disponibile il lavoro svolto.; questo ha permesso a un enorme numero di volontari non professionisti di tradurre nella propria lingua il *drama*.

Generalmente per ogni *drama* viene creato un team, in cui vengono divisi i compiti e sono assegnate le parti da tradurre; il sito stesso fornisce inoltre tutorial per spiegare il funzionamento del programma, e incoraggia la partecipazione online dell'utenza con diversi incentivi, offrendo riconoscimenti, premi e abbonamenti gratuiti :

“Il programma Collaboratore Qualificato (QC) riconosce i nostri membri più appassionati e attivi della community”¹²

Per accedere ai servizi del sito, basta registrarsi come utente creando un account gratuito dal quale, dopo aver impostato le preferenze per la lingua possiamo selezionare i contenuti da guardare, che vengono adattati automaticamente alle diverse esigenze linguistiche; attualmente l'interfaccia è disponibile anche in italiano.

Viki indica quindi quale percentuale di un programma è disponibile nelle lingue preferite e gli spettatori possono già vedere i video anche se tradotti solo parzialmente.

Per autofinanziarsi e poter acquistare nuove serie televisive, il sito inserisce durante la trasmissione inserti pubblicitari oppure in alternativa vende abbonamenti chiamati “vikipass” grazie ai quali si ottiene una visione senza inserzioni, e nessuna limitazione dei progetti disponibili.

9 *About Us Global TV Powered by Fans*, “Viki”, <https://www.viki.com/about> ,15-05-2019.

10 Link del sito: <https://www.viki.com/>.

11 Tessa DWYER, “Fansub Dreaming on ViKi Don’t Just Watch But Help When You Are Free”, *The Translator*, 18, 2, 2012, pp. 217-243, p 217.

12 *Comunità: Diventa un Collaboratore Qualificato*, “viki”, https://www.viki.com/community_perks, 15-05-2019.

Oltre all'ambiente collaborativo, l'altra importante innovazione è l'adozione di un formato esclusivamente "streaming": le traduzioni non sono infatti disponibili per il download e gli spettatori possono accedere ai contenuti sottotitolati solamente in modalità online ovvero direttamente dalla piattaforma.

In questo modo, Viki è in grado di controllare l'accesso e rispettare le leggi sul copyright, due fattori che sono fondamentali per la sua capacità di garantire accordi di licenza con emittenti e/o produttori.¹³

Il progetto del sito è nato dalla crescente consapevolezza del dominio della lingua inglese nelle comunicazioni e nelle tecnologie online e dal conseguente svantaggio sperimentato da persone provenienti da ambienti non di lingua inglese.

Attraverso ViKi la fondatrice, Jiwon Moon, ha cercato di attivare il potenziale della tecnologia per ampliare la comunicazione tra le lingue e promuovere "un'autentica comprensione reciproca" tra più culture e comunità.¹⁴

Il *Project ViiKii* è stato lanciato nel 2008, come un progetto di classe congiunto, sviluppandosi nel 2010 e acquisendo rapidamente un nuovo nome e un nuovo formato.

La sua importante crescita ha visto sorgere numerosi uffici in California e a Singapore, raccogliendo un totale di \$ 4,3 milioni di fondi dagli investitori statunitensi e indiani per accelerare l'espansione nei mercati globali e le partnership.

Dal 2010 al 2011 il sito è cresciuto da uno a quattro milioni circa di utenti e la piattaforma ha reso disponibili sottotitoli in più di 160 lingue avendo collaborazione con emittenti quali NBC, BBC, KBS, SBS, Fuji TV, TV Asahi, Nagoya TV,¹⁵ stabilendo in seguito relazioni commerciali con i colossi commerciali del settore e lanciando i propri servizi anche altrove, come su Smart TV di Samsung e Google.¹⁶

Nel 2013 Viki viene comprata da Rakuten, incrementando gli utenti da 22 milioni a 35 milioni; in questo passaggio è stata in parte modificata la policy del sito, ed infatti se precedentemente molti titoli erano frutto di *fan channel*, ovvero erano gli stessi *fan* a creare le pagine per le serie inserendo gli episodi spesso caricati da siti esterni, dopo l'acquisizione questi *fan channel* furono chiusi, e attualmente sono disponibili solo titoli acquistati in precedenza.

Il catalogo comprende ora 829 serie di cui sono stati acquistati i diritti: sono disponibili titoli di varie nazionalità, di cui i più numerosi sono i *drama* prodotti dalla Corea del Sud, seguiti poi in ordine numerico decrescente da *drama* cinesi, taiwanesi e giapponesi.

Questa piattaforma ha incrementato di molto la sua utenza, e oggi gode di grande popolarità anche tra il pubblico italiano.

13 DWYER, *Fansub Dreaming on ViKi ...*, cit., p. 222.

14 *Welcome to ViKi,"viki"*, 2008, <https://jiwonmoon.com/>, 12-05-2019.

15 ARAUJO, *A outra face do pop japonês...*, cit., p. 93.

16 ARAUJO, *A outra face do pop japonês...*, cit., p. 92.

Il vantaggio di Viki risiede nella comodità di avere subito video e sottotitoli senza bisogno di ulteriori passaggi, e nella presenza di alcuni *drama* che vengono tradotti unicamente da Viki, in particolar modo per i drama cinesi che articolati come sono in numerosi episodi raramente vengono presi in carico dai *fansub* italiani.

6.3.2-Netflix

Negli ultimi anni si è sentito parlare sempre di più di Netflix¹⁷, il colosso americano della streaming TV che nel 2015 ha fatto il suo ingresso nel mercato italiano, modificando e ridisegnando gli equilibri del mercato.¹⁸

Vista la collaborazione della piattaforma con il Giappone, a partire da settembre 2015 anche i programmi giapponesi sono stati inseriti nel catalogo internazionale, facendo sì che grazie a Netflix Italia, anche i *terebi dorama*, siano entrati nel palinsesto del *licensed*.

Netflix in Italia offre oggi una vasta gamma di titoli di animazione giapponesi e programmi TV sottotitolati in italiano, per soddisfare la porzione di pubblico interessato al consumo di prodotti audiovisivi nipponici.

Già al suo esordio nel mercato giapponese, la piattaforma rafforzò i legami con le reti televisive locali, ad esempio inizialmente con il canale Fuji TV e successivamente con TV Tokyo; queste collaborazioni si concretizzarono nella produzione di serie originali Netflix, come ad esempio *Atelier (Underwear アンダーウェア, 2015)*, *drama* originale creato da una co-produzione fra Fuji Television e Netflix, reso disponibile prima al pubblico giapponese e in seguito grazie al suo successo inserito anche nei cataloghi di altri paesi, tra cui Regno Unito e Brasile

Oltre ai titoli creati *ad hoc* non mancano comunque serie prodotte in precedenza da emittenti giapponesi e acquistate da Netflix, alcune peraltro disponibili anche su altri canali come Viki; ad esempio *Good Morning Call グッドモーニング・コール (2016)*, prima e seconda stagione, oppure *Mischievous Kiss: Love in Tokyo イタズラな Kiss ~ Love in Tokyo (2013)*.

Altri titoli originali in collaborazione con la Fuji Tv e la Tokyo Tv sono *Hibana: Spark 火花 (2016)*, *Samurai Gourmet (Nobushi no gourmet 野武士のグルメ, 2017)* e diversi altri.

Per quanto riguarda serie giapponesi di cui Netflix possiede la licenza per la trasmissione sono solo tre: *Un bacio malizioso: L'amore a Tokyo (Mischievous Kiss: Love in Tokyo, Fuji TV)*, *Un bacio malizioso 2: L'amore a Tokyo (Fuji TV, 2014)* e *Il mio piccolo amore (Minami kun no koibito 南くんの恋人, Fuji TV, 2010)*; le tre serie televisive sopra menzionate sono tutte trasposizioni di *manga*, e interessano a livello mondiale soprattutto adolescenti femminili visto il contenuto romantico un po' eccessivo.

17 Link as sito: <https://www.netflix.com/it/>.

18 Ilaria PAULICELLI, Cinzia COLAPINTO, *Le Nuove Abitudini Di Consumo Televisivo: Il Caso Netflix in Italia*, Venezia, Ca'Foscari, 2016. p. 1.

La presenza di programmi nipponici nel palinsesto italiano è significativa del carattere globale assunto da Netflix: la compagnia infatti opera ormai a livello mondiale ed è disponibile in quasi tutti i Paesi del mondo¹⁹ e distribuisce ovunque i proprio contenuti; in questo modo si alimenta la diffusione ufficiale di contenuti pop asiatici.²⁰

Insieme ai programmi giapponesi ci sono un buon numero di *drama* e show coreani e alcuni titoli cinesi; le serie coreane sono le più numerose e sono stati acquistati diversi titoli; citiamo ad esempio *A Korean Odyssey*, *Memories of the Alhambra*, *Oh My Ghost* e svariati altri.

Per fare un confronto, in relazione alle altre nazionalità asiatiche produttrici di *drama*, abbiamo notato che la collezione italiana disponibile è ancora più ridotta quando parliamo di serie cinesi o di Taiwan.

Infatti sono stati inseriti solamente alcuni titoli: *Ice fantasy* (*Huàn chéng* 幻城, 2016) un fantasy epico sesantadue episodi, *Empresses in the Palace* (*Hou gong zhen huan zhuan* 后宫·甄嬛传, 2011), un *drama* storico ambientato durante la dinastia Qing, *Meteor garden* 2018, e *A Love So Beautiful* (*Zhì wǒ mén dān chún de xiǎo měi hǎo* 致我们单纯的小美好, 2017) una commedia romantica scolastica.

Guardando al diverso numero di titoli disponibili si mette anche in luce un altro aspetto: la Corea vede nella distribuzione tramite Netflix un mezzo per far guadagnare ulteriore popolarità ai propri prodotti nel resto del mondo.²¹

6.3.3-Crunchyroll

Crunchyroll²² ha iniziato le sue attività nel 2006 come sito di *upload* e *streaming* video specializzato nell'ospitare contenuti video provenienti dall'Asia orientale.

Le modalità di accesso sono simili a quelle riportate per Viki, ovvero alcuni contenuti sono gratuiti, con la possibilità di evitare la pubblicità acquistando un abbonamento.

In un primo momento il sito caricava i contenuti quali *anime*, *manga*, serie televisive e programmi musicali, anche illegalmente, quindi senza acquistarne i diritti.

In seguito Crunchyroll ha iniziato a distribuire legalmente firmando accordi di distribuzione con aziende giapponesi, come Gonzo, TV Tokyo e Toei Animation, aumentando così il numero di titoli disponibili sul sito.

Nel 2009, la piattaforma si è impegnata a rimuovere tutto il materiale che risultava infrangere il *copyright* distribuendo solo contenuti legalmente acquistati.

19 Sono esclusi Cina, Corea del Nord, Siria e Crimea. Where is Netflix available?, <https://help.netflix.com/en/node/14164>, 8-06-2019.

20 ARAUJO, *A outra face do pop japonês...*, cit., p. 54.

21 Secondo il professor Ha Joo Yong (Corea del Times, 2016), dell'Università di Inha.

22 Link del sito Crunchyroll: <https://www.crunchyroll.com/it>,

Dopo la partnership con il distributore nordamericano FUNimation il sito Crunchyroll ha guadagnato una maggiore visibilità; da allora, questa partnership ha fornito un servizio esclusivo, chiamato *simulcast*, in cui le animazioni concesse in licenza sono rese disponibili già poche ore dopo la loro trasmissione in Giappone e fornite di sottotitoli.²³ Questa possibilità, tuttavia non si estende alle serie televisive.

Per quanto riguarda il palinsesto disponibile in Italia sono messi a disposizione numerosi *anime*, notizie su *manga*; i *dorama* sottotitolati in italiano sono invece solamente due: *Akagi アカギ* (2015) e *Ultraman ウルトラマン X* (2015); al contrario nella modalità inglese la programmazione è molto più ampia, con oltre cinquanta titoli.

6.4-Fansubbing

Il *fansubbing* è la pratica della sottotitolazione amatoriale di contenuti audiovisivi, iniziata negli Stati Uniti con la creazione dei primi *anime club* negli anni ottanta.

Dato l'interesse per gli *anime* giapponesi, i *fan* ovviarono al problema della loro scarsa fruibilità creandosi da soli dei sottotitoli amatoriali: i *fansub*, termine nato dall'unione delle parole *fan* e *subtitle*, sottotitolo in inglese, e sta ad indicare appunto sottotitoli creati dai *fan*.

Grazie a questi, in seguito il mercato americano si aprì all'importazione degli *anime*, partendo proprio da quelli tradotti dagli amatori.

L'attività dei *fansub* comunque non si bloccò, e anzi proseguì a espandersi ed ampliarsi con la diffusione di internet e la disponibilità di software facilmente usufruibili a partire dagli anni novanta.²⁴

Il mondo del *fansub* si è espanso non solo agli *anime*, ma anche a film, *telenovela*, film bollywood, a serie televisive, ai *dorama*, ed infine a qualsiasi contenuto audiovisivo.

Generalmente i gruppi dedicati al sottotitolaggio amatoriale ricoprono solo una tipologia menzionata, ad esempio i *fansub* di *anime*, sia lungometraggi che serie animate, non trattano anche i *dorama*, e viceversa.

Nei gruppi di *fansub* si riuniscono gli amatori di questi *media* e delle culture dei paesi che li hanno prodotti, creando un mondo vivo fatto di scambi, di opinioni e anche di apprendimento di notizie su culture e mentalità di diversi paesi lontani.

In Italia, il fenomeno del *fansubbing* arrivò più tardi rispetto agli Stati Uniti, soprattutto perché già inizialmente alla fine degli anni settanta gli *anime* furono da subito un grande successo nel mercato

23 Crystal Cortez Luz URBANO, *Legendar e distribuir: o fandom de animês e as políticas de mediação fansubber nas redes digitais*, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2013, p. 14.

24 Jorge Díaz CINTAS, Pablo Muñoz SANCHES, "Fansubs: Audiovisual Translation in an Amateur Environment", *JoSTrans : The Journal of Specialised Translation*, 6, 2006, pp. 37–52. p. 37.

italiano anche senza alcun bisogno della mediazione di gruppi amatoriali; l'inizio si ebbe precisamente nel 2001 con la creazione di Starfansubber e acK.it,²⁵ dedicati a *media* di natura asiatica.²⁶

Ben presto però il mondo del *fansub* si dirama in varie articolazioni, a seconda che il gruppo si occupi di prodotti audiovisivi occidentali, tra cui serie, film o documentari per la maggior parte angloamericani, oppure di prodotti audiovisivi asiatici.

Probabilmente, data la facile reperibilità in Italia di serie televisive e film angloamericani, i *fansub* dedicati ad essi sono in netta minoranza rispetto a quelli asiatici che sono innumerevoli e in continua espansione.

I primi gruppi di *fansub* dedicati ai *drama* nacquero su piattaforme dei *forum*, dove gli utenti avevano la possibilità di scambiare commenti sui *drama* e informazioni sulla loro reperibilità.

Il tutto in modo molto semplice, ovvero completando una apposita maschera di inserimento dati, il cosiddetto *forum*; quanto inserito, dopo conferma, diventa condiviso e dunque di pubblico dominio per tutti i frequentatori di quel forum.

Sebbene non si abbiano informazioni certe su quando sia nato il primo *fansub* dedicato alle serie televisive ad argomento *drama*, sappiamo che uno dei primi gruppi (DIC Fansub) è nato nel 2005;²⁷ in questo caso specifico il gruppo è nato in un *forum* preesistente (dedicato ai *manga*) da cui si è poi staccato per far nascere un forum dedicato unicamente ai *drama*.

Allo stesso modo, tra i primi gruppi amatoriali dedicati alle serie asiatiche, molti di essi si sono inizialmente appoggiati a uno dei grandi *forum* internazionali dedicati ai *drama*, “Asian DramaWiki Forum, Addicted To Asian Drama Entertainment” conosciuto più nella sua forma abbreviata D-addicts Forum.²⁸ Link del Forum²⁸

Un altro luogo di scambio, peraltro ormai quasi inutilizzato, fu il *Live Journal* (LJ), un weblog che permetteva agli utenti di creare dei contenuti inseriti come in un diario.

Va specificato inoltre che molto spesso questi gruppi avevano più sedi virtuali contemporanee nelle quali condividere i lavori (forum, blog, LJ ecc): nel sito blog inserivano sottotitoli e/o le recensioni mentre nel *forum* lo staff interagiva con diverse discussioni fra gli utenti (vedi ad esempio il gruppo *DAFansub*²⁹ che utilizza ancora sia blog che forum).

Nel tempo alcuni gruppi si sono ampliati ed esistono ancora, anche se non più attivi come *fansub*, ma solo come luogo di scambio di opinioni e quant'altro, come il *DIC fansub* sopracitato; altri invece sono stati chiusi data la mancanza di nuovi collaboratori pronti ad incaricarsi di un lavoro che va a togliere tempo ad altre attività della vita quotidiana.

25 Questi due siti attualmente non esistono più.

26 Ester FORNARI, *Fansub: il sottotitolaggio amatoriale in Italia*, Bologna, Università di Bologna, 2019, p. 12.

27 *Chi Siamo*, “Italian Dic Café”, 2018, <https://www.drama-italiancafe.net/#chisiamo>, 5-06-2019.

28 Link del forum D-addicts <https://www.d-addicts.com/forums/>.

29 Link del forum D-addicts <https://www.d-addicts.com/forums/>.

Questi gruppi sono per la maggior parte ancora consultabili nel web e questo fa sì che il lavoro svolto negli anni in precedenza non è andato perduto.

Mentre i primi storici gruppi registrano un progressivo esaurirsi delle loro attività, in pratica non ci sono nuovi progetti di traduzione, non per questo mancano le persone volenterose ed interessate a lavorare a nuovi progetti in questo caso in proprio cioè senza affiliarsi a gruppi preesistenti.

Infatti nascono continuamente nuove pagine dedicate ai *dorama*, spesso gestite da una sola persona o poche più, come *Il Giardino di Exenia* o il *TFPA Subbing Team*;³⁰ questi siti utilizzano in genere una piattaforma software come *wordpress* o *altrivista*. Non mancano poi pagine facebook dedicate principalmente alla condivisione di pareri, consigli, informazioni ecc. sul mondo dei *dorama*.

Ogni gruppo ha le proprie regole etiche, ma in genere tutti condividono il divieto di riprodurre i sottotitoli in siti di *streaming*, venderli o spacciarli per propri. Molti gruppi infatti lamentano di aver subito episodi di violazione dei diritti d'autore allorché i loro lavori di sottotitolazione sono stati riproposti in altri siti come opere originali e non prodotte da altri.

Per restare in Italia è nato un sistema per coordinare i lavori dei *fansub*; parliamo di *Dramaitalia*,³¹ un sito di consultazione che raccoglie la lista di tutti i *fansub* italiani disposti a seguire determinate regole per

*“dare’ all’utenza ** una panoramica quanto più completa e accurata dei *dorama* sottotitolati in italiano.**”*

Nata dalla necessità di stabilire alcune regole per evitare episodi spiacevoli di conflitti tra i diversi forum ed evitare la replica dei progetti, è una pagina modificabile da tutti i membri di *fansub* che l'aggiornano via via con *relise*, progetti conclusi, futuri o abbandonati.

Per consentire di ottimizzare la scelta dei progetti da tradurre si è creato un sistema molto efficiente; ogni *fansub* può indicare nella pagina apposita i titoli delle serie che intende tradurre, aggiudicandosi in questo modo la priorità rispetto ad altri gruppi; e sebbene non esista un vincolo che impedisca di tradurre un *drama* già prenotato, i gruppi che aderiscono a *dramaitalia* solitamente evitano di replicare le traduzioni.

Questa pagina ha assunto nel tempo anche un duplice ruolo: è un sistema di prenotazione dei progetti, e un utilissimo strumento di consultazione per gli utenti che qui trovano informazioni su progetti tradotti, il loro progresso (in corso, completo o interrotto) e su dove reperire i sottotitoli.

Naturalmente, la presenza di sottotitoli già fatti, riduce di molto il lavoro del *fansub* limitandolo sostanzialmente alla traduzione inglese-italiano e alla revisione, dato che la parte del *timing* è già presente.

30 I link per accedere a questi siti sono rispettivamente: <https://ilgiardinodiexenia.wordpress.com/> e <https://tfpasubbingteam.wordpress.com/>.

31 *Regolamento & Policy*, “Dramaitalia Wiki”, https://dramaitalia.fandom.com/it/wiki/Dramaitalia_Wiki, 17-05-2019.

6.4.1-Attività e ruoli del *fansub*

Il processo di creazione di un sottotitolo amatoriale ha diverse fasi. Come già detto in genere non viene portato avanti da un'unica persona ma da un gruppo, dove ognuno è specializzato nel proprio ruolo e il lavoro procede a tappe successive come in una catena di montaggio; una volta completata una parte, il lavoro verrà passato alla persona della fase successiva.

Tuttavia non mancano situazioni nelle quali più ruoli vengono affidati alla stessa persona, o per mancanza di volontari, o per la mancanza di competenze, o anche per questioni logistiche.

Completata la fase di realizzazione del sottotitolo italiano segue la fase del suo “rilascio” sul sito del *fansub* in questione.

Per ovviare al problema della conoscenza della lingua di origine, in numerosi casi si fa ricorso a sottotitoli già creati da altri *fansub* in lingua inglese, ma non è sempre così, dato che esistono anche *fansub* che hanno creato ex-novo i sottotitoli traducendo direttamente dalla lingua madre, come il *We can make fansub*,³² che ha tradotto dal giapponese svariati *drama*.

Vediamo adesso i ruoli in cui è suddiviso un gruppo *fansub*:

Raw provider: Si occupa di cercare il materiale da sottoporre alla traduzione, quindi video in lingua originale senza sottotitoli, chiamato col termine inglese *raw* appunto. Inoltre, il *raw provider* deve procurare anche i *file* dei sottotitoli quando il gruppo opera traducendo da file preesistenti (in genere in lingua inglese) e richiedere i permessi di tradurli al gruppo di origine.

Traduttore: Si occupa di tradurre i dialoghi e le scritte del video; può occuparsi della traduzione direttamente dalla lingua originale del video, o da sottotitoli precedentemente creati in lingua solitamente inglese.

Timer: Si occupa della creazione del *timing*, stabilendo il punto esatto nel quale deve comparire il sottotitolo rispetto alle battute del video, e la durata della finestra di lettura, cercando di ricreare l'andamento dell'audio originale. Quando i sottotitoli vengono tradotti dall'inglese, questa fase è già pronta, salvo eventuali aggiustamenti.

Revisore: Si occupa di rileggere e correggere eventuali errori della traduzione e di battitura. Inoltre questa fase è importante per uniformare eventuali espressioni ricorrenti in varie puntate e per rendere scorrevole la visione.

E' importante che a farlo sia un'unica persona, possibilmente diversa dal traduttore, per rendere i sottotitoli coerenti nella loro interezza. Per un lavoro ottimale, bisognerebbe lavorare a questa fase completata la traduzione di tutti i sottotitoli, ma spesso non avviene così dato che il rilascio è fatto episodio per episodio.

Esistono poi anche i ruoli di *typesetter* ed *encoder*, rispettivamente colui che si occupa di definire il tipo di carattere da utilizzare, e colui che ha il compito di unire il video ai sottotitoli,

32 Link del forum Arashic: <https://arashic.forumcommunity.net/?f=8671160>.

ottenendo così un file unico con traccia audio originale nel quale i sottotitoli sono stati sovrapposti all'immagine;³³ tuttavia questi incarichi raramente vengono assegnati all'interno dei *fansub*.

Questi ruoli diventano comunque rilevanti, quando non indispensabili, se il *fansub* si occupa anche di *Hardsub*, termine che nel linguaggio tecnico definisce i sottotitoli sovra impressi permanentemente al video e descritti poco sopra; più comunemente vengono rilasciati *Softsub*, in un file indipendente dal file video *raw*, in genere in formati SRT o ASS³⁴.

E' importante ora precisare che nella quasi totalità dei casi nessuno dei membri del team è un professionista nel campo della sottotitolazione audiovisiva, e questo si vede in talune imprecisioni della traduzione, generate anche dalla versione di seconda mano dall'inglese e non dalla lingua originale, e da errori di sintassi e di ortografia.

A questo proposito sono state sollevate anche critiche, questioni negative, in particolare in relazione agli standard di qualità e all'effetto potenzialmente dannoso di tali pratiche dilettantistiche sulla professione di traduzione più ampia.³⁵

Riassumendo in generale nel campo della traduzione amatoriale di *drama* molti gruppi godono di una reputazione invidiabile per la precisione e la cura, ma non mancano gruppi che vengono accusati di presentare dei sottotitoli poco chiari.

In ogni caso, i *fan* pur di godersi la visione in italiano sono disposti a tralasciare qualche errore.

6.4.1-Politica dei *fansub*

Per capire meglio riassumiamo in una rapida spiegazione i due termini tecnici:

a) *Hardsub* è un tipo di sottotitolo integrato nei fotogrammi del filmato, in un file unico, per cui non è possibile separarli dal video. Il nome significa letteralmente “sottotitoli rigidi” in riferimento al fatto che siano sovraimpressi al video, con il vantaggio che per visualizzarli non servono programmi specifici e in più l'autore può anche creare effetti grafici permanenti. Inoltre alcuni gruppi lo preferiscono perché in questo modo è praticamente impossibile estrarre il sottotitolo per riutilizzarlo.

b) *Softsub*: sono dei file indipendenti dal video (i formati più comuni sono *.srt, *.ssa e *.ass.) che contengono un testo sovraimponibile, tramite appositi software, alla traccia video riprodotta in quel momento.

Questi file hanno il vantaggio di avere dimensioni molto limitate e quindi per il *fansub* è facile caricarli nei loro siti, e inoltre non necessitano di particolari attributi quali font o colore, e risulta quindi essere più immediato crearli rispetto alla prima tipologia.

33 Lara FRINSINGHELLI, *Webserie e fansubbing: la nuova frontiera della traduzione audiovisiva*, Bologna, Università di Bologna, 2016, p. 49.

34 In caso di formato *.ass è possibile immettere caratteristiche come colore, grandezza e font nel sottotitolo.

35 DWYER, *Fansub Dreaming on ViKi ...*, cit, p. 224.

I gruppi *fansub* dedicati ad *anime* forniscono solitamente *hardsub* dei loro progetti, mentre sono più rari i *softsub*, al contrario i *fansub* che si occupano di *dorama* preferiscono distribuire *softsub*, o talvolta entrambe le versioni, piuttosto che unicamente *hardsub*.

Entrambi dichiarano che vengono scelti e lavorati solo prodotti che non hanno avuto distribuzione in Italia, e quindi non vanno a danneggiare aziende che ne hanno acquistato i diritti.³⁶

Spesso nel *dorama* le prime stringhe del sottotitolo lanciano segnalazione del tipo: “questo è un *fansub* gratuito, se avete pagato per averlo siete stati truffati”.

Questo indica la volontà del *fansub* di precisare che i loro lavori non sono a scopo di lucro e che quando un prodotto diventa *licensed*, ovvero “licenziato”, e dunque se i diritti sono stati acquistati da qualche azienda italiana, i titoli verranno ritirati e resi non più accessibili;

La politica e le linee etiche seguite da ogni gruppo vengono pubblicate e rese visibili all’utenza in un messaggio chiamato *disclaimer*, al fine anche di tutelarsi e tutelare le attività proprie del *fansub*.

Va considerato poi che alcuni gruppi mettono a disposizione unicamente i file *softsub*, creati da i membri del gruppo, e nessun video protetto da copyright o link ad esso. Così facendo sostengono di non violare alcuna norma; questo è il caso di *fansub* dedicati ai *drama* e alle serie angloamericane.

6.5-Prospettive future: doppiaggio o sottotitolazione?

Sono molti i punti interrogativi su una possibile apertura della televisione italiana al mondo asiatico.

Gli scogli posti da un pubblico italiano, al momento non troppo aperto ,contro cui dovrebbe scontrarsi l'introduzione dei *drama* sono vari: ad esempio difficoltà di integrazione legata alla lontananza culturale, il costoso doppiaggio, pregiudizi da parte del pubblico, rifiuto del prodotto doppiato.

Nell’ipotesi che le emittenti decidessero di addentrarsi in questo cammino, quale strada porterebbe maggior vantaggio alla diffusione di questo *media*?

A questo riguardo può essere utile ragionare su quale metodo utilizzare per la traduzione della lingua dei *dorama*, per capire se davvero adottare il doppiaggio sarebbe più vantaggioso della sottotitolazione oppure il contrario.

In *primis* dobbiamo tenere in considerazione che in Italia

il doppiaggio è il metodo più frequentemente utilizzato per la traduzione di programmi audiovisivi, in quanto conferisce al programma un’illusione di autenticità e riduce a zero lo sforzo cognitivo dello spettatore; la sottotitolazione,

36 CINTAS, Fansubs: Audiovisual..., cit., p.44.

d'altra parte, è l'unico metodo di traduzione che sottrae il lettore dal metatesto legato alla falsa aspettativa che il prodotto che sta leggendo sia originale.³⁷

ma è importante tenere anche in considerazione che

Negli ultimi anni, inoltre, anche nei paesi che prediligono il doppiaggio si sta assistendo a una richiesta sempre maggiore delle versioni originali dei prodotti audiovisivi destinati al grande pubblico, cambiamento che riflette un'evoluzione culturale di grande rilievo³⁸

In particolare in Italia i consumatori di *drama* manifestano una netta preferenza verso l'opzione del sottotitolaggio.

Nel mio sondaggio infatti alla domanda "Ti piacerebbe che fossero trasmessi i drama in Italia" l'86% ha risposto sì, ma di essi ben l'83% ha precisato di preferire la versione sottotitolata.

Le motivazioni della risposta sono state varie, ma possono essere riassunte con:

- a) Timore che l'adattamento del prodotto asiatico sia poco curato e risulti tradotto in maniera approssimativa.
- b) Abitudine alla lingua originale, ovvero a sentire la lingua di origine della serie, e di conseguenza impossibilità ad immaginare attori e attrici parlare in italiano.
- c) Perdita attraverso il doppiaggio di sfumature linguistiche e di altri aspetti culturali.

Si capisce da queste motivazioni che gli amatori attribuiscono una grande importanza all'opera originale; in essa cercano non solo un prodotto di intrattenimento, ma anche un veicolo capace di trasportarli nel mondo e nella cultura asiatica di cui vogliono capire appieno le peculiarità .

Per questo i fan vogliono evitare quanto più possibile le interferenze da parte della censura e degli adattamenti italiani con sostituzioni arbitrarie rispetto all'originale (nomi dei protagonisti, esclamazioni, nomi dei cibi ecc), tagli o altro senza trascurare l'affezione al suono della lingua originale, visto che il doppiaggio crea inevitabilmente una sensazione estraniante verso le amate serie asiatiche.

Prendendo ora ad esempio il comportamento degli spettatori di altre due categorie di media audiovisivi, gli *anime* e le serie angloamericane, possiamo ipotizzare una reazione dei *fan* di *drama* nel caso di una eventuale messa in onda di queste serie televisive in Italia.

Nel caso reale capita di frequente che gli spettatori preferiscano recuperare l'opera originale tramite la rete di internet, seguendone l'uscita in contemporanea e senza attendere che venga trasmessa sulla rete televisiva. Questa frenesia dovuta alle diverse tempistiche di trasmissione tra il paese d'origine e l'Italia, non è riconducibile solo al *fandom* del mondo asiatico, ma anche alle stesse serie angloamericane; ad esempio quando la serie televisiva *Lost* arrivò in Italia nel 2005 al suo termine i

37 MINNITI, Il destino del maestro di spada..., cit., p. 2.

38 Alessandra CATANIA, Paolo MAGAGNIN, *La traduzione audiovisiva: tecniche, strategie e difficoltà. Proposta di traduzione di quattro articoli tecnico-informativi*, Venezia, Ca' Foscari, 2014, p. 32.

fan ricorsero al *fansub* senza dover aspettare un anno per vederne il seguito negli episodi doppiati.³⁹

Inoltre una volta che gli amatori hanno la possibilità di accedere alle opere originali, quasi sempre tramite sottotitoli di *fansub*, si crea un confronto inevitabile con gli adattamenti italiani.

I tagli e le modifiche, anche solamente lievi (non determinanti per il contenuto dell'opera), vengono accolti dai *fan* come veri e propri affronti, con un'accanita resistenza, forse anche non del tutto giustificata, nei confronti degli adattamenti italiani.

Dunque, si può presumere che molti degli amatori non sarebbero disposti a seguire la produzione nella versione doppiata; di conseguenza una qualsiasi non avrebbe una solida base di ascolti su cui contare e quindi non sarebbe certo incoraggiata ad assumersi gli oneri del doppiaggio.

Concludendo la scelta migliore fra doppiaggio e sottotitolazione parrebbe consistere nel rendere disponibili entrambe le opzioni con l'attivazione e disattivazione dei sottotitoli e dell'audio alternativo (in originale e doppiato) lasciando la scelta direttamente al consumatore.

Questa soluzione viene già adottata da parecchi dei nostri canali ufficiali, (ad esempio Rai2, Rai4, Italia 1, Rete 4, Cielo) e anche da servizi a pagamento come Sky e Netflix:

*Con l'arrivo di Netflix (a pagamento) il catalogo sarà già bello e pronto: film in lingua originale, doppiati, sottotitolati in varie opzioni, praticamente disponibili in ogni forma*⁴⁰

Naturalmente questa soluzione non annulla i costi di doppiaggio delle emittenti, ma consente di accontentare sia un potenziale nuovo pubblico, sia il pubblico di vecchia data.

6.6-Legalità e non dei *fansub*.

Spesso girando nella *community* dei *fansub*, si incontra il tema "legalità" dei *fansub*, e si solleva allora un polverone sulla controversa questione.

Negli ultimi anni le aziende nel settore hanno accusato i sottotitoli amatoriali di essere indirettamente dannosi per le compagnie; questo perché se molte persone hanno già visto la serie sottotitolata, alla compagnia potrebbe non convenire acquistarne i diritti e investire nel doppiaggio.

Ad oggi in Italia l'unica normativa vigente in materia di copyright è il Decreto-Legge "Urbani", che convertito nella legge 128/2004, prevede "interventi per contrastare la diffusione telematica abusiva di materiale audiovisivo" con sanzioni penali e pecuniarie in caso di violazione; tuttavia, non esiste una legge mirata a regolare l'attività dei *fansubber*, il cui confine tra legalità e

39 FRINSINGHELLI, *Webserie e fansubbing...*, cit., p. 44.

40 Giacomo TALIGNAN, *Itaiansubs e Subsfactory, le community di traduttori "sottotitolisti" non hanno paura di Netflix*, "La Repubblica", 2015, <https://www.repubblica.it/tecnologia/social-network/2015/11/02/news/sottotitoli-serie-internet-126005203/>, 16-05-2019.

illegalità è incerto, e di fatto non si è mai assistito ad alcuna azione legale nei confronti di questi gruppi.⁴¹

Attualmente il tema del diritto d'autore è piuttosto caldo; il 26 marzo 2019 il Parlamento Europeo a Strasburgo ha votato a favore della riforma del copyright per aggiornare le regole sul diritto d'autore nell'Unione Europea.⁴²

Ancora prima che la proposta di legge venisse approvato ci sono state delle ripercussioni nei gruppi di *fansub* di serie angloamericane; in seguito a segnalazioni di utilizzi impropri e illeciti da parte degli organi di controllo, uno degli storici gruppi di traduttori *Italiansubs*, ha dovuto chiudere le proprie attività.

La soppressione di questi gruppi ha allertato gli altri *fansub* come *Traduttori Anonimi*⁴³ e *Subsfactory* che hanno deciso preventivamente di chiudere tutte le attività di traduzione, eliminando anche i *database* contenenti il materiale accumulato negli anni.⁴⁴

Per quanto riguarda i *fansub* di *drama*, al momento non ci sono stati cambiamenti; è da tenere presente infatti che i traduttori di serie angloamericane fornivano sottotitoli di materiale acquistato da aziende italiane, causando le lamentele e le azioni di queste ultime; ma questo non riguarda le serie asiatiche,⁴⁵ e inoltre le dimensioni del fenomeno sono decisamente più circoscritte.

Possiamo inoltre evidenziare un importante aspetto relativo al *fansub*: il vantaggio che ne hanno le aziende.

I *fansub* oggi giorno costituiscono un'arma a doppio taglio per le aziende: da una parte forniscono dati sulle preferenze del pubblico, utili per indirizzare l'acquisto di serie, ma d'altro lato distribuendo il *media* senza alterazioni di sorta, con sottotitoli che tendono a rispettare l'originale quanto più possibile (nei limiti delle capacità dei traduttori, e spesso con la veicolazione della traduzione inglese-italiano), rendono esigenti gli spettatori, senza la garanzia che dopo aver visto la serie sottotitolata siano ancora interessati a rivederla trasmessa su una rete televisiva oppure disposti ad acquistarne una copia su DVD.

In conclusione, i *fansub* di *dorama* al momento non costituiscono un ostacolo per le aziende italiane, e anzi sono uno strumento per promuovere questo prodotto.

Tuttavia nell'ipotesi che un giorno le aziende decidano di operare anche con i *drama* non è da escludere che ci potrebbero essere pesanti conseguenze anche per questi gruppi amatoriali, come già successo per i siti dedicati alle serie angloamericane.

Quindi possiamo dire che l'attività di traduzione dei *fansub* si colloca in un'area nebulosa tra la legalità e l'illegalità, fintanto che non ci saranno azioni legali per impedire queste pratiche.⁴⁶

41 FRINSINGHELLI, *Webserie e fansubbing...*, cit., p. 46.

42 *La riforma del copyright è stata approvata*, il post, 2019, <https://www.ilpost.it/2019/03/26/riforma-copyright/>, 3-05-2019.

43 Link al sito (attualmente offline) <http://www.traduttorianonimi.it/offline/>, 3-06-2019.

44 Martina PEDRETTI, *Continua la chiusura dei siti per sottotitoli in italiano: ecco cosa sta succedendo*, "PC-HI Tech", 2019, <https://www.pcprofessionale.it/streaming/siti-sottotitoli-italiano-chiusi/>, 6-06-2019.

45 Ad eccezione dei titoli che abbiamo indicato nel capitolo 6 paragrafo 2.

46 FRINSINGHELLI, *Webserie e fansubbing...*, cit., p. 48.

6.7-Composizione e preferenze dei consumatori italiani

Cerchiamo ora di descrivere nello specifico la composizione e le preferenze dei consumatori di serie televisive asiatiche in Italia.

In mancanza di dati statistici ulteriori, i grafici sono basati su i risultati del sondaggio svolto.

Svolgimento del sondaggio

Il sondaggio lanciato online da aprile 2019 a giugno 2019, per raccogliere risposte.

Sono state raccolte in totale 404 risposte.

I punti sui quali mi sono focalizzata sono i seguenti:

- **a) Composizione** del *fandom*, fascia di età e sesso.
- **b) Modalità** Come si preferisce guardare i *drama*.
- **c) Preferenze** Quale nazionalità è più seguita in Italia e perché.

In particolar modo ho cercato di capire:

- Come gli utenti entrano in contatto con i *drama*,
- La loro conoscenza del mondo dei *dorama* giapponesi e le preferenze.

a) Composizione

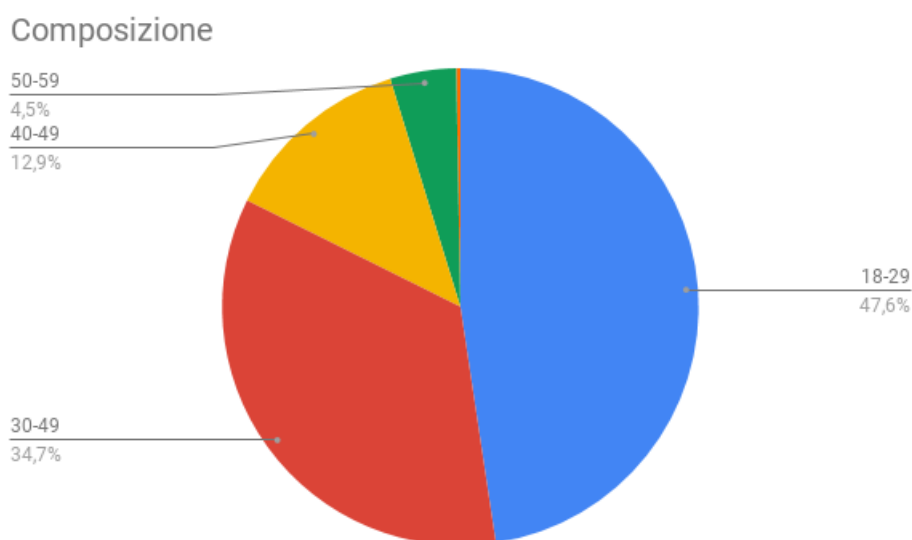


Grafico numero 1: maggiori fasce d'età

La composizione del *fandom* italiano, ovvero ricordiamo della comunità di appassionati di *drama*, è formata per la sua quasi totalità da persone di sesso femminile (secondo i dati raccolti al 98%) di cui la metà hanno una fascia d'età compresa tra i 18 e i 29 anni, più di un quarto da una fascia d'età tra i 30 e 39 anni, mentre l'ultima parte, leggermente inferiore ad un quarto, comprende il

raggruppamento delle fasce d'età dai 40-49 e 50-59 (vedi grafico numero 1). Va inoltre notato che, benché in gran parte la distribuzione dei *dorama* sia basata sul lavoro dei *fansub*, i tre quarti dei partecipanti al sondaggio non ha mai sottotitolato. Mentre coloro che hanno sottotitolato nel 75% di casi non facevano parte di un *fansub*.

b) Modalità: come e dove guardano i *drama* maggiormente

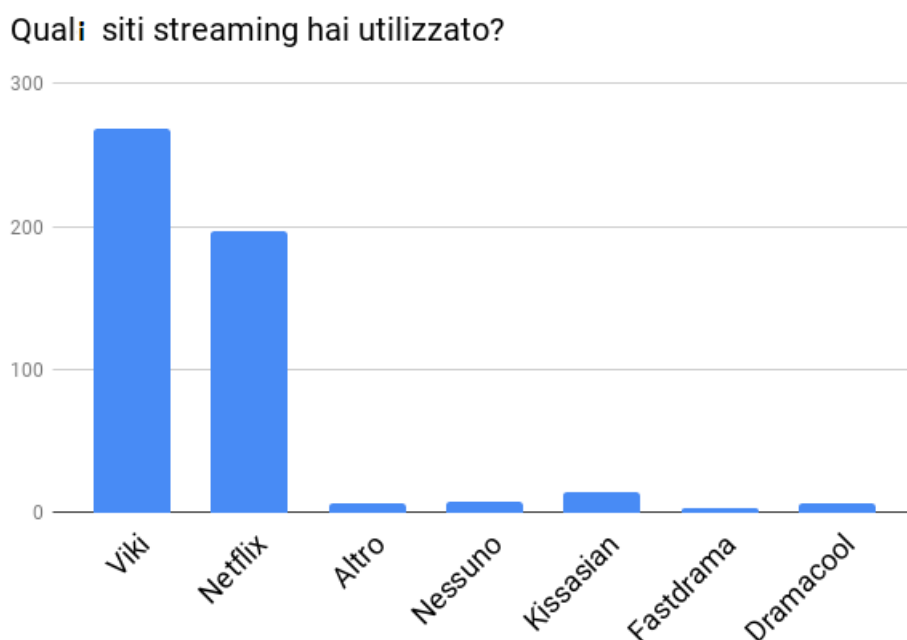


Grafico numero 2: Siti di streaming

Tre quarti degli intervistati preferisce visualizzare i *drama* direttamente online attraverso lo streaming. I siti maggiormente utilizzati sono in primis Viki, che risulta essere il sito più votato (ricordiamo che è un servizio che non necessita di abbonamenti) seguito poi con un certo distacco da Netflix (che richiede invece un abbonamento per accedere ai servizi). Vengono poi indicati altri siti di streaming nei quali sono disponibili sottotitoli in inglese, tra cui Kissasian, Fastdrama e Dramacool.

Per quanto riguarda i sottotitoli le lingue utilizzate evidenziate sono state italiano, inglese, spagnolo e francese.

Tra queste l'italiano e quella indicata maggiormente come prima scelta nella lingua dei sottotitoli, ma risulta esserci anche un 21% di spettatori che preferisce invece la lingua inglese.

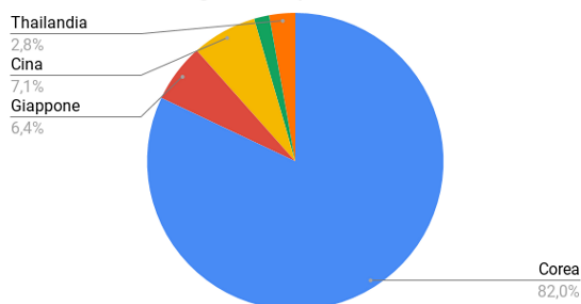
c) Preferenze

E' stato chiesto ai partecipanti al sondaggio di indicare le nazionalità di origine dei *drama* che guardano, e tra queste quella che prediligono.

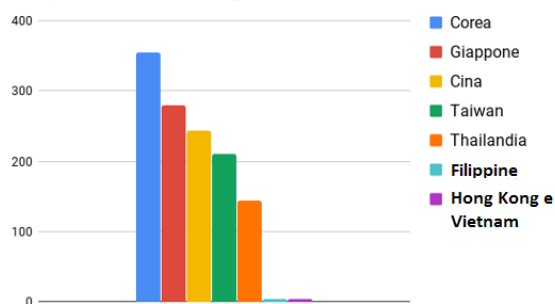
I risultati (vedi grafici n 3 e 4) mostrano che i *drama* coreani risultano la tipologia preferita.

Questo significa che nel tempo i gusti si sono ampliati coinvolgendo altre nazionalità inizialmente molto poco diffuse.

3) Quali nazionalità guardi di più?



4) Di quale nazionalità guardi i drama?



Grafici numero 3 e 4

Dalla successiva domanda del sondaggio, “Perché la preferisci alle altre nazionalità?” ho potuto individuare le quattro principali discriminanti che determinano la popolarità di una nazionalità rispetto alle altre.

- Per la trama (62,8%)
- Per la lingua (48,8%)
- Numero di episodi (18,5%)
- Presenza o meno di sottotitoli in italiano (12,7%)

Per quanto riguarda i generi più seguiti il pubblico italiano non si discosta dai gusti asiatici: infatti il genere più richiesto è il romantico (89,3%), seguito poi da commedia (59%), fantasy(53%) e scolastico (47%).

6.8-Come nasce la passione per i *dorama*?

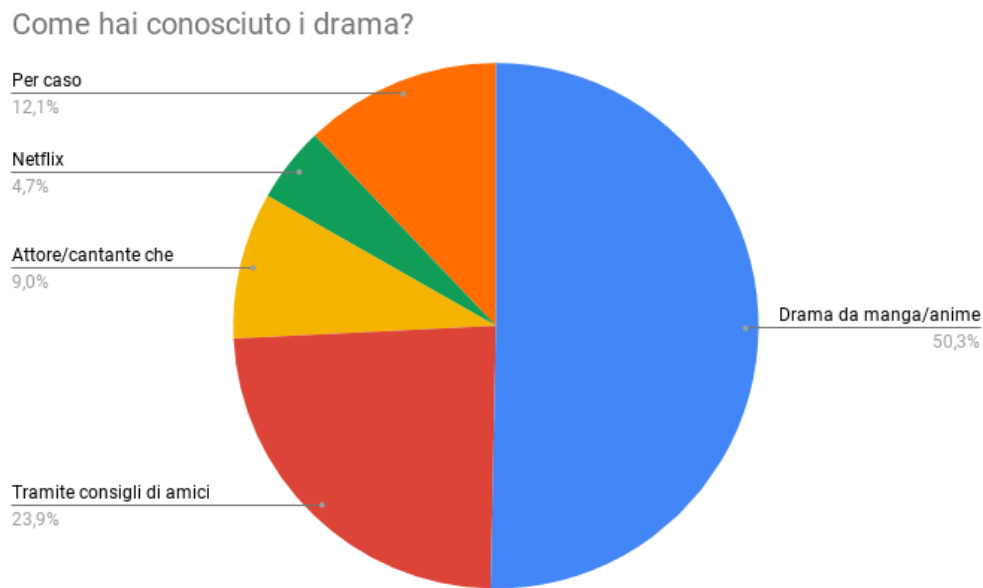


Grafico numero 5

Quali sono i fattori che maggiormente hanno influito nell'approccio con le serie televisive asiatiche?

Come possiamo vedere dal grafico numero 3, circa la metà degli appassionati si sono avvicinati ai *dorama* spinti dalla voglia di vedere la versione in carne ossa di *manga* o *anime* da loro già conosciuti.

Il secondo elemento più rilevante è il passaparola, allorché un amico o parente incoraggia la visione e “contagia” l'altra persona con una nuova curiosità.

Vorrei ora porre l'attenzione su un ulteriore elemento di riflessione; ci sono state svariate risposte che hanno messo in evidenza l'importanza della distribuzione tramite canali ufficiali, in particolare sono stati segnalati Netflix e Youtube.

A) Netflix: benché la percentuale sia minima, con il sondaggio si è accertato che questo mezzo gioca un ruolo nella diffusione dei *drama*; ad oggi il numero di persone che hanno conosciuto i *drama* tramite il sistema di consigli di netflix è decisamente esiguo ma è presumibile che in futuro questo canale farà aumentare significativamente il suo apporto.

B) Youtube: gioca un ruolo importante sia a livello ufficiale che amatoriale:

(a) Per il primo caso mi riferisco ad esempio ai canali ufficiali di reti televisive italiane, nello specifico Super, il canale già nominato che ha trasmesso il *drama* coreano *Dream High*.

Infatti in alcune risposte alla domanda le persone raccontano di aver iniziato a seguire altri *drama* proprio dopo aver visto *Dream high* doppiato in italiano, e di come, incuriositi da questo titolo, abbiano svolto alcune ricerche su altri titoli, accendendo il loro interesse per le serie asiatiche.

(b) Per il secondo caso invece mi riferisco ai video creati dai fan,⁴⁷ video promozionali, trailer, ecc riguardanti i *drama* disponibili su Youtube; svariati intervistati infatti dichiarano di aver scoperto i *drama* per caso guardando video su questa piattaforma.

Dunque è importante tenere in considerazione che il pubblico italiano entra in contatto sempre con maggiore facilità anche con i prodotti più lontani, e meno pubblicizzati dai “canali tradizionali” (televisione, radio, riviste); prendendo in considerazione anche solo youtube e netflix si può capire come questi *social* abbiano dato una visibilità maggiore ai *drama*.

Possiamo dunque trarre la conclusione che anche i canali ufficiali sono un mezzo potente per avvicinare il pubblico ed un veicolo da non sottovalutare e dunque probabilmente sbagliano le emittenti italiane nel ritenere non adatti per il pubblico italiano i prodotti seriali asiatici, dal momento che esiste un pubblico potenzialmente disposto ad apprezzare tali prodotti.

6.9-Caso specifico dei *dorama* giapponesi

Motivazioni di perché non piacciono:

Molti partecipanti al sondaggio hanno indicato come motivo discriminante nella scelta di non guardare le serie nipponiche la recitazione degli attori, colorita da espressioni a dir loro esagerate e poco realistiche, che porta a ricordare troppo gli *anime* e i *manga*, con un senso di allontanamento dal coinvolgimento emotivo.

Sempre in riferimento agli attori, risulta determinante anche la presenza estetica degli stessi, che influisce nell'allontanare una fascia di spettatori: l'attrattiva per un particolare attore asiatico può invogliare o disincentivare la visione; nello specifico alcune risposte hanno indicato che gli attori giapponesi erano ritenuti meno attraenti demotivando la visione delle loro programmazioni.

Altra motivazione molto ricorrente riguarda le trame: molti denotano “la mancanza di qualcosa” nei *dorama* giapponesi rispetto agli altri.

Si è ipotizzato che questa percezione nasca in gran parte dalla presenza meno evidente e spesso assente di temi romantici; a favore di questa ipotesi, in numerose risposte si è lamentata tale carenza con affermazioni del tipo: “Sono interessanti, ma essendo prevalentemente appassionata di rom-com⁴⁸ trovo poco romanticismo nei *dorama* giapponesi”.

Spieghiamo meglio questo punto:

⁴⁷ Mi riferisco ai music video (MV), ovvero i video promozionali delle canzoni. Il termine si è esteso anche ai video amatoriali in cui vengono mostrate scene di uno o più *drama*, con un sottofondo musicale. Esistono MV non solo di *drama*, ma anche di film, telefilm e quant'altro.

⁴⁸ Rom-com è l'abbreviazione dall'inglese romantic comedy.

Il romanticismo non è assente nei *dorama* giapponese, anzi come abbiamo visto nel capitolo 4 i *trandy dorama* sono largamente basati su di esso; tuttavia bisogna tenere in considerazione che la cultura nipponica risulta “meno aperta e appassionata” e questo influisce non poco sull’opinione del pubblico italiano e fa sì che la medesima in genere venga spesso percepita come “fredda e impersonale”, soprattutto se confrontata con quella degli esuberanti concorrenti coreani.

Il confronto con i *drama* coreani non è da sottovalutare: ricordiamo che una delle loro caratteristiche, è quella di inserire elementi di *romance* in quasi ogni genere di serie; non importa quindi se il drama sia poliziesco, legale o medico, non mancheranno elementi di romanticismo ad abbellire la storia; nei *drama* coreani l’amore è al centro della vicenda nella maggior parte dei casi, come non succede nei *dorama* giapponesi che mantengono rigidamente separato il genere romantico dalle altre tipologie e possono risultare “freddini” se paragonati alle passionali storie d’amore delle serie coreane.

Motivazione di perché piacciono

Paradossalmente proprio questa mancanza di romanticismo è anche la caratteristica che piace di più a molti intervistati, i quali indicano la pacatezza e la realistica rappresentazione della vita come la parte preferita dei *dorama* giapponesi.

Probabilmente, la differenza nella percezione risiede, oltre che nella diversa sensibilità dell’osservatore, anche in alcuni *topos* specifici delle serie giapponesi: infatti spesso sia nelle storia ad ambientazione scolastica che nelle commedie romantiche, anzi possiamo dire quasi sempre, sono evidenti delle esagerazioni che possono risultare sgradevoli; fatto in gran parte vero soprattutto se parliamo di serie tratte da *shōjo manga*.

Negli *home dorama* invece la narrazione ha toni più realistici e spesso sono presi in esame problematiche sociali, o tematiche delicate; proprio l’accostamento di questi temi riesce a creare un “livello di coinvolgimento dello spettatore” molto elevato.

Tra le motivazioni del gradimento è anche rilevante il numero esiguo di episodi; infatti come abbiamo visto precedentemente, le serie giapponesi nel formato *renzoku*, hanno un numero più contenuto di puntate rispetto alle serie di altre nazionalità. (Ricordiamo, dai 16 ai 50 episodi in Corea, dai 30 in su in Cina, 20 a Taiwan; ma per i dettagli rimando al capitolo 3).

Ci sono poi alcune trasposizioni di *manga* molto famosi anche in Italia che attirano il pubblico per la curiosità di rivedere i personaggi in carne e ossa.

Gioca un importante ruolo anche l’interesse per la cultura nipponica; infatti molte risposte hanno messo in evidenza che una delle ragioni del gradimento dei *dorama* risiede nella loro capacità di far immergere lo spettatore nel mondo giapponese: seguendo la serie televisiva si possono infatti assorbire elementi culturali semplicemente guardando la tv da casa.

Non sono poi da dimenticare motivi di studio, a livello di interesse personale piuttosto che universitario e/o linguistico; è stato infatti riferito come la preferenza per la nazionalità giapponese

sia dovuta anche al suono della lingua stessa che, ad un primo ascolto, risulta meno “ostica” all’ascolto se confrontata con il coreano, il cinese o il thailandese.

Questo punto può sembrare di minore rilevanza ma in molti casi anche gli appassionati di *dorama* nell’approcciarsi a nazionalità diverse dal loro usuale hanno un primo scoglio da oltrepassare nel semplice ascolto di una lingua sconosciuta.

Un altro dei punti di indagine riguardava la generale conoscenza delle tipologie delle serie offerte dalla televisione nipponica; a tal fine ho chiesto agli intervistati se avessero mai guardato *taiga* e *asadora*, le due tipologie che ho ritenuto più significative in detta programmazione.

Le risposte hanno messo in evidenza che più della metà degli interrogati non conosce questi generi; questa generale disinformazione, è da attribuire all’inesistente presenza di sottotitoli in italiano per queste due tipologie di *video* dovuta al fatto che nessun *fansub* si è mai dedicato ad esse, probabilmente a causa del numero elevato di episodi.

6.10-Condivisione della passione: *forum*, *blog* o *social*?

Una delle ragioni che mi ha spinto ad interrogarmi sul mondo dei *drama* visto oggi in Italia è stato osservare come negli anni sia cambiato anche il modo di condividere questa passione, divenuto oggi molto frammentario e differenziato date le nuove possibilità offerte, specialmente dai *social network*; ricordiamo rapidamente che le prime forme di compartecipazione sono stati i *forum*, nei quali si svolgevano sia le attività di traduzione dei sottotitoli che quelle di scambio di contenuti vari con l’utenza, parliamo di commenti, ringraziamenti, pareri, critiche ecc.

Una delle “innovazioni” è rappresentata anche da un popolare sito in inglese, *Mydramalist*⁴⁹ che consente agli utenti registrati di crearsi la loro personale lista di *drama*, nella quale si possono aggiungere titoli visti o in corso di visione, oppure creare la propria lista dei desideri futuri; questo sito offre poi la possibilità di interagire con altri utenti, scambiarsi opinioni, e funge come un vero e proprio archivio informativo sui *drama*.

Un’alternativa a questo sito è *Mydramalist.info*⁵⁰ meno conosciuto ma molto simile nei contenuti e nelle modalità.

Inoltre, sempre più “utenti” delle comunità si allontanano dai *forum* in quanto sta prendendo piede sempre maggiormente l’abitudine di utilizzarli in sostituzione ai cosiddetti “social network” divenuti ormai elementi presenti nella vita quotidiana degli italiani .

Dopo facebook nel tempo si sono creati anche altri *social* basati sulla condivisione di testi e file multimediali, come *Instagram*, *Twitter* e molti altri, ma *facebook* rimane comunque il più utilizzato

49 Link del sito: <https://mydramalist.com/> .

50 Link del sito: <https://mydramalist.info/> .

in Italia;⁵¹ questo *social* ha infatti introdotto un nuovo modo di condividere le informazioni, immediato, facile e senza limiti.

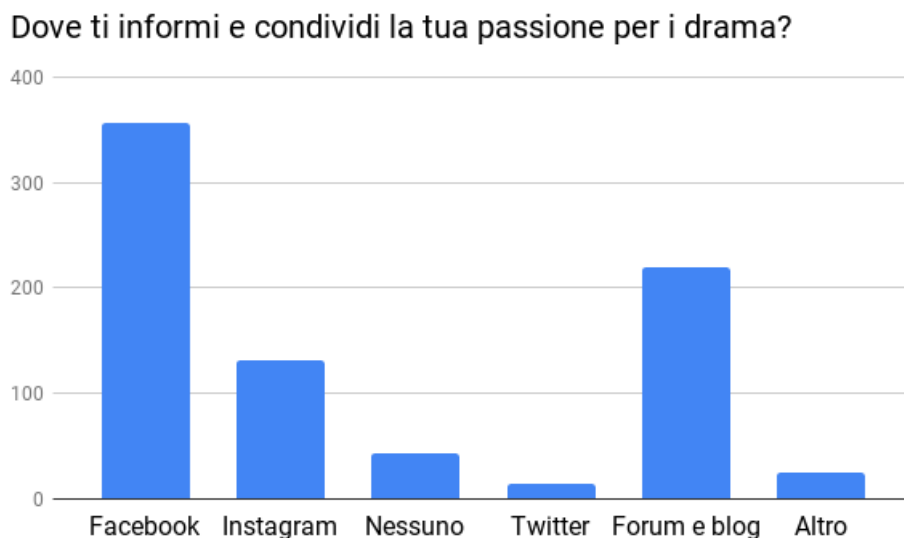


Grafico numero 6

Come possiamo vedere dal grafico numero 6 facebook è attualmente anche il principale strumento usato per la condivisione di idee nel “mondo dei *dorama*”.

Ben il 40% degli intervistati dichiara oggi di non frequentare e utilizzare *forum* o blog, i quali come già detto, sono stati per molti anni la principale fonte di sottotitoli; si è verificato quindi una sorta di “allontanamento” degli appassionati dai luoghi in cui i sottotitoli vengono creati e nei quali era condiviso l’interesse per i *drama*.

51 *I social media più usati in Italia (Gennaio 2018)*, “motivonetwork”, 2018, <https://www.motivonetwork.it/i-social-media-piu-usati-in-italia-gennaio-2018/> , 24-05-2019.

7-Conclusione

Prima di iniziare la stesura della tesi, durante le ricerche preparatorie, mi sono resa conto di come i *dorama* nel panorama degli studi nipponistici siano relativamente ignorati e più spesso vengono menzionati solo indirettamente; anche considerando fonti in lingua giapponese ho avuto difficoltà nel trovare scritti che ne parlassero come principale oggetto di studio, in particolare nel periodo successivo ai primi anni duemila, dato che gli studi rintracciabili prendono in esame tali prodotti televisivi solo a margine di un'analisi di altri fenomeni.

Parliamo di indagini sui cambiamenti linguistici come la nascita dei neologismi, delle forme di linguaggio utilizzato, delle modalità di utilizzo del *keigo* o dei dialetti, oppure di studi su di un caso particolare e interessante, come ad esempio la promozione turistica nei luoghi di ripresa legata ai *dorama*, in particolare ad alcuni *taiga* e *asadora*.

Si può trovare un'attenzione più cospicua per queste serie televisive giapponesi in testi scritti in lingue occidentali da parte di autori prevalentemente asiatici (giapponesi, cinesi e coreani) che hanno analizzato le reciproche influenze tra serie di diversa nazionalità.

E dunque anche in Italia ci troviamo di fronte a una quasi totale assenza di trattazioni specifiche sull'argomento; i *dorama* vengono infatti indirettamente menzionati come uno dei tanti media giapponesi, ma l'attenzione viene focalizzata piuttosto su *manga*, *anime* e video giochi, o compaiono solamente quale tramite per lo studio di altri fenomeni, piuttosto che costituire il soggetto principale dello studio stesso; mi riferisco nello specifico ad alcune tesi che hanno impostato lo studio di aspetti legati alla società giapponese attraverso un confronto tra la realtà e la finzione così come descritta nei *dorama*: l'evolversi negli anni della rappresentazione monogenitoriale, il matrimonio, le violenze domestiche, lo *hikkikomori*.

Possiamo quindi concludere che in Italia i *dorama* non hanno ricevuto alcuna specifica attenzione da parte degli studiosi

Questa tesi vuole quindi costituire una sorta di guida per far conoscere un fenomeno non così trascurabile ed anzi ormai parte della vita di molte persone che amano i *dorama* e le culture asiatiche.

Per questo dunque durante la stesura mi sono riproposta non solo di cercare le risposte ad alcuni problemi esposti all'inizio, ma ho voluto mettere a disposizione anche degli appassionati del genere un testo dal quale partire come fonte di informazioni accertate, in modo da renderli edotti su quali siano state le dinamiche che hanno portato i *dorama* alle forme attuali.

-Ampliamenti

Mi ha sorpreso scoprire come un *media* come i *dorama* abbia ricevuto così poca attenzione in Italia e altrove, malgrado esistano studi sulla cultura pop del Giappone sempre più ampi e specifici

Questo è uno dei punti della tesi ancora non abbastanza approfonditi: come mai *manga*, *anime*, video giochi hanno avuto un'importante presa a livello globale, mentre i *dorama* rimangono ancora poco conosciuti e non hanno raggiunto un livello di attenzione, anche internazionale, al pari degli altri prodotti mediatici giapponesi già citati.

Questo è presumibilmente collegato al fatto che sia nei *manga* sia negli *anime* è possibile ovviare facilmente alle differenze culturali dato che in entrambi i casi i personaggi sono raffigurazioni e disegni, quindi privi di caratteristiche anche somatiche tipicamente asiatiche (mi riferisco ad esempio alla rappresentazione degli occhi) risultando in questo modo, più "universali".

E dunque sarebbe molto interessante sviluppare un approfondimento specifico in relazione a possibili scelte alternative utili per garantire anche ai *dorama* una buona audience. (vedi 6.5 Prospettive future: doppiaggio o sottotitolazione?) superando gli ostacoli dovuti a una concezione prevenuta verso un prodotto che non rispecchia gli standard generalmente accettati.

Parliamo dunque in primis della presenza di attori asiatici con connotati fisici diversi, o di aspetti socio-culturali (vedi ad esempio nelle serie cinesi la fortissima concezione confuciana della famiglia) molto dissimili da ciò che siamo abituati a vedere nelle serie angloamericane.

Un altro possibile ampliamento della tesi, potrebbe essere un'integrazione che analizzasse più specificamente anche le origini e gli sviluppi dei *drama* di altre nazionalità, qui esposte solo sinteticamente nel capitolo 2 (vedi 2.3-Maggiori paesi produttori di *drama* e caratteristiche), in modo tale da poter approfondire le peculiarità di ogni nazionalità, mettendo in particolare evidenza i percorsi che hanno portato alle diverse specificità attuali delle serie televisive (ad esempio: il perché le serie cinesi abbiano un numero così elevato di episodi, o il perché della loro diversa durata).

In questo modo si verrebbe a creare una vera e propria guida introduttiva al "mondo dei *drama*" per capirne a pieno il valore nel contesto della moderna cultura pop asiatica.

In aggiunta sarebbe anche possibile sviluppare ulteriormente le argomentazioni inerenti alle interconnessioni dei *drama* di diversa nazionalità. (vedi 2.2-Circolazione di *drama* in Asia)

Come abbiamo visto i contatti tra serie di paesi d'origine diversi sono stati numerosi, con influenze reciproche tali da creare dei punti in comune negli sviluppi e nelle innovazioni interne apportate alle serie televisive; ad esempio tra gli anni ottanta e novanta sono stati i *drama* giapponesi a influenzare profondamente le future serie coreane (vedi 2.2-Circolazione di *drama* in Asia), mentre in seguito il processo inverso si è esteso alle altre nazionalità.

Durante la trattazione è stato menzionato come i *drama* abbiano raggiunto una certa popolarità anche al di fuori dell'Asia in zone come Stati Uniti, o Brasile (vedi 1.2.2-Scambi mediatici in Asia Orientale). In che modo si sono diffusi? Ed oggi esistono altri Paesi nei quali hanno ottenuto l'attenzione delle emittenti televisive?.

A tal proposito, nell'introduzione è stato menzionato intenzionalmente come in Brasile si sia riscontrata un'attenzione particolare ai *drama*.

Leggendo uno studio specifico “A outra face do pop japonês: o circuito dos dramas de TV”¹ sul fenomeno della circolazione in Brasile mi è stato possibile capire come anche in questo Paese i *drama* siano arrivati con modalità non troppo dissimili rispetto a quelle in Italia (vedi capitolo 6); e dunque possiamo ritrovare un altro punto di indagine in merito alla circolazione dei *dorama* fuori dall’Asia nel creare un parallelo tra Italia e Brasile, per poi allargare lo studio all’Europa e agli Stati Uniti, anche per individuare se ci sono stati paesi in cui il processo si sia sviluppato in maniera diversa.

Sarebbe inoltre molto interessante approfondire la trattazione sul perché i *dorama* giapponesi risultino per gli spettatori italiani meno accattivanti rispetto alle serie coreane, e verificare se ciò accade anche in altri paesi fuori dall’Asia, isolando gli specifici aspetti culturali che fanno percepire i *dorama* come “mancanti di qualcosa” (vedi capitolo 6 6.9-Caso specifico dei *dorama* giapponesi).

Possiamo poi segnalare un altro aspetto non approfondito dato dal quantificare l’apporto economico al mercato degli audiovisivi dovuto a *dorama*, e più in generale a *drama* di provenienza asiatica, e in particolare quale sono i volumi d’affari e i livelli di export sia un ambito interno all’Asia che nei rapporti commerciali fra Asia e resto del mondo.

In collegamento a questo sarebbe utile individuare nel dettaglio le strategie di produzione dei *dorama*; quali sono i budget e i tempi di produzione, quali livelli di ascolto sono da considerarsi un successo, le strategie di *merchandising* (ad esempio, i gadget legati alla serie, eventuali eventi promozionali) e come vengono pubblicizzati (pubblicità televisive, inserti, interventi degli attori protagonisti in show televisivi).

Queste sono solo alcune delle domande che potrebbero essere affrontate in questo nuovo studio.

-Risultati ottenuti

Come ho descritto nell’introduzione le domande iniziali da cui è partita la mia ricerca riguardavano le modalità di diffusione in Italia delle serie televisive, sia giapponesi che asiatiche.

Come abbiamo evidenziato, non essendoci riferimenti statistici condotti in precedenza, è stata necessaria la rilevazione di certi dati su cui basare le analisi di gusti e preferenze del pubblico italiano già conoscitore dei *dorama*.

Alcuni limiti nella ricerca statistica sono dati dal tempo a disposizione e dall’impossibilità di un contatto diretto, per cui ho dovuto ricorrere a una indagine esclusivamente online, attraverso un sondaggio condotto nei principali punti di incontro virtuale degli appassionati di *drama* (gruppi *facebook*, forum, blog)

Utilizzando le risposte ho potuto sondare solo una minima parte di quella che è effettivamente la dimensione della comunità di appassionati di *drama*; tuttavia, pur con queste limitazioni, i dati rispecchiano le tendenze generali di gradimento le preferenze degli ascoltatori e sono significativi

1 ARAUJO, *A outra face do pop japonês...*, cit.

per capirne la composizione (ad esempio nel verificare la generale preferenza per i *drama* coreani rispetto a quelli di altre nazionalità).

Nell'introduzione si fa riferimento ad alcuni problemi di partenza per i quali si ipotizzano possibili soluzioni; vediamo ora in estrema sintesi se la ricerca ha confermato o smentito tali ipotesi.

Primo problema iniziale: Cambiamenti effettivi; nuovi canali ufficiali e Netflix

Questo primo problema riguardava la domanda se in seguito all'effettiva nascita di nuovi canali di distribuzione legali dei *dorama* Italia, si siano verificati dei cambiamenti, ovvero: le nuove possibilità di fruizione hanno avvicinato il pubblico italiano ai *dorama*?

È Dunque è emerso anche utilizzando i dati del sondaggio, che effettivamente i canali legali in *streaming* sono diventati la prima scelta dei consumatori, in particolare nel caso siano disponibili i sottotitoli in italiano; e che le nuove possibilità di accesso interattivo e in tempo reale ai flussi di dati hanno una forte presa e seguito sul pubblico italiano, e sono divenute i principali strumenti per la visione delle serie asiatiche.

In merito a tali conclusioni devo precisare che i dati raccolti non ricoprono l'interesse della comunità italiana consumatrice di serie asiatiche e non sono del tutto sufficienti a definire con certezza il livello di influenza nell'avvicinare il pubblico italiano; tuttavia, anche se non è dunque possibile definirne l'apporto effettivo in termini quantitativi, è stato possibile riscontrare che i nuovi canali hanno avuto concretamente degli effetti: i dati raccolti pur non esaustivi, hanno messo in evidenza che esiste davvero un numero di nuovi appassionati che hanno conosciuto i *drama* attraverso i nuovi canali, nello specifico Netflix.

Puntualizziamo inoltre che questa percentuale andrebbe contestualizzata con un'ulteriore analisi suddividendo i *fan* tra coloro che hanno iniziato a seguire i *dorama* prima di queste novità nei modi di distribuzione e coloro che invece li hanno conosciuti a posteriori.

Secondo problema iniziale: Cambiamenti futuri; cosa comporteranno le nuove modalità di distribuzione.

Il secondo problema riguardava gli effetti futuri che porteranno le nuove modalità di circolazione dei *dorama* in Italia. (esempio, i canali come Netflix porteranno una maggiore notorietà ai *drama*, tale da rendere vantaggiosa la loro trasmissione nei canali televisivi?)

Per questo secondo problema si è solamente elaborata una panoramica ideale di quale potrebbe essere la strategia più efficace adottabile da parte dei canali che attualmente stanno distribuendo via internet i *dorama*.

Ho quindi concentrato la mia attenzione su un'analisi delle preferenze espresse dal pubblico italiano, anche tramite un paragone con l'esperienza passata legata agli *anime*.

In base a questi elementi ho quindi ipotizzato che in futuro queste serie potranno essere diffuse dalle case di produzione tramite un sistema che consenta allo spettatore di scegliere egli stesso se consumare il prodotto doppiato o sottotitolato.

Questo consentirà di poter contare sul seguito di un pubblico di appassionati già conoscitore (che ricordiamo ha largamente espresso la sua preferenza verso *dorama* sottotitolati) e di avvicinare il nuovo pubblico che sarà sicuramente meno restio verso questi prodotti se offerti già doppiati.

Terzo problema iniziale: Nuove modalità di condivisione: social network

Il terzo tema di indagine riguarda i cambiamenti delle modalità di condivisione della passione per i *drama* in Italia.

Ho svolto quindi una analisi partendo da quelle che erano in Italia le prime modalità di condivisione all'inizio della diffusione dei *dorama* costituite da *forum* e *blog*, andando a verificare se oggi si sono effettivamente modificate del tutto o solo in parte.

Si è quindi riscontrato che i *social* hanno preso largamente piede tra gli appassionati, ma nonostante questo una buona percentuale continua ad utilizzare sia *forum* che *blog* come possibilità alternative.

E per concludere...

Spero che questo lavoro possa risultare utile come strumento di approfondimento per coloro che nutrono un interesse verso i *dorama*, inducendo anche qualche persona ad avvicinarsi oppure a guardare con maggiore criticità e attenzione questo affascinante “mondo dei *drama*”; infine spero di aver ben evidenziato come in Giappone e non solo i *dorama* rappresentino una produzione interessantissima perfettamente integrata nel contesto mediatico insieme a *manga anime* e *film*, e costituiscano un affascinante valore aggiunto alla cultura pop nipponica.

Appendice A

RIASSUNTO DI ARGOMENTI OGGETTO DI UN EVENTUALE APPROFONDIMENTO

- Storia e caratteristiche *drama* in Asia: capitolo 3 paragrafo 3 -maggiori paesi produttori di *drama* e caratteristiche
- Come conquistare il pubblico italiano?: capitolo 6 paragrafo 5 -prospettive future: doppiaggio o sottotitolazione?
- Influenze reciproche in seguito della circolazione dei *dorama* in Asia: capitolo 2 paragrafo 2 -circolazione di *drama* in Asia
- Diffusione dei *dorama* al di fuori dell'Asia (Europa, Stati uniti, Brasile): capitolo 1 paragrafo 2.2 -Scambi mediatici in Asia Orientale
- Parallelo tra le modalità di diffusione in Italia e altri paesi: capitolo 6 paragrafo 2-*drama* arrivati nei canali ufficiali, e paragrafo 4-*fansubbing*
- Diversità culturali nei *dorama* che li rendono meno appetibili al pubblico italiano: capitolo 6 paragrafo 9 -caso specifico dei *dorama* giapponesi
- Apporto economico dei *drama*
- Strategie di Merchandising e pubblicitarie dei *dorama*

Appendice B

Domande del sondaggio svolto:

Drama

*Campo obbligatorio

- 1) Sei: *
 - Maschio
 - Femmina
- 2) Quanti anni hai? * _____
- 3) Guardi serie televisive? (di qualsiasi nazionalità)
 - sì
 - No
- 4) Guardi *drama*? *
 - sì Passa alla domanda 5.
 - no Interrompi la compilazione del modulo.
- 5) Da quanto tempo guardi *drama*? _____
- 6) Come hai conosciuto i *drama*? *
 - Tramite consigli di amici

- Ho visto un drama di un *manga/anime*
 - Ho visto un drama di un attore/cantante che conosco
 - Altro:
- 7) Quanti *drama* hai visto fino ad ora?(circa) _____
- 8) Di che nazionalità guardi i *drama*? *
- Giapponese
 - Coreani
 - Cinesi
 - Taiwanesi
 - Thailandesi
 - Altro:
- 9) Di quale/i nazionalità li guardi prevalentemente? * _____
- 10) Perché la/e preferisci alle altre? *
- Per via della lingua
 - Numero di episodi
 - Per via della trama
 - Presenza di sottotitoli in italiano
 - Altro:
- 11) Guardo/non guardo *dorama* giapponesi perché: _____
- 12) Che generi preferisci? *
- Romantico
 - Azione
 - Fantasy
 - Commedia
 - Scolastico
 - Drammatico
 - Familiare
 - Horror
 - Thriller
 - Storico
 - Altro:
- 13) Hai mai guardato: *
- *Taiga*
 - *Asadora*
 - Non conosco queste tipologie
 - So cosa sono ma non li ho mai guardati
 - Altro:
- 14) Guardi i *dorama* con sottotitoli: *
- In italiano
 - In inglese
 - Senza sottotitoli, capisco la lingua
 - Altro:
- 15) Preferisci guardare i drama in streaming? *
- si
 - No

- 16) Quali di questi siti hai usato per lo streaming? *
- Viki
 - Netflix
 - nessuno
 - Altro:
- 17) Su quali social parli/ ti informi di *drama*? *
- Facebook
 - Instagram
 - Nessuno
 - Altro:
- 18) Frequenti qualche *forum*/blog in cui commenti o leggi informazioni sui *drama*? *
- sì
 - No
- 19) Se sì, quale/i prevalentemente? (indicare il nome) _____
- 20) In che lingua preferisci i sottotitoli potendo scegliere? *
- In italiano
 - In inglese
 - Altro:
- 21) Ti piacerebbe che fossero trasmessi in Italia? *
- sì
 - no
- 22) Se sì, doppiati in italiano?
- sì
 - no
 - Altro:
- 23) Motiva la tua risposta precedente brevemente _____
- 24) Hai mai sottotitolato un *drama*? *
- sì
 - No
- 25) Se sì, fai parte/hai fatto parte di un *fansub*?
- sì
 - No
- 26) Qual è il tuo primo *drama*? _____
- 27) Indica i tuoi *drama* preferiti (da 5 a 10) _____
- 28) Se ti va, racconta in breve la tua esperienza con i *drama*: da quali sei partita/o (nazionalità, genere..) e in che modo si sono modificate le tue preferenze. Specifica anche in quanto tempo è successo. _____

BIBLIOGRAFIA

fonti bibliografiche in lingue occidentali

ANONIMO, “Cool Japan” as the Next Future of Post-industrial Japan?, Lee Kuan Yew School of Public Policy at the National University of Singapore, 2018.

ARAUJO Mayara, *A outra face do pop japonês: o circuito dos dramas de TV*, Rio de Janeiro, universidade do estado do rio de janeiro, 2018.

AMPORN Jirattikorn, “Thai Popular Culture: A New Player in Asia Media Circulation and Chinese Censorship”, *Newsletter: Center for Southeast Asian Studies*, Kyoto University, 76, 2018, pp. 7-9.

BIENATI Luisa, *Letteratura giapponese, II. Dalla fine dell’Ottocento all’inizio del terzo millennio*, Torino, G. Einaudi, 2005.

CATANIA Alessandra, MAGAGNIN Paolo, *La Traduzione Audiovisiva: Tecniche, Strategie E Difficoltà. Proposta Di Traduzione Di Quattro Articoli Tecnico-informativi*, Venezia, Ca Foscari, 2014.

CAROLI Rosa, Francesco Gatti, *Storia del Giappone*, Roma, GLF editori Laterza, 2006.

CHOI Sujin, PARK Han Woo, “Flow of Online Content from Production to Consumption in the Context of Globalization Theory”, *Globalizations*, 11, 2, 2014, pp. 171-187.

CHUA Beng Huat, IWABUCHI Kōichi, *East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave*, Hong Kong, Hong Kong University Press, 2010.

CHUN Jayson Makoto, *A Nation of a Hundred Million Idiots?: A Social History of Japanese Television 1953-1973*, New York, Routledge, 2009.

CINTAS Jorge Díaz , SANCHES Pablo Muñoz, “Fansubs: Audiovisual Translation in an Amateur Environment”, *JoSTrans : The Journal of Specialised Translation*, 6, 2006, pp. 37–52.

CLEMENTS Jonathan, Motoko Tamamuro, *The Dorama Encyclopedia: A Guide to Japanese Tv Drama Since 1953*, Berkeley, Stone Bridge press, 2004.

DARLINGTON Tania, “Josei Drama and Japanese Television’s new Woman”, *The Journal of Popular Television*, 1, 1, 2013 pp. 25-37.

DISSANAYAKE Wimal, “Asian television dramas and Asian theories of communication”, *Journal of Multicultural Discourses*, 7, 2 , pp. 191-196, 2012, p. 192.

- DO Kyun Kim, Arvind Singhal, Toru Hanaki, Jennifer Dunn, Ketan Chitnis, Min Wha Han, “Television Drama, Narrative Engagement and Audience Buying Behavior: The Effects of Winter Sonata in Japan”, *International Communication Gazette*, 71, 7, 2009, pp. 595–611.
- DWYER Tessa, “Fansub Dreaming on ViKi Don’t Just Watch But Help When You Are Free”, *The Translator*, 18, 2, 2012, pp. 217-243.
- FORNARI Ester, *Fansub: il sottotitolaggio amatoriale in Italia*, Bologna, Università di Bologna, 2019.
- FREEDMAN Alisa, IWATA-WEICKGENANNT Kristina, ““Count What You Have Now. Don’t Count What You Don’t Have”: The Japanese Television Drama Around 40 and the Politics of Women’s Happiness”, *Asian Studies Review*, 35, 2011, pp. 295–313.
- FRISINGHELLI Lara, *Webserie E Fansubbing: La Nuova Frontiera Della Traduzione Audiovisiva*, Bologna, Università di Bologna, 2016.
- GIROTTTO Francesco, *L’azienda, internet e il sistema informativo. caso aziendale: lotto sport italia s.p.a*, Padova, Università di Padova, 2004.
- GIGLIOTTI Gabriele, *HTML 4.01: la guida tascabile al linguaggio del Web*, Milano, Apogeo, 2004.
- GÖSSMANN Hilaria, “New Role Models for Men and Women? Gender in Japanese TV Dramas”, in Timothy CRAIG (a cura di) *J. Japan Pop: Inside the World of Japanese Popular Culture*, Armonk, Routledge, 2000, pp. 207-221.
- GRIGNAFFINI Giorgio, Andrea Bernardelli, *Che cos’è una serie televisiva*, Roma, Carocci editore 2017.
- ITO Mamoru, “The Representation of Femininity in Japanese Television Dramas of the 1990s”, in Koichi Iwabuchi (a cura di), *Feeling Asian Modernities: Transnational Consumption of Japanese TV Dramas*, Hong Kong: Hong Kong University Press, 2004, pp. 25-42.
- IWABUCHI Kōichi, “Contra-flows or the Cultural Logic of Uneven Globalization? Japanese Media in the Global Agora”, in THUSSU Dayan (a cura di) *Media on the Move: Global Flow and ContraFlow*, London, Routledge, 2007, pp. 61-75.
- IWABUCHI Koichi, “East Asian Popular Culture and Inter-Asian Referencing”, in Kaoichi Iwabuchi, Eva Tsai, Chris Berry (a cura di) *Routledge Handbook of East Asian Popular Culture* Routledge, New York, Routledge, Taylor & Francis Group, 2017, pp. 24-33.
- IWABUCHI Kōichi, *Feeling Asian Modernities: Transnational Consumption of Japanese Tv Dramas*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2004.

IWABUCHI Koichi. *Recentering Globalization Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Durham and London, Duke University Press, 2002.

KIM Samuel Seongseop, AGRUSA Jerome , LEE Heesung , CHON Kaye , “Effects of Korean Television Dramas on the Flow of Japanese Tourists”, *Tourism Management*, 28, 5 2007, pp. 1340-1353.

KOFICE, *Hanryu Forever: Ilbonpyeon [The Korean Wave Forever: Japan]*, Seoul, KOFICE, 2011.

KWAN Sunyoung, BERGGREEN Shu Ling C, *Rethinking the Expediency of the Regional Flow of Pop Culture: the Case of the Korean Wave in Japan*, University of Colorado at Boulder, 2017.

LE Lan Xuan, *Imaginations of the Asian Modern: Text & Context at the Juncture of Nation and Region.*, S.M. Massachusetts Institute of Technology, Dept. of Comparative Media Studies, 2009.

LEE Soobum, JU Hyejung, “Korean Television Dramas in Japan : Imagining "east Asianness" and Consuming "nostalgia"”, *Asian Women*, 26, 2, 2010, pp. 77-105.

LIU Yu Li , Yi Hsiang Chen, “Cloning, Adaptation, Import and Originality: Taiwan in the Global Television Format Business”, in Michael Keane (a cura di) *Television Across Asia: TV Industries, Programme Formats and Globalisation*, Routledge, 2009.

LUKÁS Gabriella, *Scripted Affects, Branded Selves: Television, Subjectivity, and Capitalism in 1990s Japan*, Durham, NC: Duke University Press, 2010.

MACKIE Vera, *Feminism in Modern Japan: Citizenship, Embodiment and Sexuality*, Cambridge, Cambridge University, 2003.

MAKITA Tetsuo, MURAMATSU Yasuko, *Changing Themes and Gender Images in Japanese TV Dramas, 1974- 1984*, in Nippon Hoso Kyokai (a cura di), *Studies of Broadcasting*, Tokyo, Theoretical Research Center, Radio & TV Culture Research Institute, 23, 1987, pp. 51-72.

MAMORU Ito, “The Representation of Femininity in Japanese Television Dramas of the 1990s”, in Koichi Iwabuchi (a cura di) *Feeling Asian Modernities: Transnational Consumption of Japanese TV Dramas*, Hong Kong: Hong Kong University Press, 2004, pp. 25-42.

MARTEL Frédéric, trad. di Matteo Schianchi, *Mainstream: come si costruisce un successo planetario e si vince la guerra mondiale dei media*, Milano, Feltrinelli, 2010.

MIACCA Caterina Carnevale, Maria Novielli Maria , *L'industria Del Mito E Dell'illusione Nella Cultura Di Massa Giapponese*, Venezia, Università Ca' Foscari, 2015.

MITHANI Forum, “New Heroines for a New Era?: Single Mothers in Contemporary Japanese-Television Drama”, *Acta Asiatica Varsoviensia*, 27, 2014, pp. 111-129.

- MŌRI Yoshitaka. “Winter Sonata and Cultural Practices of Active Fans in Japan”, in Koichi Iwabuchi e Beng Huat Chua (a cura di) *East Asian pop culture : analysing the Korean wave*, Hong Kong : Hong Kong University Press, 2008, pp. 126-141.
- MURAMATSU Yasuko, “Gender Construction Through Interactions between the Media and Audience in Japan”, *International Journal of Japanese Sociology*, 11, 1, 2002, pp. 72-87.
- NAPIER Susan Jolliffe, *From Impressionism to Anime: Japan As Fantasy and Fan Cult in the Mind of the West*. New York, N.Y.:Basingstoke, 2008.
- NICORA Massimo, “L’epoca d’oro dei tokusatsu Appunti per una storia dei telefilmgiapponesi con effetti speciali”, *Manga Academica, Rivista di studi sul fumetto e sul cinema di animazione giapponese*, 9, 2016.
- ŌTA Tōru, “Producing (Post-)Trendy Japanese TV Dramas”, in Kōichi Iwabuchi (a cura di), *Feeling Asian Modernities: Transnational Consumption of Japanese Tv Dramas*, Hong Kong, Hong Kong University Press, 2004.
- OTMAZGIN Nissim Kadosh, “Cultural Commodities and Regionalization in East Asia”, *Contemporary Southeast Asia*, 27, 3, 2005, pp. 499-523.
- PAULICELLI Ilaria, COLAPINTO Cinzia, *Le Nuove Abitudini Di Consumo Televisivo: Il Caso Netflix in Italia*, Venezia, Ca’Foscari, 2016.
- SALA Clizia, LAFIRENZA Fiorenzo, *Strategie Traduttive per Il Sottotitolaggio Della Serie Tv "Il Destino Del Maestro Di Spada"*, Venezia, Ca’Foscari, 2012.
- SCAGNOLARI Martina, MIYAKE Toshio, *Il Cool Japan in Italia: Dalla Traduzione Alla Censura, Tra Passato, Presente E Futuro*, Venezia, Università Ca’Foscari, 2013.
- SCHERER Elisabeth , THELEN Timo, “On countryside roads to national identity: Japanese morning drama series (asadora) and contents tourism”, *Japan Forum*, 2017, pp. 1-24.
- SEN Krishna, TERENCE Lee, *Political Regimes and the Media in Asia: Continuities, Contradictions and Change*, Abingdon, Routledge, 2008.
- STRAUBHAAR Joseph, “Beyond Media Imperialism: asymmetrical interdependence and cultural proximity”, *Critical Studies in Mass Communication*, 8, 1, 1991, pp. 39-59.
- TAMBUNAN Shuri Mariasih Gietty, *Intra-Asia cultural traffic: transnational flow of East Asian television dramas in Indonesia*, Doctor of Philosophy (PhD) Lingnan University, 2013.
- TOBIN Joseph, “Pikachu’s Global Adventure”, in Cecilia von Feilitzen e Ulla Carlsson (a cura di) *Children, Young People and Media Globalisation: Yearbook 2002*. Göteborg, Sweden, UNESCO International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, Göteborg University, 2002, pp. 53-67.

TOMLINSON John, *Cultural imperialism: a critical introduction*, London, Continuum, 2002.

VALASKIVI, Katja, “A Brand New Future? Cool Japan and the Social Imaginary of the Branded Nation”, *Japan Forum*, 25, 4, 2013, pp. 485-504.

VALASKIVI Katja, *Relations of Television: Genre and Gender in the Production, Reception and Text of a Japanese Family Drama*, Tampere, Tampereen yliopisto, 1999.

URBANO Crystal Cortez Luz, *Legendar e distribuir: o fandom de animês e as políticas de mediação fansubber nas redes digitais*, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2013.

XU Weiai Wayne, PARK Ji Young, PARK Han Wo, The networked cultural diffusion of Korean wave, *Online Information Review*, 39, 1, 2015, pp. 43-60.

YASHENG She, Michael S. Macovski, *Televised Feminism and Consumable Solutions: Japanese Feminism Through the Lens of Female Oriented Workplace Dramas*, Washington DC, Georgetown University, 2017.

YU Jing Fu , PAN Hui Ling Wendy, “Decoding Gender Representatio in Taiwanese Idol Drama”, *International Journal of Management and Applied Science (IJMAS)*, 3, 3, 2017, pp. 84-87.

ZHANG Xiaoling, “Globalisation of Chinese TV Drama: Challenges and Opportunities”, *Critical Studies in Television: an International Journal of Television Studies*, 2, 2, 2007, pp. 31-46.

Fonti bibliografiche in giapponese

FREEDMAN Alisa, “*Nihon no terebi dorama ni miru josei no raifukōsu*”(Studio sulla vita delle donne giapponesi attraverso il terebi dorama giapponese), in HOSOKAWA Shūhei, YAMADA Shōji, SANO Mayuko (a cura di) International Symposium 2014 in Kyoto, International Research Center fo Japanese Studies , 2014, pp. 113 – 125.

フリードマン, アリサ, 「日本のテレビドラマに見る女性のライフコース」, 細川 周平, 山田 奨治, 佐野 真由子, 海外シンポジウム 2014, 国際日本文化研究センター, 2014, pp. 113 - 125.

HACHIYA Kazuki , *Bangumi seisaku-sha to shichō-sha ni oyobosu shichō-ritsu no mamono-ka*, (*La cattiva influenza degli ascolti esercitata su autori di programmi e spettatori*), Kuroki Masako zemi, p. 72-80.

蜂谷和樹, 「番組制作者と視聴者に及ぼす視聴率の魔物化」, 黒木 雅子ゼミ, pp. 72-80.

MATSUYAMA Hideaki, *Shoki “terebi ron” o saidoku suru (dai 4-kai) dorama ron ~ “o chanoma” o meguru kattō ~* (Rivisitazione della "teoria televisiva" iniziale (parte 4) Teoria del dorama:

controversia sul "Family Room TV"), Hōsō kenkyū to chōsa/ NHK hōsō bunka kenkyūjo-hen, 63, 12, 2013, pp. 54 – 72.

松山 秀明, 「初期"テレビ論"を再読する(第4回)ドラマ論 ～"お茶の間"をめぐる葛藤～」, 放送研究と調査 / NHK 放送文化研究所 編. 第 63 卷 12 号 2013 年, pp. 54-72.

MURASE Shiro, *Inga to shite no gakkō kyōiku - "botchan" wa ikaga nishite ganzo gakuen dorama to natta ka* (l'educazione scolastica come immagine negativa: in che modo "Bocchan" è diventato il capostipite del dorama scolastico), Kokusai bunka gakubu ronshū, 12, 1, 2011, pp. 82-63.

村瀬, 士朗, 「陰画としての学校教育-『坊っちゃん』は如何にして元祖学園ドラマとなったか」, 国際文化学部論集, 編. 第 12 卷 1 号 2011 年: 82-63.

SASAKI Kiichi, *Terebi geijutsu* (L'arte televisiva), Tōkyō, Patoria Shobō, 1959.

佐々木基, 「テレビ芸術」, パトリア書店, 1959 年.

UCHIMURA Naoya “*terebi dorama nyūmon*”(Introduzione ai drammi televisivi), Tōkyō, hōbunkan, 1957.

内村直也, 『テレビ・ドラマ入門』, 東京, 宝文館, 1957 年.

YONEKOMURA Ritsu, *Shoki" terebi-ron" o saidoku suru (dai 1-kai) jānarizumu-ron: Rajiojānarizumu kara terebijānarizumu e* (Rivisitazione della "teoria televisiva" iniziale (parte 1) Teoria del giornalismo: dal giornalismo radiofonico al giornalismo televisivo), Hōsō kenkyū to chōsa/ NHK hōsō bunka kenkyūjo-hen, 63, 8, 2013, pp. 2-17.

米倉, 律, 「初期"テレビ論"を再読する(第1回)ジャーナリズム論 : ラジオジャーナリズムからテレビジャーナリズムへ」, 放送研究と調査 / Nhk 放送文化研究所編, 第 63 卷 8 号 2013 年 pp. 2-17.

UCHIMURA Naoya “*terebi dorama nyūmon*” (Introduzione ai drammi televisivi), Tōkyō, hōbunkan, 1957.

内村直也, 『テレビ・ドラマ入門』, 東京, 宝文館, 1957 年.

Sitografia

About Us Global TV Powered by Fans, “Viki”, <https://www.viki.com/about>, 15-05-2019.

“Ama-chan” kōka de kankō iriko kyaku 34. 4 man-ri, kankō shōhi-gaku wa 30. 6 oku-en to suihei 「あまちゃん」効果で観光入込客 34.4 万人、観光消費額は 30.6 億円と推計 (Per effetto di "Amachan" l'affluenza di turisti è stimata a 34,40 milioni di turisti, e l'ammontare del consumo

turistico è 3,60 miliardi di yen), *Travel Voice*, 2013, <http://www.travelvoice.jp/20130820-7613>, 17-05-2019.

Breve Storia di Internet, PlaNet InterNet, <https://www.planetweb.it/strumenti/piccola-guida-internet/indice/breve-storia-di-internet.html> ,15-05-2019.

Comunità:Diventa un Collaboratore Qualificato, “viki”, https://www.viki.com/community_perks, 15-05-2019.

Chi Siamo, “Italian Dic Cafè”, 2018, <https://www.drama-italiancafe.net/#chisiamo>, 5-06-2019.

DENG Zhangyu, *Small-budget series Go Princess Go becomes online success*, “asiaone” 2016, <https://www.asiaone.com/showbiz/small-budget-series-go-princess-go-becomes-online-success>, 22-05-2019.

“Dizionario online TRACCANI”, <http://www.treccani.it/vocabolario/web/>

Drama coreani in Italia: Ecco come è andata a finire, “AnimeClick”, 2010, <https://www.animeclick.it/news/26286-drama-coreani-in-italia-ecco-come-e-andata-a-finire> 2-06-2019.

Drama coreani in Italia?, “AnimeClick”, 2010 <https://www.animeclick.it/news/24947-drama-coreani-in-italia>, 2-06-2019.

Fandom, “Dizionario Online TRECCANI”, http://www.treccani.it/enciclopedia/fandom_%28Lessico-del-XXI-Secolo%29/, 11-05.2019.

GHENO Vera, *Sulla pronuncia di mass media e summit*, “Accademia della Crusca”, 2005, <http://www.accademiadellacrusca.it/en/italian-language/language-consulting/questions-answers/pronuncia-mass-media-summit>, 5-06-2019.

Giochi della XII Olimpiade, *Wikipedia*, https://it.wikipedia.org/wiki/Giochi_della_XII_Olimpiade, 3-04-2019.

Hikikomori, “Dizionario Treccani Online”, [http://www.treccani.it/enciclopedia/hikikomori_\(Lessico-del-XXI-Secolo\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/hikikomori_(Lessico-del-XXI-Secolo)/) , 3-04-2019.

I social media più usati in Italia (Gennaio 2018), “motivonetwork”, 2018, <https://www.motivonetwork.it/i-social-media-piu-usati-in-italia-gennaio-2018/> , 24-05-2019.

La riforma del copyright è stata approvata, il post, 2019, <https://www.ilpost.it/2019/03/26/riforma-copyright/>, 3-05-2019.

List of adaptations of Boys over Flowers,”Wiki”, https://hanadan.fandom.com/wiki/List_of_adaptations_of_Boys_Over_Flowers, 2-06-2019.

“Kinpachisensei” kara “hanayoridango” “hana nochi hare” made — gakuen dorama no rekishi o tadoru 『金八先生』 から 『花より男子』 『花のち晴れ』 まで一学園ドラマの歴史を辿る

(Seguiamo la storia dei dorama scolastici, da "Kinpachi Sensei" a "Hanyori dango" e "Hana nochi hare"), "plus.paravi.jp" 2018, <https://plus.paravi.jp/entertainment/000126.html>, 2-05-2019.

"Kotobank コトバンク", <https://kotobank.jp/word/テレビドラマ-689569>, 15-4-2019.

Hanzawa Naoki' saishūkai no heikin shichō-ritsu 42.2-pāsento Heisei no rekidai dorama de ichii 半沢直樹 最終回の平均視聴率 42.2% 平成の歴代ドラマで 1 位 (Valutazione media del pubblico del 42.2% dell'ultimo episodio finale di Hanzawa Naoki, 1° posto tra i dorama dell'epoca 'Heisei), "zakzak", 2013, <https://web.archive.org/web/20131002232606/http://www.zakzak.co.jp/entertainment/ent-news/news/20130924/enn1309241205006-n1.htm> 14-05-2019.

MANCINI Riccardo, *Story of Yanxi Palace è la serie televisiva più cercata del 2018 su Google nel mondo, Roseanne negli USA*, "BadTaste.it", 2018 <https://www.badtv.it/2018/12/story-of-yanxi-palace-e-la-serie-televisiva-piu-cercata-del-2018-su-google-nel-mondo-roseanne-negli-usa/>, 22-05-2019.

MINNITI Marco, *Il destino del maestro di spada: presentata la nuova serie TV cinese*, "NetAddiction", 2011, https://movieplayer.it/articoli/il-destino-del-maestro-di-spada-presentata-la-nuova-serie-tv-cinese_8600/, 04-05-2019.

NHK asa no renzoku terebi shōsetsu [Kantō chiku] NHK 朝の連続テレビ小説【関東地区】 (Asadora della NHK, Region del Kanto), "Video Research", https://www.videor.co.jp/tvrating/past_tvrating/drama/02/index.html, 9-05-2019.

NHK Taiga dorama (NHK sōgō nichiyō 20:00~) [Kantō chiku]: NHK 大河ドラマ(NHK 総合 日曜 20:00~)【関東地区】 (Taida della NHK, canale principale NHK dalle 20 di domenica, regione del Kanto), "Video Research", https://www.videor.co.jp/tvrating/past_tvrating/drama/03/index.html, 9-05-2019.

PEDRETTI Martina, *Continua la chiusura dei siti per sottotitoli in italiano: ecco cosa sta succedendo*, "PC-HI Tech", 2019, <https://www.pcprofessionale.it/streaming/siti-sottotitoli-italiano-chiusi/>, 6-06-2019.

TALIGNAN Giacomo, *Itaiansubs e Subsfactory, le community di traduttori "sottotitolisti" non hanno paura di Netflix*, "La Repubblica", 2015, https://www.repubblica.it/tecnologia/social-network/2015/11/02/news/sottotitoli_serie_internet-126005203/ 16-05-2019.

TARTARINI Silvia, *Il fenomeno Hallyu*, 2016, https://www.unive.it/pag/15182/?tx_news_pi1%5Bnews%5D=1898&cHash=f079e9a8dd012c611b44d35097ecb9e1, 03-05-2019.

Regolamento & Policy, "DramaItalia Wiki", https://dramaitalia.fandom.com/it/wiki/DramaItalia_Wiki, 17-05-2019

ZIZI Margherita, *comunicazioni di massa*, "Dizionario Online TRECCANI", <http://www.treccani.it/enciclopedia/comunicazioni-di-massa>, 17-05-2019.

Welcome to ViKi,"viki", 2008, <https://jiwonmoon.com/>, 12-05-2019.

Where is Netflix available?, “ netflix”, <https://help.netflix.com/en/node/14164>, 8-06-2019.

Link dei siti menzionati

Arashic: <https://arashic.forumcommunity.net/?f=8671160>

Betflix: <https://www.netflix.com/it/>

Crunchyroll: <https://www.crunchyroll.com/it>

D-addicts: <https://www.d-addicts.com/forums/>.

Dream High Officia: <https://www.youtube.com/channel/UCnau-K-GMCPBDkeuH6Ymr9Q>

Il giardino di Exenia: <https://ilgiardinodiexenia.wordpress.com/>

Muse Fansub: <https://justanothermuse.com/>

Mydramalist: <https://mydramalist.com/>

Mydramlist.info: <https://mydramalist.info/>

Netflix: <https://www.netflix.com/it/>

NHK: <https://www6.nhk.or.jp>

TFPA Subbing Team: <https://tfpasubbingteam.wordpress.com/> .

Traduttori anonimi: <http://www.traduttorianonimi.it/offline/>

Viki: <https://www.viki.com>

Indice fotografie, tabelle e grafici

Illustrazione 1: fonte YONEKOMURA Ritsu, “*Shoki" terebi-ron*”. p. 48.

Illustrazione 2 Hana no Shougai; fonte <http://we.eek.jp/matome/?p=154> p. 58.

Grafico numero 1: maggiori fasce d'età p. 96.

Grafico numero 2: Siti di streaming p. 97.

Grafici numero 3 e 4 p. 98.

Grafico numero 5 p. 99.

Grafico numero 6 p. 103

Tabella numero 1: principali generi di *Tokusatsu* p. 55.

Tabella numero 2: fasi dell'ondata coreana p. 72.

Ringraziamenti

Voglio ringraziare e dedicare questa tesi a tutte le persona che mi hanno sostenuta e incoraggiata durante il mio percorso di studi.

In particolare grazie mille alla mia famiglia, il mio papà, la mia onechan, la mia mamma, e i miei fratelli.

Un grazie ai Professori che mi hanno indirizzata nella stesura.

Inoltre ringrazio tutte quelle persone che mi hanno aiutata virtualmente dedicandomi il loro tempo rispondendo al sondaggio, a chi ha voluto incoraggiarmi con un messaggio, e a chi ha mostrato interesse verso il mio lavoro.

Infine un grazie a tutte le amiche del DIC forum! Senza il nostro magnifico forum questa tesi non esisterebbe!

Grazie a tutti!
皆、ありがとう！