



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

Corso di Laurea  
magistrale

in

Lingue e civiltà dell'Asia  
e dell'Africa mediterranea

Tesi di Laurea

## **La televisione dei “gaijin”**

**Programmi televisivi e rappresentazione dell'altro nel Giappone  
contemporaneo**

**Relatore**

Prof. Marco Zappa

**Correlatore**

Prof. Eugenio De Angelis

**Laureando**

Bruno Famà

Matricola 852911

**Anno Accademico**

2018 / 2019

# Indice

要旨 .....	1
<b>Introduzione .....</b>	<b>3</b>
1. I giapponesi e “l’altro” .....	5
2. Minoranze Invisibili.....	7
3. Minoranze Visibili .....	8
4. Integrazione .....	9
5. Televisione in Giappone .....	10
6. Stranieri e mondo della televisione.....	15
7. L’organizzazione di questo studio .....	15
<b>Capitolo 1: Rappresentazione e Televisione .....</b>	<b>17</b>
1. Segni .....	17
2. Discorso .....	19
3. Rappresentazione .....	21
4. Identità e potere .....	24
5. Il mondo dei media e della televisione .....	26
6. Televisione e consumo .....	28
7. Razza, stereotipi e televisione .....	29
<b>Capitolo 2: Metodologia .....</b>	<b>32</b>
1. Ricerche simili.....	32
2. Uno studio qualitativo di programmi televisivi.....	34
2.1.Immagini in movimento .....	34
2.2.Montaggio .....	35
2.3.Suono .....	36
2.4.Narrazione.....	36
3. Pratiche sociali e televisione .....	36

3.1.Partecipanti .....	37
3.2.Azioni .....	37
3.3.Modelli di performance .....	37
3.4.Criteri di selezione .....	38
3.5.Stile della presentazione .....	38
3.6.Luogo e tempo .....	38
4. Ricontestualizzazione .....	38
5. L'analisi dei tre programmi .....	40
<b>Capitolo 3: Analisi .....</b>	<b>43</b>
1. Programmi a confronto .....	44
1.1. Il format .....	44
1.2. Aspetto visivo .....	46
1.3. Sonoro .....	47
1.4. Narrazione.....	47
1.5. I partecipanti .....	48
2. YOU Wa nani shi ni Nippon e? .....	48
2.1. Gli "YOU" .....	50
2.2. Episodio 04 Novembre .....	53
2.2.1. Sinossi .....	53
2.2.2. Analisi .....	55
2.3. Episodio 11 Novembre .....	56
2.3.1. Sinossi .....	56
2.3.2. Analisi .....	58
2.4. Episodio 18 Novembre .....	60
2.4.1. Sinossi .....	60
2.4.2. Analisi .....	61
3. Sekai! Nippon ikitai hito ōendan .....	62
3.1. Le persone che anelano il Giappone .....	63

3.2. Episodio 21 Ottobre .....	66
3.2.1. Sinossi .....	66
3.2.2. Analisi .....	68
3.3. Episodio 09 Novembre .....	69
3.3.1. Sinossi .....	69
3.3.2. Analisi .....	72
3.4. Episodio 11 Novembre .....	73
3.4.1. Sinossi .....	73
3.4.2. Analisi .....	75
4. Terrace House: Tōkyō 2019-2020 .....	76
4.1. L'immagine dello straniero .....	78
4.2. La casa prima dell'arrivo dell'italiano .....	81
4.3. Episodio 15 .....	82
4.3.1. Sinossi .....	82
4.3.2. Analisi .....	83
4.4. Episodio 16 .....	84
4.4.1. Sinossi .....	84
4.4.2. Analisi .....	84
4.5. Episodio 17 .....	85
4.5.1. Sinossi .....	85
4.5.2. Analisi .....	85
4.6. Episodio 18 .....	86
4.6.1. Sinossi .....	86
4.6.2. Analisi .....	86
4.7. Episodio 19 .....	87
4.7.1. Sinossi .....	87
4.7.2. Analisi .....	88
4.8. Episodio 20 .....	88

4.8.1. Sinossi .....	88
4.8.2. Analisi .....	89
4.9. Episodio 21 .....	90
4.9.1. Sinossi .....	90
4.9.2. Analisi .....	90
4.10. Episodio 22 .....	90
4.10.1. Sinossi .....	90
4.10.2. Analisi .....	90
4.11. Episodio 23 .....	91
4.11.1. Sinossi .....	91
4.11.2. Analisi .....	91
4.12. Episodio 24 .....	91
4.12.1. Sinossi .....	91
4.12.2. Analisi .....	91
4.13. Episodio 25 .....	92
4.13.1. Sinossi .....	92
4.13.2. Analisi .....	92
5. Conclusioni .....	92
5.1. Programmi a confronto .....	92
5.2. La rappresentazione degli stranieri .....	96
5.3. Mezzi della rappresentazione .....	99
<b>Capitolo 3: Conclusioni .....</b>	<b>101</b>
1. Gaijin in TV .....	102
2. Competenze linguistico-culturali come meccanismo di potere .....	103
3. Assimilazione e discriminazione .....	105
4. Limiti .....	106
5. Sviluppi futuri e considerazioni finali .....	107
<b>Bibliografia .....</b>	<b>109</b>

Sitografia.....	112
Filmografia .....	114

# 要旨

本論文では日本のテレビ番組を題材としての「外国人」のリプレゼンテーション（表象）として現れる事象を分析し、考察する。近年、社会のグローバル化が急速に進んだ日本では、外国人と接触する機会が増加し、国際交流が盛んに行われている。例えば法務省によると、日本国内の在留外国人の数は2018年に270万人を超え、さらに日本政府観光局の調査では、訪日外客数や出国日本人数は2018年に比べて2019年においても依然増加しており、2020年の東京オリンピックの際にはさらに増加すると予測されている。一方で、国際交流は対人の直接的なコミュニケーションによるものだけではない。インターネットや新聞などの様々なメディアを通して、日本人が海外の情勢や外国文化について学ぶ機会が多くなっていることも国際交流の推進に影響していると考えられる。

しかし、これほど国際交流の機会が激増しているにもかかわらず、外国人に対してのステレオタイプ化したイメージや差別は未だ多く存在する。戦前から現在まで、日本と日本人は国民的アイデンティティを構成する過程を日本人論などの方法を通して実践してきた。このような過程には「他者」との比較が重要であり、自分が何者かを定義し、日本人以外の「よそ者」を認識することが避けられない。その「他者」のイメージの構成に貢献するのがメディアである。

その中で最も信頼されているメディアはテレビだといわれている。日本のテレビ番組は様々な方法を巧みに利用して、和気あいあいとした内輪のムードを作り、まるで日本が一つの大きな家族であるようなイメージを視聴者に抱かせる。その一方で、「日本」というカテゴリーに当てはまらないものは「よそ者」として認識させているということになる。つまり、日本人という「内輪」を作るため、日本のテレビは「外国人」を「よそ者」として表象しているということである。

三つのテレビ番組「テラスハウス」、「YOUは何しに日本へ」と「世界！日本行きたい人応援団」を通して日本のテレビにおけるリプレゼンテーションの仕組みと「外国人」のカテゴリーに当てはまる人物のイメージ像を明らかにすることが本論文の目的である。本論文では様々なエピソードを考察し、その内容を分析することでこのことについて明らかにする。

第一節では、リプレゼンテーションの働きや機能の説明とメディアの特徴とテレビにおけるリプレゼンテーション仕組みを明らかにし、この研究に寄与したセオリーを紹介する。最初にフェルディナン・ド・ソシュールやミシェル・フーコーなどのセオリーを説明した後、それをどのようにテレビ番組の構成に当てはめるかを明らかにする。そして、テレビのようなメディアが現実の世界をそのまま映し出すわけではなく、仲介することにより現実と少し異なるイメージを作り上げる過程について述べる。また、テレビと日常生活の密接な関係、商品として扱われるテレビ番組、人種とメディアの関係について論じる。

第二節では研究方法について説明する。まず、この研究のために選択した三つのテレビ番組をどのように分析したのかを、テレビ番組特有の分析方法を注目して説明する。本とは異なり、テレビ番組には音や画像などの特徴的な要素が多く存在する。そして、このような状況で重要なのは、カメラ、編集、サウンド、記述と社会慣例の役割に注意しつつ内容を分析することである。そこで、エピソードごとにシーンを分類し、それを一つずつ分析した後、番組全体の「外国人」のイメージを抽出していった。

第三節では、それぞれの番組のから得たデータを比較し、テレビ番組が視聴者にどのようなイメージで「外国人」を紹介しているのかの解釈に移る。最初に、番組編成の共通点、相違点などを説明する。次に番組を一つずつ紹介し、どのように「外国人」を表象しているのかを明らかにした後、見本エピソードを紹介し、分析する。最後に三つの番組に表れる「外国人」のリプレゼンテーションの共通点と相違点を明らかにし、テレビにおける「外国人」のイメージを記述する。

第四節では、この研究の結果について論じる。分析の結果として、日本テレビ番組にはステレオタイプ化した「外国人」のイメージが存在し、「外国人」に対しての態度が曖昧なことが明らかになった。番組の仕組みには相違点があったにもかかわらず、「外国人」の表象のされ方はほとんど同じである。番組の中の「外国人」は大抵「西洋人」あるいは日本人と大きく異なる外見をもつことで、その「相違」を強調し、日本人と「他者」として分類される。その「別の何か」という意図的に加えられたイメージは外見だけでなく、文化と言語に基づいて構成され、「プチナショナリズム」が表れていると考えられる。これは恐らく社会的影響がテレビというメディアに反映され、社会蔓延する国家主義を表した一事例と言えるであろう。



# Introduzione

Nell'attuale clima mondiale, non sempre i migranti sono visti di buon'occhio e anzi sono molti i casi in cui vengono guardati con circospezione. Anche il Giappone dei nostri giorni ne è un esempio lampante. Non sono pochi gli atti di discriminazione razziale come il recente incidente che ha coinvolto la tennista giapponese-haitiana Naomi Osaka, già al centro di alcune problematiche negli anni precedenti, venire accusata di essere troppo “abbronzata” e avere bisogno di “schiarirsi”<sup>1</sup>, o quelli che coinvolgono le *Zaitokukai*<sup>2</sup>. Andreas Wimmer sostiene che queste visioni razziste e xenofobiche del mondo sociale non sono legate alla lotta per lavori e abitazioni scarse, ma sono invece il prodotto di tempi di conflitto sociale intenso e disorientamento in cui, l'attrazione per la comunità nazionale, punta salvaguardare i diritti e i privilegi degli indigeni che lo stato dovrebbe proteggere<sup>3</sup>. Chi non appartiene a questa maggioranza, come i migranti, le minoranze etniche e religiose, appaiono come una minaccia alla ora precaria unione sociale<sup>4</sup>.

Oggi più che mai, nel contesto della globalizzazione e dell'integrazione razziale, questo discorso diventa di vitale importanza. Nella vita di ogni individuo, è diventato sempre più semplice incontrare persone appartenenti a paesi diversi dal nostro, non solo in maniera fisica, ma anche “virtualmente” attraverso i cosiddetti mass media. A differenza del passato in cui non vi erano molti mezzi per poter interagire con altre realtà se non le nostre immediate vicinanze. Questo si può dire anche più vero per un paese come il Giappone, dove i contatti con l'estero sono sempre stati un po' turbolenti. Ciò non significa che la situazione sia rimasta uguale a come era in passato, al contrario, è chiaramente visibile come vi sia una tendenza all'apertura nei confronti delle popolazioni provenienti dagli altri paesi. Il Giappone viene visitato da turisti provenienti da tutte le parti del mondo e il numero degli immigrati che si sono lì stabiliti va infatti ogni anno aumentando e nel 2018 è arrivata a superare i 2,7 milioni<sup>5</sup>, circa 1 milione in

---

<sup>1</sup> The Japan Times, Japanese comedians apologize for racist joke about Naomi Osaka needing 'bleach', link: <https://www.japantimes.co.jp/news/2019/09/26/national/social-issues/japanese-comedy-duo-apologizes-naomi-osaka-needs-bleach-quip/#.XkEzkWj0nIU>

<sup>2</sup> Vedi PARK, Sara, *Inventing Aliens: Immigration Control, 'xenophobia' and Racism in Japan*, in *Race & Class* 58.3 pp. 64-80, 2017, MORRIS-SUZUKI, Tessa, *Beyond Racism: Semi-Citizenship and Marginality in Modern Japan*, in *Japanese Studies* 35.1, pp.67-84, 2015 e SHIBUICHI, Daiki, *Zaitokukai and the Problem with Hate Groups in Japan*, in *Asian Survey* 55.4, pp.715-38, 2015.

<sup>3</sup> WIMMER, Andreas, *Explaining xenophobia and racism: A critical review of current research approaches*, in *Ethnic and Racial Studies*, 20:1, 17-41. 1997 PP.30-32 <https://doi.org/10.1080/01419870.1997.9993946>

<sup>4</sup> Ibidem

<sup>5</sup> Hōmusho, 法務省 (Hōmusho) “Ministero della giustizia giapponese”, link: [http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04\\_00081.html](http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04_00081.html)

più rispetto al 2015<sup>6</sup>. Se paragonato tuttavia al numero di immigrati presenti nei paesi “occidentali”, questi numeri non risultano essere poi così elevati<sup>7</sup>.

La maggior parte dei contatti con gli stranieri, avviene quindi attraverso i media, e in particolar modo attraverso la televisione<sup>8</sup>. In Giappone, questo si può dire vero specialmente perché nei casi in cui i contatti con queste realtà sono scarsi, o non si hanno dirette informazioni, la maggior parte delle persone si documenta attraverso i media<sup>9</sup>. Nella società giapponese, la televisione è ritenuta dalla popolazione avere un alto grado di affidabilità<sup>10</sup>, e occupa in media una buona parte della giornata, soprattutto nelle vite quotidiane delle fasce più anziane<sup>11</sup>. Facendo riferimento a Joshua Meyrowitz, Roger Silverstone dice che i media elettronici come anche la televisione sono riusciti a portare all’interno delle case “la società ostile del mondo esterno” andando a modificare inevitabilmente sia la sfera pubblica che quella privata, arrivando ad accompagnare i bambini alla scoperta del mondo esterno ancora prima che abbiano il permesso di uscire da soli.<sup>12</sup> Ne deriva quindi che, in Giappone, la televisione plasma non solo la visione degli stranieri da parte delle fasce della popolazione più adulte, ma si rivela fondamentale per fornire ai più giovani una prima immagine di come possono essere questi individui così diversi da loro.

Più in generale, Silverstone fa notare come la televisione sia parte integrante della vita quotidiana, grazie ad un processo che l’ha portata ad occupare spazi e tempi della suddetta in maniera fondamentale nella realtà sociale, che ha reso la televisione anche mediatore delle due stesse dimensioni sia fisiche che simboliche<sup>13</sup>. La televisione diviene quindi elemento inscindibile dalla vita di tutti i giorni, di cui ne è ambasciatore nel momento in cui si ritrova inevitabilmente a rappresentarla attraverso il suo schermo. Va sempre tenuto in conto di quanto sia difficile, se non improbabile, che programmi e pubblicità non offrano un’espressione ed un rafforzamento dell’ideologia dominante all’interno di una determinata società e in particolare in quella consumistica<sup>14</sup>. Di conseguenza attraverso la sua lente finiscono per trasparire anche

---

<sup>6</sup> Statistics Bureau of Japan, Population Census, link: <https://www.stat.go.jp/english/data/kokusei/index.html>

<sup>7</sup> Nazioni Unite, UN Department of Economic and Social Affairs - Population Division, link: <https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/data/estimates2/estimatesgraphs.asp?2g2>

<sup>8</sup> HAMBLETON, Alexandra, *Reinforcing identities? Non-Japanese residents, television and cultural nationalism in Japan*. In *Contemporary Japan* 23, pp.27-47, 2011 p.33

<sup>9</sup> HGHIWARA, Shigeru e KUNIHIRO, Yoko, *Terebi to gaikoku no imēji: Media suteriotapingu kenkyū (Televisione e l’immagine dei paesi stranieri: Ricerca sulla stereotipizzazione mediatica)*, Tokyo: Keisō Shobō. 2004, p.77

<sup>10</sup> YOSHIMI, Shunya, *Television and Nationalism: Historical change in the national domestic tv formation of postwar japan*, in *European journal of cultural studies* vol.6 459-487, London, Sage publications, 2005 p.460

<sup>11</sup> NHK, Archivio online NHK, link: <https://www.nhk.or.jp/bunken/english/research/index.html>

<sup>12</sup> MEYROWITZ, Joshua, *No sense of Place: the impact of electronic media on social behavior*, New York, Oxford university press, 1985, pp.223-238

<sup>13</sup> SILVERSTONE Roger, *Television and everyday life*, London, Routledge, 1994, pp.46-47

<sup>14</sup> *Ibidem*, p.187

gli atteggiamenti atti a voler rinforzare la coesione della popolazione autoctona, che inevitabilmente plasmano l'immagine degli stranieri in modo tale da adattarsi al discorso nazionalista.

Attraverso questo schermo, possiamo quindi ottenere un'immagine che, pur essendo mediata e adattata al contesto dei programmi televisivi, sia comunque in parte specchio dell'idea che i giapponesi hanno di questi stranieri all'interno del loro paese. Un'immagine che spesso non coincide con la reale situazione di questi individui e che ancora più spesso è utilizzata al fine di rafforzare l'identità nazionale cercando di creare una netta divisione tra loro e i giapponesi. Quello che ne deriva è un forte contrasto tra il "Noi" omogeneo che condivide un passato, dei valori e una cultura in comune, e il "Loro" che risulta diverso e a volte incompatibile, sin da un primo sguardo. Un contrasto che a volte porta anche al conflitto tra questi due gruppi, e che Arudou descrive in maniera anche troppo viva nella sua opera<sup>15</sup>, parlando della sua esperienza da giapponese naturalizzato.

Risulta quindi chiaro perché questo studio sia importante nel clima contemporaneo, in cui la televisione non si può dire estranea a questi meccanismi in atto all'interno della società giapponese. Quello che questo studio cerca di dimostrare è come all'interno dei programmi televisivi che hanno a che fare con gli "stranieri" in Giappone, vi siano in atto meccanismi di rappresentazione stereotipata. Nonostante l'apparente atmosfera di integrazione di questi programmi, che dipingono gli stranieri anche in maniera positiva, si cercherà di portare alla luce quelle tendenze nascoste che, tramite l'opposizione con il diverso, cercano di rafforzare l'identità giapponese.

## **1. I giapponesi e "l'altro"**

Perché diversi? Quali sono questi criteri per cui si viene a creare un binomio Noi/Loro all'interno della società giapponese? E soprattutto, chi è questo "Noi" e chi sono "Loro" che saranno la base dell'analisi di questo studio?

Innanzitutto, a questo punto sembrerebbe superfluo dirlo ma con "Noi" si sta parlando sicuramente dei giapponesi, mentre con "Loro" si fa riferimento a tutti coloro che non possono rientrare nel primo gruppo. Non è però semplice capire chi faccia parte di un insieme rispetto ad un altro. Se si dovesse ad esempio definire chi è italiano e chi non lo è, quali individui

---

<sup>15</sup> ARUDOU, Debito, *Embedded Racism: Japan's Visible Minorities and Racial Discrimination*, Lanham, Lexington Books, 2015

andrebbero inclusi in questa divisione? Chi tra una ragazza con genitori cinesi nata in e cresciuta in Italia, un uomo che ha cambiato la sua nazionalità da francese a italiana e ha passato la maggior parte della sua vita lì, un giovane il cui padre e madre sono italiani ma non è mai uscito dall'America e il vostro fruttivendolo di fiducia, può essere considerato a tutti gli effetti "Italiano"? È forse una questione di "nazionalità" che si può decidere a livello legale? O è forse più un problema di "cultura"? Oppure dipende solo dall'aspetto fisico? O meglio ancora un fattore genetico, dovuto ad una linea di sangue che distingue un determinato individuo come appartenente ad un determinato gruppo socioculturale con specifiche caratteristiche somatiche che ha da sempre abitato nello stesso territorio? Ognuno di questi fattori, potrebbe al contempo essere determinante o indifferente nel processo di formazione dell'identità italiana o giapponese che sia. Questo perché non è detto che i criteri di valutazione di un singolo individuo siano applicabili agli altri e che quindi ognuno arrivi alle stesse conclusioni nell'attribuire determinate caratteristiche a un soggetto piuttosto che ad un altro. Come per l'incidente con Naomi Osaka e come per alcune delle situazioni narrate da Arudou, essere legalmente giapponesi non rende automaticamente un individuo parte della nazione davanti agli occhi di tutti, in quanto il primo discriminante sembrerebbe proprio l'aspetto fisico.

Tuttavia, va tenuto conto di come sia possibile creare all'interno di una popolazione di un determinato stato un'identità nazionale e di conseguenza un concetto di identità collettiva. Una nazione è infatti una comunità immaginata, in quanto nonostante i suoi membri non conosceranno, incontreranno né avranno mai sentito parlare della maggior parte degli altri, nella loro mente vive l'immagine della loro intima unione<sup>16</sup>. Si viene di conseguenza a creare quindi un senso di appartenenza a una nazione che permette in qualche modo di riconoscere quali potrebbero essere gli appartenenti a tale gruppo, i quali condivideranno con loro una serie di particolari caratteristiche.

Anche in Giappone, vi è indubbiamente stato, ed è ancora, in atto un processo di creazione e rinnovamento dell'identità. Questo avviene perché in una società che cambia rapidamente e che offre un largo spettro di valori e stili di vita tra cui scegliere, la precedente definizione di identità non è più sufficiente e bisogna crearne una nuova<sup>17</sup>. Oltre che attraverso i media, vi è infatti una lunga serie di studi sulla "giapponesità" e l'identità culturale della popolazione che vi abita, arrivando persino a sostenere l'unicità della "razza" giapponese. Questi sono i cosiddetti Nihonjinron. Studi che rientrano nella logica del creare un'identità nazionale attraverso

---

<sup>16</sup>ANDERSON, Benedict, *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*, London, Verso, 2006, p.6

<sup>17</sup>BEFU, Harufumi, *Hegemony of homogeneity*, Melbourne, Trans Pacific Press, 2001, p.3

l'esaltazione di una serie di aspetti ritenuti esclusivamente giapponesi, quali ad esempio possono essere aspetti della storia, lingua, ideologia, popolazione e molto altro<sup>18</sup>. La questione della "giapponesità", che è piuttosto lunga e complicata, non verrà approfondita nel dettaglio, sia perché non è lo scopo di questo elaborato, sia perché vi sono un gran numero di studi che approfondiscono l'argomento<sup>19</sup>. Nel cercare di dare delle definizioni adatte a questo si andranno a citare alcuni di questi studi, senza però lasciarci distogliere da quello che sarà il corpo principale della tesi, ovvero il capitolo dell'analisi.

Quello che si vuole fare notare è come in tutti questi anni si sia venuto a creare un forte nazionalismo, basato principalmente su quello che è forse il mito più importante di questi Nihonjinron, ovvero: l'omogeneità del "popolo" giapponese. Omogenei perché da sempre hanno vissuto nella stessa terra dal clima e dalla geografia particolare che ha permesso lo sviluppo di un senso estetico, letterario e una psicologia unica, hanno codificato un linguaggio peculiare con termini comprensibili pienamente solo da loro, possiedono una struttura sociale tendente al gruppismo dai valori etici molto forti e non si sono mischiati in maniera consistente con altre popolazioni<sup>20</sup>. Affermazioni che arrivano ad eliminare molte verità scomode, come lo sono le migrazioni dal continente, al fine di valorizzare il proprio discorso<sup>21</sup>.

Sono quindi questi i punti su cui si baserà l'auto-orientalismo giapponese che occuperà una buona parte del discorso identitario anche all'infuori della letteratura, e che in qualche modo si trova ad essere stratificato nella società giapponese. Discorso che risulta indubbiamente legato alle tendenze nazionaliste in Giappone, che non sempre seguono delle vie dirette e scontate, ma al contrario si manifestano nella vita di tutti i giorni attraverso, ad esempio, l'interesse per la lingua, la cultura popolare e appunto anche i media<sup>22</sup>.

## 2. Minoranze Invisibili

Verranno quindi considerati appartenenti alla "razza giapponese" persone i cui antenati sono giapponesi, possiedono la cittadinanza giapponese, parlano fluentemente giapponese e

---

<sup>18</sup> BEFU, "Hegemony...", Cit., p.4

<sup>19</sup> Vedi anche BEFU, Harufumi, *Hegemony of homogeneity*, Melbourne, Trans Pacific Press, 2001, SUGIMOTO, Yoshio, *An Introduction to Japanese Society*, Cambridge, Cambridge University Press, 2010, MORRIS-SUZUKI, Tessa, *The Invention and Reinvention of "Japanese Culture"*, in *The Journal of Asian Studies*, Vol. 54, N. 3, 1995, pp. 759-780, <https://www.jstor.org/stable/2059450>

<sup>20</sup> BEFU, "Hegemony...", Cit., Ch.2

<sup>21</sup> Ibidem

<sup>22</sup> Vedi anche: MCVEIG, J. Brian, *Nationalisms of Japan: Managing and Mystifying Identity*, Lanham, Rowman & Littlefield, 2006 e SUZUKI, Satoko, *Nationalism Lite? The Commodification of Non-Japanese Speech in Japanese Media*, in *Japanese Language and Literature*, Vol. 49, No. 2, pp. 509-529, 2015

possiedono una conoscenza culturale approfondita della società giapponese, mentre gli “stranieri” saranno l’esatto opposto<sup>23</sup>. Questo discorso, tende a nascondere, se non ad eliminare<sup>24</sup> completamente quelle che sono le minoranze invisibili all’interno del paese, quali ad esempio gli Ainu, gli abitanti di Okinawa, i *nikkeijin*<sup>25</sup>, gli *hafu* e molti altri, per il bene dell’unità nazionale. Infatti, basterebbe avere un “fenotipo giapponese”, essere fluenti in giapponese e possedere una conoscenza delle norme sociali e culturali giapponesi per passare come tali<sup>26</sup>. Prendendo ad esempio gli Ainu e gli abitanti di Okinawa, vi è stato in atto un processo di assimilazione che ha significato l’imposizione della lingua, educazione e altre pratiche giapponesi, portando queste popolazioni a adattarsi. Altri, come i gli *zainichi korean* invece sono i discendenti dei lavoratori che sono stati portati in Giappone durante il periodo dell’imperialismo, i quali vengono comunque differenziati dai giapponesi basandosi sul loro background etnico e ad oggi subiscono discriminazioni qualora vengano scoperti<sup>27</sup>. Un gruppo che invece viene percepito come strano, è quello dei *kikokushijo* che pur essendo per diritto *jus sanguinis*<sup>28</sup> giapponesi, in alcuni casi mancano di conoscenze linguistiche e sociali che un “giapponese” dovrebbe sapere. Infine, gli *hāfu* rappresentano una categoria particolare il cui trattamento dipende molto dai loro tratti somatici<sup>29</sup>, che possono quindi in qualche modo o mimetizzarli come giapponesi o stigmatizzarli come stranieri.

### 3. Minoranze Visibili

Chi sicuramente non viene considerato giapponese già ad un primo sguardo è colui che non possiede delle caratteristiche fisiche assimilabili a quelle delle popolazioni dell’Asia dell’est, ovvero “l’altro” per antonomasia: “lo straniero”. Al contrario delle minoranze invisibili che possono passare inosservate, questi individui, che lo vogliano o no, risaltano immediatamente all’interno della folla, attirando inevitabilmente l’attenzione. Questo gruppo include ad esempio stranieri naturalizzati, i loro figli e lavoratori stranieri i quali vivono effettivamente in Giappone e che in molti casi ne conoscono lingua, cultura e convenzioni sociali ma vengono comunque trattati seguendo lo stereotipo dello straniero incapace di comunicare in giapponese. vengono

---

<sup>23</sup> YAMASHIRO, H. Jane, *The Social Construction of Race and Minorities in Japan.*, in *Sociology Compass* 7.2 pp.147-61, 2013, p.151

<sup>24</sup> Si pensi che fino al 2008 in cui il Giappone ha dovuto riconoscere gli Ainu come popolazione indigena, il governo aveva sempre negato la presenza di minoranze nel territorio. YAMASHIRO 2013

<sup>25</sup> Migranti giapponesi all’estero.

<sup>26</sup> YAMASHIRO, *The Social...*, Cit., p.151

<sup>27</sup> Vedi FUKUOKA, Yasunori e GILL Tom, *Lives of Young Koreans in Japan*. Melbourne, Trans Pacific Press, 2000

<sup>28</sup> Vedi KASHIWAZAKI, Chikako, “*Jus Sanguinis*” in *Japan: The Origin of Citizenship in a Comparative Perspective*, in *International Journal of Comparative Sociology* 39.3, pp. 278-300, 1998

<sup>29</sup> YAMASHIRO, *The Social...*, Cit., p.157

quindi raggruppati nel gruppo univoco dei “*gaijin*” (stranieri) che gli attribuisce determinate caratteristiche a prescindere da quale sia il loro paese d’origine. Agli occhi dei giapponesi non sembrerebbe esserci molta differenza tra chi ha passato molto tempo della sua vita in Giappone e un semplice turista passeggero. Essi, insieme agli *hāfu* che non passano per giapponesi, sono quelli a cui ci si riferisce principalmente, all’interno del discorso di produzione dell’identità giapponese, come “altro” e “diverso”. Quello che sembra essere il sentimento rivolto a questi *gaijin* è qualcosa di esotizzante, come se si stesse ad osservare una realtà parallela di cui ogni aspetto attira le curiosità e le attenzioni degli spettatori. Attenzioni che per chi di loro possiede la cittadinanza giapponese, li categorizzano ingiustamente come *gaijin* e non come connazionali giapponesi.

#### 4. Integrazione

Tutti e due questi gruppi, se identificati, vengono quindi innanzitutto riconosciuti come “altro” e trattati in maniera differente all’interno della società giapponese la quale, nonostante le iniziative verso l’integrazione, non sempre risulta essere indulgente ed aperta ad un’integrazione. Negli ultimi anni il razzismo e le discriminazioni razziali sono diventati prevalenti e visibili in Giappone<sup>30</sup>. Questo è forse dovuto anche alla mancanza di chiare leggi contro il razzismo, le discriminazioni e gli *hate speech*, che non sempre puniscono condotte come manifestazioni estremiste, molestie e cartelli su strutture private con scritte “Japanese only”<sup>31</sup>. Un esempio lampante di questa situazione è sicuramente quello legato al *Zaitokukai* le cui principali vittime sono i coreani residenti in Giappone e i gruppi di lavoratori migranti<sup>32</sup>. Altre volte queste discriminazioni, avvengono in maniera più velata, come ad esempio i prezzi maggiorati e la scelta limitata sui menù in inglese dei ristoranti.

Alcune di queste discriminazioni in atto in Giappone avvengono sicuramente a causa di un’immagine essenzializzata e stereotipata che esiste all’interno dell’immaginario giapponese, per cui alcuni gruppi etnici siano cattivi, altri arroganti e così via. D’altra parte, vi sono in atto, a livello locale, delle politiche di “simbiosi con gli stranieri” (*gaikokujin to no kyōsei shakai*)<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> Vedi IWABUCHI, Koichi e TAKEZAWA, Yasuko, *Rethinking Race and Racism in and from Japan*, in *Japanese Studies* 35.1, 1-3, 2015

<sup>31</sup> Vedi ARUDOU, Debito, *Embedded Racism: Japan's Visible Minorities and Racial Discrimination*, Lanham, Lexington Books, 2015 e Vedi PARK, Sara, *Inventing Aliens: Immigration Control, 'xenophobia' and Racism in Japan*, in *Race & Class* 58.3 pp. 64-80, 2017

<sup>32</sup> PARK, *Inventing ...*, Cit., p.66

<sup>33</sup> PAK, T. Katherinein, *Foreigners are local citizens too: Local governments respond to international migration in Japan*, in *Japan and Global Migration Foreign Workers and the Advent of a Multicultural Society*, Honolulu: U of Hawaii, Ch.11, pp244-274 2003. pp.244-245

e a livello politico, dei processi di “coesistenza multiculturale” (*tabunka kyōsei*), per cui si sta cercando di eliminare gli stereotipi negativi da alcuni gruppi di stranieri in particolare, come ad esempio i cinesi, attraverso l’ammissione nel paese di individui selezionati, e si cerca di educare gli stranieri alla lingua e alla cultura giapponese, in modo da poter eventualmente naturalizzarsi<sup>34</sup>. Come si può osservare molti di questi movimenti sono però indirizzati soltanto agli stranieri e non alla loro controparte giapponese.

## 5. Televisione in Giappone

Più che le politiche ufficiali del governo giapponese, a giocare un ruolo importante nell’integrazione degli stranieri e soprattutto nella formazione della loro immagine, vi sono i media. Come già detto, tra questi la televisione gioca un ruolo fondamentale nell’influenzare le masse in Giappone, in quanto:

“TV forms a major part of the lives of people all over the world, but it is above all in Japan that it has come to play such a central role in the culture of daily life, besides simply being a major source of influence.”<sup>35</sup>

È doveroso dedicare una parte dell’attenzione di questo elaborato alle peculiarità della televisione giapponese, in quanto in una società dal basso livello di immigrazione come il Giappone, la maggior parte delle informazioni e impressioni sugli stranieri, sono ottenute attraverso i media<sup>36</sup>. Se infatti si escludono i contatti passeggeri con i turisti, che non sono pochi<sup>37</sup>, i giapponesi hanno una possibilità ridotta di contatti con residenti stranieri sul territorio che sono a malapena 2,731 milioni<sup>38</sup>. La fiducia che viene data a enti televisive come l’NHK<sup>39</sup>, la quale è la seconda azienda di broadcasting al mondo dopo la BBC, è molto elevata<sup>40</sup> rendendo necessario chiarificare quale sia il tempo dedicato dai giapponesi durante la settimana a guardare programmi televisivi, e di conseguenza anche a quante persone effettivamente si trovano a dedicare il loro tempo a questa attività.

---

<sup>34</sup> MORRIS-SUZUKI, *Beyond...*, Cit., p.80

<sup>35</sup> YOSHIMI, *Television ...*, Cit., p.460

<sup>36</sup> HAGIWARA, Shigeru, *Japanese television as a window on other cultures*, in *Japanese Psychological Research*, Vol.40, No. 4, pp. 221–233 1998, p.222

<sup>37</sup> JINTO, JINTO Monthly Press Release, link:

[https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press\\_releases/pdf/200117\\_monthly.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/200117_monthly.pdf)

<sup>38</sup> Hōmusho, 法務省 (Hōmusho) “Ministero della giustizia giapponese”, link:

[http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04\\_00081.html](http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04_00081.html)

<sup>39</sup> Japan Broadcasting Association

<sup>40</sup> TSUDA, Takeyuki, *Domesticating the Immigrant Other: Japanese Media Images of Nikkeijin Return Migrants*, in *Ethnology*, Vol. 42, No. 4, pp. 289-30, 2003, p.290



Per fare ciò, si prenderà in esame un sondaggio che viene somministrato su base regolare dall'emittente televisivo giapponese NHK. Secondo questo sondaggio svoltosi durante il giugno del 2017, il quale seleziona in maniera casuale i suoi 3,600 partecipanti per tutto il Giappone che abbiano un'età superiore ai 7 anni, richiede a questi individui di registrare la propria visione della televisione e l'ascolto della radio per una settimana 24 ore al giorno. Durante il 2017 il 67,6% di questi intervistati ha acconsentito a partecipare al sondaggio. Da questa indagine risulta che il tempo medio giornaliero di visione della televisione in Giappone sia di approssimativamente 3 ore e 31 minuti, con picchi durante la sera e durante il finesettimana.

Nonostante l'assenza dal loro archivio online di studi più recenti, è possibile farsi un'idea di come sia la situazione attuale, attraverso un breve paragone con qualche sondaggio più vecchio. Comparandolo con documenti più vecchi tratti dagli archivi della NHK<sup>41</sup> risulta abbastanza evidente come pur essendoci stato un cambiamento nei numeri, con una diminuzione di 7 minuti rispetto al 2015 e 14 rispetto al 2012, non rappresenta una grande variazione rispetto agli anni precedenti. Questo fa supporre che, se pur con un tempo di visione leggermente ridotto, anche nel 2019 si sarà mantenuta una media giornaliera di all'incirca 3 ore e mezza. Questi dati fanno capire come ancora oggi si dedichi molta attenzione alla televisione, in particolare se comparata al caso americano dove in media viene guardata un'ora in meno<sup>42</sup>, e in particolare a quelli di fascia serale che saranno presi in considerazione in questo studio. Il sondaggio non si limita ad esporre i dati dei telespettatori dell'NHK, ma al contrario offre uno spettro del tempo dedicato anche agli altri emittenti televisivi, mostrando come del totale solo all'incirca 51 minuti siano dedicati ad essa, dimostrando quindi l'alta ricezione anche degli altri canali televisivi privati.

Per quanto questi dati sulle sui canali televisivi risultino utili, possono essere considerati abbastanza relativi in quanto alcuni programmi non vengono fruiti solamente tramite essi ma anche attraverso altri media. Ad esempio, si può notare che questi dati includono solo la visione di programmi attraverso la televisione e non attraverso le piattaforme di intrattenimento online che oggi giorno stanno sempre andando ad aumentare. I programmi che saranno esaminati in questo studio sono infatti disponibili su siti di streaming online come Paravii e Netflix rendendo così difficile ottenere dati precisi sull'esatto numero di spettatori che li visionano e sulla loro identità.

---

<sup>41</sup> NHK, Archivio online NHK, link: <https://www.nhk.or.jp/bunken/english/research/index.html>

<sup>42</sup> TSUDA, Domesticating..., Cit., p.290

Tuttavia, la visione di questi programmi non è il solo modo per restare in contatto con essi. Prendendo ad esempio il caso di “Terrace House”<sup>43</sup>, si può vedere come la serie oltre che ad essere trasmessa in televisione ed online, continua ad aggiornare costantemente gli spettatori sulle vicende dei suoi protagonisti attraverso l’utilizzo dei social media del programma e di quelli privati dei protagonisti. Questo crea un’ambiente intimo tra lo spettatore e i giovani della casa che quindi possono scoprire nuovi aspetti della personalità dei loro personaggi preferiti. Vi sono poi il sito ufficiale della serie con informazioni molto specifiche sui luoghi, le attività di ogni episodio e informazioni sui partecipanti, vari blog online di discussione, recensioni e riassunti online di ogni singolo episodio. Non si può infatti più considerare la televisione come un’industria culturale senza tenere conto delle tecnologie che la circondano e il suo rapporto con gli altri mezzi di comunicazione<sup>44</sup>.

Va comunque notato che, seppur in diminuzione, la popolarità della televisione giapponese è indubbia e potrebbe essere dovuta alla sua natura peculiare che la rende leggermente diversa da quella a cui si potrebbe essere abituati. Uno studio sulla televisione giapponese di Andrew Painter mette chiaramente in luce questi meccanismi. Egli infatti dice che uno dei motivi della popolarità dei programmi su essi trasmessi è dovuta al fatto che mirino a creare un’interazione quasi-intima tra coloro i quali sono nello schermo e gli spettatori a casa<sup>45</sup>. Si cerca quindi di mirare a creare un’ambiente, e come si vedrà anche una narrazione, confortevole e familiare che permetta allo spettatore di sentirsi parte dello show.

L’esempio più emblematico presentato da Painter, che potrebbe essere facilmente applicato al caso delle serie campione, è sicuramente quello di un popolare programma di news giapponese “Zōmu in!! Asa!”<sup>46</sup> in onda in Giappone della fine degli anni 70 fino ai primi 2000, nel quale si può osservare una tendenza a rendere un grande e unico *uchi* tutto l’arcipelago giapponese e *soto* il resto<sup>47</sup>. Una parte del programma viene dedicata alla conversazione in inglese, dove un personaggio chiaramente straniero rincorre dei giapponesi per provare a insegnare una nuova frase ogni giorno, mettendo molto spesso in difficoltà i volontari che non sanno bene come rispondere nella lingua straniera. Painter dice che la funzione di questo spezzone è quella di

---

<sup>43</sup> Una delle serie che verrà approfondita più avanti

<sup>44</sup> SILVERSTONE, *Television...*, Cit., p.139

<sup>45</sup> PAINTER A. Andrew, *Japanese daytime television, popular culture and Ideology*, in *The Journal of Japanese Studies*, Vol. 19, No. 2, pp. 295-325, 1993, p.295

<sup>46</sup> ズームイン!!朝!, traducibile come “zoommando!! Mattina!”, è un programma televisivo giapponese andato in onda dal 1979 al 2001, che porta lo spettatore in varie parti del Giappone per parlare di svariati argomenti.

<sup>47</sup> PAINTER, *Japanese...*, Cit., P.300

dimostrare come i giapponesi siano simili tra di loro perché non riescono ad avere a che fare con coloro i quali sono culturalmente diversi da loro.

This kind of ideological strategy, in which unity is represented not by focusing on what is shared but instead on the alien nature of other ways of life, is common on Japanese television<sup>48</sup>.

Egli fa notare che per rinforzare il concetto di *uchi/soto* utilizza il binomio di giapponesi/non-giapponesi arrivando persino a mostrare in alcune fasi del programma scene di annunciatori circondati da folle di giapponesi intenti a salutare rivolti alle telecamere, in città straniere. Questo binomio viene profondamente marcato e ribadito nei programmi che verranno esaminati in questo studio, utilizzando l'alterità dei personaggi stranieri e l'esotismo dei loro paesi per rinforzare il concetto stesso di "giapponesità", e quindi facendoli ricadere nella stessa categoria del loro più vecchio parente "zoom in asa".

Questo aspetto della televisione giapponese non dovrebbe però essere considerato esclusivo dei programmi televisivi, ma come dimostrano altri studi si riflette sul sistema pubblicitario giapponese dove la figura del non-giapponese viene più volte adoperata in maniera non molto diversa da quella precedentemente descritta. Riferendosi a delle pubblicità campione in un suo studio, Eryk Salvaggio dice:

"In their representations of others, the campaigns presented ethos-nationalist tropes such as 'Japaneseness-less' foreigners, the presentation of Japanese acculturation as 'unnatural' or 'superhuman', and matching ideological constructions of 'alarming' behavior by foreigners that reflect the myth that Japaneseness is available only to the Japanese."<sup>49</sup>

Proprio come in Painter, anche qui la pubblicità assume il ruolo di rinforzare l'identità nazionale e culturale dei giapponesi, ribadendo l'importanza di cosa è giapponese e cosa invece non lo è.

La cosa strana che si potrebbe notare e che emerge da un'attenta analisi dei casi studio di Painter è che, come suggerisce anche lui, il mondo della televisione giapponese tende a fare in modo di rappresentare le sue star e in generale le persone che appaiono sullo schermo in maniera non

---

<sup>48</sup> PAINTER, Japanese..., Cit., P.300

<sup>49</sup> SALVAGGIO, Eryk, *The Talking Dog: Representations of Self and Others in Japanese Advertising*, London, Media@LSE, 2015 p.37

così dissimile dagli spettatori<sup>50</sup>, fatta eccezione per gli stranieri che, sì, entrano a far parte di quell'atmosfera familiare, ma lo fanno con tutta la loro diversità.

Questo elemento di, potremmo dire, creazione della “giapponesità” presente nella televisione, è sia importante per il ruolo che svolge a livello dell'elaborazione di un'identità giapponese, ma lo è ancora di più per capire come le minoranze visibili vengano rappresentate in Giappone e perché siano rappresentate in questa maniera.

Sembra infatti che questo meccanismo di creazione dell'identità sia quindi parte di una tendenza della televisione giapponese a creare un'unità tra i cittadini sparsi nelle varie aree geografiche del Giappone, o per spiegarlo in maniera più semplice una tendenza al nazionalismo. Pare infatti che vi sia un doppio orientamento nei media giapponesi che spinge da un lato verso la globalizzazione con programmi di emittenti televisivi come la Fuji televisione e l'NHK, e dall'altro verso un controllo rigido dei contenuti di stampo nazionalistico negli emittenti più grandi come l'NHK stessa<sup>51</sup>. Quindi questa tendenza non va intesa come una condizione specifica dei programmi in cui compaiono gli stranieri ma più come una caratteristica della televisione giapponese che si è ulteriormente rinforzata a partire dagli anni 90.

Un ultimo elemento che si dovrebbe tenere in conto è quello del legame tra *tatema*, *honne* e i programmi televisivi. Quello che infatti va notato è che molti di essi hanno uno scopo potremmo dire superficiale/apparente che si potrebbe definire come l'obbiettivo dichiarato, e un altro che invece dovrebbe essere quello vero, che è abilmente nascosto a un primo e semplice sguardo<sup>52</sup>. Se si prende ad esempio “YOU wa nani shini nippon e<sup>53</sup>” si ha il *tatema* rappresentato dal voler chiedere agli stranieri cosa sono venuti a fare in Giappone e lo *honne* che invece potrebbe essere quello di prendere in giro gli atteggiamenti bizzarri dei protagonisti grazie alle battute dei presentatori e del narratore.

Va poi considerato che la televisione crea una separazione spaziale tra coloro i quali sono a casa e le persone all'interno del programma, che in Giappone permette la rappresentazione di un mondo in cui tempo, luogo, status e comportamento sono molto flessibili<sup>54</sup>. Con questo si vuole rendere chiaro che il linguaggio che verrà utilizzato nei programmi televisivi è limitato a

---

<sup>50</sup> PAINTER, Japanese..., Cit., P.305

<sup>51</sup> YOSHIMI, Television..., Cit., p.460

<sup>52</sup> PAINTER, Japanese..., Cit., p.309

<sup>53</sup> Uno dei tre programmi verranno approfonditi dopo e traducibile come “Straniero cosa sei venuto a fare in Giappone?”

<sup>54</sup> PAINTER, Japanese..., Cit., p.322

questo speciale tipo di interazione e non è detto che le cose che vengono dette in studio possano venire dette nello stesso modo e con le stesse parole in un altro contesto.

## 6. Stranieri e mondo della televisione

Il rapporto del mondo dell'intrattenimento giapponese con gli stranieri è lungo e travagliato. Non sono infatti pochi gli stranieri che compaiono nella televisione giapponese sia attraverso pubblicità, sia che in programmi televisivi come ospiti fissi o semplici comparse destinate a brevi momenti di gloria. Negli ultimi anni la loro presenza è ulteriormente aumentata grazie alla grande varietà disponibile in Giappone di programmi stranieri, e quindi non solo di programmi auto-prodotti che hanno a che fare con le altre culture<sup>55</sup>. In particolare, programmi televisivi che hanno come partecipanti non-giapponesi in cui possono esprimere la loro opinione sono emersi grazie alla messa in onda del programma “Koko ga hen dayo: Nihonjin<sup>56</sup>” in cui residenti stranieri in Giappone potevano esprimere la loro opinione su vari aspetti della cultura giapponese<sup>57</sup>.

Tra questi individui che non appartengono al gruppo dei giapponesi ve ne sono alcuni che hanno sfruttato questa loro “alterità” per entrare a fare parte del *genoukai*<sup>58</sup> giapponese e diventare quindi personalità di spicco del mondo dell'intrattenimento di cui ne rappresentano una buona parte. Gli stranieri non sono più relegati soltanto nelle pubblicità e negli show di *gaikokujin tarento*<sup>59</sup>, ma al contrario sono diventate personalità molto famose in Giappone. A dimostrare ciò vi sono personalità come Jason David Danielson, conosciuto in Giappone con il nome di “Atsugiri Jason”, che dal suo esordio come *tarento* è diventato una vera celebrità la quale partecipa a vari programmi televisivi tra cui anche molti talk show.

## 7. L'organizzazione di questo studio

Questo studio decide di concentrarsi in primo luogo su come la televisione rappresenti le minoranze visibili, dando grande attenzione alla natura fruibile dei programmi televisivi che li porta ad essere dei prodotti che devono in primo luogo intrattenere il pubblico e che quindi sono strutturati per essere il più possibile apprezzati e interessanti. In che modo rappresentano gli

---

<sup>55</sup> HAMBLETON, *Reinforcing...*, Cit., p.29

<sup>56</sup> Programma andato in onda dal 1998 al 2002 che aveva come protagonisti degli stranieri.

<sup>57</sup> HAMBLETON, *Reinforcing...*, Cit., pp.29-30

<sup>58</sup> È da considerarsi come il mondo dell'intrattenimento giapponese.

<sup>59</sup> Programmi in cui degli emergenti “tarento” mostrano una loro capacità al pubblico.

stranieri? Su quali criteri si basa l'immagine che ci danno? Si cerca di assimilare, emarginare o includere queste differenze? Vi sono atteggiamenti che possono in qualche modo rappresentare una forma di discriminazione o nazionalismo? Se sì, su quali criteri si basano?

Invece di disperdere l'attenzione dai meccanismi in atto all'interno di questi programmi con un'analisi incrociata, si è ritenuto che fosse più adatto concentrarsi solo su questo aspetto e dedicare attenzione a uno studio dell'audience e di altri aspetti del mondo dell'intrattenimento solo in seguito.

Questa analisi si baserà principalmente sulle teorie della rappresentazione e della sua applicazione al caso dei media e più in generale ad un prodotto audiovisivo come lo saranno i programmi campione. Il primo capitolo espanderà questo tema partendo dalle teorie sulla semiotica di Ferdinand de Saussure e quelle sul discorso di Michel Foucault per poi passare ai processi della rappresentazione ben descritti da Stuart Hall. Comprese bene le basi di questi meccanismi, si passerà al contesto dei media, e più in particolare della televisione, di cui si andranno ad esporre i modi di operare e del loro rapporto con la rappresentazione degli stranieri al loro interno.

Successivamente, nel secondo capitolo, si tratterà del metodo utilizzato in questa analisi. Si partirà definendo in quale modo le teorie del capitolo precedente sono state applicate al caso dei programmi campione e in che modo sono stati conseguentemente analizzati. Si metteranno in luce quali sono gli elementi che in un prodotto audiovisivo andranno ad essere tenuti in considerazione. Verrà infine definito in che modo ogni episodio è stato scomposto e quali sono stati gli elementi tenuti in considerazione durante la visualizzazione di ogni singolo episodio, quali invece sono stati ritenuti superflui e i criteri di selezione delle serie.

Nel terzo capitolo verrà esposta l'analisi delle tre serie campione, attraverso una prima parte dedicata ai singoli programmi, di cui all'inizio verranno spiegate le caratteristiche, poi i criteri che li hanno portati ad essere selezionati nello specifico, ed infine verranno analizzati tramite l'utilizzo di alcuni esempi. Successivamente, saranno messi a confronto per poter delineare degli eventuali pattern e somiglianze nei metodi di rappresentazione, e verrà isolata l'immagine generale degli stranieri che ne scaturisce.

Nell'ultimo capitolo, si procederà cercando di rispondere alle domande che sono state poste all'inizio di questo studio, tramite i ritrovamenti scaturiti dal capitolo dell'analisi, sperando che questa tesi possa contribuire a fare luce su dei meccanismi in atto nella televisione che portano al rafforzamento dell'immagine essenzializzata degli stranieri in Giappone.

# Capitolo 1: Televisione e Rappresentazione

Avendo ben definito chi sono i protagonisti principali di questo studio, delineando chi potrebbe essere considerato giapponese e chi invece non potrebbe essere riconosciuto come tale, è importante aprire una parentesi sulle teorie utilizzate nell'analisi che rappresenta il fulcro di questo elaborato. Infatti, prima di presentare i campioni che verranno analizzati, si ritiene sia necessario cominciare partendo dall'ossatura teorica su cui è stato basato il lavoro svolto.

Questa ricerca è indebitata al lavoro di molti accademici che hanno reso possibile sviluppare un nuovo metodo d'analisi e che, con le loro teorie, hanno rivelato aspetti del mondo dei media, e in particolare di quello giapponese, fino a quel punto sconosciuti o ignorati. Verranno qui, in questo capitolo, esposti i loro ritrovamenti in modo da rendere chiaro come hanno a loro volta influenzato i risultati di questa ricerca.

Si discuterà successivamente di quali strumenti sono stati utilizzati in questo studio, ma per capire su quali punti si è concentrata e con quali criteri è stata svolta l'analisi, si ritiene opportuno rendere chiaro sin da subito quale sia il legame tra certe teorie e i programmi presi in analisi. Si è infatti finora parlato ampiamente del rapporto di creazione dell'identità giapponese e dell'elaborazione del concetto di “*gaijin*” ma è arrivato ora il momento di discutere più nello specifico di come questa immagine venga mediata e rappresentata attraverso lo schermo televisivo.

Questo capitolo, tuttavia, non si limiterà a parlare della cornice teorica dell'elaborato, ma andrà anche ad osservare come funziona il mondo della televisione e quali sono le sue peculiarità. Per capire al meglio alcune caratteristiche dei suddetti programmi è infatti necessario prima guardare con attenzione ai meccanismi che muovono il panorama televisivo.

## 1. Segni

Per decodificare i dati e cercare di estrapolare il significato insito al loro interno, è necessario avere ben chiaro cosa si intenderà per linguaggio e segni. Parlando di questi, non si può non fare riferimento a uno dei più grandi teorici sull'argomento a cui questo studio è certamente indebitato nella sua maniera di strutturare la sua analisi e decodificare il testo dei programmi televisivi: Ovvero Ferdinand de Saussure. Questo elaborato si rifà in particolare al suo sistema di significanti che è composto da segni i quali vengono rielaborati attraverso le loro due parti

costituenti di significante e significato. Il significante rappresenta il medium del segno, come ad esempio lo può essere il suono, un'immagine o un qualsiasi stimolo. Il significato rappresenta invece il concetto che il segno vuole rappresentare. Il legame tra questi due elementi è puramente arbitrario nel senso in cui ad esempio per trasmettere il concetto di albero verranno utilizzati segni diversi in differenti tipi di linguaggi, come ad esempio parole, immagini e altri tipi di stimoli. Vi è quindi un sistema di codici che permettono di comprendere le differenze relazionali di tipo semiotico tra i segni che sta alla base del processo stesso della rappresentazione.

Hall sostiene che per Saussure la produzione del significato dipenda dal linguaggio inteso come un sistema di segni in cui suono, immagini, parole scritte etc. funzionano come tali soltanto quando servono allo scopo di comunicare idee, e quindi sono parte di un sistema di convenzioni ben determinato<sup>1</sup>.

L'esempio più comune di come questa teoria di Saussure funzioni è forse quello della relazione dei colori intesi come segni e di quale sia il loro tipo di organizzazione all'interno del codice culturale delle luci del traffico. I colori di norma si trovano divisi nello spettro della luce e vengono classificati e differenziati uno dall'altro attraverso una serie di segni quali sono "blu", "giallo", "rosso" e così via. Come viene fatto presente da Saussure non vi è alcuna ragione universale per cui il segno rosso dovrebbe riferirsi a un preciso elemento del suddetto spettro, se non in relazione alla differenza con gli altri segni che definiscono i vari colori. L'insieme di questi segni viene poi organizzato in una sequenza sintagmatica che produce significato attraverso una serie di convenzioni culturali e il loro uso in un particolare contesto<sup>2</sup>. Parlando quindi delle luci del traffico, si viene a creare un particolare codice culturale che fissa temporaneamente il significato dei colori come il rosso a quello di "stop" e colori come il verde o il blu a "via libera", naturalizzandone l'uso.

Questo esempio aiuta a capire come le teorie della semiotica possano essere applicate non solo ad una determinata lingua, ma al contrario si estende a tutti i segni culturali in generale e come per le luci del traffico può essere applicato a colori, immagini e tutta una serie di pratiche che possono essere assimilate a quelle di una "lingua" vera e propria. Questo rende possibile analizzare i programmi televisivi nella logica della semiotica, permettendo di trattare il metodo

---

<sup>1</sup> HALL, Stuart, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London, Sage Publications, 1997, p.31

<sup>2</sup> BARKER, Chris. *Television, globalization and cultural identities*, Buckingham, Open University Press, 1999, p.12



di narrazione del testo delle serie campione come se fosse una lingua divisa in segni ed organizzata dal suo specifico codice.

Inoltre, rende ben consci di quanto siano importanti le differenze, o per meglio dire l'atto di sottolineare le differenze al fine di produrre un significato. Il più basilare dei metodi utilizzati in questo processo, nonché probabilmente il primo, è quello dell'opposizione binaria, come ad esempio buono/cattivo su cui si vanno a posare anche le discriminazioni razziali. È indubbio che questa sia una visione semplicistica che non tiene conto delle più sottili sfumature che sono presenti anche solo nel concetto di bene, ma è comunque vero che a livello elementare sono proprio questo genere di rapporti binari alla base della creazione dell'individuo anche in relazione con l'altro.

Questo processo non è tuttavia immutabile ma anzi, essendo la relazione tra significato e significante fissata attraverso i nostri codici culturali, si trasforma all'interno della storia con il cambiare della società a cui è ineffabilmente legato. Questo elaborato, come già detto, non si concentrerà su questo aspetto della rappresentazione ma darà attenzione ai particolari segni in un determinato contesto culturale, periodo storico e luogo. Ritenendo più significativo occuparsi della situazione attuale in vista delle imminenti olimpiadi di Tokyo, si concentrerà appunto sul sistema di segni in atto nel contesto dei tre programmi campione, alla fine del 2019, in Giappone.

## **2. Discorso**

Seguendo Michel Foucault, il discorso è un dispositivo inteso come il mezzo attraverso cui la conoscenza viene prodotta tramite il linguaggio che dà un senso sia ad oggetti materiali che a pratiche sociali<sup>3</sup>. Il discorso infatti non si limita a rappresentare le cose come stanno ma gli dà anche un valore, uno scopo, una giustificazione che legittimano la sua esistenza e che, come si vedrà più avanti, si rivelerà fondamentale per l'interpretazione di alcuni testi.

Quello su cui Foucault pone l'accento della sua visione del discorso, che si distacca dal metodo semiotico di Saussure, è che più che dare peso alle relazioni di significato all'interno della lingua, ha voluto spostare il suo focus sulle relazioni di potere<sup>4</sup>. Quindi per essere ancora più precisi, per Foucault il discorso era inteso come un gruppo di dichiarazioni, che forniscono un

---

<sup>3</sup> BARKER, *Television...*, Cit., p.26

<sup>4</sup> FOUCAULT, Michel, *Power/knowledge*, Brighton, Harvester, 1980, p.114

linguaggio per parlare di un argomento particolare in un dato periodo storico<sup>5</sup>. Unendo le due definizioni si può tranquillamente affermare che il discorso sia nel suo uso un concetto linguistico e di pratica, cercando di superare la distinzione tra ciò che uno dice e ciò che fa<sup>6</sup>.

Per lui nulla ha significato all'infuori del discorso, in quanto nonostante le "cose reali" e le azioni esistano non hanno alcun significato fuori da i suoi confini, all'infuori di quelle pratiche che rendono possibile la sua formazione all'interno di un determinato contesto. Per spiegare ciò usa l'esempio di alcune malattie mentali, che possono esistere come tali soltanto in un determinato periodo storico e che quindi non sono un fatto oggettivo che possiede lo stesso significato in tutte le culture e tutte le ere<sup>7</sup>. È solo all'interno di una ben definita realtà discorsiva che il concetto intellegibile di "follia" è stato costruito, studiato, giudicato, categorizzato e ha reso possibile la nascita delle malattie mentali<sup>8</sup>.

A questo punto è utile citare il lavoro di Theo Van Leeuwen, che nella sua spiegazione di come funzionino i meccanismi del discorso, afferma inoltre che una determinata cultura non ha solo il suo peculiare modo di rappresentare il mondo sociale ma anche la sua maniera di mappare i diversi metodi semiotici insiti nel sistema per cui si preferirà rappresentare qualcosa attraverso le parole piuttosto che le immagini o attraverso altri segni, e che i loro legami sono suscettibili a cambiamenti storici<sup>9</sup>. Quindi non sono solo i concetti a cambiare a seconda del contesto storico culturale, ma anche i segni che li descrivono e li categorizzano saranno adattati ad un certo luogo e tempo.

Lo stesso vale anche per il concetto di non-giapponese all'interno della società giapponese che esiste nei programmi televisivi della contemporaneità. Ciò che viene definito come "*gaijin*" e in che modo viene costruita questa sua immagine, è cambiato nel corso degli anni. Non è quindi possibile dare una definizione universale di quale sia l'immagine che i giapponesi hanno degli stranieri, ma come in questo studio, si può cercare di delinearne i tratti in un determinato contesto (quello dei programmi televisivi giapponesi) in un determinato periodo storico (la contemporaneità).

La parte del discorso foucaultiano che si verrà a considerare nello specifico è quella legata all'insieme delle pratiche sociali, applicata al caso dei programmi campione e di conseguenza

---

<sup>5</sup> HALL, *Representation...*, Cit., p. 44

<sup>6</sup> Ibidem p. 44

<sup>7</sup> Ibidem p. 46

<sup>8</sup> FOUCAULT, Michel, *The archeology of knowledge*, London, Tavistock, 1972, p.32

<sup>9</sup> VAN LEEUWEN, Theo, *Discourse and practice: New Tools for critical discourse analysis*, Oxford, Oxford University press, 2008, pp.24-25

a un “testo”. Con pratiche sociali, ci si riferirà ad un modo di fare le cose socialmente regolato attraverso vari metodi, quali: la tradizione, l’influenza di persone esperte e carismatiche, severe prescrizioni, costrizioni dei mezzi tecnologici usati e molti altri<sup>10</sup>.

### 3. Rappresentazione

È stato già detto, che la televisione, non è imparziale nel suo presentare un determinato prodotto al pubblico, ma al contrario si preoccupa di costruire ogni suo elemento. Anche nel rappresentare l’immagine degli stranieri la televisione ne proporrà una versione adatta alle sue esigenze, e quindi una variante ricontestualizzata. Nell’analizzare un programma televisivo va tenuto conto proprio la sua natura di prodotto artificiale, creato per essere fruito da un pubblico. Affinché il programma venga apprezzato dal pubblico e diventi popolare è infatti necessario dedicarsi a compiere delle scelte, partendo da quelle dei materiali che verranno proposti allo spettatore per arrivare al modo in cui questi materiali verranno esposti. Ed è proprio qui che la rappresentazione svolge un ruolo chiave e racconta molto di come le minoranze visibili vengano rappresentate permeando le parti di un programma.

“The notion of ‘representation’ is one of the founding principles of media education. The media do not offer us a transparent ‘window’ on the world, but a mediated version of the world. They don’ t just present reality, they re-present it.”<sup>11</sup>

Un concetto importante che svolge un ruolo attivo in questa analisi è infatti quello della rappresentazione, che è stato parte integrante dei meccanismi di creazione dell’identità nel precedente capitolo e che verrà utilizzato per spiegare in che modo i programmi campione presenteranno al pubblico gli stranieri. È necessario capire come questo concetto può essere applicato ai media, e soprattutto al nostro caso in particolare alla televisione, e come quindi il meccanismo di rappresentazione in atto nei programmi campione dia un’immagine ben definita degli “stranieri” che ivi figurano.

Prima di parlare di come questo si sviluppi all’interno dei programmi televisivi è utile avere presente che cosa si intenda con il termine rappresentazione e di quali siano i principi che regolano questo concetto per nulla semplice da identificare e delineare.

---

<sup>10</sup> VAN LEEUWEN, *Discourse...*, Cit., p.7

<sup>11</sup> BUCKINGHAM, David, *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*, London, Polity, 2003, p.57

Stando alle parole di Stuart Hall, una prima definizione è quella secondo la quale la rappresentazione è il processo per cui i membri di una determinata cultura usano un linguaggio per produrre significato<sup>12</sup>. con questa sua prima affermazione, egli vuole implicare che le cose non possiedono un vero significato finale ma che al contrario siamo noi, la società a dare significato, un valore e un senso alle cose, attribuendo quindi un valore che può mutare a seconda del contesto socioculturale in cui viene attribuito. Hall, continua poi dicendo che la rappresentazione include la produzione di un significato attraverso la costruzione di tre diversi elementi, quali: il mondo delle cose, il mondo dei concetti e i segni. Al fine di connettere questi tre elementi così diversi da loro è necessario possedere un sistema di codici e i mezzi per decodificarli. Tuttavia, essendo i significati sempre in mutamento, questo sistema di codici, non va interpretato come un insieme di regole immutabili, al contrario è bene notare che opera come una serie concezioni sociali in evoluzione con il mutare nel tempo di una società.

Quello che va riconosciuto in questo processo di rappresentazione è proprio l'aspetto sociale. È infatti in un determinato contesto culturale, in una determinata società che le cose materiali e i concetti guadagnano un significato specifico. Applicando questo concetto al caso preso in analisi da questo elaborato, quello che si dovrebbe notare è quindi come certi atteggiamenti, idee, espressioni abbiano valore solo se osservate nel contesto giapponese e sono possibili proprio per il loro esistere in quel determinato spazio e non altrove. Data questa natura sociale della rappresentazione, potrebbe risultare difficile, se non impossibile, decodificare il linguaggio peculiare dei programmi che verranno analizzati come lo farebbe qualcuno che rientra nello stesso gruppo socioculturale dei loro creatori, ma è proprio questo loro essere influenzati dal contesto sociale in cui sono stati realizzati che fornisce preziose informazioni sull'immagine degli stranieri in Giappone. Con i giusti strumenti è infatti possibile estrapolare il significato dai segni e dal discorso di questi programmi per rintracciare il messaggio che vogliono fornire agli spettatori.

Tornando ora all'argomento principale dell'elaborato, a questa sua prima definizione si vanno ad aggiungere una lunga serie di altre teorie e approcci ai metodi di rappresentazione che sviluppano ulteriormente questo concetto. Tra questi vi sono alcuni elementi su cui si vorrebbe porre l'accento al fine di poter spiegare meglio ciò che si osserverà nei prossimi capitoli e altri invece che risulteranno più chiari man mano che verranno spiegati i meccanismi della televisione più avanti in questo capitolo.

---

<sup>12</sup> HALL, *Representation...*, Cit., p.61

Una delle più importanti per questo studio è sicuramente quella sui mezzi che la rappresentazione utilizza per “manifestarsi”, e quindi quella sul linguaggio inteso come non solo la lingua scritta e parlata ma come un insieme di segni di natura visiva, sonora e di altro genere che in sé stessi non possiedono alcun significato ma che rappresentano dei mezzi attraverso cui il significato viene trasmesso e che quindi “rappresentano” ciò che vogliamo trasmettere<sup>13</sup>. Risulta semplice comprendere come mai questa teoria sia essenziale per rispondere alle domande che questo studio si pone. Ciò che infatti si andrà ad analizzare saranno proprio questi segni che vengono recepiti dallo spettatore durante la visione dei programmi e le intenzioni incidentali e non che vi sono dietro la selezione dei materiali trasmessi.

Per quanto il linguaggio in sé stesso sia importante, non è detto che tutti possano interpretarlo alla stessa maniera e che quindi il messaggio non venga recepito nella maniera voluta. Essendo gli individui diversi tra loro, ognuno possiede una visione del mondo peculiare ed unica che gli permette di interpretare le cose in esso contenute in maniera unica<sup>14</sup>. È quindi importante che per decifrare questi segni si possieda una mappa concettuale<sup>15</sup> simile a quella degli individui con cui si sta cercando di condividere il messaggio<sup>16</sup>. È necessario che gli individui appartengano ad uno stesso gruppo culturale e che possiedano delle conoscenze tali da renderli in grado di recepire questi segni allo stesso modo. Ed è proprio la relazione che intercorre tra cose, processi mentali e segni che risiede il cuore della produzione del significato in un linguaggio<sup>17</sup>.

Questo concetto funziona anche molto bene nel caso di questa analisi. Perché il programma venga fruito in maniera corretta è importante che lo spettatore sia in grado di recepire il significato in maniera corretta, e che quindi il linguaggio in esso contenuto sia condiviso dallo spettatore. Si vedrà infatti come nella rappresentazione dell'altro, questi programmi faranno riferimento ad una serie di luoghi comuni e una serie di tecniche per creare un'immagine ben precisa degli stranieri all'interno dei loro episodi. Se infatti questo linguaggio non fosse decodificabile dal pubblico, risulterebbe difficile capire certe battute, commenti e atteggiamenti che vengono presentati dal programma, rendendolo incomprensibile e di difficile fruizione.

---

<sup>13</sup> HALL, *Representation...*, Cit., p.5

<sup>14</sup> Ibidem p.18

<sup>15</sup> Con mappa concettuale, Hall, si riferisce ad un insieme di concetti organizzati, sistemati e classificati attraverso relazioni complesse, quali possono essere ad esempio similitudini/opposizioni o causa/effetto.

<sup>16</sup> HALL, *Representation...*, Cit., p.18

<sup>17</sup> Ibidem p.19

Il significato non è quindi insito nelle cose, ma viene creato e attribuito. È una costruzione i cui confini sono labili<sup>18</sup>. Lo stesso processo avviene nei programmi televisivi dove le immagini, le parole, il suono e tutti gli altri elementi contenuti in un episodio non sono altro che elementi ben scelti che andranno a comporre un significato ben preciso, creato per rendere il prodotto fruibile ad un determinato tipo di pubblico.

Nell'analisi si andrà a trattare la narrazione di ogni singolo episodio come se fosse un testo scritto in un linguaggio costruito su determinati segni, atti a trasmettere un messaggio per il quale è necessario dotarsi di un codice specifico al fine di comprenderlo. In primo luogo, ci si concentrerà ovviamente sulle parole pronunciate da coloro i quali appaiono nel programma, ma anche da quelle scritte sullo schermo, che come si vedrà, compaiono spesso e volentieri. Si cercherà di capire quindi cosa i protagonisti della narrazione vogliono dire con le loro affermazioni e i loro commenti. Successivamente si darà molta attenzione alle immagini che vengono mostrate, le quali sono state accuratamente selezionate al fine di riempire il breve spazio di un episodio e portano in scena degli atteggiamenti e delle tendenze ben definite, che come si potrà notare sono ben asservite ad una narrazione ben specifica. Infine, si terrà anche conto del codice specifico di ognuno di questi programmi di intrattenimento che è indissolubilmente legato al genere di ognuno di essi.

#### **4. Identità e potere**

Arrivati a questo punto, risulta naturale legare il sistema della rappresentazione con il concetto di creazione dell'identità. L'immagine personale o del proprio gruppo di appartenenza gioca infatti un ruolo importante nella visione dell'altro e marca una serie di problematiche che conseguentemente ne derivano. In questo meccanismo le dinamiche di potere assumono un ruolo preponderante in quanto esse sono creatrici del sé, rendendo possibile per alcuni tipi di conoscenze e identità di esistere mentre allo stesso tempo ne negano altre<sup>19</sup>. L'alterità non è infatti naturale, ma bensì creata, come lo sono anche le maggioranze, le minoranze, la nazione e un'identità collettiva<sup>20</sup>.

Nella realtà ben precisa di un programma televisivo, il potere che sta alla base della creazione dell'identità, in questo caso quella giapponese e quella straniera, risiede nelle mani del regista

---

<sup>18</sup> HALL, *Representation...*, Cit., p.24

<sup>19</sup> BARKER, "Television...", Cit., p.142

<sup>20</sup> DOMINGUEZ, R. Virginia, *A Taste for "the Other": Intellectual Complicity in Racializing Practices*, in *Current Anthropology*, Vol. 35, No. 4, pp. 333-348, 1994 p.333

e della produzione dei suddetti. Il potere in questo caso va infatti inteso in termini culturali e simbolici, incluso il potere di rappresentare qualcosa o qualcuno in una particolare maniera<sup>21</sup>, Bisogna però tenere anche conto che queste creazioni identitarie qui presenti non sono altro che il risultato di dinamiche di potere identitarie già in atto nel mondo “reale” e quindi parte di una realtà sociale ben definita. Le intenzioni che si vedranno quindi trasparire da un programma televisivo sono in parte dovute a quello che si potrebbe definire come libero arbitrio della regia e in parte sono radicate nell’individuo a causa dell’influenza che la società ha sul modo di interpretare il mondo da parte dei singoli.

Nel momento in cui ci si dovrà confrontare con la questione della rappresentazione all’interno dei programmi campione si dovrà inevitabilmente tenere conto di queste dinamiche di potere utilizzate come strumento di autodefinizione. Perché molto spesso nella rappresentazione dell’altro si cerca invece un modo per dare valore a sé stessi e di conseguenza di porsi in una posizione di superiorità rispetto al diverso in modo tale da innalzarsi a discapito di peggiorare l’immagine di esso.

Tuttavia, Piero Vereni, fa notare attraverso la sua indagine sul mutamento dell’immagine degli albanesi in Italia, come nel rapporto tra mezzi di comunicazione e identità collettive, si può tranquillamente affermare che nella percezione della propria identità e il modo in cui invece si viene rappresentati attraverso i media non ci sia alcun rapporto diretto di causa<sup>22</sup>. Quello che vuole dire è che non basta semplicemente che qualcuno venga rappresentato in una certa maniera per fare in modo che si identifichi con quel determinato modello, e questo vale sia per i giapponesi, sia per gli stranieri.

Con questo non si vuole negare il rapporto che identità e potere hanno con la televisione, ma si vuole fare notare come questo sia soltanto uno dei tanti fattori che entrano a fare parte del discorso sulla creazione dell’identità del singolo e della società, e che di conseguenza l’immagine percepita attraverso lo schermo televisivo non può e non deve essere considerata capace di influenzare radicalmente la visione del mondo da parte dello spettatore, ma ne può solo mediare una parte.

Ciò non toglie che nel Giappone del dopoguerra la televisione sia diventato l’apparato ideologico più importante per creare una nuova forma di nazionalismo diversa da quella

---

<sup>21</sup> HALL, *Representation...*, Cit., p.259

<sup>22</sup>VERENI, Piero, *Identità catodiche: Rappresentazioni mediatiche di appartenenze collettive*, Roma, Meltemi, 2008, p.65

precedente<sup>23</sup> e quindi si rivela essere un elemento che non può essere ignorato nella formazione di un'identità nazionale unita e omogenea.

## 5. Il mondo dei media e della televisione

La televisione non, può e non deve essere considerata fine a sé stessa e separata dalla vita di tutti i giorni, in quanto come è già stato fatto notare esercita, non solo in Giappone, un'influenza sul pubblico. Lo stesso può essere detto dei media in generale, in quanto:

“Se non esistono come spazio esterno al mondo sociale in cui si articolano, i mezzi di comunicazione di massa esistono dunque ben radicati nella vita quotidiana, e lì vanno studiati se vogliamo capirne il rapporto con le strutture di potere.”<sup>24</sup>

Nel suo “identità catodiche”, Vereni pone l'accento sul legame indissolubile che esiste tra il mondo al di là dello schermo e quello della vita di tutti i giorni. Un legame che rende la dimensione dei media uno specchio che riflette atteggiamenti e tendenze appartenenti alla società che ha elaborato il prodotto da loro trasmesso, adattandolo, in maniera più o meno vicina al reale, a allo specifico codice del media utilizzato.

Non si deve però dimenticare che il messaggio mediato da questo specchio deformante ha comunque dall'altra parte un qualcuno che ne osserverà le forme e proverà a decodificarle nella sua specifica e personale maniera. Il pubblico è infatti parte integrante del meccanismo dei media e ne costituisce un ingranaggio essenziale che viene definito da Roger Silverstone come *active audience*, che si riferisce sia alla natura di interprete assunta dallo spettatore ma anche a quella di mediatore sociale, che reintroduce il messaggio recepito al di fuori della fruizione mediatica.<sup>25</sup>

Secondo Vereni, ognuno di questi prodotti che viene consumato dal pubblico può incrementare, conformare o mediare la “realtà”, la quale è comunque sempre in parte in funzione delle esperienze pregresse le quali a loro volta includono anche quelle di natura mediatica<sup>26</sup>. Si viene così a creare un circolo di influenza reciproca tra la vita di tutti i giorni e l'esperienza ottenuta attraverso i media, che rende necessario analizzare non solo la società in generale ma anche le esperienze dei singoli spettatori per comprendere al meglio quale sia l'influenza delle due realtà

---

<sup>23</sup> YOSHIMI, *Television ...*, Cit., p.460

<sup>24</sup> VERENI, *Identità catodiche...*, Cit., p.18

<sup>25</sup> SILVERSTONE, *Television...*, Cit., pp.257-266

<sup>26</sup> VERENI, *Identità catodiche...*, Cit., p.17



l'una sull'altra. È vero che i le due realtà sono inscindibili, ma va considerato che pur essendo interdipendenti i due mondi non sono intercambiabili e che quindi la giusta attenzione va dedicata separatamente ad ognuno dei due.

Andrebbe comunque notato che non sarà fatta un'analisi dei programmi fine a sé stessa o al mondo dei media, in quanto:

“È altrettanto implausibile pensare alla vita reale come un'esperienza assolutamente immediata e completamente separata dalle rappresentazioni culturali, quanto pensare alla televisione come fosse “il mondo reale”<sup>27</sup>

La società esercita ed eserciterà sempre una sua influenza sui suoi prodotti. Si dovrebbero quindi tenere in conto durante questa analisi le caratteristiche della società giapponese e il rapporto di base che intercorre tra stranieri e giapponesi all'interno di essa.

I media sono infatti strumenti di potere, ed essendo legati alla società ne riflettono o sovvertono in parte queste strutture. Anche il rapporto tra le diverse culture deve sottostare a questi rapporti di potere che inevitabilmente traspaiono in maniera volontaria o incidentale, che in alcuni dei casi presi in esame va creando una gerarchia ben precisa tra i giapponesi e i non giapponesi. Si vedrà come questi programmi in una certa maniera offrano ai loro spettatori uno strumento di potere al fine di ottenere una vittoria morale sulle loro controparti, che molto spesso servirà soltanto ad esaltare la grandezza giapponese in sé stessa piuttosto che a denigrare l'altro.

Tutto questo discorso sarebbe però inutile se i programmi non riuscissero a fare breccia nei cuori degli ascoltatori così da divenire popolari. Per capire qual è il carattere che dà spessore alla narrazione, rendendo più interessanti questi programmi, ci si deve rifare a alle due categorie in cui gli sceneggiatori televisivi dividono il mondo della fiction: high concept e low concept. Questi due termini, che stanno principalmente a tracciare una differenza di tipo economico tra i due generi, si riferiscono il primo al tipo di fiction i cui protagonisti presentano un carattere preciso e le loro azioni coincidono con un fare specifico (come ad esempio l'indagine di un omicidio), mentre il secondo a quella che sembrerebbe ruotare strutturalmente attorno alla definizione dei personaggi perennemente alla ricerca di una loro collocazione sociale o affettiva<sup>28</sup>. Stando a Vereni è proprio il tono low di un'opera che le dà valore<sup>29</sup>.

---

<sup>27</sup> TOMLINSON, Jhon, *Media Imperialism*, in *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1991, in VERENI, “*Identità catodiche...*”, *Cit.*, p.17

<sup>28</sup> VERENI, *Identità catodiche...*, *Cit.*, p.62

<sup>29</sup> *Ibidem* p.63

Come si è osservato quando si è parlato nello specifico del mondo della televisione in Giappone, si è notato come alla base dei suoi programmi di successo vi sia proprio un flusso di sentimenti tipico del low concept. Nello specifico i programmi che si andrà ad analizzare sono ampiamente concentrati su dei personaggi che portano avanti degli obiettivi di vita ben precisi cercando il loro posto nel mondo o che si trovano alla ricerca di una persona speciale che li possa completare. Anche quando ovviamente si trova l'high concept a fare da filo conduttore per la narrazione, saranno sempre i sentimenti dei personaggi a rappresentare il fulcro nascosto o non di ogni episodio preso in esame.

## 6. Televisione e consumo

Approcciandosi a questa analisi, sarebbe bene tenere in conto un dettaglio caratterizzante della televisione la cui esclusione da questo elaborato potrebbe portare a risultati ben diversi da quelli ottenuti, ovvero: il rapporto di questo media con la logica del consumismo e di conseguenza la sua natura di prodotto. Si è già accennato al fatto che i programmi televisivi, e più in generale il palinsesto di un canale, sono studiati per proporre al pubblico del materiale di intrattenimento, che viene quindi consumato dallo spettatore come potrebbe esserlo un qualsiasi altro prodotto. Infatti, l'industria culturale si dedica alla creazione di prodotti il cui fine ultimo è quello di farsi consumare dalle masse<sup>30</sup>.

Citando Pierre Bourdieu nella sua analisi del consumismo in relazione alla televisione, Silverstone espone la sua teoria sulla natura delle pratiche consumistiche sottolineando il processo di discriminazione da parte dello spettatore che ha luogo nel momento in cui compie una scelta nell'acquistare un prodotto<sup>31</sup>. Si deve quindi qui intendere la televisione, e più in particolare i suoi programmi televisivi, come merci, ed è quindi d'obbligo collegare il concetto di consumismo a quello di mercificazione, intesa come l'insieme dei processi che portano alla creazione e all'elaborazione di oggetti fisici o astratti trasformandoli di conseguenza in merci che entrano a fare parte della normale logica dell'economia di mercato<sup>32</sup>. Nel momento in cui si proverà ad interrogarsi sui motivi per cui gli stranieri vengono rappresentati in un certo modo, si dovrà sempre tenere conto di questi processi e del mercato dell'intrattenimento. Molte scelte potrebbero essere indubbiamente dettate dalla logica di mercato che per rendere la presenza dei non giapponesi sullo schermo "vendibile" al pubblico, crea un'immagine ben precisa dettata

---

<sup>30</sup> ADORNO, W. Theodor, *The culture industry*, London, Routledge, 1991, p.85

<sup>31</sup> BORDIEU, Pierre, *La Distincion*, Pari, Minuit, 1979 in SILVERSTONE, *Television...*, Cit., p.197

<sup>32</sup> SILVERSTONE, *Television...*, Cit., p.212

non da scelte che si potrebbero definire di discriminazione razziale nei loro confronti ma semplicemente da fattori economici. In questo contesto, le persone che si occupano di creare un prodotto, giocano un ruolo principale nel plasmarlo e alcune delle prime ricerche in ambito dei mass media, si occuparono proprio di indagare sul background e su vari dettagli della vita e dell'istruzione di questi individui<sup>33</sup>.

Mercificazione però, va inteso anche come l'insieme dei processi ideologici, che trasformano le merci in prodotti che esprimono valori e idee dominanti della società che li crea.<sup>34</sup> Un prodotto va infatti considerato come un derivato di determinate tendenze che hanno luogo all'interno dell'ambiente culturale che lo plasma e che vi lascia indelebilmente in maniera più o meno evidente una qualche sorta di traccia. Gli strumenti e i codici con cui un programma televisivo viene creato mutano a seconda del contesto sociale e danno al prodotto finale una forma peculiare che può essere modellata in quel determinato modo solo tramite il loro utilizzo. Come non può esistere un'opera d'arte che non sia rappresentazione delle idee dell'artista che l'ha creata, non può esistere programma che non sia specchio dei valori dei suoi produttori.

Secondo Daniel Miller i beni di consumo di massa, come quindi anche la televisione, sono una manifestazione della cultura in quanto sono sia costituente dell'ambiente in cui operiamo sia parte del processo di creazione della propria identità all'interno della vita quotidiana e della società. Questo processo tuttavia, non tende a limitarsi a sé stessi ma diventa anche un processo di creazione sociale anche degli altri<sup>35</sup>. La formazione dell'identità qui assume nuove connotazioni e rende lo schermo televisivo un nuovo strumento dei suoi processi di contrapposizione con l'altro nella creazione di un io individuale chiaramente definito. I processi di rappresentazione in atto, non sono solo una mera creazione di un'identità dell'altro, ma sono anche un modo per definire cosa si è in contrapposizione con il diverso, un qualcosa da cui ci si distacca perché altro. È proprio questo rapporto che dev'essere considerato nel momento in cui ci verranno proposte nei programmi campione delle interazioni tra giapponesi e stranieri e che in alcuni casi plasmeranno l'intera trasposizione dei programmi.

## **7. Razza, stereotipi e televisione**

---

<sup>33</sup> HOLZ R. Josephine and WRIGHT R. Charles, *Sociology of Mass Communications*, in "Annual Review of Sociology, Vol. 5 pp. 193-217, 1979, P.194

<sup>34</sup> SILVERSTONE, "Television..." Cit., P.212

<sup>35</sup> MILLER, Miller, *Material Culture and Mass Consumption*, Oxford, Blackwell, 1987 in SILVERSTONE, "Television..." Cit., P.215

Come succede spesso anche nella vita di tutti i giorni, nel darci un'immagine dell'altro, ci si ritrova spesso a doversi scontrare con quel grande muro di pratiche essenzialiste che porta a categorizzare l'altro attraverso una serie di stereotipi legati alla sua appartenenza ad un certo gruppo sociale o culturale. Citando Richard Dyer, Chris Barker parla di come per stereotipi si intenda una vivida ma semplice rappresentazione che riduce le persone ad una serie di tratti caratteriali esagerati e solitamente negativi. Secondo Hall la pratica di stereotipare riduce, essenzializza e fissa le differenze in maniera ben definita. L'attributo che quindi queste pratiche danno ad un "altro" diverso da noi è principalmente negativo: esse mettono in evidenza l'azione dei meccanismi di potere sul processo stereotipante e la loro natura discriminatoria all'interno dell'ordine sociale e morale<sup>36</sup>.

Pur essendo questi stereotipi una parte integrante dei meccanismi che regolano il razzismo, non sempre andrebbero considerati come negativi e in alcuni casi sono da considerarsi invece positivi. Se si pensa all'immagine degli italiani in Giappone, vi si troverà davanti ad una serie di stereotipi che li vedono sotto una luce negativa, ma altri che invece li descrivono come allegri, alla moda e latin-lover, dando quindi loro un'immagine positiva<sup>37</sup>. Questa rappresentazione ambivalente dell'altro crea ambiguità che risultano palesi nei casi in cui si cerca di costruire un'immagine positiva di queste minoranze<sup>38</sup>. Ad esempio, nel rappresentare gli italiani come latin lover di stile può essere visto da una parte come espressione del loro grande romanticismo, ma dall'altra parte può essere visto come una manifestazione della loro frivolezza che porta gli italiani ad essere visti nella maniera stereotipata per cui la loro propensione per la serietà e per il duro lavoro non è molto elevata.

Quello che però va notato è come vi sia comunque presente una forma più "raffinata" e indiretta di razzismo che traspare attraverso i modi di porsi nei confronti di queste realtà e nei modi di rappresentare la diversità. Portando come esempio quello della rappresentazione delle persone di colore attraverso la televisione, Barker, espone una meccanica molto importante per gli studi sui media e sul razzismo, che si conoscerà con il nome di assimilazione. Dice infatti che molte sitcom americane che hanno come protagonisti degli afroamericani, come ad esempio il Cosby show, enfatizzano i valori del duro lavoro, successo, onestà e altro oscurando il fatto che molte persone che possiedono i loro stessi valori ma appartengono a classi sociali diverse non hanno la possibilità per realizzarsi<sup>39</sup>. Altre strategie simili che includono avere un presentatore di

---

<sup>36</sup> BARKER, *Television...*, Cit., p.75

<sup>37</sup> Vedi MIYAKE, Toshio, *Italian Transnational Spaces in Japan: Doing Racialised, Gendered and Sexualised Occidentalism*, Cultural Studies Review, vol.19 n.2, 2013.

<sup>38</sup> HALL, *Representation...*, Cit., p.258

<sup>39</sup> BARKER, *Television...*, Cit., p.80

colore nei telegiornali o vedere apparire persone di colore in pubblicità che non li dipingano in una maniera stereotipata e negativa contribuiscono all'idea che il razzismo non esista negli USA. In Giappone tali meccanismi sono tuttora in atto e vedono gli stranieri essere parte attiva di molti programmi e pubblicità sottolineando in maniera indiretta la loro diversità, ma oscurando le discriminazioni nei loro confronti. Si prenderà ora ad esempio una pubblicità del AC Japan<sup>40</sup> in vista delle olimpiadi del 2020 e del conseguente afflusso turistico previsto la quale fa parte della campagna pubblicitaria “mitomeau koto ga chikara ni naru” tradotta nella stessa come “Mutal respect creates strenght”. Questa pubblicità vede come protagonisti degli stranieri che vivono in Giappone e che si dedicano a portare avanti delle tradizioni giapponesi quali il *rakugo*, *taiko* e lacca giapponese e che ne parlano con grande passione affermando che queste tradizioni possono abbattere le barriere culturali. Si vede quindi un pubblico interamente giapponese che ride alle battute del comico, l'artista che discute delle sue creazioni con una donna giapponese e il percussionista che insieme ad altri stranieri e giapponesi prepara gli strumenti per la performance. L'immagine che questa pubblicità (interamente in giapponese ma sottotitolata in inglese) vuole proporre rientra nei processi sopra descritti e vuole dare l'immagine di un Giappone multiculturale implicando che vi siano persone straniere che rispettano la cultura giapponese e pensano al futuro della loro tradizione, ignorando così quale sia la vera ricezione di questi individui nella società giapponese e tutte le meccaniche in atto qui descritte nell'introduzione.

Si tiene però a precisare che gli “stranieri” che figurano in questa “pubblicità progresso” sono inoltre tutti visibilmente “occidentali”, nel senso in cui sono “bianchi caucasici”. Questo fa parte di una serie di informazioni sbagliate sugli stranieri in Giappone che non considerano la presenza di altri *gaijin* provenienti dall'asia e dall'afrika che invece sono presenti in gran numero nel territorio giapponese, soprattutto se si pensa che la maggior parte dei residenti speciali sia composto da coreani, cinesi, vietnamiti e filippini<sup>41</sup>.

---

<sup>40</sup> AC Japan, AC ジャパン (AC Japan) “advertising council Japan”, link: <https://www.ad-c.or.jp/index.html>

<sup>41</sup> Hōmusho, 法務省 (Hōmusho) “Ministero della giustizia giapponese”, link: [http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04\\_00081.html](http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04_00081.html)

# Capitolo 2: Metodologia

Adesso che sono stati chiariti i dubbi sulle teorie, ci si concentrerà sullo spiegare il metodo impiegato per analizzare le serie nel loro complesso e i singoli episodi. Prima di riportare i risultati, è doveroso esporre in maniera accurata come si è proceduti nello scomporre e decodificare il “testo”, quali elementi sono stati considerati e con quali criteri è stato analizzato ogni episodio. Nell’analizzare i prodotti televisivi all’interno di questo studio, si è deciso di trattare ogni singolo episodio come un “testo”, il quale possiede i suoi particolari stili di narrativa e i suoi espedienti tecnici per metterli in atto. Gli stessi metodi di analisi testuale che possono essere applicati a un libro e ad un’immagine, sono applicabili anche al contesto dei film e più in generale a quello dei prodotti audiovisivi, che attraverso le immagini, il sonoro e il montaggio riescono a trasmettere un messaggio<sup>1</sup>. Oggi è importante riconoscere alla televisione lo status di testo, che all’interno di un sistema culturale complesso, esplicita i valori delle culture dominanti e subordinate<sup>2</sup>.

Dopo un piccolo paragone con i metodi e i casi tenuti in considerazione da altri studi in materia, usando le teorie del capitolo precedente si cercherà di spiegare in quale modo esse verranno applicate al caso di un testo audiovisivo e in particolare al contesto dei tre programmi campione. Si proverà quindi ad: identificare i segni all’interno di ogni episodio in modo tale da decodificarli e interpretare quale significato gli venga attribuito, andare a osservare come il discorso si evolva all’interno della serie e infine ad analizzare quale sia il lavoro della rappresentazione all’interno dei suddetti programmi.

## 1. Ricerche simili

Nella stessa direzione di questo studio sono state condotte una serie di altre ricerche che hanno affrontato la tematica della rappresentazione degli stranieri e delle minoranze all’interno di un determinato paese in maniera simile. In Giappone molte, come la ricerca di Michael Prieler<sup>3</sup>, si sono concentrate sul sistema pubblicitario, il quale è il secondo più grande al mondo e di cui la televisione ne occupa un terzo<sup>4</sup>, che fa un ampio uso degli stranieri. Altri, come Shigeru

---

<sup>1</sup> KRESS Gunther e VAN LEEUWEN Theo, *Reading Images: The grammar of visual design*, London and New York, Routledge, 2006 ch.4 pp.258-265

<sup>2</sup> SILVERSTONE, *Television...*, Cit., p.139

<sup>3</sup> PRIELER, Micheal, *Othering, Racial Hierarchies, and Identity Construction in Japanese Television Advertising*, in *International Journal of Cultural Studies*, 13(5): pp.511-529, 2010

<sup>4</sup> SALVAGGIO, *The Talking...*, Cit., p.4

Hagiwara<sup>5</sup>, hanno fatto un'analisi più ampia, cercando di includere anche i programmi stranieri trasmessi sugli emittenti televisivi giapponesi. Alcuni invece hanno dato importanza alle minoranze invisibili come i nikkeijin<sup>6</sup>.

Ognuna di queste ricerche ha dato un grande contributo agli studi sull'immagine dei non-giapponesi nei media, e in particolare nella televisione. Tuttavia, sono in poche che trattano direttamente il tema dei programmi televisivi prodotti in Giappone e la rappresentazione strumentalizzata degli stranieri. Da questo punto di vista lo studio delle pubblicità di Salvaggio si avvicina molto per metodo e obiettivi a questo elaborato, concentrandosi però sulla psicoanalisi dei personaggi fittizi creati all'interno delle suddette<sup>7</sup>. Suzuki Satoko, nella sua opera, decide invece di concentrare il suo studio su un unico caso e sul ruolo che la lingua giapponese ha nel dare un'immagine di questi individui<sup>8</sup>. Quella che invece si dedica ad uno studio simile a quello svolto in questo elaborato è invece Alexandra Hambleton, che si dedica, attraverso un'analisi scena per scena e delle interviste condotte ai partecipanti, a smascherare i meccanismi di rappresentazione dell'altro all'interno di due talk show giapponesi<sup>9</sup> in cui è previsto un confronto di idee tra giapponesi e stranieri.

A differenza di questi precedenti studi, questo elaborato, si pone l'obiettivo di analizzare la tematica della rappresentazione degli stranieri, dal punto di vista di tre programmi che si propongono di non presentare nessun copione e il cui formato simile a quello di un documentario dà l'impressione di veridicità allo spettatore. Al contrario delle pubblicità, dei talk show, delle news, soap opere ed altro, questi programmi senza copione tendono a seguire un intreccio non definito che da un più ampio margine agli eventi e alle azioni da essi descritte. Questo rende inoltre necessario tenere conto di altri fattori quali la presenza di narratori e commentatori, di giapponesi non scritturati dal programma, il punto di vista della telecamera, l'interpretazione di pratiche sociali e molti altri. Tutti questi elementi contribuiscono a creare un'immagine molto più completa e dettagliata degli stranieri che, negli altri casi precedentemente descritti, potrebbe limitarsi alla dimensione dello studio televisivo. Qui invece vi sono degli individui che si mostrano indubbiamente più umani e si trovano all'interno di

---

<sup>5</sup> HAGIWARA, Shigeru, *Japanese television as a window on other cultures*, in *Japanese Psychological Research*, Vol.40, No. 4, pp. 221–233 1998

<sup>6</sup> TSUDA, Takeyuki, *Domesticating the Immigrant Other: Japanese Media Images of Nikkeijin Return Migrants*, in *Ethnology*, Vol. 42, No. 4, pp. 289-30, 2003

<sup>7</sup> SALVAGGIO, Eryk, *The Talking Dog: Representations of Self and Others* in *Japanese Advertising*, London: Media@LSE, 2015.

<sup>8</sup> SUZUKI, Satoko, *Nationalism Lite? The Commodification of Non-Japanese Speech in Japanese Media*, in *Japanese Language and Literature*, Vol. 49, No. 2, 2015 pp. 509-529 <https://www.jstor.org/stable/24615149>

<sup>9</sup> HAMBLETON, Alexandra, *Reinforcing identities? Non-Japanese residents, television and cultural nationalism in Japan*, *Contemporary Japan* 23: 27-47, 2011

contesti “giapponesi”: camminano per le strade delle città, entrano in case e negozi... invadono insomma gli spazi della realtà giapponese, il che li rende metaforicamente più vicini allo spettatore.

## 2. Uno studio qualitativo di programmi televisivi

Vi sono vari metodi per approcciarsi allo studio dei media, e in questo caso specifico al modo della televisione, come quelli che si concentrano sugli aspetti ideologici di essa, dove si ricerca in che modo i media siano utilizzati da chi detiene il potere per creare consenso<sup>10</sup>, o su quelli culturali in cui particolare attenzione viene data al modo in cui cambia l'interpretazione del “testo” dei media a seconda di fattori quali ad esempio età, genere e classe sociale<sup>11</sup>, e quelli strutturali che si concentrano sulla semiotica<sup>12</sup>. In questo caso si andrà a coinvolgere l'ultimo di questi metodi, ovvero si considererà il contenuto degli episodi presi a campione come se fossero dei testi da decodificare e in cui ogni singolo elemento rappresenta un segno che trasmette un messaggio. Per condurre questo studio principalmente qualitativo, vi si concentrerà sul livello “micro” dell'analisi testuale facendo riferimento in particolare ai metodi di analisi multimodale di Gunther Kress e Theo Van Leeuwen<sup>13</sup>.

Con “micro” ci si riferisce allo studio attento di elementi specifici all'interno del testo che è possibile identificare tramite un'accurata “lettura” e decodifica del testo<sup>14</sup>. Vi sarà infatti bisogno di analizzare qual è il ruolo che ognuno di questi piccoli segni svolge all'interno della narrazione, e per fare ciò si andrà quindi a parlare nel dettaglio di questi elementi semiotici che vanno a comporre parte del “codice” con cui si avrà a che fare per leggere i questi programmi televisivi.

### 2.1. Immagini in movimento

È importante considerare un aspetto che, ad una prima occhiata, potrebbe sfuggire agli occhi dell'audience, ovvero il modo in cui la telecamera ritrae la scena per comunicare uno specifico

---

<sup>10</sup> CHOMSKY, Noam, *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda*, New York, Seven Stories, 2002

<sup>11</sup> MC DOUGALL, Julian, *Media studies: The Basics*, London and New York, Routledge 2012, pg.17

<sup>12</sup> Ibidem, pg.18

<sup>13</sup> Si Farà riferimento a “KRESS, Gunther, *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*, London and New York, Routledge, 2010” e “KRESS Gunther and VAN LEEUWEN Theo, *Reading Images: The grammar of visual design*, London and New York, Routledge, 2006” Per quanto riguarda il metodo d'analisi multimodale e a “VAN LEEUWEN, Theo, *Discourse and practice: New Tools for critical discourse analysis*, Oxford, Oxford University press, 2008” per quanto riguarda il metodo di applicazione del discorso all'interno di un testo.

<sup>14</sup> MC DOUGALL, *Media studies...*, Cit., p.34



significato e in che posizione mette lo spettatore rispetto agli eventi della narrazione. Secondo Julian McDougall, il motivo per cui questi dettagli riguardo la telecamera e i suoi movimenti per ritrarre la storia appaiono naturali, è che nel tempo si è arrivati ad accettarli come convenzionali<sup>15</sup>, e quindi necessario per un'attenta lettura comprendere a fondo le convenzioni del testo mediatico e fino a che punto un particolare testo rinforzi o sovverta tali convenzioni<sup>16</sup>.

Una parte fondamentale della rappresentazione dell'altro sta proprio nella relazione tra le immagini di lui che vengono fornite e soprattutto dal punto di vista da cui vengono proposte. Il focus della telecamera dice molto su quale sia il centro dell'azione, sulla collocazione dello spettatore all'interno della narrazione e dei sentimenti che vogliono essere trasmessi in un determinato momento. Rintracciare questi elementi spaziali significa rintracciare il percorso dell'azione, nonché il filo logico dietro il discorso che si vuole creare.

## **2.2. Montaggio**

La parte però più importante e nascosta di questo processo è sicuramente l'editing:

“The meaning of moving images often resides in the connections and relations between shots, rather than in separate shots themselves. Editing helps to convey meaning through the manipulation of time and space.”<sup>17</sup>

Questo processo, attraverso la manipolazione del testo riesce a creare una narrazione ben precisa che può dare più spessore a determinati soggetti piuttosto che ad altri, rendere un'azione più o meno drammatica, eliminare parti ritenute superflue e molto altro. Spesso sono proprio questi dettagli che possono dire molto su quale sia il significato che si trova dietro un testo e permetto di ottenere informazioni che possono essere estrapolate tramite l'analisi di ciò che viene invece escluso dalla scena.

Il montaggio non è altro che parte di un più grande processo di costruzione dell'episodio che ne costituisce l'ossatura e racchiude al suo interno l'essenza del programma stesso, un processo nascosto agli occhi dello spettatore che però ne modifica necessariamente la ricezione del contenuto. È proprio questa sua natura invisibile ad occhi esterni che rende difficile analizzarlo senza avere un riscontro dall'interno, tuttavia quello che può essere ritrovato all'interno del montaggio sono tracce di questo processo.

---

<sup>15</sup> Ne sono un esempio i primi piani, i grandangoli e altre tecniche che servono a utilizzare la telecamera per dare un'accezione particolare alla scena, che sia essa più drammatica o divertente.

<sup>16</sup> MC DOUGALL, *Media studies...*, Cit., p.41

<sup>17</sup> *Ibidem*

### **2.3. Suono**

Un'altra componente che può facilmente cambiare il punto di vista dello spettatore riguardo una scena è sicuramente l'insieme delle musiche dei suoni che vengono aggiunti alla narrazione per renderla più simbolica ed espressiva. Le musiche e i suoni introdotti possono rendere una scena comica, come delle risate di sottofondo, possono renderla tesa, come un'incalzante musica prodotta da un violino, oppure possono semplicemente enfatizzare alcune azioni o concetti.

Nonostante i programmi presi in esame ricordino molto la formula del documentario, le scelte nel comparto del suono giocano comunque un ruolo principale nel creare un'ambiente familiare e nel trasmettere allo spettatore stimoli precisi in determinati momenti, arrivando anche a dare un senso del tutto nuovo alla scena.

Anche i toni delle voci ci dicono molto, soprattutto nella scelta di doppiare in giapponese gli stranieri e di dare alla loro voce un tono specifico, oppure nei commenti dei narratori che non sempre mantengono un tono di voce imparziale.

### **2.4. Narrazione**

L'aspetto su cui ci si contrerà maggiormente è proprio quello della narrazione che avviene all'interno del testo e che coinvolge sia i protagonisti della storia che narrano attraverso le loro azioni e la loro voce, sia lo staff dei programmi che offre commenti e delucidazioni in merito alle suddette azioni e parole. Nell'analisi della rappresentazione dei non-giapponesi, è forse questo l'elemento che dà più informazioni riguardo a quale sia l'idea che traspare, quali siano gli stereotipi e come vengono trattati nel contesto di questi programmi.

Oltre alle parole dette dai giapponesi e gli atteggiamenti con cui si rivolgono agli stranieri, sono forse le testimonianze di questi ultimi a rendere ancora più ricchi i risultati di questa analisi. Parole che come si vedrà non dovrebbero essere parte di un copione ma soltanto espressione di normali e innocenti conversazioni avute all'interno del periodo di riprese del programma, e che quindi rappresentano una forma più immediata di rappresentazione.

## **3. Pratiche sociali e televisione**

È stato ampiamente spiegato come la televisione svolga una funzione simile a quello di uno specchio che attraverso i suoi programmi porta, sul suo schermo e direttamente nelle case dei telespettatori, un'immagine mediata della società che li produce. Questo quindi include non

soltanto delle immagini statiche di oggetti o persone, ma traspone al suo interno anche un insieme di pratiche sociali ben distinte accennate nel paragrafo quattro del capitolo precedente.

È bene concentrarsi ora a spiegare quali sono nel dettaglio le parti di queste pratiche sociali che verranno tenute in conto durante l'analisi, e come esse si applicano a questo caso. È infatti necessario capire quale sia il legame che si interpone tra queste pratiche sociali, il contesto culturale giapponese e la rappresentazione degli stranieri.

### **3.1. Partecipanti**

Si devono in primo luogo identificare chi siano i partecipanti nella creazione e messa in moto di una determinata pratica sociale, che andranno ognuno a rivestire un ruolo ben preciso. In questo caso vi saranno i personaggi che compariranno nell'episodio, come ad esempio i protagonisti, narratori e presentatori e altri partecipanti dell'azione che invece si trovano all'infuori del testo che però sono coinvolti nella realizzazione e distribuzione del programma, come lo sono i produttori, la casa produttrice, il canale su cui viene trasmesso e molti altri. Si deve infatti ricordare che l'insieme delle pratiche sociali non si crea con il semplice testo, ma al contrario è dato dal suo rapporto con il contesto che esiste in grande parte all'esterno della narrazione<sup>18</sup>.

### **3.2. Azioni**

Stando a Van Leeuwen la parte centrale di ogni pratica sociale è composta da una serie di azione svolte in sequenza, che possono essere predeterminate ad un certo livello, possono dare la possibilità di scelta o togliere libertà ai partecipanti limitando così il ruolo che uno o più di essi possono svolgere<sup>19</sup>. In un programma televisivo, molte di queste saranno predeterminate da un copione o saranno comunque limitate dal montaggio finale.

### **3.3. Modelli di performance**

All'interno delle pratiche sociali vi sono una serie di modelli comportamentali su come dovrebbe essere messa in atto, ovvero una serie di azioni che devo prendere atto in un determinato momento e un determinato luogo<sup>20</sup>. Quando le convenzioni e i modelli sociali differiscono, come nel caso delle serie campione, è molto più facile notare come un contesto socioculturale diverso porti a non avere le stesse concezioni di come l'azione debba essere svolta portando quindi ad eventuali malintesi che rinforzano la natura altera dei partecipanti.

---

<sup>18</sup> VAN LEEUWEN, *Discourse...*, Cit., p.8

<sup>19</sup> Ibidem

<sup>20</sup> Ibidem, p.10

### **3.4. Criteri di selezione**

Ognuno dei partecipanti all'azione deve necessariamente soddisfare determinati criteri di selezione per poter recitare uno specifico ruolo all'interno di una pratica sociale<sup>21</sup>. Ad esempio, per recitare il ruolo del cuoco giapponese è necessario che il partecipante rispetti in primo luogo le qualifiche che la professione richiede e che in secondo luogo appartenga a quel gruppo descritto nel capitolo precedente dei giapponesi. Ogni ruolo quindi potrà essere interpretato soltanto da una persona che rispetta perfettamente le caratteristiche richieste. Tuttavia, va tenuto in conto che all'interno del mondo della televisione non tutto è come sembra, ma al contrario ci si potrebbe trovare di fronte ad alcuni casi in cui un ruolo viene imposto ad un determinato partecipante dell'azione attraverso delle semplici e pure pratiche di rappresentazione messe in atto dalle scelte nel montaggio, dando così a certi personaggi un ruolo sociale che meglio si adatti all'immagine che si vuole trasmettere.

### **3.5. Stile della presentazione**

All'interno di ogni pratica sociale vi è un determinato contesto che richiede un certo modo di presentarsi a partire dal proprio comportamento per arrivare ad un vero e proprio dress code. Il modo in cui una persona che prende parte a queste pratiche sociali si presenta dice molto sull'immagine che si vuole trasmettere agli altri e rappresentano un elemento fondamentale nella formazione di una prima idea su quale possa essere la natura di quell'individuo e quale sia il suo atteggiamento nei confronti delle suddette pratiche. Ad esempio, per partecipare ad alcuni specifici tipi di *matsuri* in Giappone è necessario vestirsi in una determinata maniera mantenendo uno specifico atteggiamento e, per uno straniero, un singolo errore nella fase di preparazione può dimostrare un fallimento nell'integrarsi in questo determinato contesto sociale.

### **3.6. Luogo e tempo**

Un altro elemento che non può essere ignorato in questa analisi è la dimensione spaziotemporale, in quanto ogni pratica sociale ha delle determinate coordinate che vanno rispettate perché possa avere luogo. In particolare, sarà lo spazio a giocare un ruolo principale nei programmi campione qui esaminati, soprattutto se considerato in relazione ai partecipanti dell'azione che assumono diverse connotazioni a seconda del posto in cui si trovano.

## **4. Ricontestualizzazione**

---

<sup>21</sup> VAN LEEUWEN, *Discourse...*, Cit., p.10

Il processo di ricontestualizzare si riferisce all'atto di prendere una pratica sociale e muoverla in un altro contesto diverso da quello precedente attraverso l'uso di un linguaggio specifico e/o tramite una serie di attività semiotiche che traslandola ne vanno a modificare il significato. Secondo Van Leeuwen questo non solo rende le pratiche sociali più o meno esplicite ma le fa passare attraverso il filtro delle pratiche nel quale vengono inserite<sup>22</sup>. Si deve quindi tenere presente che in questo processo vi è in atto una trasformazione che va in qualche modo a mediare il messaggio iniziale e lo può influenzare attraverso fenomeni di sostituzione, cancellazione, riarrangiamento dei contenuti e molto altro.

Infatti, nel ricontestualizzare può capitare che alcuni elementi presenti all'interno del testo originale vengano sostituiti con altri più comodi alla narrazione e che per legittimarne il discorso proposto, ne vengano non solo aggiunti ma anche eliminati nel caso in cui non vengano ritenuti necessari. In particolare, nel contesto dei programmi televisivi e nelle meccaniche del montaggio, è vitale tenere conto del riarrangiamento degli spezzoni del girato che permettono di collocare una parte del testo filmografico in qualsiasi punto della narrazione dandogli un valore diverso a seconda dello specifico momento in cui viene collocato. L'operazione che si vuole mettere in atto è quella di mantenere l'attenzione dello spettatore fissa sull'episodio, creando una sequenza di eventi più incalzante e allo stesso tempo fornire argomentazioni valide che legittimano il contenuto dello stesso. Si pensi ad esempio a questo stesso elaborato (come d'altronde a qualsiasi altro testo accademico) che attinge a teorie prese da altri accademici per sviluppare il proprio discorso e dare senso al proprio messaggio utilizzando le fonti adatte allo scopo nel punto più congeniale del testo.

La legittimazione e di conseguenza la delegittimazione sono parti importanti del processo di rappresentazione delle pratiche sociali in cui la ricontestualizzazione assume un ruolo principale<sup>23</sup>. Vi sono molti modi in cui questa legittimazione prende forma. Ad esempio, un certo concetto riguardo il rapporto degli stranieri con la cultura giapponese può essere legittimato da un montaggio del girato tale per cui tramite lo spostamento di alcune parti in determinati punti, l'eliminazione degli elementi a sfavore della tesi, l'aggiunta di alcuni commenti, la ripetizione di determinati concetti e altri elementi si può creare un testo a favore di quella determinata immagine, corretta o meno che sia.

Inoltre, ricontestualizzare può anche portare a un processo di valutazione che si limita ad esprimere giudizi, positivi o negativi che siano. Per quanto in qualche modo sia legato al

---

<sup>22</sup> VAN LEEUWEN, *Discourse...*, Cit., p.12

<sup>23</sup> *Ibidem*, p.20

legittimare, valutare si potrebbe avvicinare di più al concetto di commento per cui un individuo dà la sua semplice opinione senza cercare un'ulteriore legittimazione.

## 5. L'analisi dei tre programmi

Dopo aver spiegato come funzionano gli espedienti del testo audiovisivo e le pratiche sociali da esso rappresentate, è arrivato il momento di scendere nei particolari di questa analisi.

I tre programmi selezionati verranno in un primo momento analizzati singolarmente come se fossero dei testi a sé stanti, utilizzando le teorie precedentemente introdotte. Per quanto siano stati analizzati più episodi, sono stati selezionati imparzialmente<sup>24</sup> degli episodi campione per “YOU Wa nani shi ni Nippon e?” e “Sekai! Nippon ikitai hito ōendan<sup>25</sup>”, mentre per “Terrace House: Tōkyō 2019-2020” sono stati portati come esempio tutti gli episodi in cui compariva l'unico<sup>26</sup> straniero del programma. Si è deciso di non concentrarsi su telegiornali o programmi di news e politica, già presi come campione per altri studi, ma al contrario si è preferito prendere in esame dei semplici programmi di intrattenimento, che si suppone siano stati creati al solo scopo di sviluppare un prodotto interessante e fruibile al pubblico che ne rispetti i gusti. Si è deciso quindi di evitare altri programmi come “Cool Japan” e altri della NHK che hanno più una fama di essere programmi su emittenti di stampo nazionalista<sup>27</sup> e su cui sono già stati fatti altri studi<sup>28</sup>.

Ogni episodio è stato preso singolarmente e scomposto in scene per essere analizzato. Si è quindi visto come in ognuna di esse si decidesse di rappresentare gli stranieri tenendo conto del format specifico di ogni programma, della scelta di dove posizionare la telecamera, delle musiche ed eventuali effetti sonori, della narrazione e in particolare delle conversazioni tra personaggi. Sono stati inoltre considerati due espedienti tipici della televisione giapponese e che sono raramente visti in altri paesi: la prima è quella della piccola finestra che mostra le reazioni delle persone in studio a un video preregistrato e la seconda dello “screen drop”

---

<sup>24</sup> Si è quindi evitato di selezionare intenzionalmente episodi in cui emergeva un'immagine particolarmente stereotipata degli stranieri e sono stati invece selezionati degli episodi in un determinato lasso di tempo, senza fare discriminazioni di contenuto.

<sup>25</sup> Traducibile come “Mondo! La tifoseria delle persone che vogliono andare in Giappone”

<sup>26</sup> In realtà si osserverà che più avanti nello stesso programma verranno introdotti altri stranieri.

<sup>27</sup> YOSHIMI, *Television...*, Cit., p.460

<sup>28</sup> HAMBLETON, Alexandra, *Reinforcing identities? Non-Japanese residents, television and cultural nationalism in Japan*, *Contemporary Japan* 23: 27-47, 2011

(*teroppu*) che prevede l'aggiunta di scritte in sovraimpressione, effetti grafici e altro per enfatizzare quello che viene detto<sup>29</sup>.

Per quanto queste tecniche non siano state sempre impiegate, la presenza di presentatori/commentatori in studio, si è rivelata essere importante per la rappresentazione degli stranieri. Verrà quindi posta molta attenzione anche a quello che lo staff del programma fa e dice per influenzare in qualche modo l'opinione dello spettatore, e più in generale per guidare la narrazione dell'episodio in una determinata maniera.

Successivamente all'analisi delle singole scene si è passati a rielaborare il contenuto tenendo conto del contesto di tutto l'episodio, andando quindi a identificare eventuali pattern, non solo nelle rappresentazioni degli stranieri, ma anche nei metodi utilizzati dai singoli programmi per dare spessore al loro discorso. Piuttosto che andare a tenere conto di singoli momenti all'interno di ogni episodio, si è cercato di capire quale fosse il legame tra di essi per provare a vedere se ci fossero delle intenzioni ben precise dietro ogni metodo di rappresentazione. Per fare ciò è stato necessario analizzare anche gli episodi in relazione uno con l'altro, così da ottenere infine un quadro abbastanza chiaro di quella che è l'immagine che il programma vuole attribuire agli stranieri in generale.

Questi programmi hanno prima di tutto selezionato le persone che appaiono al loro interno, come hanno anche deciso cosa mandare in onda e cosa invece eliminare. La prima parte di quella che sarà l'immagine finale di questi individui, viene infatti determinata ancora prima che l'episodio sia disponibile al pubblico attraverso l'editing. Spesso non viene mostrato tutto ciò che fanno o dicono i gli stranieri, ma sono infatti evidenti i tagli di montaggio che fanno riflettere su cosa è stato tagliato dalla narrazione, e soprattutto chi è stato rimosso. Oltre che analizzare il programma si è deciso infatti di dedicare attenzione ai singoli individui selezionati per partecipare ai suddetti, tenendo conto di fattori come ad esempio la nazionalità oltre che ad aspetti più astratti come il carattere. Questo ha permesso di capire quali individui sono stati esclusi dalla selezione e quali invece rappresentano il volto dello straniero in Giappone.

Elaborato questo prospetto, si è passati ad un'analisi incrociata dei tre programmi. Per capire se certe rappresentazioni degli stranieri siano tipiche di un solo programma, oppure siano invece condivise, si è cercato di confrontarle tenendo conto della diversa natura di ognuno di essi. Oltre che alle scelte di regia nell'editing degli episodi è importante avere presente quale sia lo scopo di ogni programma, e quale sia il modo in cui vuole vendere il suo prodotto al pubblico, che sia

---

<sup>29</sup> HAMBLETON, Alexandra, *Reinforcing identities? Non-Japanese residents, television and cultural nationalism in Japan*, *Contemporary Japan* 23: 27-47, 2011

esso comico, serio o altro. Questo finisce inevitabilmente per incidere sulla rappresentazione dei suoi personaggi, che ad esempio verranno ridicolizzati se lo scopo è far ridere lo spettatore o gli si darà un valore più drammatico se l'obiettivo è quello di far commuovere il pubblico.



# Capitolo 3: Analisi

Avendo ora chiarificato quale sia l'obbiettivo di questa tesi e in che modo si andrà a perseguirlo, si andrà a vedere quello che compone il corpus principale di questa tesi, ovvero uno studio di alcuni programmi televisivi campione, che possono essere utili a rispondere a queste domande. Si procederà quindi ad esporre i risultati dell'analisi svolta tenendo conto delle teorie e dei metodi d'analisi del capitolo precedente.

Per l'analisi, sono stati scelti tre programmi televisivi giapponesi, in cui compaiono degli stranieri che si recano in Giappone per vari motivi, che sono: "YOU Wa nani shi ni Nippon e?", "Sekai! Nippon ikitai hito ōendan" e "Terrace House: Tōkyō 2019-2020". Di questi tre campioni, si parlerà meglio più avanti in questo capitolo quando si discuterà dell'analisi di ognuno di essi preso singolarmente e in relazione agli altri. Si ritiene invece che sia meglio cominciare spiegando nel dettaglio il perché di questa scelta di concentrarsi sull'analizzare dei programmi televisivi e su quali sono i vantaggi della suddetta.

Si ritiene infatti che attraverso questi programmi si possa ottenere un'immagine di come la televisione giapponese presenti al pubblico coloro i quali non sono visivamente considerabili come giapponesi, quindi, di coloro i quali sono identificabili come stranieri. Questo vale sia che essi vivano e lavorino in Giappone (possedendo in alcuni casi persino la cittadinanza) sia che essi si trovino lì in maniera temporanea come turisti.

Si vorrebbe fare notare che tali esempi non rappresentano un campione universale di come gli stranieri vengono trasposti nei programmi televisivi giapponesi, né rappresenta un'accurata immagine di come essi vengano visti nella vita di tutti i giorni da persone appartenenti a quel gruppo che si identifica come "giapponesi". Ciò nondimeno questi programmi possono comunque offrire una panoramica parziale, mediata attraverso le mani dei registi delle singole produzioni, di quale sia l'approccio generale del pubblico a queste minoranze visibili presenti sul territorio.

La scelta di limitarsi a questi campioni potrebbe essere considerata limitante ai fini della ricerca, ma non si vuole considerare questa analisi uno studio a 360° di come queste minoranze visibili vengano trattate nella vita di tutti i giorni, ma vuole bensì concentrarsi sull'analizzare questo piccolo caso di studio senza porsi l'obbiettivo irrealizzabile di dare un esatto prospetto della suddetta situazione.

Per questo vuole essere chiaro fin dall'inizio che la scelta di limitarsi ad analizzare la contemporaneità sia necessaria al fine di questa analisi e che concentrarsi sugli anni precedenti al 2019 possa non solo essere fuorviante, ma potrebbe portare a conclusioni che potrebbero non applicarsi ai giorni nostri, deragliando quindi dallo scopo di questa tesi. In questo anno infatti è stata approvata una nuova legge che prevede l'ammissione di stranieri come forza lavoro in vari ambiti, quali ad esempio l'agricoltura<sup>1</sup>, sono stati selezionati i volontari per le olimpiadi di cui il 36% degli oltre 200,000 partecipanti è composto da non giapponesi<sup>2</sup> e infine sia il numero dei visitatori stranieri in Giappone che dei viaggiatori oltremare giapponesi è aumentato<sup>3</sup>, segnando quindi un incremento nei contatti dei giapponesi con gli stranieri.

Si passerà ora all'analisi nel dettaglio dei tre programmi a cui verrà prima dedicata una sezione a testa in cui si discuterà di cosa trattano più nello specifico, concentrandosi in particolare sui momenti più significativi per questa analisi, i quali verranno commentati singolarmente. Successivamente, si passerà a una comparazione dei pattern e dei dati ottenuti dalle singole analisi alla ricerca di punti in comune o differenze tra come queste rappresentazioni prendono luogo in questi programmi e come vengono esposte al pubblico. Infine, verranno tratte le conclusioni di questo paragrafo e gli eventuali nuovi quesiti che scaturiranno da questa ricerca.

## **1. Programmi a confronto**

Si comincerà discutendo di come questi programmi funzionano. È necessario spiegare quali siano le differenze e le similitudini nel format delle serie, così da rendere più facile trovare eventuali similitudini nella rappresentazione degli stranieri, se vengano utilizzati luoghi comuni in tutti e tre i programmi e soprattutto quali sono le differenze di base nel trattare l'argomento. Per comodità questa parte dell'analisi verrà divisa in micro-gruppi che si riferiranno a parti specifiche della narrazione. Successivamente, nell'analisi dei singoli campioni, si esporranno nel dettaglio le caratteristiche dei programmi.

### **1.1. Il format**

---

<sup>1</sup> Kokusai keizai rōdō kenkyūjo, 国際経済労働研究所 インフォメーションセンター (Kokusai keizai rōdō kenkyūjo infomeeshon sentā) “Centro informazioni dell'istituto di ricerca sull'economia e il lavoro internazionale”, link: <http://www.iewri.or.jp/cms/archives/2019/03/20193.htm>

<sup>2</sup> Field Cast, sito volontari per le olimpiadi di Tokyo, link: <https://tokyo2020.org/jp/special/volunteer/news/notice/20190124-01.html>

<sup>3</sup> JINTO, JINTO Monthly Press Release, link: [https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press\\_releases/pdf/200117\\_monthly.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/200117_monthly.pdf)

Si inizierà esponendo il format dei programmi per fare luce su alcune importanti differenze strutturali ritenute fondamentali per capire sotto quali aspetti questi programmi sono diversi.

Si potrebbe per cominciare dividere in due gruppi i campioni, ovvero quello composto dai primi due che verranno presi in esame, “YOU Wa nani shi ni Nippon e?” e “Sekai! Nippon ikitai hito ōendan”, e quello da “Terrace House: Tōkyō 2019-2020”. Il secondo è infatti molto diverso dagli altri, ci trasporta in un’atmosfera intima di una casa a Tokyo dove, in un primo momento, l’unico straniero della casa monopolizza le attenzioni del pubblico. Avendolo sotto gli occhi per una più lunga serie di episodi, lo spettatore ha più tempo per conoscerlo e imparare molte cose su di lui e soprattutto sul suo carattere dando una visione più ampia del personaggio rispetto alle apparizioni fugaci che vi sono negli altri programmi. I primi due invece differiscono uno dall’altro nel modo di selezionare i soggetti che appaiono sul programma e soprattutto nel modo di far progredire la narrazione. Sekai! è molto meno naturale del suo fratello maggiore. Il fatto che il viaggio venga interamente organizzato dal programma e la presenza di molti mini-documentari al suo interno lo rendono in realtà un programma completamente diverso dall’altro.

Un’altra divisione che va fatta è quella del grado di comicità. Partendo da YOU e tenendo per ultimo Terrace House, vi sono dei modi molto diversi di affrontare le tematiche al loro interno. YOU, già dalla scelta del famoso duo comico “Bananaman” come presentatori, rende partecipi della sua scelta di deridere gli stranieri che appariranno nel programma, creando un certo tipo di aspettativa. Sekai! invece, mantiene una posizione più ambigua in cui ci si prende a volte gioco dei protagonisti, ma molte volte invece li si vede in momenti molto seri che mostrano la loro dedizione e didascalici in cui lo spettatore viene sommerso di informazioni su qualcosa di tipicamente giapponese. Infine, Terrace House che seppur presenta una parte comica/schietta nei momenti in cui i presentatori parlano dei membri della casa, per la maggior parte, il programma ha un’atmosfera idilliaca, in cui vediamo persone affascinanti interagire tra di loro, senza escludere anche momenti molto seri e significativi.

A questo punto, è bene tenere in conto anche le differenze tra i presentatori dei programmi che, come si vedrà, giocano un ruolo importante nel formare e trasformare l’immagine degli stranieri durante la loro performance. Difatti i Bananaman accompagnati dal narratore non mancano di alleggerire la pressione con commenti, anche inopportuni in alcuni casi, che rendono indubbiamente l’atmosfera più leggera e ridicolizzano in certi punti i poveri malcapitati. In Terrace House, il gruppo dei sei demiurghi in studio plasma molto spesso l’idea che si ha di un personaggio attraverso il ribadire ripetutamente la loro opinione su di esso. Tra i tre campioni,

è forse qui che l'immagine dei personaggi è molto più mediata dal programma e soprattutto dai suoi presentatori. Nonostante a differenza degli altri non appaiono perennemente sullo schermo, in quanto li si può vedere solo durante i momenti a loro dedicati, è qui che dal salotto in studio la loro visione essenzializzante entra nell'intimità dello spettatore e ne influenza il modo di pensare. Questa stessa forza, non si ritrova invece nello staff di Sekai! che si sente poco spesso commentare e risulta essere di un ruolo più marginale rispetto a quello degli altri programmi.

Infine, una menzione va sicuramente fatta alla scelta degli scenari che anche qui porta ad una divisione in due gruppi che questa volta lascia fuori YOU. Il programma in questo caso non decide (in teoria) nulla dei luoghi in cui andranno i protagonisti che vengono lasciate ampiamente alla volontà degli stranieri ivi partecipanti. Le altre due serie invece si preoccupano in primo luogo di creare un'atmosfera intima e familiare che porti lo spettatore all'interno delle realtà narrate. Sekai lo fa portandolo nelle case e nei luoghi di lavoro degli esperti che partecipano al programma, rappresentando una specie di grande famiglia che si dimostra strutturalmente uguale in tutti i casi. Terrace House lo fa invece inserendolo nella vita intima di un gruppo di coinquilini, principalmente all'interno della casa ma anche sui loro luoghi di lavoro e quelli di svago.

## **1.2. Aspetto visivo**

Nel capitolo precedente, è già stato fatto presente come nei processi di rappresentazione anche i segni visivi giocano un loro ruolo importante. In particolare, quando si va ad analizzare un testo filmico, oltre che alle immagini in sé stesse, è importante tenere in conto una serie di fattori quali il punto di vista dello spettatore e la posizione della videocamera. Nei due programmi i cui protagonisti sono dichiaratamente non-giapponesi, la telecamera pone lo spettatore in una posizione di opposizione rispetto agli stranieri e di identificazione con l'intervistatore giapponese. Nel caso di Sekai! tuttavia, va fatto un appunto speciale per le scene in cui si trovano a mostrare il "protagonista" intento ad apprendere delle conoscenze da parte di questi esperti e in quelle in cui si trovano tutti insieme a consumare un pasto. Nelle prime il punto di vista si trova in una posizione mediana, dove si possono osservare bene le espressioni degli stranieri ma allo stesso tempo virtualmente accanto ad essi per apprendere la conoscenza che gli viene somministrata. Nelle seconde lo spettatore si trova in mezzo all'azione, diventando di conseguenza parte dell'ambiente familiare che si viene a creare. In Terrace House le inquadrature sono strutturate per far sentire lo spettatore il 7° coinquilino e per risaltare le emozioni dei partecipanti, in modo tale da creare un senso di empatia nonostante la dimensione dello schermo a separarli.

### **1.3. Sonoro**

Le musiche e i suoni di accompagnamento presenti in ogni episodio danno un tocco in più alla narrazione che ne risulta molto più enfaticata. In tutti e tre i programmi, le musiche fanno da sfondo all'azione e molte volte la plasmano secondo le loro note. Si vedrà come in tutti e tre i programmi, e soprattutto in Terrace House che fa molta più pressione degli altri sui sentimenti, il sonoro viene impiegato per dare un significato specifico ad una determinata scena, rendendola ad esempio triste, commovente o scherzosa. Ma ovviamente non si limita solo a questo. Nelle prime due serie prese in analisi il suono si traduce anche nello stile di parlata del narratore di YOU e nelle scelte di doppiare gli stranieri che non parlano giapponese in Sekai!. come si noterà nelle due serie, il narratore rende tutto più comico e meno serio con il suo peculiare tono di voce, mentre i doppiatori enfaticano quello che viene detto dai protagonisti trasformandone necessariamente l'immagine che abbiamo di loro in qualcosa di più esuberante. Terrace House invece ripudia l'uso di effetti sonori e mantiene la sua linea politica per la quale vengono scelte canzoni molto estetiche che sono puntualmente caricate sul sito.

### **1.4. Narrazione**

Anche gli stili di narrazione dei tre risultano essere molto diversi nel modo di approcciarsi alla storia dell'episodio in generale e più in particolare al loro modo di trasportare gli stranieri. I primi due seguono lo stile dell'intervista/documentario che si sviluppa attraverso delle domande che lo staff del programma pone ai partecipanti e attraverso delle parti in cui si seguono semplicemente le loro vicende. Alla base di questo documentario vi è la voce di un narratore e di alcuni commentatori in studio che introducono e raccontano allo spettatore alcuni degli eventi dal loro punto di vista. Questo dà vita ad una progressione degli eventi abbastanza lineare che porta ad avere in ogni episodio quasi sempre la stessa struttura, rendendo il programma molto immediato e di facile ricezione. A parte alcuni fatti che vengono narrati a posteriori, utilizzando anche foto in alcuni casi, tutto ciò che viene presentato è semplicemente dovuto alle azioni dei protagonisti e delle persone che interagiscono con loro (escluse ovviamente quelle che potrebbero essere le interferenze del programma stesso). Terrace House invece, segue più la linea del reality show a cui indubbiamente appartiene. La progressione temporale della storia è ben scandita, viene sempre mostrato in quale settimana e a quale ora del giorno si svolgono le vicende, e non vi è la presenza di un narratore che interrompe la fruizione dell'episodio. Tuttavia, vi sono comunque in generale tre momenti in cui si hanno delle intrusioni da parte dello studio, che stoppano le immagini della settimana per dare una loro interpretazione dei fatti. Certe volte cominciano a parlare anche di eventi del passato, aprendo così piccole parentesi su eventi ormai conclusi.

## **1.5. I partecipanti**

Ognuno dei tre programmi possiede criteri di selezione dei partecipanti diversi, ma al tempo stesso simili nel voler proporre un certo modello di straniero.

YOU, si basa molto sulle differenze con i giapponesi come primo metodo di selezione. I protagonisti sono in primo luogo diversi per aspetto, in quanto come vedremo possiedono un fenotipo diverso da quello giapponese e si trovano ad avere acconciature o vestiti inusuali. In secondo luogo, sono inoltre diversi da un punto di vista che potremmo definire “ideologico”, in quanto vengono rappresentati con degli atteggiamenti e dei modi di pensare che non propriamente possono essere attribuiti a dei giapponesi, come ad esempio lo sarà la mancanza di responsabilità dell’uomo australiano che ha deciso di girare il mondo senza contattare la sua famiglia per due anni.

Sekai! si preoccupa in primo luogo che gli stranieri non siano mai stati in Giappone, o per lo meno così dice il programma, e poi che vogliano fare un’esperienza in particolare. Ognuno dei soggetti scelti, viene selezionato per la sua grande passione verso un determinato aspetto della cultura giapponese che renderà necessario trasmettergli la conoscenza necessaria per poterlo apprezzare al meglio e in molti casi per migliorare la propria tecnica. Anche in questo caso la differenza fisica è importante come nel precedente, l’unico punto non in comune è che qui gli stranieri devono condividere con i loro maestri la virtù della perseveranza e della dedizione.

In Terrace House, i personaggi devono vivere una vita fuori dal comune, che siano attori, artisti, wrestler o fumettisti e soprattutto essere single e di bella presenza. L’estetica gioca infatti un ruolo importante in un programma in cui si dà molta importanza alle relazioni sentimentali al suo interno. Non stupisce qui che il primo straniero ad essere introdotto nel programma sia infatti un italiano, visto che in Giappone si tende ad associare la figura degli italiani con quella del famoso latin-lover Girolamo Panzetta<sup>4</sup>.

## **2. YOU Wa nani shi ni Nippon e ?**

Il primo dei tre campioni che verrà preso in esame è “You Wa nani shi ni Nippon e?”. Programma puramente comico che viene attualmente trasmesso su “TV Tokyo” e nato nel 2013. Diretto dal duo di artisti comici giapponesi “Bananaman” che si trovano nei due angoli dello schermo (tramite la già citata tecnica dello screen drop), segue le vicende e i viaggi di alcuni

---

<sup>4</sup> Famoso showman di nazionalità italiana in Giappone.

“YOU” (così vengono chiamati tutti gli stranieri durante questo programma) sul territorio giapponese. I singoli episodi durano poco più di un’ora escluse le pubblicità.

Il format prevede che un intervistatore giapponese, affiancato da un interprete di lingua inglese, si diriga in un aeroporto internazionale (fatta eccezione per alcuni episodi in cui si spostano in aeroporti nazionali, porti, eventi e altro), alla ricerca di alcuni stranieri, per porgli qualche domanda. Identificato qualcuno di visibilmente non giapponese, si precipita ad intervistarlo e, dopo una prima parte di scrematura dei candidati in cui presentano alcune interviste a stranieri che si trovano in Giappone per motivi particolari, l’intervistatore riesce a trovare qualcuno disposto ad essere seguito durante la sua attività, gli chiede il permesso di seguirlo e filmarlo per la durata della suddetta. Finito di seguire un primo YOU, viene ripetuto lo stesso processo fino a trovare un secondo candidato, che occuperà la seconda metà del programma e si conclude solitamente con un piccolo commento o recap dei presentatori sulle vicende della puntata.

Gli “YOU” presenti in questo programma non sono necessariamente provenienti da paesi anglofoni, anzi vengono da tutte le parti del mondo (con una preponderanza di “bianchi”) e alcune volte sono persino persone che hanno un genitore giapponese (hāfu), hanno passato quasi tutta la loro vita in Giappone o che possiedono la cittadinanza giapponese, ma che comunque vengono intervistati e in alcuni casi persino seguiti. Molti di loro riescono a parlare ad un certo livello di giapponese, mentre altri che non parlano né quello né l’inglese, si trovano in difficoltà nel conversare con gli intervistatori.

Durante tutto il programma, oltre ai commenti dei due presentatori e sporadicamente quelli degli inviati, è sempre presente la voce di un narratore di origine nigeriana di nome Bobby Ologun, che commenta con tono di voce alquanto bizzarro tutte le azioni dei protagonisti esagerandone le vicende. Oltre a questi commenti verbali, appaiono sullo schermo, anche dei commenti scritti che servono ad enfatizzare le situazioni più importanti o che pongono l’attenzione su certi dettagli che il programma vuole che vengano notati.

Il motivo della scelta di questo programma è sicuramente dovuto in primo luogo alla sua longevità e conseguente popolarità di cui ha potuto godere fino ad oggi. La ragione di questo successo va forse ricollegata alla natura comica e colorata che presenta una grande varietà di persone in maniera informale, e lo rende quindi perfetto per questa indagine. Tramite questo programma è infatti facile comprendere quale sia la visione stereotipata che i programmi giapponesi danno degli stranieri, e come vedono la diversità che questi individui bizzarri, accuratamente selezionati dal programma, rappresentano.

## 2.1. Gli “YOU”

Come già detto, gli stranieri presentati in questo programma vengono denominati YOU e a parte qualche individuo sporadico nessuno di essi proviene dall’Asia. Quindi, quasi tutti presentano tratti somatici molto diversi da quelli giapponesi che li fanno risaltare all’interno dell’aeroporto dove gli intervistatori li avvicinano per porgli alcune domande. Principalmente, questi soggetti vengono dalle due Americhe, l’Europa e l’Australia e pur venendo in teoria selezionati casualmente dagli intervistatori, non tutti vengono mostrati dal programma. La “razzizzazione” all’interno del processo di creazione dell’altro prende infatti piede quando le differenze tra gli esseri umani vengono semplificate sopravvalutando particolari differenze fisiche attribuendo loro significato di importanza sociale, politica, culturale e altro<sup>5</sup>.

Questi soggetti risultano quindi a primo impatto già diversi agli occhi di uno spettatore giapponese che può sin da subito indentificarli come “*gaijin*” e per l’appunto YOU, termine che ne indica non solo una diversità fisica, ma anche linguistica e culturale. La parola ci collega infatti immediatamente all’inglese da cui è stata estrapolata e ci collega ad un mondo che principalmente nell’immaginario giapponese potrebbe equipararsi a quello americano, che quindi pone in primo luogo dei limiti linguistici e culturali ben delineati che tuttavia non possono identificare tutti gli stranieri presenti nel programma. Questo discorso viene quindi impiegato dal programma per rafforzare il senso di *uchi* del pubblico giapponese che trova nell’altro un metro di paragone nella formazione della propria identità<sup>6</sup>.

Come si può infatti osservare guardando gli episodi del programma e come si potrebbe notare dalla descrizione degli esempi precedentemente riportati, non sono pochi coloro i quali non vengono da paesi madrelingua inglesi e che anzi si trovano perfettamente a loro agio ad esprimersi in giapponese. Molti di loro hanno persino vissuto per anni in Giappone, possiedono in alcuni casi anche la cittadinanza, sono nati e cresciuti lì o sono per metà giapponesi. Non tutti gli YOU sono stranieri, seppur a causa del loro aspetto non rientrano nel gruppo di “giapponese” di cui si è parlato nell’introduzione, ma vengono comunque trattati come tali dal programma che continua ad intervistarli. Vengono nonostante ciò stigmatizzati da un termine stereotipato come YOU e ne soffrono le conseguenze.

Il cast del programma rinforza molto spesso questa appartenenza degli stranieri a questo gruppo di cui fanno parte tramite commenti generici sugli YOU, partendo dal presupposto che tutti abbiano uno stesso modo di comportarsi e pensare, etichettando come “uno strano YOU”

---

<sup>5</sup> DOMINGUEZ, *A Taste for...*, Cit., p.334

<sup>6</sup> PAINTER, *Japanese...*, Cit., P. 297



(*kawatta* YOU) quelli che non rientrano nello standard a cui fanno riferimento. La cosa che forse dà ancora più peso a questi commenti è che il narratore, che molto spesso con voce particolare ci racconta le azioni di questi soggetti in maniera esagerata, è egli stesso in qualche modo parte di questa categoria essendo un cittadino giapponese di origini nigeriane.

È bene notare che il programma non avrebbe sicuramente lo stesso interesse se ad essere protagonisti fossero dei semplici studenti o impiegati come se ne possono trovare in giro tutti i giorni, i quali non possiedono ragioni stravaganti per trovarsi in Giappone. Per questo vengono scelti soggetti a dir poco singolari che non fanno altro che rinforzare questa differenza ancora più del dovuto, in modo tale da rendere il prodotto più appetibile al pubblico nella logica per cui esso dovrà essere “consumato” dallo spettatore nel momento in cui decide di “acquistarlo”<sup>7</sup>. Queste persone sono venute in Giappone con uno scopo particolare, che viene a sua volta sottolineato dal programma che lo fa apparire ancora più unico, soprattutto nel caso dei due soggetti che vengono seguiti durante il viaggio e che sono al centro di vicende decisamente non ordinarie, le quali dovrebbero sviluppare l’interesse da parte dello spettatore.

Le musiche del programma, e più in generale la colonna sonora, servono come già detto a rendere i vari momenti del programma ancora più significativi. A volte sono tipici motivetti spensierati del programma, mentre altre volte sono musiche che si adattano agli stati d’animo degli YOU, mettendo particolare enfasi sui momenti felici e su quelli tristi. Molte sono inoltre le canzoni straniere che vengono utilizzate come sottofondo dei momenti “comici”, come quando si vedrà un uomo parlare della sua passione per lo *yakitori* accompagnato dalla canzone “Volare” (andando quindi a sminuire le sue conoscenze in maniera), o di quelli in cui i Bananaman prendono in giro<sup>8</sup> gli YOU. Questo sembrerebbe rientrare in quei meccanismi di potere che vedono i giapponesi in una posizione superiore rispetto agli stranieri, dove utilizzare questi effetti sonori serve a fare perdere autorità agli stranieri ridicolizzandoli.

Il lavoro più importante in questo processo di rappresentazione della figura dello YOU viene sicuramente svolto dal montaggio e dalla regia del programma che decidono in che maniera farlo apparire attraverso un’accurata selezione del filmato, l’aggiunta di scritte sullo schermo e precise scelte linguistiche. Come si può osservare dagli stacchi spesso presenti durante le interviste, non viene mostrato tutto quello che dicono o fanno, ma solo alcuni frammenti utili

---

<sup>7</sup> ADORNO, *The culture...*, Cit., p.85

<sup>8</sup> Più volte il duo comico fa delle battute sull’aspetto, tono di voce e pronuncia del giapponese, carattere e una lunga serie di altri aspetti e azioni compiute dagli stranieri, al solo scopo di ridere di loro e della loro stravaganza.

al programma, che nella parte principale dell'episodio, dove seguono uno YOU specifico, si tramuta in un'esclusione delle parti del viaggio ritenute poco utili alla narrazione.

Ciò che i programmi decidono di rappresentare importante tanto quanto le parti che vengono invece rimosse. Non vengono infatti mostrati quasi mai stranieri che vanno in Giappone per motivi semplici come studio o lavoro, a meno che non abbiano qualcosa di interessante da dire o mostrare che li renda più appetibili al pubblico. Si può infatti notare come sia poco interessante un programma che segue un *salaryman*, seppur straniero, durante il suo lavoro o uno studente mentre svolge le sue lezioni. Bisogna infatti ricordare che i produttori televisivi scovano cosa l'audience desideri sia consciamente che inconsciamente<sup>9</sup> creando prodotti che ne rispettino i gusti in quanto creati con lo scopo di essere consumati dalle masse<sup>10</sup>.

Lo scopo del programma non è infatti dare una rappresentazione veritiera della situazione degli stranieri che si dirigono in Giappone, ma sembrerebbe essere al contrario quello di trattare dei soggetti "esotici" agli occhi di uno spettatore non abituato a queste presenze, dando per scontato che tutti gli stranieri facciano parte di questo gruppo.

Il risultato finale di queste manipolazioni non è altro che una visione stereotipata di individui che si trovano tra l'immagine dello straniero americano incapace di comprendere la natura giapponese descritto da Befu<sup>11</sup> e quella dello straniero singolare in grado di attirare su di sé gli sguardi dei passanti. Ciò, li fa apparire simpatici e bizzarri di fronte alle telecamere, e difficilmente dà un'immagine direttamente negativa dei soggetti che vengono catturati dalle telecamere, se non con qualche piccola eccezione in pochi episodi. Generalmente però le persone che rispondo all'intervista sono ben disponibili nel raccontare la loro storia. Ma è forse soprattutto grazie alle due fasi di monitoraggio dell'attività degli YOU in Giappone che si possono ottenere informazioni più dettagliate su di loro, avendo così uno spettro più vario delle emozioni che provano avvicinandoli allo spettatore che è ben conscio della loro diversità, ma ne risulta comunque attratto.

Mostrando infatti *gaijin* che riescono a parlare bene giapponese il programma pare svelare agli spettatori che pensano di dover cercare di parlare in inglese per comunicare con uno straniero, come questo in realtà non sia vero e che in alcuni casi è possibile comunicare in giapponese abbattendo così le barriere linguistiche che potrebbero separare i due mondi. Molti di loro non solo sono in grado di comunicare ma si dimostrano esperti di vari aspetti del Giappone e della

---

<sup>9</sup> SUZUKI, *Nationalism...*, Cit., p.523

<sup>10</sup> ADORNO, *The culture...*, Cit., p.85

<sup>11</sup> Vedi BEFU, *Hegemony...*, pp.66-67

sua cultura, dimostrando così di volersi avvicinare in qualche modo alle usanze e alla gente del luogo. Il programma, pur ridicolizzando certe volte questi individui, pone in una luce positiva questa loro attitudine, dimostrando che superando i primi momenti di imbarazzo si può comunicare tranquillamente con questi individui all'apparenza bizzarri.

Al contrario la telecamera posiziona lo spettatore a debita distanza dagli YOU e tende invece a mostrare l'azione dalla prospettiva dell'intervistatore, portando così inevitabilmente l'immedesimazione con la componente giapponese del programma che spesso si trova ad essere allontanata da loro a causa del loro atteggiamento.

Ciò che questo programma fa percepire è quindi un'ambiguità e una visione distorta della figura degli stranieri che ogni giorno arrivano in Giappone. Ambigua, perché come si osserverà vi è un atteggiamento ambivalente nei loro confronti che li pone a volte in una luce positiva, o più semplicemente in maniera bizzarra ma simpatica, mentre a volte li fa sembrare talmente incompatibili da possedere dei valori opposti a quelli giapponesi facendoli apparire sotto una luce indubbiamente negativa. Distorta perché presenta solo degli specifici stranieri che non possono rappresentare tutte le persone del loro paese d'origine, ma che tuttavia arrivano inevitabilmente a rivestire il ruolo di ambasciatori della loro cultura. Queste visioni sia positive che negative, hanno valore ambivalente e non si escludono a vicende, ma possono coesistere nello stesso momento<sup>12</sup>. Inoltre, questi YOU, non appartengono a quei paesi dell'Asia che rappresentano la maggior parte degli stranieri presenti sul territorio<sup>13</sup>, mostrando quindi un'immagine diversa rispetto a quella che è la vera situazione demografica del paese.

## **2.2. Episodio 04 Novembre**

### **2.2.1. Sinossi**

Dopo il consueto scambio di battute dei Bananaman che accompagneranno lo spettatore per tutto l'episodio, ci si dirige all'aeroporto alla ricerca di YOU da intervistare. Dopo aver parlato con una donna irlandese con la passione per i pesci rossi, un bizzarro signore che assomiglia ad Einstein, un canadese su di giri che urla in aeroporto e molti altri, ricevono il permesso di seguire una coppia di mezz'età di canadesi che è arrivata in Giappone per andare a partecipare ad un torneo di hockey sul ghiaccio a Karuizawa<sup>14</sup>.

Arrivati lì, gli intervistatori, sono costretti a prendere un taxi per seguire la coppia che ha deciso di spostarsi in bicicletta finendo però per perdersi e non trovare l'hotel dove si svolge la

---

<sup>12</sup> BARKER, *Television...*, Cit., p.82

<sup>13</sup> v. infra, p.31

<sup>14</sup> Famosa località sciistica del Giappone che si trova nella prefettura di Nagano.

competizione, creando così un po' di confusione. Giunti nella sala dove si dà il via alla competizione, “piena zeppa di YOU”, cominciano alcune strane attività, come una specie di torneo di bevute per scegliere le squadre, e la cerimonia d’apertura di questo torneo canadese di cui ci viene data una breve spiegazione dal narratore.

Dopo essere andati a pranzo, sono pronti per il torneo, se non fosse che la moglie ha dimenticato l’uniforme ed è costretta a chiederne una agli organizzatori del torneo, rischiando di arrivare in ritardo per la competizione. Risolto il problema, si dà il via alla partita dove i due coniugi dimostrano una grande abilità nello sport nonché una grande energia che non ci si aspetterebbe da una coppia sui 50 che porta il team della moglie alla vittoria grazie ai punti che segna.

Salutata la coppia, la scena si sposta al momento in cui chiedono agli YOU che stanno per tornare in patria, quale sia stato il momento più bello o significativo che abbiano passato in Giappone, e se ne possiedono una foto da mostrargli. Tra le persone che vengono fermate, e mostrano le cose più disparate come ubriachi distesi nei vicoli e cartelli stradali con strane figure disegnate sopra, spiccano in particolare un gruppetto di amici che gli mostra come sono arrivati in aeroporto utilizzando dei carrelli gentilmente concessi da un supermercato, perché a causa del tifone i mezzi di trasporto non funzionavano, e una coppia di francesi in possesso di una guida comprata in patria sul Giappone che parla di come possa capitare di incontrare gli intervistatori del programma in aeroporto.

Una volta finito il momento foto, si passa alla seconda fase di ricerca, dove prima fermano una persona di colore che in realtà si rivela essere un vecchio campione di boxe che ha praticamente speso 30 anni della sua vita in Giappone, i cui figli fanno parte di una boyband giapponese, e poi fermano un uomo turco che da 7 anni ha ormai preso dimora in terra giapponese. L’uomo ha da qualche anno aperto una società turistica che si occupa di organizzare viaggi per gli stranieri che vogliono provare un *matsuri* e fa vedere all’intervistatore le foto di lui e i suoi clienti a vari festival sparsi per il paese, che meravigliato chiede di poterlo seguire.

Vanno così insieme al *danjirisai*<sup>15</sup> dove l’uomo proverà a farsi accettare dalla gente del luogo per poter diventare un ponte per tutti gli stranieri che dopo di lui vorranno provare a partecipare al festival utilizzando la sua agenzia. Nonostante sia stato un suo amico a raccomandarlo per questo evento, quando arriva trova di fronte a sé un’atmosfera molto tesa e fredda nei suoi confronti, che non gli permette di ambientarsi bene. Spiega così alle telecamere che la parte più

---

<sup>15</sup> È un tipo di festival in cui si usa spingere un *danjiri*, ovvero un carretto volitivo di legno a forma di santuario o tempio, che viene quindi fatto sfrecciare per le strade della città tra le urla di incitamento dei partecipanti. Come ci viene fatto intuire dallo staff del programma, non è il classico *matsuri* “rilassato”, ma è molto pericoloso per i partecipanti e viene più avanti mostrato come non sia strano che sbattendo, il carretto, causi danni alla città.

difficile del suo lavoro e proprio far breccia in queste comunità chiuse che si vengono a creare durante i *masturi* e che vedono gli estranei come intrusi e, di conseguenza, non sempre tutto va come programmato. Durante la festa che si svolge prima di cominciare la gara, ha però portato una bottiglia di un alcolico molto forte proveniente dalla Turchia, che riesce in qualche modo a sciogliere la tensione di alcuni dei presenti con cui comincia a legare. Mostra loro delle cose interessanti della sua terra e comincia a parlare di alcune cose della sua cultura che sembrano riuscire a fare abbassare la guardia a un piccolo gruppetto.

Il giorno seguente, dopo poche ore di sonno e con tanto alcol in corpo, è pronto per il festival e si dirige al luogo d'incontro dove lo aspetterà una giornata di lunga corsa al termine di cui dovrebbe riuscire a diventare parte del gruppo. La condizione per la sua "vittoria" è che riesca a stare al passo del gruppo e quindi completare tutto il percorso dimostrando così la sua dedizione. Non pochi si ritirano durante il percorso e a parte alcuni momenti in cui lo vediamo particolarmente stanco o in cui viene spinto anche violentemente via completa il percorso e si prodiga ad aiutare quelli che alla fine della giornata sono molto più provati di lui, arrivando così a guadagnarsi il rispetto e le lodi di alcuni dei partecipanti.

### **2.2.2. Analisi**

Un episodio come al solito molto vivace in cui il narratore e i due presentatori non mancano mai di esporre i loro dubbi e considerazioni anche attraverso battute ironiche sugli stranieri che appaiono nel programma e che rendono la narrazione delle vicende comica e molto colorata. Ad aggiungersi a ciò vi sono indubbiamente le scritte che compaiono sullo schermo per evidenziare in alcuni casi frasi e parole su cui si vuole porre l'accento o le considerazioni del cast dello stesso programma.

Gli stranieri che ci vengono mostrati sono tutti personaggi estrosi o che comunque possiedono un qualche bizzarro atteggiamento ulteriormente esagerato dalla voce del narratore senza cui il programma di certo non avrebbe lo stesso mordente. Capita a volte che invece altri siano giapponesi naturalizzati, e che quindi siano a tutti gli effetti cittadini giapponesi, come nel caso del boxer, o che siano *hāfu* che non sembrano giapponesi nell'aspetto ma che hanno passato quasi tutta la vita in Giappone.

La prima coppia che viene seguita si rivela essere a detta del programma molto vispa e strana nel loro modo di affrontare questo loro viaggio. Viene ad esempio mostrato come, quando si perdono, il marito sia intento a girare in tondo con la bici in cerca di ispirazione, come litigano allegramente e come tentano di mangiare utilizzando le bacchette. Queste sono tutte azioni che fanno accennare un sorriso allo spettatore ma che mettono chiaramente in evidenza come questa

coppia di innamorati sia abbastanza singolare nel proprio essere. A ricordarci incessantemente di come essi siano stranieri è l'atto di chiamarli ripetutamente YOU da parte di tutto il cast del programma, che non dimentica di stupirsi quando in un hotel in una località sciistica come Karuizawa vi sono soltanto stranieri esordendo con frasi come "È pieno zeppo di stranieri" (YOU *bakka jan*) e perplessità sulle loro azioni.

Non mancano i momenti in cui questa diversità venga sottolineata anche con coloro i quali vengono solo intervistati e che ad esempio nel momento foto mostrano dei semplici cartelli stradali giapponesi, che però sembrano strani ad un americano abituato ad un altro tipo di segnaletica, o quando ci mostrano le foto di una griglia da tavolo che viene esaltata per la pulizia e l'efficienza "tipica giapponese".

Ma è forse il secondo ad essere seguito a darci degli spunti più interessanti su come questa diversità venga effettivamente mostrata dal programma e probabilmente recepita dagli spettatori. Accolto con la frase "Sei bravo in giapponese" (*Nihongo ga ojōzu desune*), che viene più volte rivolta agli stranieri che parlano giapponese in questo programma, e da un commento sempre più meravigliato davanti alla sua attività, sono molte le espressioni di dubbio come "Ce la farà lo straniero?" (YOU *yarenno ka?*) sul suo tentativo di riuscire nell'impresa di integrarsi. E viene più volte, durante l'episodio, trattato con circospezione. Sono però molti di più i momenti in cui la sua diversità viene recepita come bizzarra ed interessante, come ad esempio quando insegna come brindare in turco, o mostra un trucco con cui fa diventare effervescente l'alcol.

Quello che infatti è lo scopo della puntata è mostrare agli spettatori qualcosa di inaspettato e sconosciuto di cui andare alla ricerca, la quale viene enfatizzata dalle costanti domande dell'intervistatore che proseguono per tutto il programma, come se si stesse cercando di scoprire un mistero. In linea con i processi in atto nella televisione giapponese che abbiamo descritto nei capitoli precedenti, vi sono meccanismi volti alla creazione dell'identità giapponese tramite il confronto con il diverso, che descriveremo meglio alla fine di questo paragrafo.

### **2.3. Episodio 11 Novembre**

#### **2.3.1. Sinossi**

Anche in questa puntata si svolge la solita routine di apertura dell'episodio. Questa volta l'intervistatore si imbatte in molti soggetti che si mostrano sin da subito particolari e che vorrebbe provare a seguire per il programma, senza però riuscire ad ottenere il loro permesso ma riuscendo comunque a presentarli in maniera unica.

La prima è una donna americana che ha vissuto fino ai 15 anni in Giappone ed ora è tornata per far conoscere la sua famiglia ai suoi ex vicini di casa che considera come nonni. I secondi sono un appariscente gruppo di danza femminile del Paraguay che mostrano all'intervistatore la loro tipica danza folkloristica, prima dal vivo e in un secondo momento tramite un video della loro performance in Giappone. La terza è un'afroamericana che fa l'insegnante e vive lì da ormai otto anni che a detta dell'intervistatore ha dei capelli particolari e un modo di fare simile ai giapponesi. Il quarto ed il sesto sono rispettivamente un appassionato di treni e uno di aerei che si mettono a parlare di come il Giappone possiede delle cose uniche in tutto il mondo. Mentre la quinta è una donna russa che preferisce gli uomini asiatici a quelli russi per una serie di ragioni da cui il programma si dissocia abilmente grazie ad una nota sullo schermo. I settimi sono una famiglia che adora gli snack giapponesi di cui in particolare alcuni che chiama "frittelle-pesce" riferendosi ai *taiyaki*, dolci giapponesi a forma di pesce (il *tai*, appunto) ripieni di fagioli rossi, creme o confetture di frutta.

L'ottavo finalmente è quello di cui in qualche modo si riesce a seguire una piccola parte delle sue vicende in Giappone. Incontra infatti un giovane argentino venuto per partecipare ad un torneo di kickboxing, che, a parere dei presentatori, si presenta con un'espressione truce e impassibile. Nonostante non riescano ad ottenere il permesso per seguirlo durante il torneo, riescono comunque ad intervistarlo una volta finita la competizione. Dopo averci mostrato il video in cui perde, si dirigono alla sede della sua associazione sportiva, dove ad aspettarli ed accoglierli c'è proprio il presidente, un uomo carismatico che ha allenato molti stranieri e campioni mondiali.

Finita l'intervista in cui il giovane argentino non viene quasi mai interrogato direttamente, decidono di offrirgli del *ramen*. Il suo viso truce resta sempre al centro dell'attenzione, fino al momento in cui il volto si addolcisce in un sorriso quando comincia a mangiare. Quando questo particolare gli viene fatto notare, lui menziona che probabilmente il motivo è perché a causa del severo allenamento del suo istruttore ha dimenticato come fare.

Nella seconda fase si dedicano a riscoprire i ricordi degli YOU che stanno per andarsene dal Giappone. Tra questi ricordi figurano beni semplici come gli *onigiri* e un cagnolino di carta, e altri più particolari che neanche lo staff del programma conosce come il polpo ripieno d'uovo del mercato di Kyoto.

Si ritorna a cercare qualcuno da poter seguire nel suo viaggio e tra gli intervistati spicca un uomo australiano sdraiato sul pavimento che sembrerebbe essere ubriaco. L'uomo, arrivato poco prima in Giappone, non sembra capire bene cosa stia succedendo e risponde in maniera

frammentata alle domande degli intervistatori finché la sua attenzione non si rivolge in lontananza, dove scorge qualcuno che conosce. Le persone verso cui si dirige sono la famiglia dell'uomo con cui non ha contatti da anni per via del suo vagabondare e con cui, adesso riunito, tornerà in Australia.

A venire seguito nella sua avventura è invece uno chef di sushi polacco, il cui obiettivo è quello di partecipare alla coppa del mondo di sushi, un torneo riservato agli stranieri per decretare chi sia il migliore tra i non giapponesi. L'evento, molto acceso, si apre con una presentazione sul palco di tutti i partecipanti a cui segue l'assegnazione delle postazioni di cucina. Vengono inquadrati chef provenienti da tutto il mondo tra cui figura anche una donna<sup>16</sup> tedesca. Una volta iniziato il torneo, nonostante l'uomo si trovi in difficoltà a maneggiare tipi di pesci a cui non è abituato o che gli vengono presentati in condizioni diverse dal solito, riesce comunque a completare i piatti e la creazione originale richiesta ad ogni chef. Purtroppo, il concorrente non riuscirà a superare la prima fase del torneo.

### **2.3.2. Analisi**

Questo episodio molto frammentato dedica molto spazio alle semplici interviste e molto meno del solito ai due stranieri protagonisti delle vicende principali. Sono infatti molte le piccole storie a cui viene data attenzione all'interno della puntata e che ci portano di fronte ad una forse più dettagliata descrizione dei personaggi che potremmo definire secondari. Questo ci permette di osservare più da vicino i "bizzarri" soggetti che questo episodio ci presenta.

Gli stranieri che vengono presentati questa volta sono tutti molto particolari, a cominciare dal gruppo di danza che con una giara in testa si esibisce davanti agli ignari passanti dell'aeroporto, passando per la donna russa che dalla Cina è venuta per incontrare un ragazzo, (che non ci viene mostrato ma che a detta dell'intervistatore è molto bello) e possibilmente mettersi con lui, per arrivare all'uomo ubriaco o forse drogato che ha deciso di tagliare i contatti con la sua famiglia per viaggiare per il mondo. Sono tutte figure che non rientrano nei canoni del giapponese medio che si mostrerebbe più contenuto nel modo di agire e nelle sue decisioni. Una YOU che si potrebbe avvicinare al modo di comportarsi giapponese, sembrerebbe essere la donna afroamericana che però non rientra nei canoni per via del suo taglio di capelli che viene ripetutamente toccato dall'intervistatore. Come ci dice anche lei, è una cosa che le succede spesso in Giappone soprattutto da i suoi studenti. Di conseguenza l'unica che forse potrebbe

---

<sup>16</sup> Il mondo degli chef di sushi è conosciuto per essere prettamente maschile e quindi una donna al suo interno desta sempre un certo livello di interesse. Si veda ad esempio McCurryThe Guardian (2015), al link: <https://www.theguardian.com/world/2015/dec/25/a-raw-deal-the-female-chefs-challenging-sushi-sexism-in-japan> Ultimo accesso 12/02/2020



avvicinarsi di più, è la donna che ha vissuto fino ai 15 anni in Giappone che però non viene mai proposta come tale dal programma. Si cercherà in molti punti di questo episodio di proporre gli YOU sotto una luce positiva, e si proverà ad avviare un processo di assimilazione che, come si vedrà, non sarà solo limitato a questo episodio o a questo programma.

Questo binomio tra “occidente” e “oriente” che viene a formarsi durante questa puntata viene rafforzato ancora di più dall’esperienza della donna russa, la quale nella sua ricerca di un marito asiatico e nel suo spiegare il perché della preferenza di loro rispetto a quelli del suo paese rafforza la posizione di potere degli uomini giapponesi. Queste sue affermazioni si spingono ad andare contro la Russia stessa, nel momento in cui lei comincia a criticare le condizioni di vita nel paese e il carattere delle persone, e quindi il programma è costretto ad allontanarsi dalla sua linea di pensiero mettendo abilmente un messaggio<sup>17</sup> sullo schermo che afferma il proprio distacco dalle affermazioni della donna. È interessante notare come il messaggio appaia solo dal momento in cui lei comincia a parlare delle condizioni di vita in Russia e non sin dal principio, quando invece racconta alle telecamere le sue preferenze etniche in fatto di uomini come se l’unica preoccupazione del programma fosse dissociarsi solo da quelle che potrebbero essere associate ad affermazioni “politiche” in senso più ampio.

Per quanto riguarda i protagonisti poco appariscenti di questa puntata, sono entrambi persone che hanno affinato la loro tecnica e puntano a vincere un titolo mondiale in Giappone.

Il primo, la cui sconfitta viene mostrata sin da subito, lascia tutti un po' straniati dalla sua impassibilità, che spinge l’intervistatore a volerlo fare sorridere a tutti i costi. Tuttavia, più che su di lui, una parte del programma è dedicata al presidente dell’associazione di kickboxing di cui fa parte, il quale ci viene descritto come una persona tutta d’un pezzo che incute rispetto tramite il suo modo di porsi e parlare. Infatti, veniamo a sapere molte più informazioni da lui piuttosto che dal giovane atleta, che invece sembra essere diventato solo oggetto di scherno per la sua incapacità di sorridere, venendo definito come un bizzarro “straniero che non sorride” (*warawanai YOU*). La relazione di potere che si viene a formare sullo schermo tra i due è molto chiara. Attraverso il rapporto che esiste tra allievo e maestro il programma mostra la totale asserzione del giovane argentino al maestro, il quale esercita questo potere non solo su di lui ma anche su tutti gli altri stranieri che afferma di aver allenato.

Il secondo, viene invece seguito nelle sue difficoltà con la preparazione di un sushi a cui non è stato abituato nei suoi 12 anni di attività in Polonia e che lo mettono in difficoltà sin dalle prime

---

<sup>17</sup> Il messaggio recita: “punto di vista personale dello straniero” (*YOU kojīn no kenkai*)

fasi in cui deve maneggiare ingredienti giapponesi che non ha mai preso in mano. Molta attenzione viene dedicata anche agli altri concorrenti e alle loro creazioni finali non proprio giapponesi, tra cui emerge una chef di sushi donna la quale risulta molto fuori luogo in un settore quasi interamente dominato da uomini. Sono infatti varie le cose che non rientrano nel tradizionale mondo del sushi e grazie anche ai soliti commenti del narratore e dei due presentatori, tutte queste differenze vengono sottolineate in maniera comica. L'impegno e la buona volontà dei partecipanti sono sempre riconosciuti dal programma, che li pone in una luce alquanto positiva. Ma è sempre qui che più volte ci viene mostrato come i meticolosi giudici giapponesi sono gli ultimi detentori della tecnica e possono quindi valutare correttamente gli stranieri che partecipano al programma.

## **2.4. Episodio 18 Novembre**

### **2.4.1. Sinossi**

L'ultimo dei tre episodi che andranno ad essere trattati nel dettaglio, è come al solito molto variopinto e ricco di personaggi molto sui generis, che rendono l'episodio una lunga serie di mini-interviste. Cominciando dall'aeroporto di Narita, gli intervistatori trovano subito molti stranieri con cui parlare, tra cui figura una vecchia conoscenza del programma il quale è stato seguito mentre usciva con una ragazza giapponese con cui adesso si frequenta.

Dopo aver visto una performance con la palla da basket ad opera di un giovane americano e aver parlato di amore con un italiano, il primo tentativo di seguire qualcuno avviene quando l'intervistatore trova un giovane americano che definiscono bizzarro e con una voce molto carina, il quale è venuto in Giappone solo per andare in un caffè con i gufi<sup>18</sup>. Per quanto il soggetto sembri essere perfetto per le battute, il locale sembra essere pieno e quindi nonostante lo abbiano accompagnato fin lì, sono costretti ad annullare la spedizione. Non mancano però di mostrarci le foto del giorno successivo, dove l'uomo è riuscito a realizzare il suo desiderio di giocare con i gufi, continuando ad infierire sullo strano *gaijin*.

La persona che invece verrà seguita è sempre un giovane americano che è venuto in giornata in Giappone solo perché aveva voglia di un buon *yakitori*, spiedini di carne di pollo, di cui si rivela essere un vero esperto e ben capace di comunicare in giapponese. Lo seguono fino ad un locale che gli è stato consigliato da un amico. Al suo interno non sono pochi i momenti in cui lo prendono in giro per il suo modo di comportarsi (ad esempio quando usa lo *shibori* per pulirsi la testa) e per il suo modo di parlare in slang giovanile. Lo fanno spostare al bancone per poter

---

<sup>18</sup> Negli ultimi anni vi è un gran numero di caffè in Giappone che permettono ai loro clienti di accarezzare vari animali comuni e non.

magiare davanti alla griglia, sottolineando come sia una bella esperienza per uno YOU e prima di salutarlo, ci mostrano alcune foto del suo set artigianale da *yakitori* che ha in America.

Tornati in aeroporto ci troviamo di fronte a molti soggetti fuori dal comune, come degli atleti di MMA russi che combattono contro gli orsi, una “bellezza straniera” (*bishojo* YOU) messicana che comunica tramite una app di traduzione, un americano mezzo nudo che mostra i suoi pettorali alle telecamere e molti altri.

Infine, decidono di seguire una coppia canadese che per festeggiare l’anniversario di matrimonio ha deciso di regalarsi un viaggio in Giappone. Lui ha però, occupandosi di articoli da cucina, deciso di voler comprare un coltello giapponese e quindi si sposta prima a Kameoka per andare in un museo della pietra d’affilatura, dove si perde a parlare con il proprietario e poi di spostarsi a Sakai per acquistare il suddetto attrezzo. Il primo posto in cui vanno è lo studio di un fabbro che si arrabbia quando l’uomo gli si avvicina troppo mentre sta lavorando solo per scattare qualche foto. Essendo troppo caro, si spostano in un negozio gestito da un canadese, dove la moglie cede e gli permette di comprare il coltello, su cui verrà successivamente inciso il loro nome.

#### **2.4.2. Analisi**

Questo episodio, come si sarà capito, è un concentrato di soggetti dalla personalità molto decisa che indubbiamente spiccano per il loro modo di essere. Il punto forte è probabilmente il suo sottolineare la diversità dei personaggi presentati, che nella maggior parte dei casi non parla in giapponese mostrando così un’incapacità di comunicazione. È infatti molto spesso presente il binomio Giappone/altro che si manifesta soprattutto nei casi dei due soggetti seguiti. Viene sempre mostrato da un lato il Giappone, che sia attraverso le abilità alla griglia o nell’aver a che fare con i coltelli, e dall’altro “l’occidente” che cerca di confrontarsi ed emulare queste sue caratteristiche uniche.

Vengono mostrate indubbiamente delle barriere che separano queste due dimensioni. Ad esempio, l’americano mezzo nudo che, infastidito dalla domanda sull’abbigliamento da parte degli intervistatori, risponde molto arrabbiato dicendo che “in America non sarebbe un problema se si vedessero i suoi capezzoli, perché lui è sexy”. Oppure ancora, la giovane messicana che nonostante gli sforzi di comunicare anche in inglese da parte dello staff del programma, non riesce a comunicare bene e deve utilizzare una app per cercare di accontentare l’insistenza degli intervistatori.

Ma quello che forse marca di più l'episodio corrente è l'egoismo che gli YOU mostrano nel prendere le loro decisioni e nel dare priorità ai loro capricci. Possiamo osservare come molti decidano di seguire il loro istinto piuttosto che prendere delle decisioni dopo aver riflettuto, le quali li portano a compiere imprese come l'andare in Giappone per un singolo giorno solo per accontentare una voglia.

Se negli episodi precedenti questo atteggiamento esotizzante era presente in maniera più contenuta, è proprio in questo che l'altro viene rappresentato come diametralmente opposto a quelli che sono i valori che rendono un giapponese tale. Anche il giovane che si dimostra appassionato di *yakitori* assume questa connotazione. In primo luogo, perché come un bambino che non è riuscito ad avere quello che voleva (essendo stata cancellata la festa a cui avrebbe dovuto mangiare la pietanza) si è diretto fino in Giappone per poterlo fare. In secondo luogo, perché nonostante abbia conoscenze di lingua e cultura giapponese il suo modo di approcciarvisi appare diverso da quello tradizionale. E infine perché la sua conoscenza dello *yakitori* lo porta a ricercare una parte ben specifica che, gli viene detto, normalmente i ristoranti non possiedono in quanto non viene mai ordinato.

La stravaganza qui riesce anche a penetrare nelle attività più comuni, e gli viene dato un volto ben specifico e viene reso chiaro il modo in cui mette in difficoltà i giapponesi. Crea problemi nella sua difficoltà di comunicare, nel suo fare richieste egoistiche, nel suo mettersi in mezzo durante il lavoro, nel suo girare mezzo nudo in pubblico e in molti altri modi. Un fastidio che per quanto possa essere comunque sopportato, in questo episodio si mette ampiamente in mostra.

### **3. Sekai! Nippon ikitai hito ōendan**

Il secondo programma di cui ci occuperemo è invece “Sekai! Nippon ikitai hito ōendan”, che a tratti potrebbe ricordare il precedente per contenuti e per stile di narrazione. Nato nel 2016 e attualmente anche esso in onda su TV Tokyo, segue sempre le vicende di alcuni stranieri in Giappone. Come il precedente programma anche questo ha una durata standard di un'ora all'incirca.

Il format, leggermente diverso dal precedente, questa volta prevede che i protagonisti vengono reclutati nel loro paese d'origine. Degli intervistatori giapponesi, a volte affiancati da un'interprete, parlano con persone che non sono mai state in Giappone ma che hanno una passione per qualcosa di tipicamente giapponese e vorrebbero prima o poi avere la possibilità

di andarci. Proprio come per il programma precedente, trovato un soggetto abbastanza interessante si decide di seguirne le vicende, prima a casa sua, dove mostra cosa gli piace del Giappone, e poi durante il suo effettivo viaggio nel Sol Levante. La differenza è che in questo programma il viaggio viene organizzato dalla stessa redazione e non dai protagonisti, che questa volta si trovano in Giappone per la prima volta per realizzare il loro sogno. Così facendo i protagonisti possono approfondire la loro conoscenza della cultura giapponese e vivere un'esperienza di vita che in molti casi non sarebbe stato possibile a causa di disponibilità monetaria o mancanza di tempo.

Anche questa volta di sottofondo al programma si può sentire una voce narrante e i vari commenti dei presentatori (anche qui presenti in un angolo dello schermo), che non mancano di fornire battute e commenti ironici su certi atteggiamenti che trovano strani dei protagonisti, come ad esempio quando andranno a deridere la coppia di spagnoli per i loro tentativi di utilizzare il giapponese o quando commentano la casa dell'uomo marocchino. A differenza del precedente, dove la traduzione di quello che dicono gli stranieri veniva lasciata a dei semplici sottotitoli, questa volta, a meno che non dicano qualcosa in giapponese, sono spesso doppiati da voci giapponesi che qualche volta esagerano quello che dicono.

Ciò che ha portato questo programma all'apparenza molto simile al precedente ad essere selezionato, è indubbiamente dovuto alla sua natura leggermente meno comica e alla sua tecnica narrativa che verrà esposta meglio quando si tratteranno nel dettaglio gli episodi campione. Infatti, come sarà reso chiaro più avanti, pur presentando molte similitudini i due programmi sono da considerarsi molto diversi dal punto di vista delle intrusioni della regia. Se il programma precedente si può definire più libero, questo presenta invece delle costrizioni molto pesanti dovute proprio al fatto che sia lo stesso programma ad organizzare il viaggio e quindi a decidere cosa farà il protagonista. La parte più interessante di questo programma sono infatti le scelte nelle attività che i protagonisti dovranno svolgere, che rispecchiano i desideri espressi dai partecipanti ma che, come vedremo tramite l'analisi degli episodi, prendono sfumature particolari.

### **3.1. Le persone che anelano il Giappone**

Il programma ci offre una vasta selezione di individui con una grande passione per il Giappone, che tuttavia non hanno mai avuto occasione di visitarlo. Sono quindi persone che una volta arrivate trovano molte cose come nuove o sbalorditive. Nonostante abbiano fatto molte ricerche sulle loro passioni si trovano per la prima volta a toccarle con mano e a scoprire aspetti nuovi di essi che fino ad ora erano rimasti sconosciuti.

Sin dai primi momenti, l'aspetto che contraddistingue questi personaggi è proprio il loro entusiasmo per la scoperta di qualcosa che per loro risulta essere esotico e che molte volte definiscono come unico al mondo. Tramite la loro esperienza non fanno altro che rinforzare il concetto dell'unicità del Giappone elevando aspetti della sua cultura a veri e propri miti che il programma stesso sostiene grazie ai suoi sporadici approfondimenti su tali argomenti. La terra del sol levante, che ci viene raccontata in questo programma, è una terra di meraviglie che ammalia coloro i quali la vedono dall'esterno. Il programma infatti rafforza una visione auto-orientalista, la quale si basa sulle stesse logiche dell'orientalismo occidentale per cui si verrà a creare una visione dell'altro "orientale" per formare l'identità "occidentale" tramite un processo di opposizione binaria basato su degli essenzialismi<sup>19</sup>. Crea quindi un'immagine ben precisa di ciò che è l'altro e di conseguenza rappresenta il Giappone attraverso una serie di valori e tradizioni opposte ad esso.

Ciò che salta all'occhio durante gli episodi di questo programma è proprio il modo in cui i protagonisti stranieri delle vicende, spesso e volentieri siano considerati come personaggi secondari rispetto a coloro i quali si adoperano per farli partecipi del loro sapere sulla cultura giapponese e ad essa stessa. In tutti gli episodi, la parte che potremmo definire di documentario sul Giappone sembra ricevere molto più spessore rispetto ai singoli personaggi. Ad esempio, oltre alle informazioni sul tema principale dell'episodio, sono molti gli spezzoni in cui troviamo i personaggi intenti a consumare un pasto che vengono interrotti da lunghi video sui prodotti del luogo che sono stati preparati per loro. Facendo così apparire questo, come anche YOU, come una sorta di *Video-nihonjinron*<sup>20</sup>.

Questo ed altri dettagli che possono essere colti attraverso il programma, danno molti spunti di riflessione sull'immagine della figura dello straniero in Giappone che viene in esso proposta. Il tipo di "*gaijin*" qui raccontato è quello del turista "novizio", il quale si appresta a fare il suo primo viaggio tra sapori del luogo e attrazioni tipiche che lo portano a fare domande su ogni cosa con cui entra in contatto. Il programma mostra spesso questa loro sete di sapere e apprendere questa cultura da loro ritenuta superiore, attraverso delle scene in cui i protagonisti si dedicano a fare domande anche molto specifiche agli esperti da loro selezionati, o attraverso momenti in cui li si vede osservare attentamente i volti di questi personaggi intenti a raccontare la loro storia.

---

<sup>19</sup> MIYAKE, Toshio, *Mostri del Giappone. Narrative, figure, egemonie della dis-locazione identitaria*, Venezia, Edizioni Ca' Foscari, 2014, p.126

<sup>20</sup> HAMBLETON, *Reinforcing...*, Cit., p.44

Il programma sembra creare una ben definita relazione di potere tra gli stranieri, che sono sì appassionati di cultura giapponese ma mancano di esperienza, e gli esperti giapponesi a cui il programma fa istruire questi ricettivi studenti. Vi sono quindi da una parte coloro i quali devono ancora apprendere molto e sono quindi da considerarsi nella posizione inferiore di chi non possiede la giusta conoscenza e dall'altra vediamo invece gli esperti dediti all'insegnamento che si trovano in una posizione superiore, creando così una relazione simile a quella di maestro e discepolo. Come suggerisce Befu, vi è infatti una tendenza a tornare ad un tipo di *nihonjinron* simile a quello precedente al 1945, in cui vi sono anche individui che accettano la visione del Giappone come “numero uno” per via delle sue uniche qualità<sup>21</sup>, arrivando quindi in questi casi a manifestare la propria superiorità sull'altro.

Tuttavia, per quanto questa loro mancanza di esperienza sia evidente, non risultano essere ignoranti nella materia che affrontano. Li si vede anzi molto ricettivi, informati e soprattutto in possesso di conoscenze diverse da quelle riguardanti il Giappone che rendono ancora più interessante la loro esperienza. Il programma propone infatti questi individui come straordinari ed eccezionali, che mostrano uno spiccato senso per tutto ciò che è giapponese in grado di permettergli di apprendere molto velocemente e mettere in pratica le informazioni che gli vengono insegnate.

Uno dei problemi<sup>22</sup> più grandi di questo programma, che trasforma l'immagine che gli spettatori hanno dei protagonisti e che potrebbe minare l'immagine positiva che si viene a creare, è forse il fatto che gli stranieri vengono quasi sempre doppiati in giapponese con voci che modificano completamente il loro tono di voce originale che in realtà è chiaramente udibile sotto il doppiaggio. Eccetto i momenti in cui dicono qualcosa in giapponese, vi è quasi sempre presente in sottofondo un doppiaggio esagerato che alcune volte presenta incongruenze con quello che dicono veramente questi personaggi, e che molte volte li fa sembrare frivoli e infantili. Ciò arriva a modificare in maniera indelebile la percezione di questi individui e ci fa capire quanto per il programma sia importante modificare il girato per adattarlo al messaggio che vogliono trasmettere.

I momenti in cui invece dicono qualcosa in giapponese, sono anche essi ingigantiti, non grazie al doppiaggio ma grazie alla presenza di scritte che appaiono sullo schermo diventando sempre più grandi man mano che la parola o la frase viene pronunciata, e ridicolizzano in parte questi loro tentativi di utilizzare alcune parole in giapponese, rendendo molte scene comiche. È però

---

<sup>21</sup> BEFU, *Hegemony...*, Cit., P.140

<sup>22</sup> Problema nella misura in cui allontana lo spettatore da una visione più veritiera e corretta di come sono gli individui che vi appaiono.

bene notare che non tutti i momenti in cui parlano in giapponese sono trattati alla stessa maniera, ed infatti, i momenti tristi e commuoventi assumono tutti una diversa sfumatura che li fa apparire molto più umani di quanto non lo sembrino in tutto il resto del programma.

L'immagine finale che si può estrapolare dal programma dipinge gli stranieri in Giappone come degli individui curiosi, per le loro innumerevoli domande, e disposti ad apprendere le conoscenze dei maestri giapponesi. La loro posizione privilegiata gli permette di fare nuove esperienze, ma li pone in una posizione sempre subordinata ai maestri che insegnano loro il metodo per muovere i loro primi passi nell'ignoto. Va infatti ricordato che il potere opera sempre in condizioni di relazioni inique<sup>23</sup> e che in questo caso si viene a creare una situazione per cui l'egemonia di Antonio Gramsci su cui Edward Said si basa per dire che grazie ad essa l'orientalismo "occidentale" prende ed esercita la propria forza<sup>24</sup>, viene qui impiegata nei processi di auto-orientalismo nella maniera in cui è il Giappone orientalizzato ad esercitare la sua egemonia culturale sull'occidente, e non il contrario.

### **3.2. Episodio 21 Ottobre**

#### **3.2.1. sinossi**

In questo episodio speciale<sup>25</sup>, diviso in una prima parte con la presenza di due individui già apparsi negli anni precedenti e una seconda parte in cui come al solito seguono una persona attraverso la sua prima esperienza in Giappone, comincia partendo dalla presentazione dei due vecchi protagonisti, la cui vita ora è stata cambiata da quell'esperienza e vogliono esprimere la loro gratitudine a coloro i quali li hanno aiutati tramite un piccolo video.

La prima ad essere presentata è una ragazza canadese di 27 anni che pratica *isegatakami* (È l'arte di creare matrici di carta per la colorazione dei tessuti) e parla di come la sua esperienza in Giappone tre anni fa le abbia cambiato la vita. Vengono mostrate le immagini di quando per la prima volta è apparsa nel programma. Una giovane dai capelli blu, iscritta al corso d'arte all'università, pronta ad andare in Giappone per imparare da un vero maestro come fare.

Si trasferisce così a Kyoto e inizia a lavorare sotto un maestro di *isegatakami* (chi? Specificare). Il programma mostra l'impegno con cui la giovane lavora e la sua abilità nell'apprendere nuove tecniche. Contestualmente vengono fornite maggiori informazioni sull'arte. La cosa che però viene messa particolarmente in evidenza è come si venga a creare questo rapporto insegnante/allievo molto affiatato tra i due e come lei venga trattata quasi come una figlia dal

---

<sup>23</sup> HALL, *Representation...*, Cit., p.261

<sup>24</sup> SAID, Edward, *Orientalism*, New York, Random House, 1978 p.7

<sup>25</sup> Definito da programma stesso come tale per via della parte dedicata ai due episodi del passato. In realtà, esclusa questa piccola differenza, sia per durata che per contenuti si può considerare identico agli altri.



vecchio maestro e la moglie durante il periodo in cui si ferma da loro. A chiudere questa parentesi è un commovente arrivederci alla persona che le ha insegnato così tanto su quest'arte.

Dopo tre anni, la donna ha questa volta preparato un video da mandare in Giappone che viene portato dallo staff del programma. Una donna diversa dalla ragazza con i capelli blu che era al tempo, mostra loro cosa ha imparato in questi anni di dura pratica e come ha fatto suoi gli insegnamenti del mastro di cui ancora non è al livello. Lei ha inoltre scritto una lettera in cui ringrazia di tutto cuore per gli insegnamenti ad una "straniera" come lei. Questo causa la commozione dell'anziana coppia.

Per il secondo dei due individui che erano già apparsi nel programma, sono invece passati due anni da quando ha lasciato in America le sue campane fatte di rottami e ha potuto apprendere l'arte del creare quelle giapponesi. L'uomo di mezz'età che per anni ha praticato arti marziali e che si è innamorato della composizione e del suono peculiare delle campane giapponesi, si commuove quando lo portano a vederne una dal vivo tanto da arrivare a versare delle lacrime. Lo portano così a vedere come si fa una campana e partono con delle lunghe spiegazioni di tipo documentaristico su di esse. Dopo tanti momenti in cui come prima vediamo degli esperti insegnargli molte cose, arriva il momento di festeggiare insieme questo incontro per poi separarsi.

Tornati nel presente, anche a loro viene consegnato un video dove lui li ringrazia per quello che gli hanno insegnato e mostra loro come tenga con cura in casa la campana che gli hanno regalato. Nel video fa vedere come si è ingegnato per creare anche lui dei prodotti che siano il più vicino possibile a quelli che facevano in Giappone, utilizzando però mezzi innovativi come una stampante 3D. Anche qui è il momento della lettera dove li ringrazia per tutto quello che gli hanno insegnato e soprattutto per l'incoraggiamento che gli hanno dato. La moglie dell'uomo arriva persino a sostenere che questa esperienza per lui sia stata di grande ispirazione.

Nella seconda metà del programma finisce questo momento dedicato al passato e si torna a quello che è il format di un episodio più ordinario. La scena si sposta in America, dove un uomo parla della sua passione per le *ishidoro* (lanterne in pietra che si trovano spesso in templi e santuari) e di come abbia provato con i suoi mezzi a realizzarne svariate in casa. Viene quindi mandato in Giappone ed esprime il desiderio di andare a vedere le lanterne di pietra che si trovano al Kasugataisha<sup>26</sup>, dove ad aspettarlo troverà un uomo pronto a raccontargli molte

---

<sup>26</sup> Famoso santuario shintoista situato a Nara.

informazioni sul santuario. Si sofferma in particolare sulle lanterne e racconta come fino a non molto tempo fa venivano accese tutte le notti.

Poi l'uomo viene mandato ad imparare a costruire una vera *ishidoro* partendo dall'estrazione dei materiali nella cava fino alla rifinitura del prodotto finale. Quando arriva, però, l'attenzione della narrazione si sposta su un artigiano donna, che pare essere la figlia dell'uomo che andrà ad insegnargli il processo per fare le lanterne, e parlano un po' di lei e di come sia arrivata a dedicarsi a questa professione così dura. A questo punto, prima di iniziare a lavorare la pietra, l'americano, viene messo alla prova per sapere se conosce il nome e l'utilizzo degli strumenti del mestiere e cominciano a spiegare molte informazioni tecniche. Una volta cominciato non possono che comparare più volte il suo lavoro grezzo a quello più raffinato degli scultori giapponesi che cercano di insegnargli il metodo giusto di impugnare e usare gli attrezzi.

Dopo giorni di fatiche in cui si riempie le mani di vesciche e condivide momenti di intimità durante i pasti preparati dalla moglie del maestro scultore (che sono composti da specialità del luogo di cui ci parlano), riesce a completare il lavoro. Anche qui si arriva alla solita lettera di ringraziamento, per poi congedarsi da questo viaggio.

### **3.2.2. Analisi**

Questo episodio, che vede una prima parte di ritorno al passato, mantiene come tutti gli altri episodi di questo programma un'impronta documentaristica che inonda lo spettatore di informazioni su molti aspetti di alcune arti della cultura giapponese. Un flashback che sembra avere lo scopo di mostrare come nel tempo le tecniche insegnate abbiano migliorato di molto il loro lavoro, ma che in realtà si propone di dimostrare come siano ancora grati ai loro maestri. Si vedono qui degli stranieri che si impegnano con tutto il cuore per apprendere delle tecniche e portare avanti, seppur in modo imperfetto, una tradizione con molti anni di storia alle sue spalle. Soprattutto nella prima parte, viene mostrato come le conoscenze apprese anni prima vengono tutt'oggi conservate con cura e impiegate nella vita di tutti i giorni per cercare di migliorare la propria tecnica.

Gli stranieri che vengono presentati, o per meglio dire gli abitanti del continente americano, sono indubbiamente dei grandi lavoratori che si impegnano anche a costo di farsi male, mostrando l'atteggiamento adatto ad apprendere ciò che gli viene insegnato. Sono molto curiosi, non mancando mai di fare domande pertinenti, e si dimostrano molto allegri e giocosi nei confronti dei loro insegnanti. Una caratteristica che è indubbiamente positiva, ma che viene un po' sminuita quando vengono ripetutamente presi in giro per quello che fanno o quando pronunciano una parola in giapponese. Nonostante si possa evitare di concentrarsi su questi

aspetti che li rendono diversi, non mancano i momenti in cui viene ribadita la loro alterità o che vengano chiamati *gaijin* dallo staff del programma stesso.

L'atteggiamento è quindi quello di chi da una posizione superiore può giudicare e insegnare a coloro i quali sono ancora inesperti in materia e guardano a tutto come se fosse nuovo e meraviglioso. Sembra infatti che quelli che dovrebbero essere i protagonisti alla volta del loro primo viaggio in Giappone facciano invece da contorno alle persone che vengono assunte dal programma per diventare i loro maestri. Risulta molto evidente chi sia a dettare il flusso della narrazione. Le lettere stesse che tassativamente il programma fa loro scrivere e leggere sembrano porre i protagonisti non giapponesi in una posizione inferiore, trasformando quello che potrebbe essere uno scambio culturale equivalente in una velata sottomissione.

Inoltre, le continue interruzioni in favore delle lunghe e spesso didascaliche spiegazioni fanno capire come lo scopo non sia presentare persone di altri paesi, ma al contrario si rivolga più a una conoscenza introspettiva dei giapponesi e delle loro arti. Come è stato notato nei capitoli precedenti il vero obiettivo dei programmi, il loro *honne* è molto più preponderante di quello che invece è l'obiettivo dichiarato della serie, che come si vedrà non andrà ad essere applicabile solo a questo campione.

Se si guarda ad esempio l'ultimo dei tre stranieri presentati, si può osservare subito come l'attenzione sia posta più sulla famiglia del maestro, e in particolare sul rapporto padre-figlia che lavorano uno accanto all'altro, piuttosto che sul *gaijin*. Sono molte le informazioni su questo rapporto e sui membri della famiglia di cui veniamo a conoscenza, ma sono invece poche le informazioni che sappiamo su di lui all'infuori di quei pochi minuti dedicati prima di partire per il Giappone.

### **3.3. Episodio 09 Novembre**

#### **3.3.1. Sinossi**

Il programma comincia in Lituania, dove l'intervistatore è andato alla ricerca di qualcuno che voglia andare in Giappone per realizzare il proprio sogno, di cui vengono date brevemente allo spettatore alcune informazioni e sono mostrati alcuni spezzoni del viaggio dell'intervistatore tra belle ragazze e ristoranti di ramen. Questa volta in via del tutto eccezionale si rivolge a delle emittenti televisivi, che danno loro il permesso di mandare in televisione l'annuncio, a cui rispondono una cinquantina di persone. Tra questi il programma decide di andare a casa di un uomo di mezza età appassionato di cultura e architettura giapponese. Arrivati dall'uomo, ciò che viene subito notato è un cancello in stile giapponese che si staglia all'entrata di un vasto terreno spoglio che risulta essere la proprietà dell'uomo e dà allo spettatore per un attimo

l'impressione di non essere più in Lituania. Ma non è il solo elemento di architettura giapponese ad essere presente nel terreno. Vi è anche un piccolo edificio giapponese con vasca da bagno funzionante, circondato da un giardinetto con *shishiodoshi*<sup>27</sup> e un ponte tipicamente giapponese che sovrasta un ruscello.

Viene qui spiegato dall'uomo che da quando ha visto il film "I sette samurai" si è innamorato del Giappone e in particolare della sua architettura di cui vorrebbe replicare le forme in questo suo terreno, ricreando il villaggio al centro delle vicende del film. Nonostante non sia mai stato in Giappone, l'uomo ha studiato molto su internet come realizzare quelle strutture che sono ora presenti nel suo giardino per poi costruirle tutte da solo. Anche se ammette di aver trovato qualche difficoltà nel creare la struttura del giardino di cui vorrebbe andare a carpire qualche informazione in più da un maestro in Giappone. Purtroppo, però la sua paga non è così alta da permettergli questo genere di viaggio, perché, come viene detto, la paga media lituana corrisponde ad un terzo di quella giapponese, e quindi anche se ha del tempo a disposizione non ha mai potuto realizzare questo suo sogno. Come consuetudine del programma, una volta finita l'intervista, l'uomo corre verso la telecamera dicendo "voglio andare in Giappone" (*Nippon he ikitai*). La voce narrante del programma specifica però immediatamente che non sarà lui ad andare in Giappone.

Si passa così ad una ragazza delle superiori, grande fan dello scrittore giapponese Haruki Murakami e appassionata di *aikido*, che parla giapponese e che attualmente sta studiando dai libri per il JLPT. Sia in studio che l'intervistatore la riempiono di complimenti per il giapponese, l'aspetto fisico e altre cose come la casa e la sua camera. Mostra loro un libricino di ricette di *donburi*, pietanze di carne, pesce o verdure servite in una ciotola su una base di riso, che lei stessa ha creato cercando su internet e libri di cucina varie ricette che ha perfezionato e cercato di riprodurre con gli ingredienti disponibili in Lituania. Manda alcuni video-documentari sul piatto tradizionale giapponese, si spostano in cucina, dove la ragazza si prepara a cucinare un *oyakodon*, un *donburi* con uova e pollo, raggruppando gli ingredienti e indossando gli indumenti del caso. Nel momento in cui la vedono pronta a cucinare la paragonano a Remi Hirano<sup>28</sup> che la ragazza sembra conoscere bene. Ci viene infine detto che le verrà data in futuro la possibilità di andare in Giappone.

La parte interessante comincia durante la seconda metà del programma, quando si sposta in Spagna dove un intervistatore è diretto a casa di una coppia di mezza età che aveva contattato

---

<sup>27</sup> È una sottospecie di fontanella in bambù la quale si riempie d'acqua prima di andare a battere su una pietra provocando un rumore che allontana gli uccelli.

<sup>28</sup> Famoso chef nonché personaggio televisivo giapponese.

in precedenza. Entrata nella casa con vista sul mare la aspettano i due coniugi, anch'essi con la passione per la cucina, che gestiscono un blog scritto con tutti i trucchi per cucinare al meglio varie ricette. La casa ha infatti una ricca libreria interamente dedicata a libri di cucina internazionale, di cui molti sul Giappone. Parlano con l'intervistatrice di come sin dal primo momento che hanno assaggiato il *tonkatsu* (cotoletta di maiale) se ne sono innamorati, ma vorrebbero andare in Giappone ad assaggiare l'originale che sono convinti avrà un sapore totalmente diverso. Del piatto sottolineano ripetutamente l'unicità e la particolarità dovuta all'impanatura, differente da quella di altre frittiture di carne nel mondo, e le salse che lo rendono unico. Dopo un piccolo intermezzo in cui inquadrano ragazze in costume sulla spiaggia adiacente, la coppia chiama un loro amico giornalista che si precipita da loro e con cui vanno a fare la spesa al mercato per cucinare la loro versione del *tonkatsu*. Lì si può osservare quindi in un ambiente molto allegro con gente che saluta, coppie che si abbracciano e commercianti gentili che gli spiegano alcune cose su cibi tipici spagnoli, fino a quando tornati a casa mangiano insieme e si dedicano alla consueta scena di correre verso la telecamera per urlare di voler andare in Giappone.

Saranno proprio loro ad essere seguiti in questa puntata alla riscoperta di varie versioni del *tonkatsu*, di cui vengono mostrati svariati video circa le origini e l'evoluzione nel corso degli anni. Al loro arrivo in Giappone sono molto emozionati e rivelano di aver parlato di quel piatto anche con una hostess di volo e aver studiato alcune espressioni in giapponese solo per l'occasione. Il programma così li porta nel primo di quelli che saranno una serie di ristoranti in cui andranno alla riscoperta del sapore originale, in modo tale da farsi insegnare da alcuni chef delle tecniche per riprodurre il vero *tonkatsu* anche in Spagna. Il locale, che compare sulla guida Michelin, ha aperto in via del tutto straordinaria solo per loro due, in modo tale da fare apprezzare la cultura giapponese a degli "stranieri" (*gaikoku no kata*). Sono felicissimi di poterli avere nel loro locale e vogliono insegnargli i trucchi del mestiere appresi in anni di attività. Mentre viene spiegato alla coppia con quali criteri scelgono gli ingredienti e quali procedimenti fare per prepararlo al meglio, i due si trovano ammaliati dalla tecnica dello chef che ritengono essere molto raffinata e precisa. Da qui in poi si susseguono spiegazioni e assaggi di alcune varianti di *tonkatsu*, che li portano a carpire il vero sapore del piatto giapponese di cui il negozio va fiero, e il momento finale della verità in cui fanno cucinare lei per poi esprimere il loro giudizio.

Dopo essersi salutati ed essersi scambiati dei regali, la coppia si dirige in un negozio specializzato in snack e caramelle, in attività da 30 anni alla ricerca di uno snack particolare al sapore di *tonkatsu* che si chiama appunto Big-katsu. Dopo aver parlato un po' con la proprietaria

e con i bambini presenti nel negozio del suddetto snack, decidono di comprarne molti da portare come souvenir in Spagna.

Prima di tornare, c'è un'altra tappa del loro viaggio che ancora non ci è stata mostrata, ovvero quella in un vecchio ristorante a gestione familiare specializzato in *katsudon* dove i proprietari provano a comunicare con i malcapitati spagnoli in un'inglese arrancato. Anche in questo locale le tappe sono più o meno le stesse del precedente con l'unica differenza che questa volta chiedono al proprietario la conferma su una voce per cui quando gli studenti in Giappone devono fare un esame vadano a mangiare il *katsudon*. Il proprietario divertito gli spiega il gioco di parole e di come gli studenti che lo mangiano da lui passino per forza gli esami. Infine, dopo essere andati anche a mangiare altre varianti del piatto, una serie di immagini che li ritraggono in attività turistiche giapponesi e il loro stesso commento mostrano come abbiano passato in maniera molto allegra il loro primo viaggio in Giappone.

### **3.3.2. Analisi**

Nella puntata vengono presentati degli stranieri molto appassionati del Giappone e che dimostrano un irrefrenabile entusiasmo in ciò che fanno, per poter riprodurlo anche a casa loro, nonostante continuino comunque ad esprimere il desiderio di poter un giorno visitare la terra dei loro sogni. Un particolare che andrebbe notato, in questa puntata come del resto anche il tutte le altre, è che la maggior parte dell'attenzione del programma sembrerebbe essere più indirizzata verso la promozione della cultura giapponese, piuttosto che sulle persone che vi partecipano o sulla loro cultura più in generale. Potremmo infatti paragonare questo programma a una specie di documentario su vari aspetti del Giappone e della "giapponesità" a cui i protagonisti stranieri anelano e che il programma ci racconta nei dettagli tramite la loro esperienza, quella delle persone che la rendono possibile e la voce di un narratore accompagnata da piccoli video e fotoreportage. Se l'episodio precedente era dedicato all'arte, questo è un tripudio del cibo giapponese, di cui viene rafforzata l'unicità attraverso l'esperienza della coppia spagnola.

Questo però non esclude comunque l'attenzione che viene dedicata ai singoli protagonisti che in questo episodio quasi interamente dedicato alla cucina giapponese vengono mostrati in tutta la loro esuberanza, esaltata da un doppiaggio quasi sempre presente a esclusione di alcune scene e della liceale che parlava in giapponese. Le doti nella lingua della ragazza vengono più volte apprezzate, con la ormai classica frase "*nihongo ga ojojudesune*", come anche quelle di altri stranieri che compaiono durante lo show e dicono semplicemente qualche saluto o ringraziamento. Le parti doppiate di cui in sottofondo si può comunque sentire l'originale sono

alcune volte in contrasto con quello che viene ad esempio detto della coppia spagnola, o usano intercalari che poco si adattano al modo di parlare dei due ma che di certo ne esaltano, anche fin troppo le emozioni.

I presentatori del programma si trovano molte volte increduli davanti alle prodezze dei protagonisti che dimostrano in certi momenti un'ossessione e un perfezionismo non indifferenti nei confronti di quello che fanno, che sia costruire un villaggio giapponese da zero o cucinare una pietanza rispettandone tutti i passaggi nonostante la mancanza di materia prima. È difficile dire se questo sentimento di incredulità sia naturale oppure semplicemente costruita dal programma per sottolineare il bizzarro legame che intercorre tra questi stranieri e il Giappone.

### **3.4. Episodio 11 Novembre**

#### **3.4.1. Sinossi**

Questo episodio è dedicato quasi interamente ad un giovane marocchino che vuole andare in Giappone per provare le terme. L'episodio parte quindi in Marocco con una breve introduzione del posto delle atmosfere cittadine "Europee"<sup>29</sup>, per poi dirigersi immediatamente all'appartamento dell'uomo che li sta aspettando e li accoglie utilizzando qualche frase in giapponese, e, dove le sue abilità non bastano, l'inglese. Li porta nella sua stanza che stupisce immediatamente gli intervistatori per le dimensioni ridotte, che ritengono essere di "sei tatami"<sup>30</sup> all'incirca, ovvero poco meno di 10m<sup>2</sup>, e per il grande numero di foto di impianti termali che il giovane ha attaccato in giro per essa. Racconta loro come il suo sogno sia quello di poter visitare tutte le terme del Giappone e avere la possibilità di stare in questi posti così unici al mondo e che in alcuni casi esistono da così tanto da essere persino nominati nel Nihonshoki. Come di consueto, si apre una piccola parentesi in cui il narratore parla della natura di questa menzione in un libro così antico e della storia delle terme in generale.

Arrivato in Giappone senza uno dei suoi bagagli, a causa di uno smarrimento, è molto felice di potersi dirigere verso Shirahama, dove ad aspettarlo c'è il proprietario di un famoso impianto termale. Stupito dalla bellezza del posto si presenta al vecchio che gli dice di essere arrivato nel miglior bagno all'aperto di tutto il Giappone, e il giovane gli rivela di non aver mai fatto il bagno in vita sua. Si apre un piccolo flashback, in cui è ancora in Marocco, dove lui, si lava a pezzi utilizzando un catino in quello che è un bagno marocchino, mostrando così al pubblico il motivo del suo entusiasmo per questa sua esperienza.

---

<sup>29</sup> Non si capisce bene a cosa si riferiscano con questo termine.

<sup>30</sup> Un tatami corrisponde all'incirca a 1,6m<sup>2</sup>.

Lo vediamo così entrare con un telo alla vita in queste terme che creano una specie di piscina sul mare, in cui altri due clienti stanno già facendo il bagno nella parte più lontana della vasca. Nonostante non abbia bisogno dei consigli del proprietario su come fare il bagno, essendosi già sufficientemente documentato, con qualche difficoltà dovuta al calore dell'acqua, tra le risate degli ospiti della struttura e del proprietario, riesce per la prima volta a fare un bagno, che lo lascia soddisfatto a tal punto da voler restare al suo interno per ben due ore, creando sconcerto tra tutti.

Dopo una parentesi sulle proprietà benefiche dell'acqua termale giapponese, ci si sposta verso un altro impianto termale, le Kuroyu, dove ad aspettarlo questa volta abbiamo tutto lo staff della struttura al completo che prova anche ad insegnargli qualcosa in giapponese. Dopo avergli fatto provare il bagno misto della struttura, dove come di consueto parte un video che comincia a raccontarci della storia delle terme e di come mai il bagno sia aperto ad entrambi i generi, lo portano prima in una struttura dove gli ospiti possono cucinare il proprio cibo insieme e poi a scoprire l'origine del nome di questo stabilimento. Infatti, dopo avergli fatto provare le difficoltà di pulire la sorgente delle terme, gli viene indicato un punto in particolare dove vi sono immerse delle uova completamente nere a causa delle sostanze contenute nell'acqua<sup>31</sup>.

Dopo avergli fatto provare un altro tipo di vasca da bagno, organizzano un party serale in suo onore, in cui viene mostrata un'atmosfera molto familiare e accogliente di cui il giovane marocchino ne è parte, che viene a tratti interrotto da altri video sui prodotti del luogo. Per potersi sdebitare di questo calore, decide di svegliarsi presto per aiutare a pulire i bagni, mostrando delle abilità che sbalordiscono tutti. Dopo questo breve momento si devono però salutare e tra la commozione generale di tutti i presenti l'uomo legge delle letterine in giapponese che ha scritto per ognuno di loro scatenando le lacrime della proprietaria dello stabilimento.

A questo punto il programma lo porta a Tokyo per provare un bagno pubblico giapponese, un *senjo*, al cui interno ad aspettarlo c'è uno dei presentatori del programma che è un appassionato di stabilimenti termali e simili. La scena clou della puntata viene però rimandata alla fine perché prima si andrà brevemente in Francia, a trovare un'altra persona che sarà protagonista di una parte di questa puntata e che come ci viene mostrato risulta essere un appassionato di tofu, il quale ha aperto un piccolo caseificio vicino casa. Dopo avergli mostrato il suo prodotto, che secondo gli intervistatori sembrerebbe assomigliare a del formaggio, gli racconta di come abbia cominciato questa sua piccola azienda sei anni fa, ma che ancora non si è avvicinato al sapore

---

<sup>31</sup> Kuroyu può infatti essere tradotto letteralmente come "acque calde nere".



del vero tofu giapponese di cui vorrebbe carpire i segreti una volta andato lì. Questa parte della puntata viene quindi dedicata interamente a spiegazioni tecniche sul tofu e sui vari modi di farlo che vengono a lui insegnati in tre località diverse del Giappone e ai prodotti tipici del luogo che vengono a lui proposti.

Si ritorna quindi dal giovane marocchino, che è intento a farsi spiegare come funziona un bagno pubblico giapponese dal presentatore del programma che cerca di spiegargli tutto parlando in un giapponese molto lento e scandito. Dopo una spiegazione del perché il monte Fuji veniva dipinto nei bagni pubblici giapponesi e le ormai classiche indicazioni storiche, la puntata comincia a diventare molto allegra e scherzosa, mentre i due uomini fanno amicizia e provano le diverse vasche e saune della struttura. Tra varie difficoltà ad entrare nella vasca di acqua fredda e urla all'interno del bagno, la puntata si conclude dopo che mostrano come il giovane abbia poi viaggiato in giro per altre terme sparse per il Giappone.

### **3.4.2. Analisi**

Questo episodio molto allegro, porta sotto le luci dei riflettori due persone molto diverse, che però condividono lo stesso tipo di entusiasmo nei confronti dell'esperienza che andranno a fare. La prima, molto vivace ed espansiva che cerca di utilizzare quel poco di giapponese che conosce per comunicare, si mostra un po' come se fosse un bambino in un posto pieno di cose nuove, che lo portano a meravigliarsi di tutto ciò che lo circonda e che gli fanno istintivamente pronunciare la parola *sugoi* (traducibile come “fantastico” o “fico”) ripetute volte e ingigantita da scritte in sovraimpressione. La seconda invece, più pacata nel proprio modo di esprimersi e attenta a tutte le informazioni tecniche che è intento ad apprendere tramite anche domande molto specifiche che mostrano una grande conoscenza delle basi del tofu, ma non per questo meno scherzosa del precedente.

Entrambi, nonostante posseggano una personalità molto forte, spesso finiscono per fare da sfondo alle vicende della narrazione che danno ampio spazio a lunghe spiegazioni sui tipi di terme e qualità dell'acqua, per il primo, e prodotti tipici e tofu per l'altro. Molte volte a fare da protagonisti sono proprio le persone che con il loro duro lavoro si impegnano affinché antiche tradizioni, usanze e conoscenze non vengano dimenticate, e quindi si trovano in televisione a spiegarle ad uno straniero per poter indirettamente indirizzare il loro messaggio.

I due invece, per quanto abbiano cominciato a muovere i loro primi passi nella cultura giapponese, sono mostrati come inesperti ma recettivi alle informazioni che vengono loro trasmesse. Sono molte le cose che non sanno e che gli vengono insegnate, mentre al contrario la conoscenza del loro paese e delle loro tradizioni in loro possesso raramente attira l'attenzione

della telecamera, che ci racconta poco e nulla del loro bagaglio culturale ma molto delle loro passioni riguardanti il Giappone, quasi come per un processo di autogratificazione ed elogio della cultura giapponese.

Si complimentano spesso con tutti e due per la loro conoscenza del Giappone e per le loro abilità, ma non perdono occasione di deriderli quando trovano qualcosa di strano in loro. Mustafà scatena spesso l'ilarità dei presenti quando dice qualcosa in giapponese, sia che sbagli nel pronunciare qualcosa sia che dica correttamente la frase. Lo stesso accade quando si mostra impressionato per cose che non è abituato a vedere o semplicemente entrando nelle vasche, come nel caso delle prime terme in cui i due ospiti ridono di lui dalla distanza mentre ne osservano le azioni. La puntata infatti, mette più volte in evidenza queste loro mancanze e non risparmia loro battute ironiche da parte dei presentatori in studio. In particolare, l'uomo marocchino, forse anche per la sua natura un po' ingenua, viene preso maggiormente di mira non solo dal programma in sé stesso ma anche dalla gente del luogo che gli dà nomignoli come "Musu-chan" e trova divertenti le cose che dice.

È importante notare, che per quanto certe volte siano ridicolizzati, il programma non presenta assolutamente i due come personaggi negativi, ma anzi ci mostra come, seppur inesperti, vadano d'accordo con le persone del luogo e riescano ad integrarsi bene nelle realtà con cui si vanno a confrontare. A partire dai protagonisti, l'atteggiamento di tutte le persone presenti nel programma è sempre quello di apertura verso l'altro, e difficilmente li vedremo rifiutarsi di conversare allegramente. Il diverso che ci viene mostrato qui, non è un qualcosa che spaventa e genera un senso di repulsione, ma al contrario ci mostra come non ci sia alcun motivo di allontanare l'altro con cui si può andare perfettamente d'accordo nonostante le barriere che separano la dimensione giapponese da quella aldilà del mare.

#### **4. Terrace House: Tōkyō 2019-2020**

L'ultimo (non per importanza) campione selezionato è invece una serie di successo a marchio Netflix e Fujitelevision dal titolo di Terrace House. Il programma, che prende la forma di un reality show, ha avuto inizio nel 2012 con la prima stagione denominata "Terrace House: Boys x Girls next door" fino ad arrivare ad oggi con la quinta attualmente in corso "Terrace House: Tokyo 2019-2020". Ogni puntata ha una durata media di 40 minuti, a cui però vanno tolti circa una quindicina di minuti tra recap dell'episodio precedente, scene vuote in cui vi sono soltanto delle inquadrature della città a volte accompagnate da musiche, sigle iniziali e finali, arrivando a ridurre notevolmente la durata effettiva della puntata.

Lo show ha come protagonista la vita di sei sconosciuti, tre uomini e tre donne di diverse età, che vivono all'interno di una splendida casa che a seconda della serie si trova in un posto diverso, e commentata da diversi individui in studio. A parte la suddetta abitazione già arredata e delle macchine di lusso, non viene fornito nient'altro agli inquilini il cui unico obbligo sarebbe quello di continuare le loro vite senza particolari cambiamenti. Viene infatti ripetuto all'inizio di ogni episodio che il programma non fornisce loro alcun tipo di copione, dicendoci implicitamente che tutto ciò che avviene all'interno è nient'altro che la pura verità<sup>32</sup>, e che l'unica cosa che gli viene data sono appunto le sopra citate accomodazioni. Ogni puntata è il riassunto della settimana degli inquilini, facendo quindi corrispondere ad ogni episodio della serie la corrispettiva settimana di convivenza, con focus sugli eventi più importanti avvenuti, dando quindi più importanza a certi personaggi rispetto che ad altri. Gli episodi possono a grandi linee essere divisi in due parti grazie agli interventi dei commentatori che si trovano all'inizio, a metà e alla fine dell'episodio.

È importante ribadire che il criterio generale di selezione per i partecipanti sembrano essere i seguenti: a) essere di bell'aspetto, b) condurre una vita "interessante<sup>33</sup>", dal punto di vista lavorativo o nel privato, c) un obiettivo specifico da raggiungere attraverso la propria esperienza nella casa. Una volta che lui o lei creda di non aver più nulla da poter fare nella casa, decide di sua spontanea volontà (così viene detto) di andarsene e lasciare il suo posto nella casa a qualcun'altro che a partire dal giorno successivo raggiungerà gli altri inquilini. Il tutto si ripete fino alla conclusione del programma.

Tuttavia, il programma non si limita a seguire i ragazzi all'interno della casa, come ad esempio il "Grande fratello", ma al contrario li lascia liberi di uscire e li segue anche a lavoro, nelle loro uscite di gruppo e nei loro appuntamenti. Riguardo all'ultimo punto, sembra infatti che per molti versi il programma sia abbastanza concentrato sulla vita amorosa degli inquilini, e in particolare tra le relazioni che si possono sviluppare tra di loro durante la convivenza. Infatti, nonostante né il sito ufficiale del programma né durante il programma stesso viene detto che lo scopo principale di Terrace House sia quello di seguire questi risvolti di natura romantica, è innegabile che siano molte le scene che vengono selezionate per la puntata che riguardano materie di questo genere. I commentatori stessi sono molto interessati a questo soggetto e più volte sottolineano come queste sono le cose che "dovremmo aspettarci da Terrace House".

---

<sup>32</sup> Allo spettatore tuttavia non è dato sapere se questa sia la verità o se invece venga chiesto agli inquilini di recitare una parte.

<sup>33</sup> Si vedrà infatti che molti condurranno una vita fuori dall'ordinario, come ad esempio quello della modella che nel tempo libero si dedica alle corse d'auto.

A differenza dei primi due campioni, da cui si può già intuire dal titolo il ruolo principale che giocano gli stranieri al loro interno, in Terrace House normalmente i protagonisti sono o “giapponesi” o qualche volta *hāfu*, e quindi il programma non si concentra particolarmente sul presentarci delle minoranze visibili. Tuttavia, a partire dalla quindicesima puntata della stagione Tokyo 2019-2020 arriva nella casa un italiano, che attualmente vive in Giappone e lavora come modello e fumettista serializzato. È stato quindi ritenuto che fosse utile avere tra i campioni presi in esame, anche uno che non presentasse gli stranieri come fulcro ma che ne contenesse qualcuno tra i protagonisti, in modo da poter osservare come vengono rappresentati da un programma il cui scopo principale non è né quello di essere comico nei confronti degli stranieri né quello di trattare l’argomento in generale.

A differenza delle altre due serie i cui episodi si potrebbero definire autoconclusivi e che solitamente non formano un nesso logico tra di loro, Terrace House presenta una struttura ben definita in cui un episodio che copre gli eventi di una settimana è collegato agli altri e alle vicende dei membri della casa. Vi è quindi una sorta di storia che segue i protagonisti e si ritiene necessario riassumerla per capire come vengono trattati gli altri personaggi e poter confrontare meglio le differenze tra loro e l’italiano, che come vedremo sono fabbricate attraverso i meccanismi del processo di editing. Oltre ad essere analizzati nel dettaglio gli episodi in cui è presente lui verranno quindi presi in considerazione anche quelli in cui non compare ma che comunque ci offrono informazione importanti per capire se il suo caso sia isolato oppure presenti delle similitudini con gli altri personaggi.

#### **4.1. L’immagine dello straniero**

Partendo dalla presentazione del nuovo inquilino, fino ad arrivare alle ultimissime puntate, è evidente come gli vengano attribuite delle caratteristiche che lo fanno in certi momenti appartenere alla categoria degli italiani, mentre in altri momenti a quella più larga degli stranieri. Sin dall’inizio sia gli inquilini, i commentatori e delle volte lo stesso italiano, parlando di lui ne esaltano le differenze e soprattutto questa sua non “giapponesità”. In quasi tutti gli episodi, a partire dal momento in cui ha messo piede nella casa, ma con uno scemare dell’interesse verso la fine<sup>34</sup>, viene detto che qualcosa che fa o un suo modo di essere, sono tipicamente italiani/stranieri. Come per le altre serie anche in questa il discorso Noi/Loro è molto evidente,

---

<sup>34</sup> Il suo tempo in scena è in media di 17 minuti, esclusi i momenti in cui i commentatori o gli altri membri della casa parlano di lui. Tuttavia, verso la fine vi sono momenti in cui il suo tempo in scena cala drasticamente, come nell’episodio 23 dove ha solo 7 minuti in scena per poi risalire nell’episodio di molto nell’episodio 25 dove ha 27 minuti a lui dedicati.

soprattutto nelle parti in cui i commentatori cercano di “studiare” i comportamenti e i modi di fare del giovane.

Durante l’analisi, si vedrà come vi sono eventi che hanno ricevuto più spazio e più attenzione da parte dei conduttori rispetto ad altri, affiancati anche da molte altre piccole discussioni e considerazioni che rimarcano questa sua alterità. Ad esempio quando i commentatori alluderanno al fatto che pensavano che gli italiani avessero già dato il primo bacio e fatto sesso entro gli otto anni, o quando mostrano un momento di difficoltà del giovane con le bacchette in cui tutti sorridono, o quando lo ritraggono intento a cucinare pasta con la De Cecco sullo sfondo e molti altri.

Piccole parole, azioni o riferimenti rimarcati alcuni stereotipi che non sfuggono all’occhio attento della telecamera, la quale sceglie accuratamente cosa mostrare e cosa nascondere. Perché a differenza di un reality show come può essere il “Grande Fratello” in cui gli spettatori possono volendo seguire per tutto il tempo i loro personaggi preferiti<sup>35</sup>, qui tutto ciò a cui hanno accesso sono semplicemente le brevi puntate di poco meno di un’ora e i post sui vari social network ufficiali, collegati al programma. A partire dal sito ufficiale, che dà ben poche informazioni sui protagonisti, si concentra principalmente sul loro tipo ideale e da quanto tempo siano single, arrivando alle puntate del programma effettivo, che non presentano “dichiaratamente” nessun copione per gli inquilini, ogni elemento è accuratamente scelto per creare un prodotto d’intrattenimento che mantenga l’interesse degli spettatori alto. Ciò che si vede infatti non sono tediosi momenti in cui non c’è nessuno in casa o gli inquilini stanno parlando di un buon ristorante in cui sono stati una volta, si vedono scene di vita quotidiana accuratamente scelte che non si limitano alla casa, ma che selezionano con un qualche criterio anche di chi mostrarci la giornata lavorativa o l’incontro con gli amici. Una serie che pur non dando delle battute agli attori decide quali delle loro performance valga la pena di mettere sulla pellicola, per sollecitare l’interesse di un target probabilmente di giovani della stessa età dei protagonisti.

Ovviamente non tutte le scene in cui egli appare lo dipingono in una maniera stereotipata e al contrario non sono neanche poche quelle in cui parla normalmente con gli altri coinquilini o è intento a disegnare il suo fumetto. È vero che viene presentato un giovane “italiano”, o forse sarebbe meglio dire “straniero”, ma è anche vero che è ritratto come un ragazzo gentile che vorrebbe trovare l’amore, determinato nel suo lavoro e amichevole con tutti. L’immagine che

---

<sup>35</sup> Oltre agli episodi settimanali in cui la casa è collegata con lo studio, gli spettatori hanno la possibilità di osservare i concorrenti all’interno di essa ventiquattro ore su ventiquattro tramite le telecamere posizionate all’interno della casa.

ne risulta e che, sotto certi aspetti potrebbe sembrare denigrante, non è neanche qui negativa e per quanto molti aspetti positivi siano legati ai suoi atteggiamenti non giapponesi, come ad esempio il suo “modo di parlare italiano”, molti altri, come la sua dedizione al lavoro e la sua bontà di cuore sono invece validi universalmente. Va comunque considerato che ogni immagine passa attraverso un filtro prima di essere selezionata, e viene quindi presentata allo spettatore una rassegna di immagini accuratamente scelte per ritrarre il giovane nella maniera più congeniale allo show.

Prima di essere considerato italiano o altro, il fumettista andrebbe visto come uno dei protagonisti principali del programma, messo nella casa per suscitare l’interesse del pubblico e quindi come uno qualsiasi degli altri personaggi. Se si osservano i personaggi presenti nella casa, si può notare che tutti conducono una vita in qualche modo particolare, o dal punto di vista lavorativo o da quello privato, come ad esempio il giocatore di basket professionista che punta alle olimpiadi, o l’attrice che nel tempo libero fa gare di macchine o la wrestler che con i suoi capelli rosa e la sua pelle abbronzata si distingue facilmente nella folla. Messo a confronto con gli altri personaggi, l’italiano non risulterebbe poi così strano se non fosse per l’unico dettaglio di possedere dei tratti somatici differenti dagli altri che lo rendono ancora più unico, cosa in parte condivisa con la wrestler. Ognuno dei personaggi ha differenti abitudini alimentari, sociali e soprattutto una personalità distintiva che lo separano dagli altri, l’unico elemento che li accomuna è probabilmente quello di essere tutti di bell’aspetto secondo i canoni scelti dal programma stesso. Ed è forse proprio per questi fattori che i tre nuovi inquilini “stranieri” che arrivano dopo l’italiano sono stati scelti.

Come è stato infatti detto all’inizio, l’obiettivo del programma, velato o meno che sia, è quello di presentare giovani appariscenti che tra le difficoltà della vita quotidiana cercano comunque di trovare una persona speciale di cui innamorarsi, e non quello di ritrarre un giapponese come giapponese o un italiano come italiano. Come si può notare anche dalle puntate successive a quelle in cui comparirà il giovane, viene data attenzione anche agli altri nuovi arrivati che riescono a portare nella casa una ventata di freschezza in un’ambiente che ormai era diventato (o forse fatto diventare) cupo. Viene infatti dedicato anche a loro ampio spazio, soprattutto perché anche grazie alla loro introduzione nella casa che la situazione romantica si è cominciata a smuovere più velocemente, sbloccando la situazione di stallo che si era venuta a creare. Si può a questo punto supporre che la diversità dei membri del cast venga volontariamente accentuata per rendere il programma più interessante e che quindi l’essere “non-giapponese” dell’italiano sia messo in evidenza affinché il pubblico possa mostrare interesse verso qualcosa di esotico, come lo sono le vite della maggior parte degli altri membri del gruppo.

Ciò non toglie che questa rappresentazione del giovane sia carica di stereotipi sugli italiani e sugli stranieri in generale, seguendo quindi in parte gli stessi processi in atto anche nei due campioni già esaminati. Si può infatti notare che molte volte, sia gli inquilini sia i commentatori, si rivolgono a lui e ne parlano con atteggiamenti che si basano interamente su stereotipi che ritengono essere attendibili, nonostante egli stesso abbia esplicitamente detto che con la sua presenza nel programma e con il suo manga vorrebbe sfatarli. Non essendo lui a decidere cosa viene mostrato, non sappiamo se effettivamente stia facendo qualcosa per cambiare questi stereotipi che però non viene trasmesso, possiamo solo affidarci alle immagini e al lavoro dei commentatori che da una parte ne parlano come stereotipo di “italiano” e che da un altro lo presentano diverso dall’italiano modello a cui loro sono abituati. Va infatti ricordato che l’influenza della società non può essere esclusa da un suo prodotto e che quindi, Terrace House si riveli in parte specchio delle menti che lo hanno partorito.

#### **4.2. La casa prima dell’arrivo dell’italiano**

La prima parte della serie si apre con l’arrivo dei membri originali del cast che rimarranno invariati fino alla quindicesima puntata, momento in cui l’italiano arriverà nella casa. Il programma comincia così a seguire le vicende di questi sei giovani che sin da subito sembrano essere molto interessati nei membri dell’altro sesso e cominciano ad uscire tra di loro alla ricerca di un possibile partner. Durante queste prime puntate si va a scoprire quali sono le preferenze, gli hobby e la vita di ognuno dei personaggi ponendo molta più attenzione a quelli che sembrano essere più coinvolti nel gioco di amori della casa.

La situazione continua invariata fino a quando non cominciano ad esserci i primi attriti, che rendono più difficile comunicare tra i membri della casa e danno il via ad una serie di litigi e ripercussioni.

Tra questi momenti che i commentatori definiscono poco piacevoli, vi sono però anche delle parentesi rilassate e divertenti in cui alcuni membri continuano comunque ad uscire insieme per pranzi e altre attività. Viene posta molta enfasi sul triangolo amoroso che si sta venendo a creare tra due ragazze e uno dei ragazzi che dopo tante peripezie si conclude con l’uscita dalla casa del ragazzo e la ragazza verso cui prova dei sentimenti.

Sin da questa prima fase del programma, tutti i protagonisti e le loro vite fuori dall’ordinario, vengono mostrate in maniera tale da rendere ognuno di essi ancora più unico e permettere allo spettatore di interessarsi sempre di più alle loro passioni che di volta in volta vengono rivelate. Tuttavia, non a tutti è concesso lo stesso tipo di attenzioni e il programma preferisce

concentrarsi su alcuni personaggi piuttosto che su altri, dando priorità a chi dimostra sentimenti verso l'altro sesso.

### **4.3. Episodio 15**

#### **4.3.1. Sinossi**

Questa è la puntata in cui l'italiano e una ragazza, che dovrebbe arrivare a sostituire una delle ragazze che ha anch'essa abbandonato la casa, entrano a far parte del cast. Nonostante i due arrivino nella stessa puntata l'attenzione che i commentatori pongono sulla ragazza è praticamente nulla. Infatti, nel primo spezzone di programma dove li troviamo intenti a commentare il riassunto dell'episodio precedente e a parlare di che cosa si aspettino nella puntata attuale, viene posta molta enfasi sul giovane fumettista e modello italiano. Come di consueto, si concentrano su quale possa essere il suo aspetto fisico e su quali altri membri del cast possano essere attratti da lui.

Comincia a questo punto la vera narrazione della settimana, in cui vediamo le vicende dei vari inquilini e soprattutto l'arrivo della nuova ragazza, una studentessa che in questa puntata desta poco scalpore e viene mostrata solo in poche scene. Il tutto procede normalmente fino alla parte finale della seconda metà dell'episodio in cui il campanello della casa suona.

A farlo è proprio l'italiano, che le telecamere cominciano ad inquadrare dai piedi per poi arrivare alla sua figura intera e finalmente svelare l'arcano sull'aspetto del giovane. I primi commenti degli inquilini sono appunto anche essi rivolti al suo aspetto [dicono più volte che sia un "bell'uomo" (*Ikemen*)]. Lo fanno accomodare in salotto e cominciano le presentazioni. Lui si presenta in maniera molto allegra, chiedendo di essere chiamato con un nomignolo e su richiesta degli altri inquilini presenti al momento comincia a parlare di sé stesso. Tuttavia, gli viene fatto notare come tutti siano un po' straniati dal fatto che egli sia entrato in casa con le scarpe, e imbarazzato ammette di essersi comportato da "straniero", perché entrando gli è sembrato di essere in un'abitazione "Europea", e si giustifica dicendo che non gli era mai capitato in quattro anni di soggiorno in Giappone.

Dopo questo breve spezzone, la scena si sposta in studio, alla parte dei commenti finali, dove tutti sembrano su di giri per l'arrivo dell'italiano che ritengono a prima vista essere un ragazzo gentile, capace di rallegrare l'atmosfera. Cominciano a parlare di come gli italiani siano molto bravi a cambiare atmosfera e che ciò era proprio quello che serviva alla casa in questo momento. Infatti, secondo loro il giovane è entrato di sua spontanea volontà con le scarpe addosso, per



fare un cosiddetto “Italian Joke”, come è solito fare un comico noto col nome di Zakiyama<sup>36</sup> conosciuto per il suo stile di vesti e atteggiamento all’italiana di cui il fumettista potrebbe essere considerato la versione più giovane e bella, secondo l’opinione dei commentatori.

Dopo questa piccola parentesi sulla sua italianità, ritornano a parlare di come potrebbe essere il suo rapporto con gli inquilini e con chi potrebbe avere una relazione, concludendo così lo spazio di tempo a loro assegnato.

Tornati nel salotto della casa, dove i protagonisti stanno ancora conversando, chiedono al nuovo arrivato il motivo per cui lui abbia deciso di entrare a far parte del cast di Terrace House. Egli infatti rivela che il suo obiettivo è quello di sfatare alcuni stereotipi sugli italiani che ci sono in Giappone e quindi di mostrare attraverso gli occhi del programma quali di questi siano veri o meno.

Come esempio usa quello dell’italiano latin lover che gli altri membri sembrano condividere come immagine dell’italiano medio e che lui stesso dice però di non incarnare essendo molto timido nelle relazioni con l’altro sesso. Come dirà dopo, vorrebbe che anche il suo fumetto sortisse un effetto simile, in quanto la storia narrata ha come protagonista uno straniero in Giappone modellato sulla sua persona, e vorrebbe che tutti gli inquilini lo leggessero per cambiare idea sugli italiani.

#### **4.3.2. Analisi**

Come già detto, nella prima puntata in cui appare, la sua gaffe da straniero e il suo modo di parlare attirano le attenzioni dei commentatori che lo definiscono più volte come tipico italiano, arrivando persino a paragonarlo ad un giapponese che loro ritengono comportarsi e vestirsi in maniera italiana. È proprio la prima apparizione del giovane, il modo in cui viene presentato e con cui egli stesso esordisce, che mettono in evidenza il suo essere diverso dagli altri membri della casa perché fa cose e si comporta in maniera che per l’appunto un giapponese non farebbe mai, etichettandolo quindi come “gaijin”.

Le attenzioni dei commentatori sono concentrate su di lui e sembrano voler attirare l’attenzione su di lui creando così una certa aspettativa nel pubblico, a scapito degli altri personaggi e soprattutto della nuova arrivata.

La regia però include nel montaggio gli spezzoni in cui il fumettista dice che con la sua presenza nella casa e con la sua opera che presto sarà pubblicata, vuole sfatare alcuni stereotipi sugli

---

<sup>36</sup> Nome d’arte di Hironari Yamazaki talento della Jinrikisha production e uno dei membri del duo comico Untouchable. Sito ufficiale della Jinrikisha: <http://www.p-jinriki.com/talent/untouchable/>

italiani. A differenza dei programmi precedenti, in cui affermazioni del genere non erano presenti, o per assenza di commenti simili da parte dei partecipanti o per scelte di montaggio, si mostrano i momenti in cui lo straniero cerca di sfatare dei preconcetti basati sulla “nazionalità”.

#### **4.4. Episodio 16**

##### **4.4.1. Sinossi**

Anche nell’episodio successivo, dove dovrebbero dare maggiore risalto ai nuovi arrivati, è sempre lui che sin dall’inizio monopolizza le attenzioni dei commentatori e della telecamera. Infatti, sebbene comincino il programma chiedendosi che tipo di persona sia la nuova ragazza, il primo commento che fanno è quello di lei che potrebbe essere quel genere di ragazza che quando torna a casa dalle amiche e dice “ci credete che vivo con uno straniero” e altre cose del genere.

Ma l’attenzione che le viene dedicata è breve, perché si torna subito a parlare dell’allegro e gentile italiano e della sua “parlata elegante all’italiana” (*itariajin no oshare talk*), riferito a quando durante la conversazione sul divano gli è stato raccontato un incidente avvenuto tempo prima nella casa, dove uno degli inquilini ha fatto una pasta ai broccoli insapore. In quella situazione, lui invece di arrabbiarsi come avrebbe dovuto fare secondo i commentatori [di cui uno afferma “ha sprecato la pasta di cui voi italiani andate così fieri” (*Kimitachi no okoru pasta, anna ni mudaji ni sasetandayo*)], ha invece paragonato la pasta incriminata fatta con quello che era rimasto in casa alla creazione di un piatto di origini povere come la carbonara. Sono rimasti colpiti da questo modo italiano ed elegante per non fare sentire in imbarazzo l’inquilino che aveva fatto quella pessima pasta.

Per la maggior parte dell’episodio, le telecamere seguono l’italiano nella sua routine giornaliera, tra momenti in cui prepara caffè e pasta, saluta dicendo “ciao” e si concentra sul suo lavoro di fumettista. Sono molte le scene in cui parla con gli altri inquilini, e soprattutto quella finale in cui si trova a preparare dello spritz per una delle ragazze, per poi andare con lei a parlare di sé stesso.

##### **4.4.2. Analisi**

Nella sedicesima puntata, viene più volte paragonato a Girolamo Panzetta, dicendo che però non gli assomiglia né nel modo di fare né in quello di vestire, ma comunque non escludendo la somiglianza tra i due. Infatti, si potrebbe considerare questo tentativo da parte dei commentatori di allontanarlo dalla figura che rappresenta lo stereotipo di italiano in Giappone, come al

contrario un modo per avvicinarlo nei suoi comportamenti cool a quello che definiscono un modo di parlare e di essere “oshare” tipico dell’italiano che Panzetta rappresenta.

In questo caso l’altro che il giovane rappresenta non è identificabile con l’America, ma viene ad assumere la dimensione del tipico italiano. Lo si può osservare spesso impegnato in attività che potremmo definire come tipicamente “italiane”, come cercare di preparare il caffè con una moca, insegnare a cucinare la pasta o farla semplicemente lui, preparare un Aperol spritz e tanto altro. Questi eventi portano in scena un personaggio molto diverso da quelli visti finora. Diverso per il suo carattere, aspetto e, come ci fanno spesso notare, per il suo essere “italiano”, per questo modo di fare che loro trovano estraneo ma che ritengono comunque cool.

## **4.5. Episodio 17**

### **4.5.1. Sinossi**

Dopo il riassunto della puntata precedente incentrato sull’italiano, lo si vede alle prese con il suo lavoro. In questa puntata, come anche in quelle che saranno esposte più avanti, molte volte il giovane è mostrato o intento a disegnare o in riunioni e incontri con il suo editore e altri fumettisti giapponesi.

Oltre a queste scene, abbondano quelle in cui è intento ad interagire con gli altri membri della casa, ha conversazioni con molti di essi, va ad un appuntamento con una delle ragazze, insegna ad uno dei ragazzi come fare la pasta e altri avvenimenti del genere.

I commentatori sembrerebbero essere molto entusiasti della presenza del giovane e in tutti e tre gli intermezzi dedicano attenzione alla sua figura. Lo fanno oltre che per i già citati atteggiamenti italiani che trovano “fichi” (kakkōii) anche per cercare di far interessare il pubblico a lui, speculando sulla persona da cui potrebbe essere attratto.

### **4.5.2. Analisi**

Nel diciassettesimo episodio, si continua a conoscere il giovane italiano per i suoi molti talenti, e viene ampiamente mostrato come si sia integrato bene nella casa e come sia sempre disponibile ad aiutare i suoi coinquilini, come quando uno di essi gli chiede di aiutarlo con l’inglese. Tuttavia, tramite le parole dei personaggi del programma, dei commentatori, e a volte lui stesso, viene sempre ricordato allo spettatore come lui sia straniero.

Ad esempio, una delle ragazze chiede al giovane di portarla nel posto “super italiano” (*Chō itarian*) di cui gli aveva parlato, sottintendendo come sia stato lui a definirlo come un caffè in stile italiano. Nonostante il giovane smentisca questa fittizia italianità del posto, lo definisce egli stesso come più sullo stile europeo, non cancellando completamente le indicazioni

geografiche da lui date. Qui, come in una serie di altre piccole occasioni, è proprio lui che alimenta, probabilmente non intenzionalmente, la creazione di categorie stereotipate come possono essere lo stile europeo e quello italiano.

Ne risulta alla fine un'immagine ambigua del personaggio che a tratti sembrerebbe essere riconosciuto come parte del gruppo di coinquilini, ma dall'altra viene sempre ricordata la sua diversità dagli altri giapponesi all'interno del programma.

## **4.6. Episodio 18**

### **4.6.1. Sinossi**

Questo episodio si basa su due lunghi momenti che occupano rispettivamente la prima e la seconda parte dell'episodio, ovvero: l'appuntamento in spiaggia del giovane italiano con una delle ragazze della casa, e l'arrivo di un nuovo inquilino all'interno della casa.

All'inizio di questo episodio, il giovane è intento a lavorare sul tavolo della sala comune, dove lo raggiunge la ragazza con cui ha promesso di andare al mare. Arrivano quindi in spiaggia, dove un montaggio accompagnato dalla musica, li mostra divertirsi insieme. Dopo questa piccola parentesi, la scena si sposta ai due seduti in un chiosco lì vicino, e qui il giovane comincia a parlare con la ragazza di eventi che sono capitati in Italia e di sé stesso. La scena colpisce molto i commentatori, al punto che arrivano quasi a ignorare il fatto che uno degli inquilini stia per lasciare la casa.

L'italiano infatti, tornato a casa viene a conoscenza della notizia, ma prima che possa rendersi conto di qualcosa, con un perfetto tempismo il nuovo inquilino suona alla porta di casa, ed è infatti il giovane ad andare ad aprirgli la porta. Da qui fino alla fine dell'episodio, si troverà il nuovo membro della casa a parlare con gli altri in maniera a quando l'italiano è entrato nella casa.

### **4.6.2. Analisi**

Vi sono quindi questa volta due momenti in cui l'alterità del giovane si fa molto marcata. All'inizio, si trova in spiaggia a parlare con la ragazza che è arrivata in casa durante la stessa puntata in cui è arrivato anche lui. Parlano di un incontro fugace tra lui e una ragazza su un autobus in Italia che si è concluso in null'altro che una serie di sguardi tra i due. Sia la ragazza che successivamente i commentatori, parlano di come le azioni dell'italiano, che un giapponese normalmente non farebbe, come l'intensa serie di sguardi, lo porterebbero a fare immediatamente colpo su una ragazza giapponese. Azioni che secondo la ragazza potrebbero trovarsi solo in un film. Qui, come in altri punti dello show, viene sottolineato il modo di

comportarsi del ragazzo, come quello di un uomo cool che sa cosa dire al momento giusto, deciso e atipico per gli standard a cui sono abituati, andando così a marcare una differenza culturale. Al contrario egli, nel raccontare sia la storia di questo incontro fortuito sia nel raccontare quella del suo primo bacio nell'episodio precedente, vorrebbe distaccarsi da questa idea di latin lover italiano e mostrare al contrario il suo essere timido.

Poco dopo vi è l'arrivo del nuovo inquilino, il cui incontro con il ragazzo italiano è da considerarsi un caso molto interessante per questo studio. All'inizio il giovane parla con il nuovo arrivato al citofono, senza che i due si vedano, avendo così un primo scambio di battute in giapponese. Lui entra in casa e ad aspettarlo sul divano del salotto, compreso l'italiano, sono in tre. Ognuno si presenta brevemente e l'unica ragazza del gruppo va a chiamare le altre che in questo momento sono in stanza. In quel frangente, il nuovo arrivato si rivolge a all'italiano, questa volta però non in giapponese ma in inglese, chiedendogli "where are you from?". Nonostante alla domanda riceva una risposta in giapponese, lui continua imperterrito a chiedere "English?" per capire se può comunicare in inglese. Per una terza volta si ripete la stessa cosa, dove il ragazzo visibilmente non giapponese risponde in giapponese e quello visibilmente giapponese cerca di parlare in inglese. Si scoprirà poi che questa sua confidenza nelle sue doti linguistiche è forse dovuta al periodo di studio all'estero che ha fatto in America ai tempi dell'università, dove vorrebbe tornare a giocare, e che vorrebbe poter conversare con lui in inglese. È evidente da come parla con tutti gli altri, che l'unico motivo per cui si rivolga a lui in questo modo è il suo essere visibilmente straniero che gli permette di poterlo associare istintivamente alla lingua inglese e non a quella giapponese. La parte più difficile da comprendere però, risulta forse essere il perché, dopo averlo sentito più volte parlare in giapponese, abbia continuato a cercare di utilizzare una lingua che per nessuno dei due è quella madre e che al contrario sembrava creare delle difficoltà comunicative che non traspaiono quando normalmente il fumettista viene visto conversare con qualcuno.

## **4.7. Episodio 19**

### **4.7.1. Sinossi**

Il nuovo inquilino è poco presente in casa sin dall'episodio 19 a causa degli allenamenti di basket, per quanto si parli comunque di lui e dei possibili risvolti romantici con alcune delle inquiline. È sempre la vita dell'italiano che, nonostante sia stato in casa per poco tempo a causa del lavoro, monopolizza le attenzioni delle telecamere, seppur in maniera leggermente ridotta rispetto a prima.

In questo episodio si trova molto spesso impegnato a disegnare per i nuovi capitoli del suo fumetto. Ciononostante, non sono poche le scene in cui parla con i coinquilini e gioca ai videogiochi. La sua presenza si sente ancora in questo episodio dove esce con un'altra delle ragazze per un appuntamento nel posto in stile "italiano" di cui si era parlato in precedenza.

Nonostante non sia in scena, si vedono più volte gli inquilini parlare di lui, ed esprimere delle considerazioni su lui come individuo ma anche come italiano, soprattutto dopo questo suo secondo appuntamento.

#### **4.7.2. Analisi**

Per quanto questo episodio non presenti una particolare stereotipizzazione del personaggio, forse dovuta anche alla sua assenza dalla casa, egli è sempre sulla bocca delle ragazze. Una si ritrova con delle amiche a parlare dello straniero che vive nella casa e lei gli mostra delle foto che ha sul cellulare. Guardandolo bene le due lo riconoscono come italiano e chiedono alla ragazza se sia proprio della nazionalità a cui pensano appartenga. È interessante notare come prima di qualsiasi altro commento, le due amiche si preoccupino prima di tutto di capire da che paese egli venga e non di come sia andato il suddetto appuntamento in spiaggia. L'elemento che lascia incerti è quello di capire se queste persone hanno o non hanno avuto modo di vedere gli episodi precedenti della serie, o se comunque siano entrati in possesso di una qualche conoscenza del giovane che riguardi nazionalità o aspetto fisico.

Poco dopo, nello stesso episodio, vengono mostrate le altre due ragazze appartenenti al cast che sono invece restate a casa e che ora si trovano anche loro a parlare proprio di lui e dell'appuntamento che ha avuto con una delle due. Nel momento in cui una delle due dice che a lui piace la formula uno, l'altra risponde che "è normale perché italiano" (*itariajin dakara ne*) e le due si trovano d'accordo sul fare questa affermazione per cui gli italiani sono appassionati di formula uno. Non sono pochi infatti i momenti in cui alcuni modi di essere del giovane vengano giustificati dal suo essere o italiano o straniero, dando per scontato che lui agisca in quel modo non come individuo ma come appartenente a un gruppo etnico-culturale. Facendo emergere come gli stereotipi sugli stranieri, e in questo caso sugli italiani, siano ben radicati.

### **4.8. Episodio 20**

#### **4.8.1. Sinossi**

Uno degli inquilini ha annunciato alla fine dell'episodio che se ne andrà, e gli altri si preparano a salutarla. Dopo averlo rivelato a tutti, e aver passato la serata insieme ad alcuni membri, è pronta ad andare via dalla casa sin dal mattino seguente.

La sera stessa arriva una nuova inquilina. Una ragazza dal padre indonesiano e dalla madre giapponese, che nella vita fa la wrestler professionista e che si fa subito notare per l'acconciatura bizzarra e una pelle molto scura. La ragazza sembra molto interessata al giovane italiano a cui chiede immediatamente di che nazionalità sia e se dalle sue parti si pratici il wrestling.

La sera si ritrovano quasi tutti insieme a cenare e conversare amabilmente. La nuova arrivata, chiede di rivelare solo a lei se qualcuno all'interno della casa provi interesse verso altre persone, e viene così a scoprire che il giovane italiano è l'unico in questa situazione. Gli chiede così di accompagnarla sul tetto, dove parleranno per tutto il resto della puntata.

#### **4.8.2. Analisi**

Nel ventesimo episodio, il giovane e la nuova arrivata vanno quindi sul tetto a scambiare due chiacchiere dove gli altri non possono in teoria sentire il discorso che stanno per fare su chi sia la ragazza che piace a lui. Quando la ragazza è preoccupata di essere stata troppo invadente, lui cerca di rassicurarla dicendole che a lui piace quell'atteggiamento diretto "poco giapponese". Tuttavia, a lei non piace questo suo modo di essere che qualche volta le ha attirato addosso delle antipatie, ma lui la rassicura dicendo che non è l'unica e che anche lui come straniero dice cose che non dovrebbe dire e per questo anche lui ha fatto arrabbiare delle persone. Qui è l'italiano stesso che si pone in una posizione di antitesi rispetto a quello che potremmo definire come un modo di ragionare tipicamente giapponese verso cui lui e anche la ragazza mezza indonesiana si alienano. Lei lo sperimenta in quanto una sua caratteristica personale, mentre lui lo sperimenta in quanto straniero.

La parte più interessante però è forse quella dei commentatori che parlano della triste verità di cui l'italiano è venuto a conoscenza, ovvero che la ragazza che gli piace non è interessata a nessuno al momento. Quindi, all'inizio pensano che possa essere giù di morale per questa scoperta e si chiedono cosa avrà intenzione di fare, finché uno dei commentatori esordisce dicendo "però, essendo uno straniero, non si preoccupa così tanto della reazione degli altri" (*dakedo gaikoku no hito dakara, bestuni aite no hannō wo sokomadeni kinishinai*), cambiando l'opinione di tutti e cinque gli altri commentatori che si trovano a concordare molto naturalmente con questa sua affermazione, dando così l'impressione che sia un fatto abbastanza riconosciuto che gli stranieri siano comunque disposti a mettersi in gioco anche sapendo che la situazione è a loro sfavore o che non diano peso a cosa provino gli altri ma impongano la loro visione delle cose. Questo insieme ad altri atteggiamenti visti finora, da un'immagine chiaramente negativa degli stranieri.

La cosa che non passa inosservata è come, nonostante le sei settimane passate da lui nella casa, continuano gli episodi in cui non si cerca di analizzarlo o di parlare di lui come uno qualsiasi degli inquilini, ma lo si faccia in funzione del suo essere “gaijin” cercando di posizionarlo in una categoria che sembra racchiudere la spiegazione a molte delle domande che si pongono sul suo conto.

## **4.9. Episodio 21**

### **4.9.1. Sinossi**

L'incontro che avviene tra il giocatore di basket e la nuova arrivata attira l'attenzione dei commentatori e delle telecamere. L'imbarazzo della ragazza e una serie di altri segnali fanno pensare ai commentatori che possa nascere una storia tra i due, e vengono mostrate allo spettatore una serie di scene in cui lei parla dell'impressione che ha avuto dell'uomo e di come possa essere il suo tipo.

L'episodio si concentra molto su di lei, sulla sua vita e sulla sua presenza all'interno della casa a cui il giovane italiano fa spesso da sfondo nelle sue lunghe sessioni di disegno.

### **4.9.2. Analisi**

Da questo punto in poi, cominciano ad essere narrate in maniera, potremmo dire più equa rispetto a prima, le vicende di tutti gli inquilini. In questo episodio la presenza dell'italiano comincia a essere più sporadica, o per meglio dire più bilanciata dalla presenza di materiale anche sugli altri personaggi.

## **4.10. Episodio 22**

### **4.10.1. Sinossi**

L'inizio dell'episodio continua ad essere dedicato alle nuove dinamiche romantiche che si stanno sviluppando all'interno della casa che vedono protagonisti i due nuovi arrivati e un'altra ragazza, per poi spostarsi a degli incontri di lavoro tra l'italiano e alcuni fumettisti.

Una buona parte della puntata continua a svolgersi intorno al tavolo da pranzo, che sembra essere diventato il centro della vita in casa, per spostarsi fuori solo verso la fine, quando il giovane va ad un appuntamento con una delle inquiline.

### **4.10.2. Analisi**

L'italiano, riprendendo il discorso cominciato sul tetto della casa, dà vita, o viene mostrato mentre crea una separazione tra lui e i giapponesi. Ad esempio, quando si trova a un incontro con due fumettisti già affermati, che dopo aver parlato di lavoro gli chiedono come vadano le cose nella casa, e se ci sia qualcuno che gli piace, lui parlando nuovamente della ragazza che



gli piace dice che non riesce bene a capire cosa lei (e più in generale i giapponesi) pensi. A fine episodio, infatti, scoperto che lei pensa di lasciare la casa lui le propone di andare con lui ad un “appuntamento all’italiana” (*itarian deeto*) per provare a conquistarla. Risulta quindi anche vero, che è l’italiano stesso ad allontanarsi in qualche modo dall’idea di giapponese, e crea nel pubblico l’aspettativa di poterlo osservare fare delle azioni quotidiane alla maniera italiana.

#### **4.11. Episodio 23**

##### **4.11.1. Sinossi**

Anche questo episodio è concentrato molto sulle dinamiche d’amore tra i nuovi arrivati e in particolare sulla wrestler, di cui viene mostrato il combattimento finale della stagione di incontri. I due si trovano ad andare ad un grande impianto termale e si divertono insieme tra la scelta del costume e provare le varie attrazioni della struttura.

Tornati a casa, trovano l’italiano intento a preparare dei cocktail, che condivide con gli altri e comincia a parlare con gli altri di alcune varianti che ci sono in Italia. L’atmosfera informale viene però interrotta da un litigio tra la wrestler e un’altra inquilina della casa, che conclude l’episodio.

##### **4.11.2. Analisi**

In questo episodio, la presenza del giovane è quasi interamente rimossa dal programma, come già capitato ad altri inquilini prima di lui.

#### **4.12. Episodio 24**

##### **4.12.1. Sinossi**

L’attenzione ritorna sull’italiano che viene mostrato a inizio episodio mentre parla con il suo editor e che, come viene anche detto dai commentatori, più avanti nell’episodio dovrà andare a quello che sarà il suo ultimo appuntamento come membro della casa.

Dopo poche scene, viene infatti mostrato con un mazzo di fiori ad aspettare la ragazza a cui si dichiarerà. L’appuntamento però si concluderà presto e verrà dedicata un’attenzione maggiore ai momenti in cui parlano di come sia andato l’appuntamento, rispettivamente nella stanza delle ragazze e in quella dei ragazzi.

##### **4.12.2. Analisi**

L’episodio mostra l’italiano sotto una luce più umana e lontano dallo stereotipo dell’italiano e dello straniero che gli era stato attribuito finora. Questo episodio si limita a mostrare i sentimenti del personaggio, senza che i commentatori ne plasmino troppo l’immagine, lasciando così allo spettatore una libertà d’interpretazione maggiore.

Tuttavia, viene comunque catapultato nel suo ruolo in alcune situazioni. Infatti, dopo aver detto a uno dei ragazzi della casa che sembra particolarmente italiano per i vestiti che sta indossando in quel momento, parlando con loro rivela un suo timore. Dice infatti che in Giappone gli viene spesso detto “incontriamoci ancora” (*mata aō*) ma in realtà non succede mai perché secondo lui è difficile riuscire a restare in contatto con una persona. Ammette così davanti agli altri che forse la pensa così proprio per il suo essere *gaijin*. In particolar modo da quando la wrestler arriva nella casa, vi sono molti momenti in cui l'italiano si trova a dire frasi del genere che lo distaccano dai suoi coinquilini giapponesi. Spesso è lui stesso a dire che qualcosa è tipicamente italiano, che sia un atteggiamento, un posto o, come nell'ultima puntata in cui sarà presente, una posa davanti alla macchina fotografica.

#### **4.13. Episodio 25**

##### **4.13.1. Sinossi**

Questo episodio comincia con la risposta negativa alla dichiarazione dell'italiano alla ragazza, che decide di allontanarsi dalla casa. La notizia lascia il giovane sconvolto, e lo porta a chiedere consiglio agli altri membri della casa, con cui avrà una lunga chiacchierata.

Anche un altro membro della casa decide di andarsene, si ritrovano così tutti a fare un'ultima cena insieme a base di pasta ai broccoli. Questa serie di eventi fa decidere all'italiano che è arrivato anche per lui il momento di lasciare la casa. Decide quindi di preparare un tiramisù per tutti e di salutarli prima della sua partenza che avverrà all'inizio dell'episodio 26.

##### **4.13.2. Analisi**

In questa puntata i commentatori riconoscono che in realtà il giovane è timido e impacciato con le donne, andando quindi ad allontanare da lui alcuni degli stereotipi che avevano rinforzato durante la serie.

Tuttavia, il suo essere straniero, continua ad emergere fino alla fine. Ad esempio, quando è sconcertato per essere stato rifiutato, chiede al giocatore di basket di poter parlare con lui in inglese, perché ritiene di trovarsi più a suo agio a descrivere la sua situazione attuale. Scena che viene ripetuta quando arriverà il momento dei due di salutarsi per sempre. È proprio in questi momenti finali che ci viene mostrato ancora più distante dalla dimensione giapponese, viene qui infatti mostrato il suo fallimento nell'esprimersi utilizzando il giapponese, mostrando più confidenza in un'altra lingua.

## **5. Conclusioni**

### 5.1. Programmi a confronto

Vi sono quindi differenze e similitudini nei modi di operare di questi programmi dovute alla loro natura di prodotti fruibili. È ora arrivato il momento di capire quanto di questo si ripercuote sul modo in cui vengono rappresentati i non-giapponesi al loro interno o se invece vi siano delle logiche di rappresentazione che trascendono i diversi format.

In YOU si è visto come gli stranieri vengano essenzializzati e identificati con una parola inglese come a generalizzare tutti i paesi all'infuori del Giappone nel gruppo di quelli anglofoni, andando così a confermare quello stereotipo per cui tutti gli stranieri parlano inglese. Principalmente vengono quasi sempre scelti soggetti bizzarri, come ad esempio nell'episodio in cui vediamo la spensierata coppia canadese non preoccuparsi degli sguardi delle telecamere o quello in cui un americano mezzo nudo va in giro per l'aeroporto, che risultano essere molto diversi dallo standard giapponese, non solo per aspetto ma anche per valori. Nonostante ciò lo spettro di persone che ci viene presentato è molto variegato dal punto di vista dei motivi che li portano in Giappone e quindi possiamo avere una visione più ampia, ma sempre mediata, delle attività a cui si vogliono dedicare.

In Sekai! questa visione stereotipata che emerge anche in YOU sembra ad un primo impatto mitigata dall'assenza di espressioni forti da parte del programma, ma è puntualmente accettata dai giapponesi che vengono in contatto con loro. Qui il criterio di scelta sembrerebbe più dovuto alla loro passione per una qualche attività, come accade per l'uomo francese appassionato di tofu che ha aperto un'azienda in patria per servire un prodotto tradizionale giapponese anche in Francia, che li rende degni di essere apprendisti di un qualche maestro. Come si è visto, questo fattore li porta a trovarsi in una situazione di potere per cui i non-giapponesi saranno sempre subordinati ai giapponesi, e possono trovarsi quindi non nella posizione di insegnare qualcosa ma solo di apprendere, trasformando il tutto in uno scambio culturale unilaterale.

L'unico vero non-giapponese su cui ci si è concentrati in Terrace House è il fumettista italiano. In quanto la wrestler professionista è un *hāfu* che può rientrare nella categoria dei giapponesi per via dei suoi tratti somatici, mentre gli altri stranieri entrati dopo di lui, non sono rientrati nell'analisi. Vi è quindi un unico soggetto la cui immagine muta per certi versi durante il tempo, ma che in realtà viene quasi sempre presentato allo stesso modo. Come nei programmi precedenti, viene spesso essenzializzato e bloccato nella categoria dell'italiano modello che balena nella mente dei giapponesi, arrivando persino ad associare alcuni suoi comportamenti alla sua nazionalità. A differenza di Sekai! e seguendo la risma di certi episodi di YOU, viene

mostrato uno straniero che è effettivamente di successo in Giappone, non solo per il suo aspetto o per le doti nello showbusiness ma anche per essere riuscito ad entrare nel mondo chiuso dei fumetti giapponesi<sup>37</sup>. Ed è spesso lui che qui insegna vari aspetti della sua cultura, seppur limitato a stereotipi come quello dell'italiano bravo in cucina, trovandosi sullo stesso piano degli altri membri giapponesi della casa.

Ricapitolando, cosa accomuna queste rappresentazioni? E cosa è invece tipico solo di uno di questi programmi? Quale rappresentazione dei non-giapponesi emerge dagli episodi che abbiamo precedentemente presentato e commentato?

Si partirà dall'approccio allo straniero dei giapponesi all'interno del programma. In tutti e tre i programmi, molti giapponesi partono dallo stereotipo che i non-giapponesi non conoscano la lingua ma che parlino a prescindere inglese. Ad esempio, la lingua di partenza per le interviste di YOU è sempre l'inglese come lo è certe volte quella degli esperti giapponesi che provano a comunicare senza l'interprete e in alcuni casi anche in Terrace House con l'italiano e i suoi successori. Questo fa capire come nell'immaginario giapponese che si riflette anche su questi programmi lo "straniero" è in primo luogo americano, o comunque culturalmente vicino nei suoi modi di fare. Confermando anche qui la teoria per cui all'interno del processo di creazione dell'identità giapponese l'altro, in Giappone, viene associato con l'America<sup>38</sup>.

Questo porta la discussione al secondo punto, ovvero una sostanziale differenza nel modo di pensare e comportarsi dei giapponesi che categorizza ineffabilmente gli stranieri come "altro" non solo geografico ma anche culturale. Questa visione crea molte volte un'incompatibilità tra questi due universi difficilmente assimilabili, che viene anche maggiormente rinforzata dal fatto che non vengono scelti stranieri visibilmente simili ai giapponesi. Ad esempio, in YOU si è potuto osservare in molti casi come quello dell'americano mezzo nudo che mostrano stranieri in atteggiamenti poco consoni, in Sekai! è spesso la loro inesperienza e mancanza di conoscenze, linguistiche e non, a categorizzarli come diversi, mentre in Terrace House, il fumettista è mostrato molte volte in atteggiamenti "italiani" mentre prepara il caffè o la pasta. Bisogna però notare che i programmi spesso non fanno emergere questo aspetto in maniera diretta ed evidente, ma lo fanno in maniera sottile in modo tale che ad un ascoltatore giapponese alcuni atteggiamenti risultino strani. Come quando in YOU presentano l'egoismo decisionale degli

---

<sup>37</sup> Withnews, 「イタリア人がモテると思うなよ」テラハ出演の漫画家が伝えたいこと ("Itariajin ga moteru to omouna yo") teraha shutsuen non mangaka ga tsutaetai koto) "Non pensare che gli italiani siano popolari con l'altro sesso!: Quello che il fumettista apparso su Terrace House vuole dire", link: <https://withnews.jp/article/f0191118000qq00000000000000W06910401qq000020062A>,

<sup>38</sup> BEFU, *Hegemony...*, Cit., p.6

stranieri, o in Sekai! si vede un'esuberanza e schiettezza fuori dal comune, o come quando l'italiano ha dei comportamenti troppo "diretti". Il punto della questione è che seppur attraverso stratagemmi diversi, uno straniero viene prima identificato come "altro" che come individuo.

Si Arriva quindi all'ultimo punto in comune a tutti e tre i programmi, ovvero l'immagine scorretta della demografia degli stranieri che viene data dalla televisione giapponese. Per la maggior parte, le minoranze invisibili, sembrano essere inesistenti all'interno del programma, che categorizza gli stranieri come qualcuno di facilmente identificabile ad un primo sguardo. Molti, se non quasi tutti, vengono dal cosiddetto "occidente" facendo così apparire la maggior parte degli stranieri che si trovano in Giappone come americani, australiani ed europei, quando in realtà, sappiamo dai dati<sup>39</sup> che non è così. Guardando solo gli episodi che sono stati trattati in questo elaborato si potrebbe pensare che questo sia un caso isolato, ma osservando anche altri episodi di tutte e tre le serie si vede come la maggior parte degli stranieri che si vedono siano appunto presumibilmente "occidentali".

Al contrario il tema della subordinazione degli stranieri alla cultura giapponese è presente solo nei primi due programmi con preponderanza per Sekai! che ne fa il suo cavallo di battaglia. Si vede più volte in entrambi i programmi come nel confrontarsi con la cultura giapponese gli stranieri non possiedano un livello di conoscenza sufficiente, ad esempio nella competizione di sushi si fa capire in maniera molto diretta che gli stranieri non potrebbero vincere se ci fosse un giapponese, oppure come abbiamo detto parlando di Sekai! vi è un rapporto maestro/discepolo che non può in nessun modo essere sovvertito. Questo è un riflesso della visione nazionalistica, per cui in un momento di incertezza cercano di riscoprire le virtù giapponesi, che traspare attraverso lo schermo, nel momento in cui i produttori utilizzano i gusti del pubblico per creare il contenuto dei programmi televisivi<sup>40</sup>.

Comune invece a Terrace House e Sekai!, è l'immagine generalmente positiva che viene attribuita a questi non Giapponesi. Escluso YOU che ci fa vedere anche esempi molto negativi di stranieri, le altre due serie ci presentano solamente stranieri ricchi di buone qualità, che non li rendono ovviamente perfetti ma danno l'impressione di avere a che fare con persone di buon cuore. Ad esempio, gli stranieri di Sekai! sono sempre persone pronte ad impregnarsi, riconoscenti verso i loro benefattori e molto allegri, mentre il fumettista italiano si dimostra spesso sensibile, gentile e capace di sollevare il morale degli altri membri della casa. Ciò porta

---

<sup>39</sup> v. infra, p.31, Hōmusho, 法務省 (Hōmusho) "Ministero della giustizia giapponese", link: [http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04\\_00081.html](http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04_00081.html)

<sup>40</sup> SUZUKI, *Nationalism...*, Cit., pp.522-523

lo spettatore quasi a convincersi che vi siano soltanto persone come loro che vivono in Giappone, e che gli stranieri abbiano una grande apertura mentale verso il Giappone. Per quanto il messaggio che passi sia quello di figure ambigue, va notato che a differenza della versione completamente negativa e stereotipata fornita da alcuni studi, vi sia comunque un lato positivo nella rappresentazione degli stranieri, che non dovrebbe essere ignorato nel cercare di fornire un'analisi oggettiva di questi programmi.

Passando ora alle differenze, si vorrebbe cominciare dal caso del cambiamento di immagine dell'italiano in "Terrace House" che sicuramente subisce un netto miglioramento (nonostante vi siano comunque fino alla fine atteggiamenti stereotipanti nei suoi confronti), dovuto forse anche alla sua più lunga presenza sullo schermo. Se infatti all'inizio la sua rappresentazione stereotipata era pressoché sulla stessa onda di quelle degli altri programmi, verso la fine del suo soggiorno all'interno della casa, si allontana dal suo ruolo di straniero oggetto del desiderio e delle attenzioni del pubblico, ma arriva ad avvicinarsi ad una dimensione più umana, che forse ogni tanto è presente anche nelle storie degli YOU ma che sicuramente non fa parte dello stile rappresentativo di Sekai!. Per più umano, si intende che viene meno quell'immagine forzata di uno straniero esuberante e si comincia a considerare anche le sue sofferenze e i suoi sentimenti non solo positivi. La sua integrazione nel gruppo, non solo come viaggiatore passeggero, ma come vero e proprio amico e confidente, dà quella che potremmo definire come la prima immagine di integrazione senza mezze misure che si può osservare in questi programmi. Mostrando, forse indirettamente, al pubblico che per quanto diverso sia possibile intrattenere un normale rapporto sociale di amicizia anche con qualcuno che non sia necessariamente giapponese.

## **5.2. La rappresentazione degli stranieri**

In questa analisi, sono state riscontrate molte similitudini, nell'immagine generale degli stranieri che queste serie televisive propongono al loro pubblico. Per quanto ognuna di esse avesse un format, degli obiettivi e un coinvolgimento più o meno grande con essi, si può comunque individuare una rappresentazione mentale condivisa di alcune caratteristiche specifiche dei gaijin, che verrà ora illustrata.

Quello che emerge in preponderanza è sicuramente la ricezione dell'uso da parte degli stranieri della lingua e dei costumi giapponesi. Kayama Rika afferma che infatti vi sia in Giappone una forma di nazionalismo più sottile e differente da quello più evidente di alcuni individui che lei

chiama “puchi nashonarizumu”<sup>41</sup>. Ad esempio, osservando attentamente le reazioni della componente “indigena” dei programmi, si può osservare come questi abbiano delle reazioni esageratamente divertite qualora uno straniero fallisca nell’utilizzare correttamente il giapponese o nel comportarsi in modo adatto alle usanze del luogo. Per quanto riguarda la lingua, il problema, oltre che ad essere dovuto all’uso sbagliato di alcuni termini, non sembrerebbe essere legato particolarmente alla pronuncia, ma più semplicemente sembrerebbe una naturale reazione che hanno anche quando parlano normalmente. Questo non toglie che vi siano momenti in cui provano ad insegnargli alcune espressioni dialettali o comunque termini particolari il cui scopo è sin dal principio quello di sentire uno straniero pronunciare determinate espressioni esclusive dei giapponesi. La lingua viene quindi quasi sempre strumentalizzata per rispondere a quelle esigenze di creazione identitaria del “Noi” nazionale, rendendo chiaro il contrasto tra uno straniero impacciato che prova ad usarla e qualcuno che essendo invece giapponese ne comprende appieno la natura<sup>42</sup>. Allo stesso modo nelle scene in cui i gaijin non riescono a reagire a certe situazioni sociali in maniera consona alle usanze giapponesi, si ritrovano ad essere derisi per la loro inadeguatezza culturale, come quando ad esempio il fumettista italiano entra in casa con le scarpe. Ciò non si limita però a queste occasioni in cui vi sono dei chiari fallimenti nell’interpretare le norme sociali, ma avviene anche nei casi in cui uno straniero viene visto rispettare questi costumi proprio come farebbe un giapponese, mettendo ancora più in evidenza con questi comportamenti sia strani per un gaijin che non dovrebbe esserne in grado.

Un’altra manifestazione di questo nazionalismo culturale emerge sicuramente nei momenti in cui la mente aliena degli stranieri si trova molte volte ad essere incompatibile con i valori giapponesi. Vi sono stati infatti più esempi di come alcuni atteggiamenti, affermazioni e modi di fare dei protagonisti di questi programmi sono stati ritenuti bizzarri e incomprensibili da parte soprattutto dello staff della serie. Sono molte le scene in cui li vediamo intenti in azioni che un giapponese non intraprenderebbe o in atteggiamenti poco consoni al contesto in cui si trovano, come lo era ad esempio l’americano mezzo nudo. Nel momento in cui cercano di comprendere il perché di alcuni di questi comportamenti o parole, si trovano a non riuscire a capire la logica che vi sta dietro, anche se gli viene spiegata accuratamente. Questo, forse ancora più che la lingua, li rende estremamente diversi da giapponesi i cui valori e principi ci vengono mostrati come ben distinti da quelli degli individui selezionati, permettendo così allo spettatore

---

<sup>41</sup> Vedere KAYAMA, Rika, *Puchi nashonarizumu shōkōgun: Wakamono tachi no nipponshugi* (Sindrome del piccolo nazionalismo: il nazionalismo dei giovani), Tokyo, Chūō kōron shinsha, 2002 e MCVEIG, J. Brian, *Nationalisms of Japan: Managing and Mystifying Identity*, Lanham, Rowman & Littlefield, 2006

<sup>42</sup> SUZUKI, *Nationalism...*, Cit., pp.512-521

di identificarsi con i suoi compatrioti che hanno particolari difficoltà a gestire un confronto con i *gaijin*.

Dipingendo l'altro come diverso anche fisicamente, vi è una distorsione del panorama degli stranieri in Giappone. Come è stato fatto presente nell'introduzione, vi sono infatti molte altre minoranze sul territorio che possono facilmente passare da un punto di vista estetico come giapponesi, e che quindi non vengono prese in considerazione da questi programmi. Non sono qui rappresentate attraverso lo schermo di questi programmi, che non riuscirebbe a rinforzare il concetto di "altro" senza un adeguata differenza al livello fisico, rendendo chiaro chi sia lo straniero e soprattutto chi sia "l'occidentale"<sup>43</sup>. Il fascino che questi individui hanno, è forse dovuto al fatto di provenire da una terra lontana di cui si conosce effettivamente poco, e che quindi crea un certo tipo di aspettative, definendo l'altro come esotico. Da una parte è però normale che un programma il cui scopo è quello di essere "venduto" al pubblico, presenti persone non provenienti dalle proprie vicinanze e il più possibile differenti. Va sempre ricordato che i programmi televisivi rientrano nelle logiche del consumismo e di conseguenza anche in quelle del gusto dei consumatori, di cui i media, e la televisione in particolare, ne sono espressione<sup>44</sup>. Ciò non toglie che attraverso questa pratica influenzi in maniera negativa la concezione di chi è straniero, e soprattutto di chi può essere considerato un bravo straniero, se si considera che le persone che si stabiliscono in Giappone per fare lavori che potremmo definire più "umili" e di cui i giapponesi non hanno una grande opinione sono per la maggior parte proveniente dai paesi dell'Asia<sup>45</sup>.

È quindi in atto un processo che preme sul fattore diversità per dare un senso di coesione e in particolare di fiducia in sé stessi che viene messo in atto attraverso delle meccaniche di potere ben distinte che generalmente si sviluppano seguendo la dinamica superiore/inferiore. Molti episodi pongono infatti i giapponesi in una posizione, che sia di status conoscenza o altro, più elevata rispetto allo straniero e in particolare rispetto "all'occidentale". Questo permette quindi un'inversione dei ruoli storici che da noi giapponesi un modo per essere fieri di sé stessi.

Il quadro generale è quindi quello di una serie di individui che in qualche modo sono in grado integrarsi ma che comunque non possono entrare a fare parte del gruppo in quanto non possiedono una predisposizione naturale verso la "giapponesità". Questi individui hanno molto da raccontare e la loro stessa presenza è fonte di interesse essendo fondamentalmente diversa

---

<sup>43</sup> Che andrebbe anche qui sempre considerato come l'occidentale anglofono/americano

<sup>44</sup> SILVERSTONE, *Television...*, Cit., pp. 197-201

<sup>45</sup> Hōmusho, 法務省 (Hōmusho) "Ministero della giustizia giapponese", link: [http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04\\_00081.html](http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04_00081.html)



sin da un primo sguardo da quello a cui sono abituati. Ne risulta un rapporto ambivalente di attrazione e anche ammirazione da un lato, ma al contempo di rigetto e di allontanamento dall'altro. Questo rappresenta forse un'immagine rinforzata di quella che è la concezione dello straniero "occidentale" nella mente dei giapponesi. I produttori televisivi sono ben consci di questo clima e cercano proprio di vendere quello che il consumatore consciamente o inconsciamente vuole, pubblicando prodotti che si appellano a questa visione nazionalista<sup>46</sup>.

### **5.3. Mezzi della rappresentazione**

Le manipolazioni del girato fanno quindi sentire silenziosamente la loro pressione su ogni episodio andando a creare di proposito una determinata immagine per gli stranieri che vengono ogni qualvolta presentati dal programma. È stato notato che a partire dalla selezione delle immagini, che associano certi personaggi certe situazioni, e di come mostrarli allo spettatore, vi sono molte mani invisibili in atto. Sono presenti nel sonoro, in cui utilizzano le musiche per cercare di trasmettere emozioni ben specifiche, nel doppiaggio e nei sottotitoli, dove arrivano a modificare il senso di quello che viene realmente detto dai protagonisti, e nella selezione degli individui che vengono presentati e le loro attività. Altre invece sono più tipiche della televisione giapponese, nel creare quel senso di intimità con lo spettatore, nel rafforzare la concezione del Giappone come *uchi* e il resto come *soto* e nell'utilizzare le tecniche dello screen drop e delle scritte sullo schermo per dare valore alla loro rappresentazione degli stranieri.

Queste mani sono invisibili a cominciare dal processo di montaggio degli episodi. Il montaggio trasforma il girato in qualcosa di nuovo, trovandosi a non ritrarre in maniera necessariamente fedele la realtà, ma anzi la ricontestualizza. Osservando gli episodi, sono stati molto evidenti i tagli realizzati dalla regia che come è stato osservato certe volte riportano degli eventi, frasi e azioni senza che vi sia necessariamente la stessa sequenza temporale che era presente al momento in cui tali immagini vengono documentate. Ad esempio, è evidente nei tagli delle interviste di YOU, nel mostrare il viaggio degli stranieri in Sekai! e nelle sequenze di interazione dei personaggi in Terrace House.

Le telecamere, il sonoro e tutti gli altri effetti di sfondo applicati al girato diventano strumenti carichi di significato, che vanno interpretati dallo spettatore attraverso la propria mappa concettuale. Lo spettatore viene quindi catapultato dentro la narrazione, dove è infatti indirizzato abilmente attraverso la prospettiva e attraverso gli altri segni in una posizione ben

---

<sup>46</sup> SUZUKI, *Nationalism...*, Cit., pp.522-523

precisa di vicinanza, sia spaziale che morale, con la componente giapponese del programma e di lontananza con quella straniera.

Ancora prima che ciò avvenga, il programma crea una discriminazione nei soggetti da fare apparire sullo schermo, i quali avranno un ruolo ben preciso da svolgere sullo schermo. I partecipanti alle azioni vanno infatti selezionati in modo tale da essere “qualificati” per prendere parte ad una determinata scena in maniera tale da rinforzare l’immagine che il programma vuole dare degli stranieri.

Si viene quindi a creare un discorso per cui i partecipanti, i segni e il codice sono ben definiti all’interno del contesto del programma televisivo, che utilizza questi espedienti per creare un prodotto che rispetti i gusti dell’audience e che possa quindi renderlo popolare. Un discorso artificiale, ma comunque espressione delle credenze della società che lo ha creato<sup>47</sup>.

<b>Immagine degli stranieri nella televisione</b>			
	<b>YOU Wa nani shi ni Nippon e?</b>	<b>Sekai! Nippon ikitai hito oendan</b>	<b>Terrace House: Tōkyō 2019-2020</b>
<b>Denominazione</b>	YOU	Gakokuji, Gaijin, Gaikoku no Kata	Itariajin, gaikokujin
<b>Lingua parlata</b>	Principalmente inglese/a volte giapponese	Principalmente inglese/ a volte giapponese	Giapponese/ a volte inglese e italiano
<b>Area geografica di provenienza</b>	Principalmente “occidente”/America	Principalmente “occidente”/America	Italia
<b>Modo di pensare</b>	Differente da quello giapponese	Differente da quello giapponese	Differente da quello giapponese
<b>Rapporto di potere</b>	Subordinato o neutro	Subordinato	Pari
<b>Immagine generale</b>	Positiva e negativa	Generalmente positiva	Generalmente positiva
<b>Rappresentazione generale</b>	Stereotipata ed essenzializzata	Stereotipata ed essenzializzata	Stereotipata ed essenzializzata, con un miglioramento finale
<b>Gruppo di appartenenza</b>	“Soto” o “altro”	“Soto” o “altro”	“Soto” o “altro”

Tabella 1: Immagine degli stranieri nella televisione

<sup>47</sup> SILVERSTONE, *Television...*, Cit., p.187

# Capitolo 4: Conclusioni

Si è cominciato parlando della situazione degli stranieri in Giappone e del ruolo che la televisione svolge nell'influenzare la loro immagine all'interno della società giapponese e soprattutto delle fasce più sensibili della popolazione. Si è passati successivamente a parlare della problematica della "razza pura" e quindi al mito dell'omogeneità e ai criteri per cui un individuo può essere considerato appartenente al "gruppo dei giapponesi". Si è infatti discusso in parte dei *nihonjinron* e in parte delle minoranze visibili e non in Giappone, che in molti casi, pur non rientrando negli standard che definiscono un "giapponese" possiedono a tutti gli effetti nazionalità o cittadinanza giapponesi. Per quanto vi siano politiche ufficiali a favore dell'integrazione, che non sempre hanno un riscontro positivo, molte di esse danno poca attenzione a quello che i giapponesi dovrebbero fare per aiutare questo processo e si concentrano invece sull'educare gli stranieri.

La televisione gioca qui un ruolo importante nel processo di integrazione, in quanto va ad influenzare l'immagine che i giapponesi hanno di questi individui<sup>1</sup>. Bisogna però ricordare che la televisione è anche e soprattutto specchio della società. Si è visto che in Giappone essa ha un alto grado di fiducia da parte della popolazione<sup>2</sup>, ma che non è il solo mezzo di comunicazione, la sola tecnologia, con cui il pubblico ha a che fare. Tuttavia, la televisione giapponese possiede delle caratteristiche peculiari che le permettono di stabilire un rapporto di intimità con lo spettatore, facendolo sentire parte di un gruppo e andando a plasmare in parte la sua identità. In questo processo l'opposizione con gli stranieri gioca un ruolo importante, e negli ultimi anni la loro presenza è aumentata facendoli passare da semplici comparse a veri e propri protagonisti.

Nel primo capitolo, si è parlato di come le teorie di Sussure, Foucault e Hall sono state fondamentali per dare una spiegazione e descrivere certi meccanismi all'interno della televisione giapponese e alle pratiche di rappresentazione. Meccaniche che finiscono per includere inevitabilmente i processi di creazione dell'identità del singolo e di quella nazionale, e dei rapporti di potere che si vengono a creare al loro interno. Si è successivamente parlato del legame che intercorre tra televisione e vita quotidiana, di come essa e gli altri media facciano da tramite della "realtà" rappresentandola a modo loro e di come i suoi programmi si facciano largo all'interno dei cuori del pubblico. Si è ricordato quale sia il legame che intercorre tra

---

<sup>1</sup> HAGIWARA, *Japanese television...*, Cit., p.222

<sup>2</sup> YOSHIMI, *Television...*, Cit., p.460

consumismo e televisione trattando la sua mercificazione e le meccaniche vi sono dietro la costruzione di un prodotto che sia appetibile per il pubblico, per poi concludere parlando delle dinamiche della rappresentazione dell'altro attraverso il suo schermo.

Infine, dopo una piccola parentesi su come le ricerche precedenti abbiano trattato l'argomento e sugli strumenti utilizzati per decodificare ed analizzare i programmi campione in questo elaborato, si è passati all'esposizione dei dati ottenuti durante la ricerca. Qui ed ora verranno quindi esposte delle considerazioni finali sull'immagine degli stranieri prodotta dalla televisione e sui meccanismi in atto in questi programmi.

### 1. *Gaijin* in TV

attraverso quest'analisi si spera di essere riusciti a mettere in luce vari aspetti dei processi di rappresentazione e degli espedienti che la televisione giapponese utilizza per dare valore al proprio discorso.

In primo luogo, è stato messo in evidenza come, nonostante ognuno di questi programmi avesse sia un format che un metodo narrativo diverso, essi condividano a grandi linee una stessa visione di quello che questi stranieri sono e rappresentano. Questo avviene probabilmente perché la televisione è legata in maniera complessa con le varie sfaccettature della realtà sociale, e quindi non si può pensare ad essa senza considerare il suo essere parte integrante della vita quotidiana e non come mero strumento di influenza.<sup>3</sup>

Il primo elemento in comune di questa rappresentazione è sicuramente la credenza che i *gaijin* siano principalmente anglofoni, o più probabilmente assimilabili all'immagine dell'americano modello. Questo avviene forse perché nell'immaginario giapponese "l'altro" viene rappresentato principalmente dall'occidente, e in particolare a partire dalla fine della Seconda guerra mondiale dagli USA<sup>4</sup>. Il secondo è sicuramente il discorso dell'opposizione noi/loro per cui vi sarà un'immedesimazione dello spettatore nei giapponesi modello all'interno di questi programmi e un alienamento degli stranieri. Il pubblico è portato attraverso varie tecniche a vedere l'altro come sostanzialmente diverso e a costruire la propria identità attraverso l'opposizione con esso e il paragone con i propri connazionali ribadendo quindi la logica *uchi/soto*. Questo avviene perché "l'altro" è creato e poi consequenzialmente ricreato tramite

---

<sup>3</sup> SILVERSTONE, *Television...*, Cit., p.8

<sup>4</sup> BEFU, *Hegemony...*, Cit., p.123

pratiche apparentemente innocue, rinforzando così il concetto di individuo condiviso<sup>5</sup> ribadendo l'identità nazionale giapponese.

Conseguentemente a questa immagine che viene data, è importante tenere conto anche ciò che non viene visto e rappresentato. Infatti, all'interno dell'immagine dell'altro, vengono rimossi tutti quegli stranieri troppo vicini per fenotipo ai giapponesi, arrivando così a nascondere l'enorme presenza che ricoprono ad esempio i coreani e i cinesi all'interno del panorama dei migranti e in quello turistico giapponese. Nonostante i dati<sup>6</sup> mostrino chiaramente la presenza elevata di un grande numero di asiatici, i programmi mostrano infatti un grande numero di europei, americani e australiani.

Le dinamiche di potere che vedono gli stranieri subordinati a giapponesi sono prevalentemente in atto soltanto in due programmi, mentre in Terrace House ciò può essere osservato solo in maniera sporadica e nella misura in cui i commentatori giapponesi si trovano al di sopra dell'italiano nei momenti in cui manifestano il proprio giudizio su di lui. Il Giappone si trova quindi in una posizione superiore, a dimostrazione del fatto che le tendenze nazionalistiche contemporanee ricalcano quelle pre 1945<sup>7</sup>.

A grandi linee l'idea che viene data di questi stranieri è generalmente positiva, fatta eccezione per alcuni dei soggetti che vengono presentati da YOU che invece dimostrano di avere anche qualità piuttosto negative. Nel loro attribuirgli caratteristiche positive utilizzate anche per definire i giapponesi, creano però un'ambiguità che fa risaltare ancora di più le loro differenze e li rende positivi nei limiti in cui essi perdano le caratteristiche che li definiscono come stranieri e ne acquistino di giapponesi. Vi è quindi un'ambiguità nelle rappresentazioni che rende consci del fatto che la presenza di un'immagine positiva non va necessariamente a minare o sovvertire le rappresentazioni negative<sup>8</sup>.

## **2. Competenze linguistico-culturali come meccanismo di potere**

Uno degli espedienti che viene utilizzato per dare questa determinata immagine degli stranieri è sicuramente quello di utilizzare la lingua e le conoscenze in fatto di cultura e costumi giapponesi per rafforzare l'identità nazionale. I tentativi da parte degli stranieri di utilizzare il

---

<sup>5</sup> DOMINGUEZ, *A Taste for...*, Cit., p.333

<sup>6</sup> Hōmusho, 法務省 (Hōmusho) “Ministero della giustizia giapponese”, link: [http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04\\_00081.html](http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04_00081.html)

<sup>7</sup> BEFU, *Hegemony...*, Cit., P.140

<sup>8</sup> BARKER, *Television...*, Cit., p.82

giapponese creano stupore da parte dei giapponesi del programma, che nelle poche volte in cui vengono mostrati individui molto fluenti nell'uso della lingua si trovano di stucco di fronte a tanta inaspettata abilità. Il più delle volte, nel loro cercare di utilizzare l'inglese anche quando non sono particolarmente competenti o anche in presenza dell'interprete, dimostrano di ritenere che per gli stranieri sia difficile apprendere la lingua giapponese. Un esempio di questo avviene probabilmente quando all'interno della casa di Terrace House, il nuovo arrivato si ostina a voler parlare in inglese con l'italiano. Lo stesso si può dire per le loro conoscenze culturali che non mancano di essere derise in caso vengano fatti errori che un giapponese non farebbe, in quanto è "scontato" per loro sapere certe cose o compartirsi in una determinata maniera.

Questi elementi vanno a rientrare nelle meccaniche del nazionalismo giapponese. Mc Veigh fa notare che il nazionalismo non si manifesta sempre in maniera estrema, ma lo fa in quello che lui chiama "nazionalismo quotidiano" e che ritiene enfatizzare "l'esclusione etnica", autocoscienza etnoculturale, nozioni razzializzate di identità e molti altri elementi<sup>9</sup>. Tra le cose che ritiene fare parte di questo nazionalismo quotidiano, quello linguistico e quello culturale ne fanno parte. In questo meccanismo la lingua e la cultura vengono quindi utilizzate per rinforzare l'identità nazionale giapponese, ma nel fare ciò vengono anche utilizzate nell'implicare che l'altro non abbia le competenze per capirlo o padroneggiarlo.

Inoltre, crea un discorso in cui essi diventano mezzi nello stabilire chi si trova in una situazione di superiorità culturale rispetto a chi ne ignora i meccanismi. Il significato che viene attribuito in questo determinato contesto a queste conoscenze è quello di discriminante nello stabilire chi detiene un'egemonia sull'altro. Come non può esistere nessuna relazione di potere senza la costituzione di un campo di conoscenze correlate, allo stesso tempo non possono esistere delle conoscenze che non presuppongano e costituiscano delle relazioni di potere<sup>10</sup>.

Ciò trasforma la lingua e la cultura in strumenti del potere nel creare e rinforzare l'identità giapponese. All'interno di un programma televisivo, sono i produttori a detenere il potere e ad avvalersi di strumenti per dare peso alla loro tesi, prima di somministrarla agli spettatori. Va infatti notato che: la conoscenza collegata al potere ha sia l'autorità per essere vera che l'abilità di rendersi vera, e una volta applicata al "modo reale" ha degli effetti "reali" nella maniera in cui diviene realtà<sup>11</sup>.

---

<sup>9</sup> Vedi MCVEIGH, J. Brian, *Nationalisms of Japan: Managing and Mystifying Identity*, Lanham, Rowman & Littlefield, 2006

<sup>10</sup> FOUCAULT, Michel, *Discipline and Punish*, London, Tavistock, 1977 p.27

<sup>11</sup> HALL, *Representation...*, Cit., p.49

### 3. Assimilazione e discriminazione

Un ultimo punto su cui vi si dovrebbe concentrare è il ruolo che questi programmi televisivi hanno nell'integrazione degli stranieri da un lato e nel rinforzare gli stereotipi nei loro confronti, portando anche in alcuni casi a discriminazioni, da un altro. Vi è infatti una tendenza ambivalente all'interno di questi programmi che manda due messaggi completamente diversi tra di loro, ma che non si escludono a vicenda.

Il messaggio generale, e apparente, dei programmi sembrerebbe infatti rivolto a mostrare come molti stranieri siano relativamente integrati all'interno della società giapponese. Mostra agli spettatori come non ci sia nulla da temere perché essi sono persone come "noi" che arrivano in Giappone senza cattive intenzioni, ma al contrario sono lì molto spesso per impegnarsi e imparare, dimostrando le loro buone intenzioni<sup>12</sup>. In molti studi si tende ad ignorare che le rappresentazioni degli stranieri hanno anche un lato positivo e che come quest'immagine venga percepita dipenderà sempre dallo spettatore, che come detto non è "passivo" in questo processo ma al contrario risulta essere "attivo".

Tuttavia, dall'altra parte, vengono velatamente esclusi dalla società giapponese in quanto non riescono ad entrare nei meccanismi sociali che regolano la quotidianità in Giappone. È proprio per queste ragioni che vengono a tutti gli effetti derisi ed esclusi da alcune attività. Vengono spesso discriminati sull'assunto di essere stranieri spesso partendo dal presupposto che non riescano a comunicare in giapponese, che non siano in grado di fare qualcosa o che non possiedano determinate conoscenze.

Ovviamente tutte le forme di discriminazione meno velate non compaiono all'interno dei programmi, o perché effettivamente non sono avvenuti fatti del genere o forse perché il programma tende a nascondere le verità scomode attraverso il processo di editing di un episodio. Quella che invece emerge è una discriminazione basata principalmente su stereotipi dettati o dalla nazionalità di una persona o dal suo semplice non essere giapponese che crea in automatico come una barriera tra le due realtà.

Con questo non si vuole dire che i programmi giapponesi incentivino discriminazioni nei confronti degli stranieri, si vuole solo fare notare come rafforzino degli stereotipi già in atto nella società giapponese. Ciò che emerge dall'osservazione dei giapponesi che non fanno parte

---

<sup>12</sup> Come già detto ciò si applica solo a un determinato tipo di gaijin, che nella maggior parte dei casi corrisponde agli "occidentali", e non a tutti gli stranieri.

dello staff del programma è infatti che molti degli stereotipi da loro mostrati siano in realtà condivisi anche dalle persone comuni, e che quindi non si limitino allo specifico contesto dei tre campioni presi questa volta in analisi. D'altra parte, gli stereotipi che emergono da questi programmi, sono quasi sempre "leggeri" e non mostrano opinioni troppo forti e discriminatorie come potrebbero essere quelle che vedono gli stranieri come portatori di crimine e cattive abitudini. Quello che infatti fanno questi programmi è evitare di prendere una presa di posizione troppo forte, o sarebbe meglio dire esplicita, nei confronti di argomenti che potrebbero essere sensibili, come dimostra anche il caso della donna russa apparsa in YOU.

#### **4. Limiti**

Prima di procedere ulteriormente verso delle considerazioni finali, si vorrebbe rendere chiaro quale sia il limite più grande di questa analisi: ovvero l'assenza di una parte specifica dedicata all'audience e a quanto di questa immagine sia condivisa nell'immaginario giapponese. Per rendere questo studio più completo sarebbe necessario ricorrere a delle interviste ai telespettatori dei suddetti programmi per poter capire come da loro viene recepito il programma, cosa ne pensano di come vengano rappresentati i non-giapponesi è soprattutto quale sia la loro visione di questi individui in modo tale da capire quanto questo specchio sia distorto e quanto di quello che ne trapela venga invece a fare parte della società. Ma come Silverstone fa notare, analizzare l'audience e gli effetti che la televisione ha su di essa è un'impresa rischiosa e complicata che necessita di tenere in conto la varietà negli individui che la compongono e di molto tempo<sup>13</sup>.

Un secondo limite è quello di concentrarsi sulla televisione, andando quindi a ignorare gli altri media che contribuiscono alla creazione dell'immagine degli stranieri in Giappone. Essa infatti non è l'unico mezzo attraverso cui i giapponesi possono confrontarsi con questi individui, bensì, come già detto in precedenza, è uno dei tanti, come lo sono i social media, i giornali e molti altri. Uno studio incrociato di questi mezzi di comunicazione potrebbe infatti rivelare se le meccaniche all'interno della rappresentazione degli stranieri valide per i programmi televisivi d'intrattenimento siano applicabili anche agli altri media. E se quindi ognuno di essi presenti al pubblico la stessa immagine degli stranieri.

Infine, se fosse possibile aggiungere a questo studio anche le informazioni in possesso dei partecipanti stranieri dei programmi, sarebbe utile a capire quanto di ciò che viene mostrato in

---

<sup>13</sup> SILVERSTONE, *Television...*, Cit., pp.225-266



questi programmi, corrisponda a verità e quanto invece sia stato rimosso per oscurarne altre. Conoscere queste informazioni non cambierebbe di certo l'immagine costruita accuratamente dal programma, ma renderebbe molto più chiare le vere intenzioni dei produttori e di conseguenza l'intenzionalità nel presentare al pubblico solo delle scene selezionate per avvalorare l'immagine degli stranieri che vogliono creare.

## 5. Sviluppi futuri e considerazioni finali

Per concludere questo elaborato, sarebbe opportuno chiarire alcuni punti. In futuro, potrebbe essere utile concentrarsi su questi aspetti che non sono stati considerati all'interno di questo elaborato e che potrebbero aiutare a scoprire quale sia l'immagine che i giapponesi hanno degli stranieri e per quali motivi venga creata con queste determinate caratteristiche. Si potrebbe cominciare prendendo varie tipologie di programmi televisivi, quali notiziari, talk show, sitcom ed altri per capire se la televisione rappresenti un unico blocco unito nel suo rappresentare lo "straniero", per poi passare all'analisi di ognuno degli altri media.

Un altro aspetto che potrebbe portare risultati interessanti e su cui in futuro ci si potrebbe concentrare è quello rappresentato dallo studio delle personalità che si trovano dietro alla creazione di questi programmi, ovvero i produttori e dei registi che rappresentano il punto di partenza del processo di rappresentazione in atto all'interno del sistema. Altri studi si sono dedicati a fare ciò per cercare di dare una demografia dei soggetti che lavorano a questi programmi, e quindi capire di quale classe sociale siano le idee, valori e ideologie che traspaiono da questi programmi<sup>14</sup>.

Nonostante si sia ben consci che questo studio non offra una panoramica completa di come gli stranieri vengano percepiti in Giappone, si spera che si possa rendere utile nel comprendere come i programmi televisivi rappresentino gli stranieri nella contemporaneità, soprattutto in vista delle imminenti olimpiadi di Tokyo, che attireranno un grande numero di stranieri nel paese. È importante in questo clima che anche i media spingano verso la tolleranza e l'integrazione, piuttosto che rinforzare degli stereotipi basati sulla nazionalità e dipingere questi individui come "diversi" da "Noi", per evitare che si verifichino problemi come quelli dei mondiali di calcio<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> HOLZ, *Sociology ...*, Cit., pp.195-198

<sup>15</sup> Vedi ARUDOU, Debito, *Embedded Racism: Japan's Visible Minorities and Racial Discrimination*, Lanham, Lexington Books, 2015

Bisogna però tenere conto che il Giappone non può e non deve essere visto come un'entità monolitica in cui una determinata linea di pensiero è condivisa da tutti i membri della nazione<sup>16</sup>. Allo stesso modo non va ignorato il fatto che gli stessi meccanismi di rappresentazione delle minoranze e degli stranieri sono in atto anche in altri paesi, seppur ovviamente con diversi mezzi e modalità<sup>17</sup>. Non ci si propone quindi di considerare questi processi di creazione dell'identità tramite il confronto con l'altro e di nazionalismo culturale in atto in Giappone come peculiari o esclusivi, bensì quello a cui questo elaborato si limita a fare è semplicemente descrivere come essi funzionino e in che modo si riflettono sull'immagine degli stranieri ivi rappresentati.

---

<sup>16</sup> Vedi BEFU, Harufumi, *Hegemony of homogeneity*, Melbourne, Trans Pacific Press, 2001

<sup>17</sup> Vedi VERENI, Piero, *Identità catodiche: Rappresentazioni mediatiche di appartenenze collettive*, Roma, Meltemi, 2008

# Bibliografia

- ADORNO, W. Theodor. The culture industry. London: Routledge, 1991.
- ANDERSON, Benedict R. O'G. Imagined Communities Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. Rev. ed. London New York: Verso, 2006. (I ed. 1983)
- ARUDOU, Debedo. Embedded Racism: Japan's Visible Minorities and Racial Discrimination. Lanham: Lexington books, 2015.
- BARKER, Chris. Television, globalization and cultural identities. Buckingham: Open University Press, 1999.
- BORDIEU, Pierre. "La Distincion", Pari: Minuit, 1979 in SILVERSTONE, Roger. "Television and everyday life." London: Routledge, 1994.
- BEFU, Harumi. Hegemony of Homogeneity an Anthropological Analysis of Nihonjinron. Melbourne: Trans Pacific, 2001.
- BUCKINGHAM, David. Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. London: Polity, 2003.
- CHOMSKY, Noam. Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda. New York: Seven Stories, 2002.
- DOMINGUEZ, R. Virginia. "A Taste for "the Other": Intellectual Complicity in Racializing Practices." in *Current Anthropology*, Vol. 35, N. 4, 1994, pp. 333-348. link: <https://www.jstor.org/stable/2743988>
- FOUCAULT, Michel. The archeology of knowledge. London: Tavistock, 1972.
- FOUCAULT, Michel. Discipline and Punish. London: Tavistock, 1977.
- FOUCAULT, Michel. Power/knowledge. Brighton: Harvester, 1980.
- FUKUOKA, Yasunori e GILL Tom. Lives of Young Koreans in Japan. Melbourne: Trans Pacific Press, 2000.
- HALL, Stuart. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. London: Sage Publications, 1997.
- HAGIWARA, Shigeru. Japanese television as a window on other cultures. in *Japanese Psychological Research*, Vol.40, N. 4, 1998, pp.221–233. link: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/1468-5884.00096>
- HAGIWARA, Shigeru e KUNIHIRO, Yoko, Terebi to gaikoku no imēji: Media suteriotaipingū kenkyū (Televisione e l'immagine dei paesi stranieri: Ricerca sulla stereotipizzazione mediatica), Tōkyō: Keisō Shobō, 2004.

萩原滋と国広陽子、『テレビと外国イメージメディア・ステレオタイプینگ研究』、東京、勁草書房、2004.

- HAMBLETON, Alexandra. "Reinforcing identities? Non-Japanese residents, television and cultural nationalism in Japan." in *Contemporary Japan* Vol.23, N.1 2011, pp.27-47. link: <https://doi.org/10.1515/cj.2011.003>
- HOLZ, R. Josephine and WRIGHT, R. Charles. "Sociology of Mass Communications." in *Annual Review of Sociology*, Vol. 5, 1979, pp.193-217. link: <https://www.jstor.org/stable/2945953>
- IWABUCHI, Koichi, and TAKEZAWA, Yasuko. "Rethinking Race and Racism in and from Japan." in *Japanese Studies* Vol.35, N.1, 2015, pp.1-3. link: <https://doi.org/10.1080/10371397.2015.1044153>
- KASHIWAZAKI, Chikako. "Jus Sanguinis in Japan: The Origin of Citizenship in a Comparative Perspective." in *International Journal of Comparative Sociology* Vol.39, N.3, 1998, pp.278-300. link: <http://www.scopus.com/inward/record.url?scp=0031769804&partnerID=8YFLogxK>
- KAYAMA, Rika. Puchi nashonarizumu shōkōgun: Wakamono tachi no nipponshugi (Sindrome del piccolo nazionalismo: il nazionalismo dei giovani). Tōkyō: Chūō kōron shinsha, 2002.  
香山リカ、『ぶちナショナリズム症候群—若者たちのニッポン主義』、東京、中央公論新社、2002.
- KRESS, Gunther. *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. London and New York: Routledge, 2010.
- KRESS, Gunther e VAN LEEUWEN, Theo. *Reading Images: The grammar of visual design*. London and New York: Routledge, 2006.
- MCDOUGALL, Julian. *Media studies: The Basics*. London and New York: Routledge 2012.
- MCVEIG, J. Brian. *Nationalisms of Japan: Managing and Mystifying Identity*, Lanham: Rowman & Littlefield. 2006.
- MEYROWITZ, Joshua. *No sense of Place: the impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford university press, 1985.
- MILLER, Miller. "Material Culture and Mass Consumption." Oxford: Blackwell, 1987 in SILVERSTONE, Roger. "Television and everyday life." London: Routledge, 1994,

- MIYAKE, Toshio. "Italian Transnational Spaces in Japan: Doing Racialized, Gendered and Sexualized Occidentalism" in *Cultural Studies Review*, Vol.19 N.2, 2013, pp. 99-124. link: <http://epress.lib.uts.edu.au/journals/index.php/csrij/index>
- MIYAKE, Toshio. *Mostri del Giappone. Narrative, figure, egemonie della dislocazione identitaria*. Venezia: Edizioni Ca' Foscari, 2014.
- MORRIS-SUZUKI, Tessa. "An Act Prejudicial to the Occupation Forces: Migration Controls and Korean Residents in Post-surrender Japan." in *Japanese Studies* Vol.24, N.1, 2004, pp.5-28. link: <https://doi.org/10.1080/10371390410001684688>
- MORRIS-SUZUKI, Tessa. "Beyond Racism: Semi-Citizenship and Marginality in Modern Japan." in *Japanese Studies* Vol.35, N.1, 2015, pp.67-84. link: <https://doi.org/10.1080/10371397.2015.1014469>
- MORRIS-SUZUKI, Tessa. "The Invention and Reinvention of "Japanese Culture"." in *The Journal of Asian Studies* Vol.54, N.3, 1995, pp.759-80. link: <https://www.jstor.org/stable/2059450>
- PAINTER, A. Andrew. "Japanese daytime television, popular culture and Ideology." in *The Journal of Japanese Studies*, Vol.19, N.2, 1993, pp.295-325. link: <https://www.jstor.org/stable/132642>
- PAK, T. Katherinein. "Foreigners are local citizens too: Local governments respond to international migration in Japan." In Douglass, Mike. *Japan and Global Migration Foreign Workers and the Advent of a Multicultural Society*. Honolulu: U of Hawaii, Ch.11, 244-274, 2003.
- PARK, Sara. "Inventing Aliens: Immigration Control, 'xenophobia' and Racism in Japan." in *Race & Class* Vol.58, N.3, 2017, pp.64-80. link: <https://doi.org/10.1177/0306396816657719>
- PRIELER, Micheal. "Othering, Racial Hierarchies, and Identity Construction in Japanese Television Advertising." in *International Journal of Cultural Studies*, Vol.13, N.5, 2010, pp.511-529. link: <https://doi.org/10.1177/1367877910372709>
- SAID, Edward. *Orientalism*. New York: Random House, 1978.
- SALVAGGIO, Eryk. *The Talking Dog: Representations of Self and Others in Japanese Advertising*. London: Media@LSE, 2015.
- SHIBUICHI, Daiki. "Zaitokukai and the Problem with Hate Groups in Japan." in *Asian Survey* Vol.55, N.4, 2015, pp.715-738. link: <https://doi.org/10.1525/as.2015.55.4.715>
- SILVERSTONE, Roger. *Television and everyday life*. London: Routledge, 1994.

- SUGIMOTO, Yoshio. *An Introduction to Japanese Society*. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.
- SUZUKI, Satoko. "Nationalism Lite? The Commodification of Non-Japanese Speech in Japanese Media." in *Japanese Language and Literature*, Vol.49, N.2, 2015, pp.509-529. link: <https://www.jstor.org/stable/24615149>
- TOMLINSON, Jhon. "Media Imperialism." in *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*, Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1991, in VERENI, Piero. "Identità catodiche: Rappresentazioni mediatiche di appartenenze collettive." Roma: Meltemi, 2008.
- TSUDA, Takeyuki. "Domesticating the Immigrant Other: Japanese Media Images of Nikkeijin Return Migrants." in *Ethnology*, Vol.42, N.4, 2003, pp.289-230. link: <https://www.jstor.org/stable/3773830>
- VAN LEEUWEN, Theo. *Discourse and practice: New Tools for critical discourse analysis*. Oxford: Oxford University press, 2008.
- VERENI, Piero. *Identità catodiche: Rappresentazioni mediatiche di appartenenze collettive*. Roma: Meltemi, 2008.
- WEINER, Michael A. (ed.) *Japans Minorities the Illusion of Homogeneity*. London New York: Routledge, 1997.
- WIMMER, Andreas. "Explaining Xenophobia and Racism: A Critical Review of Current Research Approaches." in *Ethnic and Racial Studies* Vol.20, N.1, 1997, pp.17-41. link: <https://doi.org/10.1080/01419870.1997.9993946>
- YAMASHIRO, Jane H. "The Social Construction of Race and Minorities in Japan." in *Sociology Compass* Vol.7, N.2, 2013, pp.147-61. link: <https://doi.org/10.1111/soc4.12013>
- YOSHIMI, Shunya. "Television and Nationalism: Historical change in the national domestic tv formation of postwar japan." in *European journal of cultural studies* Vol.6, London: Sage publications, 2005, pp.459-487.

## Sitografia

- AC Japan, AC ジャパン (AC Japan) "advertising council Japan", link: <https://www.ad-c.or.jp/index.html>, ultimo accesso 12/02/2020

- Field Cast, sito volontari per le olimpiadi di Tokyo, link:  
<https://tokyo2020.org/jp/special/volunteer/news/notice/20190124-01.html>, ultimo accesso 12/02/2020
- Hōmusho, 法務省 (Hōmusho) “Ministero della giustizia giapponese”, link:  
[http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04\\_00081.html](http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04_00081.html), ultimo accesso 12/02/2020
- JINTO, JINTO Monthly Press Release, link:  
[https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press\\_releases/pdf/200117\\_monthly.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/200117_monthly.pdf), ultimo accesso 12/02/2020
- Kokusai keizai rōdō kenkyūjo, 国際経済労働研究所 インフォメーションセンター (Kokusai keizai rōdō kenkyūjo infomeeshon sentā) “Centro informazioni dell’istituto di ricerca sull’economia e il lavoro internazionale”, link:  
<http://www.iewri.or.jp/cms/archives/2019/03/20193.html> ultimo accesso 12/02/2020
- Nazioni Unite, UN Department of Economic and Social Affairs - Population Division, link:<https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/data/estimates2/estimatesgraphs.asp?2g2>, ultimo accesso 12/02/2020
- NHK, Archivio online NHK, link:  
<https://www.nhk.or.jp/bunken/english/research/index.html>, ultimo accesso 12/02/2020
- Statistics Bureau of Japan, Population Census, link:  
<https://www.stat.go.jp/english/data/kokusei/index.html>, ultimo accesso 12/02/2020
- Terrace House, Terrace House: Tōkyō 2019-2020, link:  
<http://www.terrace-house.jp/tokyo2019-2020/index.html>, ultimo accesso 12/02/2020
- The Japan Times, Japanese comedians apologize for racist joke about Naomi Osaka needing 'bleach', link:  
<https://www.japantimes.co.jp/news/2019/09/26/national/social-issues/japanese-comedy-duo-apologizes-naomi-osaka-needs-bleach-quip/#.XkEzkWj0nIU>  
ultimo accesso 12/02/2020
- TV Tōkyō, Sekai! Nippon ikitai hito oendan, link: <https://www.tv-tokyo.co.jp/nipponikitaihitto/> ultimo accesso 12/02/2020
- Withnews, 「イタリア人がモテると思うなよ」テラハ出演の漫画家が伝えたいこと (“Itariajin ga moteru to omouna yo” teraha shutsuen non mangaka ga tsutaetai

koto) “Non pensare che gli italiani siano popolari con l’altro sesso!: Quello che il

fumettista apparso su Terrace House vuole dire”, link:

<https://withnews.jp/article/f0191118000qq0000000000000000W06910401qq000020062A>, ultimo accesso 12/02/2020

- TV Tōkyō, You Wa nani shi ni Nippon e, link: <https://www.tv-tokyo.co.jp/youhananishini/>, ultimo accesso 12/02/2020

## Filmografia

- Fuji television e Netflix, Terrace House: Tōkyō 2019-2020, Tōkyō: Fuji television e Netflix. 2012-
- NHK, Cool Japan, Tōkyō, NHK, 2011
- Nippon Television Network Corporation, ズームイン!!朝!, (Zōmu in!! Asa!) “zoommando!! Mattina!”, Tōkyō: Nippon Television Network Corporation, 1979-2001.
- TV Tōkyō, YOUは何しに日本へ? (You Wa nani shi ni Nippon e?) “Straniero cosa sei venuto a fare in Giappone?”, Tōkyō: TV Tōkyō. 2013-
- TV Tōkyō, 世界!ニッポン行きたい人応援団, (Sekai! Nippon ikitai hito oendan), “Mondo! La tifoseria delle persone che vogliono andare in Giappone”, Tōkyō: TV Tōkyō. 2016-