

**Culture popolari giapponesi:  
fra media mix e globalizzazione**  
(Università Ca' Foscari Venezia, 14 febbraio 2019)

**La *bishōjo* e il *bishōnen* sono Akihabara:  
dal *media-mix* all'*ensemble* socio-popculturale**  
(Luca Bruno, Leipzig University)

**Abstract:** Gli approcci convenzionali sul media-mix in Giappone privilegiano gli elementi di intertestualità tra media, pratiche, personaggi ed altri elementi molto diversi tra di loro (cf. Azuma 2007, 2009) e l'apparente mancanza di una prospettiva fissa e unificante (cf. Ruh 2014, Kacsuk 2016, Suan 2017), derivandone una sostanziale liquidità il cui epicentro non sarebbe definibile. Questa prospettiva però viene meno quando si prende in considerazione l'esistenza di *ensemble* socio-popculturali come Akihabara. Akihabara, sia come località fisica che come insieme di industrie, fan e pratiche (cf. 2017), rappresenta non solo un segmento ben distinto di cultura pop originatasi in Giappone, ma possiede anche un epicentro, con la sua gerarchia di significanti e le sue egemonie. Questo epicentro è rappresentato dalle entità multimediali come *bishōjo* e *bishōnen*, e la loro esistenza come set gerarchici di elementi convenzionali, il *nexus* per cui Akihabara viene realizzata, iterata e perpetuata. Gli elementi convenzionali che costituiscono i personaggi, sebbene in continuo sviluppo e flusso (Suan 2017), vanno a costituire una tipologia di personaggio che rimane riconoscibile e costante e la di cui assenza rende l'*ensemble* sociopopculturale di Akihabara non più riconoscibile in quanto tale. Analizzando *bishōjo* e *bishōnen* come entità multimediali che racchiudono l'interezza del *ensemble* socio-popculturale, è possibile non solo delineare un fattore comune che collega media, pratiche, personaggi ed altri elementi, rendendo possibile il media-mix, ma anche come l'epicentro che rende Akihabara riconoscibile come tale e distinta dal resto dell'universo pop di origine nipponica.

**Luca Paolo BRUNO** è un dottorando di ricerca presso l'Ostasiatisches Institut dell'Università di Lipsia, dove si occupa di ricerca sulla cultura videoludica nipponica e in particolare dei risvolti politici dei personaggi *bishōjo*. In precedenza si è laureato in studi nipponistici all'Università di Torino e a Ca' Foscari Venezia. Da sempre appassionato di videogiochi giapponesi, con particolare preferenza per i titoli collegati alla sottocultura *otaku*, verso i quali si prefigge di evidenziare le peculiarità delle sue dinamiche culturali e la sua dimensione transnazionale, con lo scopo ultimo di delineare una nuova tipologia di cultura pop dalle caratteristiche ibride tra il tradizionale e il diffuso, presente non solo in Giappone ma analoghi in tutto il mondo.

**Presentazione del progetto di ricerca**  
**(Toshiba International Foundation-Università Ca' Foscari):**  
**Japanese films and television programs in Europe: former popularity, current decline,**  
**and the quest for new marketing strategies (1951 - 2018)**  
(Marco Pellitteri, Shanghai International Studies University)

**Abstract:** The meta-goal of this project is the ambition to carry out a complete re-framing of the reasons and processes that made Japanese audiovisual and visual culture (cinema, animation, and manga) first famous at the mainstream level and then, gradually, more narrowly popular at the subcultural level, while losing overall relevance and revenue. By explaining the actual dynamics of how Japanese visual cultures gained popularity in Europe and why they then lost it, it is my intention to trace a counter-history of their cultural and financial success, challenging the basically biased notion that Japanese media entertainment has never been as successful worldwide as today. With this new knowledge I will provide tools to help yield a positive change.

**Marco PELLITTERI** (Palermo 1974) è ricercatore di sociologia dei media e dei processi culturali presso la School of Journalism and Communication, Shanghai International Studies University. Dopo aver ottenuto un PhD in Sociologia presso l'Università di Trento, ha condotto numerose ricerche fra Europa e Giappone, con le Università di Kobe e Ca' Foscari. Le sue ricerche vertono sulle sociologie del fumetto e del cinema d'animazione, sulle politiche e culture dell'emittenza e del consumo televisivi e sull'impatto socioculturale delle industrie visuali giapponesi nei contesti europei. È autore di diversi libri: *Sense of Comics. La grafica dei cinque sensi nel fumetto* (Castelvecchi 1998), *Mazinga Nostalgia. Storia, valori e linguaggi della Goldrake-generation dal 1978 al nuovo secolo* (Castelvecchi 1999, IV ed. riv. e ampl. Tunué 2018, 2 voll., 1600 pp.), *Conoscere l'animazione. forme, linguaggi e pedagogie del cinema animato per ragazzi* (Valore Scuola 2004), *Il Drago e la Saetta. Modelli, strategie e identità dell'immaginario giapponese* (Tunué 2008; ed. in ingl. 2010), *Conoscere i videogiochi. Introduzione alla storia e alle teorie del videoludico* (con M. Salvador, Tunué 2014), *Conoscere i manga. Introduzione al fumetto giapponese* (Carocci, in preparazione). Ha curato e introdotto l'edizione italiana del trattato filosofico di Hiroki Azuma *Generazione Otaku. Uno studio della postmodernità* (Jaca Book 2010) e quelle di vari altri libri quali *Manga. Storia e universi del fumetto giapponese* di Jean-Marie Bouissou (Tunué 2011). È inoltre autore di molti saggi e articoli pubblicati su riviste quali *Journal of Italian Cinema and Media Studies*, *Théoreme*, *International Journal of Comic Art*, *Studies in Comics*, *Image & Narrative*, *Global Manga Studies*, *Yuriika*, *Belphégor*, *Animēshon Kenkyū*, *Childhood and Society*, *Les Cahiers de la bande dessinée*, *Annali di storia dell'educazione* e delle istituzioni scolastiche, *Storia e problemi contemporanei* e altre.