

Il boom dell'Italia in Giappone: riflessioni critiche su Occidentalismo e Italianismo

Toshio Miyake

Introduzione: per un Occidentalismo critico

Il *boom* dell'Italia riguarda l'improvvisa popolarità del Made in Italy in Giappone a partire dagli anni Novanta del Novecento, che ha portato il Bel Paese ad essere considerato attualmente il paese straniero più amato fra tutta la popolazione femminile e giovanile¹. Riflettere sulla cartografia dell'Italia come *altro* culturale in Giappone non vuole essere solo l'occasione di uno slittamento prospettico, e soprattutto non è finalizzato a evidenziare curiosità o stereotipi più o meno ameni. L'Italia *made in Japan* vuole essere piuttosto il pretesto per interrogarsi sulle dinamiche moderne di fondo che rendono possibile questa geografia immaginaria, in modo da offrire una possibile interpretazione sul successo crescente dell'«Italia» nello scenario globale in relazione a questioni di identità, cultura e potere.

Per fare questo si è deciso di fare riferimento alla nozione di Occidentalismo come idea o ipotesi di fondo che consente di pensare in modo critico le costruzioni di identità e alterità collettive in epoca moderna, intese non come processi storici isolati e auto-referenziali, ma piuttosto come articolazioni identitarie che si condizionano a vicenda, e che fanno pertanto parte di un processo più ampio al contempo globalizzato e differenziato.

Due sono i presupposti di fondo che orientano la presente riflessione critica sulla nozione di «Occidente». In primo luogo, l'Occidentalismo è inteso qui in modo molto inclusivo come l'insieme dei discorsi e delle pratiche riguardo all'«Occidente» in termini di

¹ Cfr. il sondaggio nazionale riportato in NHK Broadcasting Culture Research Institute 2008: 113-16.

identità o di alterità, a prescindere dalle connotazioni negative e positive, cioè a prescindere che si tratti di filo o anti-Occidentalismo. In altre parole, qualsiasi discorso o pratica che contribuisce all'idea che esista qualcosa come l' 'Occidente' o qualcosa come 'occidentale'. In secondo luogo, l'Occidentalismo è considerato in chiave geopolitica e geoculturale come processo identitario collettivo, fondativo di una modernità euro-centrica a partire dalla sua espansione coloniale a fine XV secolo, ed estesa nel XX secolo ad un Occidentalismo americano-centrico².

Questo modo di intendere l'Occidentalismo nasce ovviamente come ulteriore sviluppo dalle indicazioni ormai classiche di Said sull'Orientalismo, e costituisce il tentativo di estendere l'indagine critica della nozione di 'Oriente' a quella di 'Occidente'³. Il comune denominatore strategico di queste riflessioni critiche è che l'Occidentalismo non è un semplice Orientalismo rovesciato, ma è piuttosto la condizione stessa della possibilità dell'Orientalismo stesso.

Occidentalismo, Orientalismo e auto-Orientalismo

In senso più specifico, si vuole fare riferimento all'Occidentalismo come egemonia in senso gramsciano, per porre l'attenzione sugli aspetti intrinsecamente relazionali, intersoggettivi e reciproci fra egemonia e subalternità.

Per intendere esattamente i significati che può avere il problema della realtà del mondo esterno, può essere opportuno svolgere l'esempio della nozione di 'Oriente' e 'Occidente' che non cessano di essere 'oggettivamente reali' seppure all'analisi si dimostrano niente altro che una 'costruzione' convenzionale, cioè 'storico-culturale' [...] È evidente che Est e Ovest sono costruzioni arbitrarie, convenzionali, cioè storiche, poiché fuori dalla storia ogni punto della terra è Est e Ovest nello stesso tempo. Ciò si può vedere più chiaramente dal fatto che questi termini si sono

² Cfr. Hall 1992: 275-333. Per le critiche più radicali in ambito postcoloniale alla nozione di 'Occidente', cfr. Coronil 1996: 51-87; Mignolo 2000.

³ Per un'analisi dell'Occidentalismo attraverso prospettive eterogenee non euro-americane, cfr. Carrier 1995; Bonnett 2004. Per una critica invece sui limiti filosofici della soggettività 'occidentale', cfr. Venn 2000.

cristallizzati non dal punto di vista di un ipotetico e malinconico uomo in generale ma dal punto di vista delle classi colte europee che attraverso la loro egemonia li hanno fatti accettare ovunque. Il Giappone è Estremo Oriente non solo per l'Europeo ma forse anche per l'Americano della California e per lo stesso Giapponese, il quale attraverso la cultura politica inglese potrà chiamare Prossimo Oriente l'Egitto (Gramsci 1975: 1419-1420).

Questa riflessione pionieristica sulle nozioni di 'Occidente' e 'Oriente' risulta interessante per il riferimento curioso al Giappone, visto che nei *Quaderni del carcere* non se ne parla poi più di tanto. Di interesse ancora maggiore risulta l'accostamento con il concetto più noto ed elaborato di egemonia, articolato da Gramsci a proposito del conflitto fra gruppi sociali. L'estensione del concetto di egemonia a soggetti nazionali all'interno di un contesto geopolitico e geoculturale mondiale consente di colmare una lacuna fondamentale, persistente anche nelle teorie critiche più recenti sulle nozioni di 'Occidente' e di 'Oriente': quella della uni-lateralità e uni-direzionalità che tende a considerare l'Occidentalismo o come dominio politico-culturale di tipo monologico esercitato da parte dei dominanti; oppure, come repressione subita da parte subalterna contro i propri interessi, da cui uscire solo con una prassi e teoria contro-egemonica, sovversiva, liberatoria.

Nonostante si sia ormai consolidata, proprio grazie a Gramsci, l'idea di considerare l'egemonia come un processo fluido, intrinsecamente contestabile e rinegoziabile, manca una riflessione più articolata e critica sul consenso attivo che tale dominio e direzione incontra anche da parte subalterna. Ovvero, viene spesso sorvolata l'idea, per molti scomoda, che non esiste egemonia senza un consenso attivo da parte subalterna, e non solo passivo ed estorto con la coercizione. L'affermazione e la riproduzione dell'egemonia si affida ad un processo inter-relazionale, consensuale, reciproco, e in molti casi complice, tanto da rendere alla fine del tutto obsoleto l'esercizio della forza o costrizione materiale. Un processo che, a mio avviso, è fondamentale per capire meglio come mai oggi, anche in assenza o in declino di costrizione materiale diretta, continuano a riprodursi processi identitari essenzializzati e gerarchici in termini di genere, di razza/etnia, di classe, di regione, di nazione o di interesse civiltà.

L'Occidentalismo quindi, inteso come processo egemonico in termini identitari e interrelazionali, potrebbe essere riformulato nel

seguinte modo. L'Occidentalismo riguarda l'auto-definizione o auto-rappresentazione in epoca moderna, da parte prima europea, e poi statunitense, come 'Occidente'. Essa si è articolata storicamente grazie all'intersezione cumulativa di tutta una serie ben nota di paradgmi fondativi, quali la ragione, la scienza, il progresso, la libertà, l'individuo, la mascolinità, la razza bianca, ecc. Si tratta di un'auto-definizione, che come Said insegna, è stata costruita in contrasto dualistico con l'etero-definizione (Orientalismo) di ciò che è, e *deve* essere, altro da sè. Di volta in volta, questo altro culturale può essere l' 'Oriente', l' 'Islam', il 'Resto del Mondo', e così via. Un altro configurato per contrasto gerarchico alla presupposta modernità 'occidentale', quindi un altro subalterno inferiorizzato che *deve* essere tradizionale, irrazionale, statico, gruppista, femminile, di razza colorata ecc.

I contenuti e l'articolazione di questa cartografia moderna possono ovviamente variare, a seconda di periodi e contesti diversi⁴. Tuttavia, l'aspetto fondamentale da sottolineare è che l'Occidentalismo per essere egemone ed effettivo presuppone l'imposizione non solo coercitiva della propria cartografia immaginaria nei confronti dei subalterni, ma dipende soprattutto dall'accettazione e dal consenso attivo da parte dei subalterni stessi. Questo riguarda sia l'etero-definizione dell' 'Occidente' come altro da se (Occidentalismo), sia l'auto-definizione di se stessi come 'Oriente' o 'Resto del Mondo' (auto-Orientalismo), nei termini posti dall'Occidentalismo euro-americano. In altre parole, questa cartografia immaginaria diventa egemone quando le diversi parti non euro-americane, più o meno subalterne, finiscono per vedere se stessi e gli altri attraverso gli occhi degli 'occidentali'. Il risultato è un processo complessivo e reciproco, una sorta di gioco di specchi in cui si finisce per rimandare delle immagini di identità e alterità speculari che si rafforzano a vicenda.

⁴ Per un'espressione neo-conservatrice e influente di questa cartografia euro-centrica in termini geopolitici, cfr. Huntington 1996. Mentre per una versione recente, con concessioni più neo-liberali, cfr. Ferguson 2011.

Occidentalismo e auto-Orientalismo nel Giappone moderno

Mi sembrava di vedere un uomo basso e particolarmente brutto che mi veniva incontro lungo la strada; solo per rendermi conto che si trattava di me stesso, riflesso in uno specchio. È solo venendo in questo luogo che ho realizzato che noi siamo veramente gialli. (Londra, 5 gennaio, 1901) (Sōseki 1966)

Questo è un estratto dal diario di Natsume Sōseki (1867-1912), durante il suo soggiorno a Londra, agli inizi del Novecento, mentre cammina per le strade della città e si vede rispecchiato in una vetrina di un negozio. Sōseki è lo scrittore moderno giapponese più famoso e canonizzato in patria, e riassume in questo passo magistralmente, il ruolo egemone, ma ambivalente dello specchio europeo nei confronti dell'identità giapponese moderna: uno specchio identitario al contempo superiorizzante e inferiorizzante, un dispositivo di iscrizione culturale e politico-razziale in grado di elevare verso la tanto ambita modernità, quanto di imporre una subalternità etnico-razziale.

Il Giappone moderno costituisce per molti versi un caso esemplificativo degli aspetti egemoni dell'Occidentalismo, anche in condizioni di coercizione minore o assente. Il Giappone non è mai stato colonizzato militarmente o politicamente. Anzi, in seguito alla sua modernizzazione accelerata a fine Ottocento, modellata in modo sistematico sulle istituzioni, saperi e tecnologie importati dall'Europa e dagli Stati Uniti, è diventata una potenza imperialista in grado di sconfiggere agli inizi del Novecento la Russia zarista e colonizzare progressivamente l'intera Asia orientale. Anche dopo la sconfitta bellica contro gli Stati Uniti, il Giappone emerge di nuovo in termini industriali, finanziari, commerciali, fino a diventare negli anni Settanta del Novecento la seconda potenza economica nel mondo.

Tuttavia, ancora oggi, nell'epoca della globalizzazione, parafrasando le parole del filosofo Naoki Sakai, «ciò che conferisce alla maggioranza dei giapponesi l'immagine caratteristica della cultura giapponese è ancora la sua distinzione dal cosiddetto 'Occidente', la perdita di distinzione fra l'Occidente e il Giappone risulterebbe in una perdita in generale dell'identità giapponese» (Sakai 2002: 563-64). In altre parole, risulta ancora attuale il dilemma moderno, indotto dalla continua oscillazione fra appartenenza

all'Occidente' o all'Oriente', e il difficile tentativo di iscrivere la propria collocazione all'interno di uno spazio intermedio fra questi due vettori ingombranti di civiltà⁵.

Tatsächlich oszilliert seit inzwischen mehr als einem Jahrhundert der japanische Diskurs über Europa zwischen Selbstbescheidung und Selbstbehauptung, zwischen Selbstkritik und Abwehrhaltung, zwischen nagendem Selbstzweifel und jubelnder Selbstbejahung, zwischen Selbstbeniedrigung und Überheblichkeit, zwischen Angleichungsversuch und Abkapselungsstreben, sowie – auf emotionaler Ebene – zwischen Faszination vom Westen und Aversion gegen ihn (Mishima 1999: 83-122).

Il Giappone è in parte 'occidentale' non solo per una scelta culturale libera, operata in un campo neutro o a-storico. Lo è soprattutto per un'imposizione attuata in origine con la violenza – nonostante non abbia mai subito l'onta della colonizzazione – prima nel 1853, sotto la minaccia della flotta statunitense del commodoro Matthew Perry e l'imposizione dei Trattati Ineguali. Poi nel 1945, con la sconfitta bellica e la successiva occupazione da parte degli U.S.A. Tuttavia, il Giappone non potrà mai essere del tutto 'occidentale', anche qui non tanto per una libera preferenza a favore dell'Oriente' o di una nipponicità incontaminata, ma perché è lo stesso 'Occidente' che dopo averne imposto l'occidentalizzazione, ne decreta anche l'orientalizzazione (o al massimo lo statuo di brutta copia dell'originale euro-americano)⁶.

A prescindere dalle continue oscillazioni di filo e anti-occidentalismo, rimane costante l'assunzione dello sguardo euro-americano assieme al suo dualismo antitetico ed essenzializzante di fondo. Una sorta di auto-orientalismo, quindi, dove l'interiorizzazione di questo sguardo egemone finisce per determinare sia il modo per conoscere e vedere gli altri, sia quello per conoscere e vedere se stessi. Schematizzando, si potrebbe in questo caso riassumere l'identità moderna giapponese come configurata all'interno di una struttura

⁵ Per una critica filosofica di questo dilemma in epoca moderna, cfr. Sakai 1997. Mentre per una sua analisi sociologica nel contesto della globalizzazione, cfr. Iwabuchi 2002.

⁶ Cfr. Miyake 2010: 57-95.

triadica, dove l'identità nazionale è stata costruita attraverso un posizionamento strategico e differenziale rispetto ai due macro-vettori 'Occidente' e 'Oriente'⁷. È importante tuttavia sottolineare che la riproduzione giapponese dell'Occidentalismo non nasce infatti da una mera tendenza masochistica, in quanto un dominio è tanto più egemone quanto più è in grado di offrire ai subalterni dei vantaggi tali da agevolare e mobilitare un consenso attivo. Nel caso giapponese, si tratta di vantaggi identitari di tipo nazionalistico evidenti su due livelli.

In primo luogo dei vantaggi di tipo interno. L'assunzione della geografia immaginaria fondata sulla nozioni essenzializzate e unitarie di 'Occidente' o di 'Oriente' ha favorito per un processo di *cofigurazione* antitetica una identità o comunità nazionale altrettanto essenzializzata, unitaria ed omogenea di 'Giappone'⁸. Questo ha comportato degli evidenti vantaggi interni ai fini di una maggiore coscienza, coesione e mobilitazione nazionale. In secondo luogo, dei vantaggi di tipo esterni. Si tratta di vantaggi posizionali attribuibili all'identità 'Giappone' rispetto alle nozioni essenzializzate di 'Occidente' e di 'Oriente'. Da un parte, ci si può attribuire una superiorità nei confronti dell' 'Occidente' (moderno, razionale, materialistico) sottolineando la propria *orientalità* (tradizionale, emotiva, spirituale)⁹; dall'altra parte, una superiorità nei confronti dello stesso 'Oriente' per essere più 'occidentali' e moderni¹⁰. Infine, si può adottare una strategia identitaria etichettata come ibridismo strategico (o ibridità di facciata) volta a sottolineare la propria unicità o superiorità per essere la nazione ad avere coniugato il "meglio dell'Occidente" e il "meglio dell'Oriente", modernità e tradizione, scienza e spiritualità, tecnica e natura, ecc.¹¹.

⁷ Cfr. Iwabuchi 1994: 49-82.

⁸ Cfr. Sakai 1997: 40-71.

⁹ Questo tipo di nazionalismo culturale risulta particolarmente evidente nel dopoguerra nei discorsi *nihonjinron* (lett. "teorie sui Giapponesi"). Cfr. Dale 1986.

¹⁰ Per l'Orientalismo e il colonialismo giapponese nei confronti dei propri vicini asiatici, cfr. Tanaka 1993; Oguma 2002.

¹¹ L'ibridismo strategico (*strategic hybridism*) sembra pervalere nei periodi di espansione internazionale, come nel periodo militarista del panasianesimo imperiale (1930-40), o in quello più recente della globalizzazione economico-finanziaria. Cfr. Iwabuchi 1994: 51-84.

Italianismo nel Giappone moderno

Qual è a questo punto il rapporto fra Occidentalismo e Italianismo nel Giappone moderno, in considerazione anche delle suddette strategie identitarie di tipo differenziale e posizionale? Analogamente all'accezione preminente di Occidentalismo, si intende in questa sede per Italianismo in modo molto inclusivo l'insieme dei discorsi e delle pratiche sull' 'Italia' in termini di identità o di alterità, a prescindere dalle connotazioni negative e positive, e dall'autorialità italiana o non italiana. In altre parole, qualsiasi discorso o pratica che contribuisce a costruire l'idea che esista un'entità culturale come l' 'Italia' o qualcosa come specificamente 'italiano'.

Guidato dal portantino, girai un bel po' di tempo camminando in uno stato di sbalordimento. Finalmente mi pigiai dentro uno scompartimento in mezzo a dei 'barbari pelosi'. (Torino, 20 ottobre, 1900) (Sōseki 1966: 16)

Questo è un altro estratto dal diario europeo dello scrittore Sōseki, qualche mese prima di giungere a Londra, quando, dopo essere arrivato in Italia con la nave dal Giappone, attraversa Napoli, Genova e Torino. I "barbari pelosi" (*ketōjin*, lett. "persona pelosa di T'ang" o "cinese peloso") sono i viaggiatori italiani, che accompagnano lo scrittore nel suo viaggio in treno alla stazione di Torino. Se lo specchio londinese diventerà due mesi più tardi l'occasione per vedere se stesso come brutto, piccolo e giallo, non altrettanto si può dire dello specchio torinese o italiano. "Barbaro peloso" è un termine derogatorio nei confronti degli stranieri (asiatici e non), diventato di uso comune a fine Ottocento in particolar modo nei confronti dei cinesi, dopo il declino dell'Impero cinese a condizione semi-colonizzata sia da parte europea che da parte giapponese. In pratica, l'Orientalismo nei confronti dei cinesi, trasferito nei confronti degli italiani.

In verità, le idee sull'Italia nel Giappone moderno hanno costituito per più di un secolo un ruolo molto marginale nella formulazione della nozione egemone di 'Occidente', modellata piuttosto sulla Gran Bretagna, la Francia, la Germania, e in seguito sugli Stati Uniti. Un po' per i limitati rapporti diretti fra i due paesi, sia in termini economici che politici, a parte la breve parentesi dell'alleanza militare sancita dal Patto Tripartito tra Germania

nazista, l'Italia fascista e il Giappone imperiale. Ma soprattutto perchè è proprio l'assunzione dello sguardo egemone dell'Occidentalismo di impronta mittel e nordeuropea, che contribuisce sin dagli inizi a configurare l'Italia allo sguardo giapponese come paese europeo *sui generis*: una nazione meridionale ed arretrata rispetto ai paradigmi fondativi dell'Occidente moderno. Un'Italia per molti versi orientalizzata, secondo la tradizione turistico-letteraria del *Grand Tour*¹². In altre parole, il mito del Bel Paese affascinante per l'insistenza sui suoi aspetti pre-moderni, l'antichità romana, la classicità rinascimentale, i suoi paesaggi, la sua gente allegra e spontanea, ma proprio per questo inferiorizzabile per il suo presunto presente pre-moderno o a-moderno in termini di industrializzazione, razionalizzazione, produttività ecc.

È significativo notare che sin dai primi resoconti moderni dei viaggiatori giapponesi in Italia, dalle missioni diplomatiche ai singoli intellettuali, l'Italia venga filtrata proprio attraverso l'ottica delle loro letture inglesi, francesi o tedesche. Così, nei resoconti ufficiali della missione diplomatica Iwakura in Italia (1873) si ritrovano molti *cliché* del Bel Paese ammirato come culla della civiltà 'occidentale', depositaria di gloriose civiltà passate (romana e rinascimentale), capitale del cristianesimo e dell'arte, ma popolata allo stato attuale da gente indolente, allegra e lirica. Vengono visitate Venezia, Firenze, Roma e Napoli, ma non le città più moderne e industrializzate come Torino o Milano¹³.

Così non sorprende che anche la composizione dei primi esperti euro-americani (*oyatoi gaikokujin*) assunti sistematicamente nella seconda metà dell'Ottocento per introdurre i nuovi saperi e tecnologie indispensabili alla modernizzazione del nuovo stato-nazione Giappone, riflettano chiaramente una divisione geopolitica o geoculturale del lavoro. Consulenti provenienti da Gran Bretagna, Francia, Prussia e Stati Uniti vengono chiamati in causa per gli ambiti più moderni e strategici (stato, costituzione, esercito, marina, industria, infrastrutture, scienza ecc.). Mentre gli esperti italiani vengono selezionati secondo l'idea ormai consolidata dell'Italia come

¹² Cfr. Agnew 1997: 23-42; De Seta 1982: 125-263.

¹³ Decisive ai fini dell'assunzione di tale prospettiva orientalista nei confronti dell'Italia è probabilmente l'iniziale percorso della missione diplomatica che passa prima per gli Stati Uniti, Inghilterra, Germania (1871-73) e la presenza nella missione giapponese di interpreti e diplomatici anglo-sassoni. Cfr. Kume 2000: 252-357.

“paese dell’arte”, come evidente dalla composizione dei consulenti ufficiali italiani più importanti: lo scultore Vincenzo Ragusa (1841-1927), il pittore Antonio Fontanesi (1818-82), l’incisore Edoardo Chiossone (1833-198) e l’architetto Giovanni Vincenzo Cappelletti (1843-87)¹⁴.

Questo stato misto di scarso interesse per l’Italia, o un interesse nel migliore dei casi mediato dallo sguardo mittel e nordeuropeo prima e statunitense poi nel dopoguerra, è durato grosso modo inalterato fino agli anni recenti. Nonostante siano aumentati nel dopoguerra i contatti diretti con l’Italia, le informazioni, gli studiosi di lingua italiana, gli specialisti accademici e si siano pian piano differenziati gli interessi per il Bel Paese, ha continuato a prevalere nel senso comune questa immagine ambivalente dell’Italia: superiorizzabile in quanto ‘occidentale’, ma anche inferiorizzabile per i suoi aspetti contemporanei ritenuti premoderni (mafia, corruzione, instabilità politica, disfunzionalità delle infrastrutture ecc.).

Ancora nel 1986, secondo un sondaggio informale condotto da «Dime», una rivista mensile rivolta a giovani *businessmen*, gli italiani sono stati votati come il popolo più stupido al mondo. Le ragioni: gli italiani sono troppo euforici, scioperano sempre, le donne sono brutte, gli uomini corrono dietro alle donne, non lavorano e pensano solo a mangiare¹⁵. Venti anni dopo, nel 2006, emerge un’immagine molto più positiva, grazie ad un sondaggio comparativo commissionato dalla Camera di Commercio Italiana in Giappone. Gli italiani sono considerati rispetto ad altri ‘occidentali’ (americani, inglesi, tedeschi, francesi, spagnoli) i più gentili, creativi, e fisicamente attraenti, ma anche i più emotivi e irresponsabili, facendo dell’Italia il paese dove la maggior parte vorrebbe vivere¹⁶. Nel 2008, un sondaggio nazionale dell’NHK, l’azienda pubblica radio-televisiva, promuove l’Italia al secondo posto fra i paesi stranieri più amati, dietro all’Australia, facendo registrare un netto miglioramento rispetto al 12 posto segnato

¹⁴ Per una ricco contributo di saggi sui rapporti storici fra Italia e Giappone, cfr. Tamburello 2003.

¹⁵ Il sondaggio era stato effettuato dal giornalista Ichirō Enokido su circa 60 lettori della rivista, chiedendo a loro di indicare il paese più stupido al mondo e le ragioni per la loro scelta (*DIME*, Nov. 6, 1986). Come è facile intuire, suscitò le proteste sia da parte dell’Ambasciata Italiana di Tokyo, sia da parte del Ministero degli Affari Esteri Giapponesi.

¹⁶ Sondaggio commissionato alla società NetRatings e basato su un campione di circa 5000 persone. Cfr. D’Emilia 2006: 33-43.

nel sondaggio precedente del 1983. Dato ancora più importante in prospettiva futura è che l'Italia risulta addirittura prima se si considerano le sole fasce giovanili (16-29 anni) o quelle femminili (16-59 anni) (NHK Broadcasting Culture Research Institute 2008: 113-16).

Che cosa è accaduto in questo ventennio, da avere ribaltato così drasticamente l'idea dell'Italia in Giappone?

Il *boom* italiano nel Giappone contemporaneo

Ha avuto luogo nel frattempo in Giappone una vera e propria esplosione di popolarità dell'Italia, iniziata nei primi anni Novanta e che ha raggiunto il suo apice intorno al 1997. La gastronomia, la moda, il calcio, il *design*, la lingua italiana, i viaggi in Italia sono gli elementi trainanti di questa improvvisa e ancora perdurante popolarità. Le ragioni di questo fenomeno sono da una parte analoghe al successo internazionale del *made in Italy*, favorito dalla rivalutazione della produzione artigianale e industriale italiana, che ha portato negli anni Ottanta i prodotti italiani ad eccellere nella competizione commerciale internazionale. Dall'altra parte, questo fenomeno, forse senza pari nel mondo per dimensioni, intensità e durata, è riconducibile all'intersezione di specifici fattori interni.

Il *boom* italiano è all'inizio un fenomeno soprattutto femminile e di consumo, in gran parte attivato e amplificato dalle riviste di moda e sugli stili di vita, che in Giappone sono fondamentali nel creare nuove tendenze, gusti, e indirizzare le scelte dei consumatori. In particolar modo va segnalata la rivista femminile «Hanako», una sorta di bibbia negli anni Novanta dei nuovi *trend* giovanili, alla quale si attribuisce il ruolo di aver lanciato sul mercato la prima moda per la cucina italiana. Nell'aprile del 1990 dedica uno speciale al tiramisù che impone in breve tempo il dolce italiano come una vera e propria ossessione nazionale. Con questo viene inaugurato il *boom* della cucina italiana come *trendy*, giovane, e informale, contribuendo a deporre la più formale cucina francese, quale simbolo della cucina europea¹⁷.

Sullo sfondo di tutto questo, c'è in particolar modo la ristrutturazione del mercato del lavoro, con l'immissione ormai

¹⁷ Per uno studio etnografico della cucina italiana nel Giappone contemporaneo, cfr. Ceccarini 2010; White 2002: 63-75.

universale dei ceti femminili nel mondo del lavoro e, soprattutto, la loro affermazione come protagoniste assolute dei nuovi consumi metropolitani e globalizzati. Le donne rimangono ancora in gran parte escluse dai percorsi di carriera, ma proprio per questo devono dedicare meno tempo al lavoro rispetto ai loro colleghi maschili. Continuano a vivere con i loro genitori, rimandano il più possibile il matrimonio, godendosi a pieno il loro nuovo potere d'acquisto investito nel tempo libero. Ad aumentare poi esponenzialmente questo potere d'acquisto nei confronti dei prodotti italiani, vi è il drammatico incremento di valore della valuta giapponese, lo yen, nei confronti della lira, che proprio nel quinquennio 1990-95 arriva quasi a triplicare il suo valore. Ciò rende accessibile ad una cerchia molto estesa dei ceti femminili medi viaggiare anche più volte in Italia e fare shopping di *griffe* italiane a Milano, Venezia, Firenze o Roma.

Un altro aspetto contingente, particolarmente curioso, è il successo popolare della lingua italiana, che ha portato un anonimo istruttore di un programma di lingua italiana trasmesso dall'emittente pubblica NHK (*Itariago kaiwa*, 1991-2005), a diventare una vera e propria star mediatica. Girolamo Panzetta, (n. 1962) originario di Avellino, ha fatto dello stereotipo dell'italiano mangia-pizza, allegro furfantello ed elegante sciupa femmine il suo marchio di fabbrica. Prima, per spettacolarizzare il formato televisivo noioso dei programmi televisivi di lingua straniera; poi, per sfruttare questa iniziale popolarità nel diventare opinionista onnipresente sull'Italia, modello, scrittore di una ventina di libri sull'Italia, tanto da contendere a Leonardo da Vinci il primato di italiano più noto in Giappone¹⁸.

L'enorme popolarità dell'Italia si riflette anche sul piano editoriale, con una improvvisa proliferazione di nuovi titoli. Tra questi spicca l'exploit nel 1997 registrato dalla traduzione dell'*Ottimismo* del sociologo Francesco Alberoni, con più di un milione di copie vendute. Inoltre, si distinguono anche i romanzi scritti da autori giapponesi con storie sentimentali ambientati nel Bel Paese, come per esempio *Calmi Cuori Appassionati* del 2001, il doppio romanzo di Kaori Ekuni e Hitonari Tsuji ambientato a Firenze e a Milano, con vendite complessive di tre milioni di copie, e successiva trasposizione in *fiction* televisiva e lungometraggio cinematografico.

¹⁸ Cfr. Betros 2007.

Tuttavia, la voce giapponese sull'Italia in assoluto più prolifica, più popolare e più autorevole è quella della scrittrice Nanami Shiono (n. 1937), i cui libri sono diventati una lettura obbligatoria per ogni visitatore in Italia. La signora Shiono vive da quarant'anni in Italia e si è imposta all'attenzione pubblica fra gli anni Settanta e Ottanta con una ventina di biografie romanzate ambientate nel Rinascimento italiano, tra le quali spiccano opere dedicate a Cesare Borgia, a Niccolò Machiavelli e alla Repubblica di Venezia. La sua affermazione definitiva si deve però al successivo ciclo di narrativa storica sull'Impero Romano (*Romajin no monogatari*, "Storie dei Romani", 1992-2006), in grado di raggiungere una tiratura complessiva superiore ai nove milioni di copie. Si tratta di un ciclo monumentale in quindici volumi che narra e interpreta a suo modo le vicende dell'antica Roma, dalla nascita leggendaria fino al declino¹⁹.

Sul piano testuale le opere di Shiono si distinguono per una sintesi convenzionale, ma efficace, fra registro storiografico rigoroso e registro narrativo più soggettivo, fra imperativo mimetico della realtà storica e imperativo poetico della propria visione autoriale. È soprattutto la sua insistita visione autoriale che rende particolarmente esplicita l'interpretazione dell'Italia, del Rinascimento, dell'Impero Romano e delle civiltà umane in generale. A questo si aggiungono gli insegnamenti deducibili per il Giappone, che emergono in particolar modo dalla sua altrettanto prolifica attività di saggista sui periodici più prestigiosi della critica letteraria, dell'economia e della geopolitica. Da iniziale specialista del passato italiano, Shiono è pertanto diventata negli anni un'opinionista autorevole dell'Occidente e del Giappone, tanto da risultare un'interlocutrice diretta dell'establishment imprenditoriale e politico giapponese, soprattutto conservatore, che non perde l'occasione di citarla anche in occasioni pubbliche per un *ipse dixit* riferito a Machiavelli o a Giulio Cesare.

L'Occidentalismo testuale di Shiono propone in sintesi un 'Occidente' sdoppiato. Da una parte, un 'Occidente' pre-moderno ed esemplare rappresentato dal passato italiano: l'Impero Romano e il Rinascimento. Entrambi sono elogiati per il loro presunto politesimo che avrebbe reso possibile uno spirito razionale, realista, inclusivista volto al bene pubblico (*res publica*). Dall'altra parte, un 'Occidente' moderno, soprattutto francese e statunitense, ritenuto ormai in crisi

¹⁹ Per una analisi più sistematica della produzione testuale di Shiono, cfr. Miyake 2010: 117-245.

per il suo monoteismo cristiano e illuminista, responsabile dello spirito assolutista, monologico ed esclusivista, volto ai falsi ideali di equaglianza, individualismo, e democrazia.

L' 'Italia' in tutto questo risulta grandiosa ed esemplare nella sua continuità con il passato, ma il suo presente viene descritto come sostanzialmente divertente e sensuale. Il 'Giappone', compresa l'autrice, avrebbe per il suo spirito politesita un curioso vantaggio ermeneutico per capire meglio degli 'occidentali' moderni (ritenuti cristiani, illuministi o democratici) l'originario spirito altrettanto politeista degli antichi romani. Quindi, i 'Giapponesi' sarebbero tra i più indicati per raccogliere l'eredità etico-politica dei grandi condottieri romani come Giulio Cesare, o anche dei geni del Rinascimento, come Niccolò Machiavelli. Da qui, l'invito ai *leader* giapponesi di riconsiderare la potenzialità egemone del Giappone nello scenario geopolitico del ventunesimo secolo.

In conclusione, il successo dell'Occidentalismo espresso da Shiono mette in luce una struttura di fondo dell'Italianismo nel Giappone moderno e contemporaneo, al di là delle mode passeggiare e consumistiche. L' 'Italia' attrae perché vista come la culla della civiltà del tanto temuto e amato 'Occidente', ma anche perché al presente non esercita soggezione come gli Stati Uniti, l'Inghilterra o la Germania, essendo ritenuta arretrata rispetto alla modernità giapponese. Infatti le icone contemporanee dell'Italia nel senso comune più diffuso sono connotate da aspetti in sostanza pre-moderni e rivestite da una aura di autenticità tradizionale: l'associazione alla famiglia e all'amore romantico della cucina; l'artigianalità della moda e del *design*; l'arte rinascimentale; i monumenti storici; i paesaggi solari; la passionalità della lirica e del calcio; e più in generale, la gente allegra, spontanea, divertente.

Si tratta di un' 'Italia' costruita da un gioco ambivalente di superiorizzazione (il suo passato) e di inferiorizzazione esotica (il suo presente), che concorre a configurarla come un 'Occidente' orientalizzato. Ed è proprio questa configurazione ambivalente che risulta seducente per una certa retorica popolare di alterità e identità culturale. In altre parole, l'*altro* italiano risulta seducente perché consente ad uno specifico discorso identitario di posizionare il 'Giappone' in modo strategicamente vantaggioso rispetto alle difficili tensioni filo e anti 'occidentali' indotte dall'Occidentalismo moderno.

Bibliografia

- Agnew, John, "The Myth of Backward Italy in Modern Europe", *Revisioning Italy: National Identity and Global Culture*, Eds. Beverly Allen - Marry J. Russo, Minneapolis-London, University of Minnesota Press, 1997: 23-42.
- Betros, Chris, "Italian dressing: Fashion and food make Girolamo Panzetta one of Japan's most famous Italians", *Metropolis*, 710 (November 2, 2007).
- Bonnett, Alastair, *The Idea of the West: Politics, Culture and History*, New York, Palgrave Macmillan, 2004.
- Carrier, James C. (ed.), *Occidentalism. Images of the West*, Oxford, Clarendon Press, 1995.
- Ceccarini, Rossella, *Pizza and Pizza Chefs in Japan. A Case of Culinary Globalization*, tesi di dottorato, Sophia University, 2010.
- Coronil, Fernando, "Beyond Occidentalism: Toward Nonimperial Geohistorical Categories", *Cultural Anthropology*, 11.1 (1996): 51-87.
- Dale, Peter N., *The Myth of Japanese Uniqueness*, Oxford-London, Nissan Institute - Croom Helm, 1986.
- D'Emilia, Pio, "Mad For Italy", *Viste dalla Camera*, edizione speciale giugno/luglio, 2006, Ed. Camera di Commercio Italiana: 33-43.
- De Seta, Cesare, "L'Italia nello specchio del 'Grand Tour'", *Storia d'Italia. Il paesaggio*, Ed. Cesare De Seta, Torino, Einaudi, 1982, V: 125-263.
- Ferguson, Niall, *Civilization: the West and the Rest*, London, Allen Lane, 2011.
- Gramsci, Antonio, *Quaderni del carcere*, Ed. Valentino Gerratana, Torino, Einaudi, 1975.
- Hall, Stuart, "The West and the Rest: Discourse and Power", *Formations of Modernity*, Eds. Stuart Hall-Bram Gieben, Cambridge, Polity Press, 1992: 275-333.
- Huntington, Samuel P., *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*, New York, Simon & Schuster, 1996.
- Iwabuchi, Kōichi, "Complicit Exoticism: Japan and its Other", *Continuum*, 8.2 (1994): 49-82.
- Id., *Recentring Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*, Durham, Duke University Press, 2002.

- Kume Kunitake (ed.), *Tokumei zenkentaishi beiō kairan jikki* (1878) (*Resoconto dell'ambasciatore straordinario e plenitenziario durante l'itinerario negli Stati Uniti e in Europa*), Tokyo, Iwanami shoten, 2000, IV: 252-357.
- Mignolo, Walter D., *Local Histories/Global Designs: Coloniality, Subaltern Knowledges and Border Thinking*, Princeton, Princeton University Press, 2000.
- Mishima, Ken'ichi., "Die Schmerzen der Modernisierung als Auslöser kultureller Selbstbehauptung – Zur geistigen Auseinandersetzung Japans mit dem «Westen»", *Überwindung der Moderne? Japan am Ende des zwanzigsten Jahrhunderts* (1996), Ed. Irmela Hijiya-Kirschner, Frankfurt, Suhrkamp, 1999: 83-122.
- Miyake, Toshio, *Occidentalismi. La narrativa storica giapponese*, Venezia, Cafoscarina, 2010.
- NHK Broadcasting Culture Research Institute (ed.), *Nihonjin no sukina mono* (*Quello che piace ai Giapponesi*), Tokyo, Nihon hōsō shuppan kyōkai, 2008.
- Oguma, Eiji, *A Genealogy of "Japanese" Self-images* (1995), Rosanna, Trans Pacific Press, 2002.
- Sakai, Naoki, *Translation and Subjectivity: On 'Japan' and Cultural Nationalism*, Minneapolis-London, University of Minnesota Press, 1997.
- Id., *ad vocem "the West"*, *Encyclopedia of Contemporary Japanese Culture*, Ed. Sandra Buckley, London-New York, Routledge, 2002: 563-64.
- Sōseki Natsume, *Sōseki zenshū* (*Opera omnia di Sōseki*), Tokyo, Iwanami shoten, 1966.
- Tamburello, Adolfo (ed.), *Italia-Giappone 450 anni*, Roma-Napoli, Isiao-Iuo, 2 voll. 2003.
- Tanaka, Stefan, *Japan's Orient: Rendering Pasts into History*, Berkeley, University of California Press, 1993.
- Venn, Couze, *Occidentalism: Modernity and Subjectivity*, London, Sage, 2000.
- White, Merry I., "Ladies Who Lunch: Young Women and the Domestic Fallacy in Japan", *Asian Food: the Global and the Local*, Eds. Katarzyna J. Cwiertka - Boudewijn Walraven, Richmond-Surrey, Curzon Press, 2002: 63-75.

L'autore

Toshio Miyake

Ca' Foscari University Venice, adjunct professor (docente a contratto) of Culture and Society in Contemporary Japan. Campi di ricerca: Occidentalism, Orientalism, Self-Orientalism; mutual perceptions between Japan and Italy, socio-cultural history of Japan-Italy relations; cultural Studies, Japanese literature and popular cultures (manga, anime, youth subcultures). Pubblicazioni: Miyake, Toshio, *Occidentalismi. La narrativa storica giapponese*, Venezia, Cafoscarina, 2010.

Email: miyake@unive.it

L'articolo

Data invio: 30/10/2010

Data accettazione: 30/01/2011

Data pubblicazione: 30/05/2011

Come citare questo articolo

Miyake, Toshio, "Il boom dell'Italia in Giappone: riflessioni critiche su Occidentalismo e Italianismo", *Between*, I.1 (2011), <http://www.between-journal.it/>