
La réception de deux feuilletons télévisés, Sonate d'hiver et Taejanggm, auprès des publics japonais, chinois et coréens / A Study on Japanese, Chinese and Korean Audiences' Reception of two Korean TV dramas titled Winter Sonata and Taejanggm

Ogcheong Ahn*¹

¹crc ehess – Alain Delissen – France

Abstract (in French and English)

Depuis une dizaine d'années, la culture populaire sud-coréenne véhiculée par les médias de masse connaît une diffusion croissante à l'échelle mondiale. Ce phénomène, nommé hallyu, littéralement " vague coréenne ", permet d'enrichir les choix culturels des amateurs de cinéma, de séries télévisées ou de musique pop. Les produits médiatiques coréens ont d'abord connu un succès considérable dans les pays asiatiques avant de s'étendre, depuis quelques années, en Europe et en Amérique. La progression de la vague coréenne a introduit une réflexion et une évolution du regard des Coréens sur leur propre identité culturelle en faisant surgir un sentiment de nationalisme culturel. Cependant, le discours nationaliste ignore les aspects artistiques, commerciaux ou l'intérêt des acteurs asiatiques participant à la vague coréenne. Afin d'apporter une meilleure compréhension du phénomène hallyu, il m'a paru nécessaire d'examiner la façon dont ces produits culturels sont consommés et pratiqués, en donnant la parole aux publics de séries TV. Ce travail s'intéressera ainsi à la réception de deux feuilletons télévisés coréens, Sonate d'hiver et Taejanggm, à la manière dont ils ont été appréhendés et consommés par les publics issus de trois pays d'Asie du Nord-Est – Japon, Chine et Corée, cette réception nous amenant alors à nous interroger sur cette nouvelle forme de proximité culturelle entre ces pays asiatiques.

Since the late 1990s, South Korean popular culture such as movies, TV dramas and pop music became popular in the neighboring Asian countries. More recently, this phenomenon called "Korean Wave", Hallyu in Korean, has also been gradually gaining ground in Europe and America as well. The progress of the Korean Wave has introduced Koreans' reflection and consideration on their own cultural identity by making a feeling of cultural nationalism. However, the nationalist discourse may ignore the artistic and commercial aspects or the interests of Asian actors participating in the Korean Wave. To bring a better understanding of the Hallyu phenomenon, it is necessary to examine how these cultural products are consumed and practiced, by interviewing the audience of the Korean television series. This paper explores the reception of two Korean soap operas, Winter Sonata and Taejanggm, in the way they were appreciated and consumed by audiences from three countries in East Asia – Japan, China and Korea. It attempts to answer the questions about this new form of cultural proximity between these Asian countries.

*Speaker

Keywords: vague coréenne, série télévisée, réception, identité asiatique