

Beyond screens, beyond borders. Il caso SKAM

Giuliana C. Galvagno

Beyond screens, beyond borders. SKAM, a case study. *The Norwegian series SKAM is one of the most interesting products of contemporary television, as a match between the structure of transmedia storytelling and the established tv genre of the teen-drama. In 2018 SKAM became an international success. The series is firstly published in real time, in the form of short clips on the dedicated website, and it is later assembled on television or on the streaming platform in weekly episodes. This format has transcended the borders between screens and between states as no other product before. If the transmedial structure of SKAM perfectly fits a media consumption practice linked to the briefness of contents shared on social media, the intrinsic power of this format allowed the original series to find a huge following in many countries thanks to appropriation experiences like fan subbing or fan art. The temporality of the series' fruition is integrated in the daily routine of the viewers, thus cementing the parasocial bonds with the characters.*

Keywords: *screens, transmedia storytelling, television, seriality,*

SKAM: un nuovo format per un "vecchio" genere

Il format norvegese *SKAM* ha spostato il confine della serialità televisiva in una dimensione nuova e parzialmente inesplorata, stimolando nuovi approcci interpretativi per i concetti di serialità televisiva, di pubblico, di fruizione e di piattaforma. *SKAM* (Vergogna) nasce come *web series* prodotta dalla televisione nazionale norvegese NRK (l'emittente di servizio pubblico) in quattro stagioni andate in onda tra il 2015 e il 2017. La televisione norvegese aveva già nel 2012 proposto una via innovativa alla serialità televisiva con la coproduzione delle tre stagioni di *Lilyhammer*¹, che rappresenta la prima serie originale prodotta e pubblicata dalla piattaforma di streaming Netflix. Con *SKAM* l'evoluzione si sposta sul piano della scrittura e della definizione stessa di testo televisivo. La serie nasce con un obiettivo molto preciso: riconquistare la fascia di pubblico rappresentata dalle ragazze di 16 anni, che nella già limitata popolazione norvegese non rappresenta un target più ampio di circa 30.000 unità (Andem, Magnus 2017). Questa fascia di pubblico, raramente si sintonizzava sui canali

¹ *Lilyhammer* racconta di un boss della mafia italo-americana, Frank Tagliano, interpretato da Steven Van Zandt, che viene inserito nel programma protezione testimoni dell'FBI nella cittadina di Lillehammer, celebre per aver ospitato i Giochi Olimpici invernali del 1994, dove non tarda a riproporre una condotta legata al suo passato di malavitoso.

della televisione di Stato, preferendo di gran lunga le piattaforme digitali di condivisione video ed era quindi necessario creare un prodotto che fosse al contempo breve e capace di creare un'identificazione immediata (Pickard 2016). La serie si svolge a Oslo, in veri istituti superiori e location molto riconoscibili per il pubblico di riferimento. Ogni stagione di *SKAM* inizia dal primo giorno di scuola e si svolge in tempo reale, parallelamente all'anno scolastico. Al centro della narrazione c'è un gruppo di ragazzi che affronta i problemi comuni ai loro coetanei e ognuna delle quattro stagioni presenta il punto di vista privilegiato di uno dei personaggi principali. La prima stagione si concentra su Eva e il suo viaggio emotivo, la seconda su Noora, la sua migliore amica, e il turbolento rapporto con William, la terza su Isak e la delicata fase di scoperta della sua omosessualità e la quarta e ultima su Sana, una ragazza musulmana che si deve confrontare con il suo essere divisa tra due mondi a volte molto distanti.

Se apparentemente *SKAM* è l'ennesimo teen drama, in qualche modo simile al britannico *Skins* (2007-2013, E4), e il cui unico punto di interesse potrebbe essere la provenienza da un paese relativamente marginale nella produzione televisiva del genere, a rendere la serie una novità assoluta, capace di suscitare interesse mondiale, è stato il superamento delle tradizionali pratiche di broadcasting e della struttura stessa del testo televisivo. La serie viene pubblicata sul sito dedicato skam.p3.no in brevi clip (da uno a venti minuti di durata), screenshot dei messaggi di testo e collegamenti con le pagine degli account social (YouTube, Facebook, Instagram) dei personaggi e solo in un secondo tempo ri-assemblata in episodi settimanali che riuniscono i contributi pubblicati precedentemente e sono mandati in onda sulla canale NRK3. Gli episodi televisivi “tradizionali” non sono inizialmente previsti nel progetto, ma a partire dal terzo episodio la risposta del pubblico è tale da convincere la rete a trasmettere le puntate integrali, anche se hanno spesso una durata differente e quindi sono difficilmente collocabili all'interno delle rigide griglie del palinsesto. Il tempo che trascorre tra la realizzazione delle clip e la loro pubblicazione, così come per tutte le interazioni social che avvengono imprevedibilmente e in tempo reale, è molto breve e questo permette alle autrici di verificare il feedback degli spettatori. Nonostante la relativa limitatezza del target di riferimento, *SKAM* è stata in grado

di conquistare fan in tutto il mondo e di imporsi come modello innovativo nella produzione per adolescenti e non solo. Il percorso per arrivare a un simile risultato è stato tuttavia molto lungo: le creatrici, Julie Andem (autrice e regista) e Mari Magnus (web producer) iniziano la loro sperimentazione narrativa attraverso piattaforme digitali creando nel 2008 *Sara*, serie con al centro la vita di una dodicenne diffusa su un video blog, che contiene una sorta di diario e brevi filmati realizzati con una webcam. Nel 2010-2012 il progetto diventa più complesso con la produzione di *MIA*, un format simile ma con tre personaggi principali, tre amiche, a condividere la piattaforma di blogging, cosa che rende non chiarissima la narrazione e l'alternarsi dei punti di vista. Infine nel 2013-2018 viene creato *Jenter*, il progetto più simile a *SKAM*, in cui di stagione in stagione cambia il personaggio principale di cui si adotta il punto di vista (Andem, Magnus 2017). Ma il momento decisivo per la realizzazione della serie è aver presto compreso come fosse divenuto necessario il passaggio da una piattaforma legata al formato del blog ai social media – in particolare Instagram, con la creazione di dettagliate identità digitali per i personaggi.

Un ulteriore passo in preparazione alla creazione di *SKAM* è stata la ricerca sul campo condotta dalle autrici lungo un periodo di circa otto mesi, attraverso l'analisi dei profili social di molti ragazzi, l'osservazione presso le scuole e alcune interviste in profondità. L'indagine ha avuto come scopo l'individuazione dei bisogni e delle aspettative degli adolescenti e uno dei primi risultati emersi è rappresentato dalla necessità di alleviare la pressione a cui sono sottoposti i teenager nella ricerca di perfezione in vari ambiti: scuola, amicizia, sport, social media (Andem, Magnus, 2017). La risposta delle autrici a questa richiesta è il tentativo di fornire ai teenager strumenti per affrontare queste situazioni con più leggerezza, attraverso il senso dell'umorismo e la capacità di comprendere che i loro problemi sono condivisi e superabili:

SKAM aims to help 16-year-old girls strengthen their self-esteem through dismantling taboos, making them aware of interpersonal mechanisms and showing them the benefits of confronting their fears (NRK 2017).

Certamente molta della fortuna di *SKAM* è legata al modello di condivisione della narrazione, ma i contenuti stessi (omofobia, islamofobia, salute mentale) sono in grado di colpire la sensibilità del pubblico, nonostante la storia sia fortemente connessa all'ambientazione norvegese: un esempio è la tradizione del Russfeiring, celebrazione della fine della scuola superiore, che vede gruppi di ragazzi impegnati fin dal primo anno a cercare fondi per comprare un autobus, decorarlo e con questo attraversare la città facendo festa e consumando alcolici (nella serie l'organizzazione di questa celebrazione è una delle storyline che accomuna fin dall'inizio i protagonisti).

Beyond screens: una nuova temporalità

La struttura di *SKAM* rappresenta una rivoluzione perché va a scardinare vecchie e nuove pratiche di visione della serialità televisiva in senso lato. L'approdo sui televisori è infatti solo l'ultimo passaggio di un lungo percorso attraverso i media: la narrazione di *SKAM* oltrepassa lo schermo tradizionale e si attua sugli schermi mobili e social degli smartphone, che non solo soltanto device ma protagonisti della narrazione. Le clip di cui sono composti gli episodi vengono pubblicate in tempo reale e quindi non è possibile prevedere quando un nuovo contenuto sarà disponibile, privilegiando quindi la fruizione sugli schermi portatili rispetto a quelli tradizionali. Questo influenza la fruizione da parte del pubblico in una duplice direzione: da un lato le puntate dell'episodio settimanale replicano la dinamica tradizionale del broadcasting ad appuntamento fisso, dall'altro la frammentazione della pubblicazione porta la narrazione a replicare il tempo reale del pubblico. Infine la possibilità di recuperare l'intera stagione sul sito dedicato permette la pratica, tipica delle piattaforme di streaming, del binge watching. Inoltre integrando la narrazione nella quotidianità degli spettatori e coltivando

l'attesa in tempo reale per lo sviluppo della vicenda² si crea una forma particolare di suspense che crea un senso di apprensione e porta a sviluppare una sorta di dipendenza (Pape 2017). La complessità di queste dinamiche va a rafforzare ulteriormente le relazioni parasociali (Horton, Wohl 1956) che si vanno a creare con i personaggi della serie. Lo sviluppo in tempo reale permette inoltre non solo di affiancare la quotidianità degli spettatori, ma anche di rispondere tempestivamente ad eventi esterni che possono avere un impatto anche a distanza sulla vita dei protagonisti, come è avvenuto ad esempio con l'attentato di Manchester del maggio 2017. Inizialmente il feedback degli utenti permetteva ai personaggi di interagire e di rispondere agli stimoli offerti dai commenti sui loro profili social (gestiti dalle autrici della serie) ma questo è diventato presto impossibile a causa del crescente successo della serie. Tuttavia le pagine dei social media, anche se private dell'interazione diretta con i personaggi della serie, hanno mantenuto un ruolo rilevante perché diventano una piazza di confronto per i fan di *SKAM*, che spesso usano le vicende rappresentate come preteso e occasione per confrontarsi su temi importanti.

Un successo virale

Dal giorno del suo lancio, *SKAM* è diventata la serie televisiva più vista di sempre su un servizio di streaming digitale in Norvegia (con punte di 1,2 milioni di contatti a settimana, su una popolazione di poco più di 5 milioni di persone). La serie non è stata pubblicizzata attraverso i canali tradizionali e ha lasciato che la fama arrivasse grazie al passaparola. Questa strategia ha permesso di bypassare una mediazione “adulta” dei contenuti e la serie è stata trovata e scoperta direttamente dal suo target di riferimento. *SKAM* rappresenta quindi la migliore incarnazione che il transmedia storytelling (Jenkins 2006) abbia realizzato all'interno dell'universo in espansione della narrativa seriale sulle piattaforme digitali e sulle reti tradizionali, queste ultime ancora lontane dal tracollo in favore delle piattaforme on line che Negroponte presagiva già nel 1995 in *Essere digitali*,

² Ad esempio, durante la seconda stagione, in cui si segue la tormentata storia d'amore tra la femminista Noora e il bullo William, alcuni fan hanno creato una pagina web il cui unico contenuto era la risposta all'interrogativo se William avesse o meno risposto ai messaggi di Noora. Era possibile fare un continuo refresh della pagina che per molto tempo ha contenuto solo un laconico NO. Julie Andem riporta che alcune compagnie telefoniche hanno usato l'attesa per pubblicizzare i loro servizi (più efficaci evidentemente di quello scelto da William).

ma che sicuramente necessitano di nuovi strumenti per conquistare un pubblico che sta sviluppando abitudini di fruizione completamente nuove.

Come già detto, la struttura transmediale dell'operazione, che si adatta a una pratica di fruizione mediale frammentaria, multischermo e multipiattaforma, sempre più legata alla brevità dei contenuti diffusi sui social media, e la potenza intrinseca di questo modello hanno permesso alla serie norvegese di trovare velocemente un seguito numeroso anche in altri Paesi, grazie alle pratiche di appropriazione da parte degli utenti dei contenuti che hanno rielaborato le clip in fan art³, diffuso gli episodi grazie al fan subbing e utilizzato le piattaforme di file sharing per condividere le puntate. Secondo il precetto del “if it doesn't spread, it's dead” (Jenkins, Ford, Green 2013) *SKAM* è riuscita ad ottenere un successo transnazionale caratterizzato da una fase iniziale “informale” se non del tutto illegale, incentivando pratiche pirata di condivisione (sul social network cinese Weibo ad esempio, le clip sottotitolate dai fan hanno ottenuto centinaia di milioni di visualizzazioni) che hanno contribuito alla successiva realizzazione degli adattamenti. In particolare a trovare vasta eco internazionale è stata la terza stagione che ha al centro la tormentata relazione tra Isak ed Even, la difficoltà di fare coming out e di affrontare problemi mentali come la depressione (Taylor 2017). Il realismo e l'assenza di censure che contraddistinguono la nascita e lo sviluppo della relazione tra Isak ed Even li ha resi protagonisti di un ampio fenomeno di shipping alimentato da infinite gif, clip e fan art. Da qui la fama di *SKAM* è letteralmente esplosa sul web, e i media, stimolati dagli stessi fan della serie (Taylor 2016), hanno iniziato a interessarsi al prodotto, trattandolo come un piccolo miracolo a basso budget. È infatti sicuramente rilevante per il successo della serie che il progetto fosse ospitato da una rete televisiva del servizio pubblico, che se da un lato non ha potuto garantire risorse ingenti, dall'altro ha permesso di sperimentare più liberamente e di lasciare il tempo sufficiente affinché la serie trovasse la sua strada verso la diffusione virale, senza dover rendere immediatamente conto agli investitori pubblicitari.

³ Una fan coreana, che su Instagram si identifica come @elli_skam, ha postato il 24 febbraio del 2017 un disegno che riunisce i cinque protagonisti maschili della serie, che non erano mai apparsi tutti insieme in una scena. Julie Andem ha preso questa immagine e l'ha resa reale inserendola nella prima clip della quarta e ultima stagione.

Il successo internazionale della serie ha creato tuttavia non pochi problemi, legati soprattutto alla colonna sonora delle clip, poiché l'emittente NRK ha acquisito i diritti delle canzoni solo per la diffusione nel mercato svedese e per questo ha dovuto bloccare gli accessi al sito della serie dagli altri Paesi. Questo temporaneo stop non ha tuttavia fatto desistere i fan dal condividere contenuti legati alla serie, aprendo così la strada per gli adattamenti ufficiali.

Beyond borders: gli adattamenti internazionali

Nella sua diffusione virale, *SKAM* mostra come i confini nazionali della narrazione possono essere facilmente superati nelle dinamiche di scambio tipiche delle piattaforme social, rendendo sempre più fluida la fruizione dei prodotti seriali (Sundet 2019). Il 2018 vede però il riconoscimento “ufficiale” di *SKAM* a livello internazionale: debuttano infatti le versioni adattate del format in Francia (*SKAM France*, France Télévision), Italia (*SKAM Italia*, TimVision), Belgio (*wtFOCK*, Vier Telenet), Paesi Bassi (*SKAM NL*, NPO3), Spagna (*SKAM España*, Movistar+), Germania (*DRUCK*, ZDF), Stati Uniti (*SKAM Austin*, Facebook Watch). *SKAM* rappresenta un caso interessante della progressiva globalizzazione dei format televisivi a cui si assiste in modo sempre più rilevante a partire dalla trasformazione multichannel dell’offerta televisiva dagli anni Novanta (Lotz 2017). La richiesta sempre più pressante per nuovi contenuti, la gestione capitalistica della proprietà intellettuale accanto allo sviluppo della global value chain dell’industria televisiva hanno sostenuto e incrementato il mercato dei format. Tuttavia è bene ricordare come i format abbiano bisogno di diventare locali per restare internazionali (Chalaby 2017) e per questo gli autori degli adattamenti sono stati incoraggiati a calare la struttura di *SKAM* in una realtà locale che fosse il più possibile vicina all’esperienza degli spettatori adolescenti.

La forza del format è immediatamente percepibile dal fatto che la maggior parte degli adattamenti ha preferito lasciare invariato il titolo della serie, aggiungendo solo il nome del Paese e che solo in Belgio e in Germania si è preferito adattare anche il titolo. I temi centrali affrontati dal format (sessualità, relazioni sociali, costruzione dell'identità, dipendenze, omofobia, bullismo, religione e intolleranza) rimangono invariati nelle diverse versioni nazionali, ma

in ogni Paese si è cercato di affrontare questioni più vicine alla sensibilità delle comunità. Inoltre è possibile notare come in Francia, Germania, Paesi Bassi e Belgio (per la distribuzione di *SKAM France*) la serie sia trasmessa da televisioni del servizio pubblico mentre in Spagna e Belgio (per *wtFOCK*) la serie è ospitata da televisioni commerciali.

Due casi a parte sono rappresentati da Italia e Stati Uniti in cui *SKAM* è trasmessa (inizialmente) solo su piattaforme digitali. In Italia la serie, prodotta da Cross Production per TimVision, rappresenta la prima produzione originale per la piattaforma. *SKAM Italia* racconta la vita quotidiana di alcuni studenti del liceo “Kennedy” di Roma, pubblicando in tempo reale le clip sul sito della serie, che poi vengono assemblate nell'episodio settimanale, e i messaggi dei protagonisti. La regia è affidata allo showrunner Ludovico Bessegato per la prima, seconda e quarta stagione (anche sceneggiatore con Anita Rivaroli, Marco Borromei, Alice Urciolo e Ludovico Di Martino) e a Ludovico Di Martino per la terza.

La serie debutta il 29 marzo 2018 e la prima stagione di 11 episodi si concentra sul personaggio di Eva, che affronta un periodo di cambiamenti e di ricerca di nuove amicizie. Nella seconda stagione il personaggio principale è Martino che deve fare i conti con la propria omosessualità, mentre nella terza stagione il filo narrativo riguarda il personaggio di Eleonora e il suo rapporto conflittuale con Edoardo. Secondo il format norvegese, le clip vengono pubblicate sul sito www.skamitalia.timvision.it, immagini e messaggi sono condivisi sui profili social dei protagonisti e gli spettatori possono rimanere aggiornati sulla pubblicazione dei contenuti grazie al gruppo Whatsapp SKAM Italia. A partire dalla terza stagione, tuttavia, cambia la strategia distributiva della serie e il 29 giugno 2019 il sito viene chiuso, anche se rimangono attivi i canali social della serie. Dal 15 marzo 2019, infatti le clip e gli episodi vengono pubblicati e sono accessibili solamente per gli utenti abbonati alla piattaforma TimVision. Questo approccio mostra un parziale distacco dal format originale e allinea la produzione italiana alle altre serie distribuite sulle piattaforme di streaming digitale. La cancellazione da parte di TimVision nell'agosto del 2019 (Tammara 2019) mette in pericolo la serie che tuttavia viene acquisita da Netflix. Viene quindi realizzata una quarta stagione, incentrata sul personaggio di Sana, giovane musulmana che

si scontra con le difficoltà di esprimere la sua fede. La stagione di 10 episodi viene pubblicata per intero il 15 maggio 2020 in co-esclusiva su Netflix (che acquista i diritti anche per le prime tre stagioni) e TimVision.

Sicuramente però, è l'adattamento americano della serie a rappresentare il caso più interessante seppur meno fortunato. Prodotto da Simon Fuller con la sua compagnia XIX Entertainment, e salutato con entusiasmo velato da qualche dubbio sull'accoglienza che il pubblico americano avrebbe potuto tributare a un prodotto così lontano dal mainstream (Van Hoeij, 2017, Donadio 2016) *SKAM Austin* vede l'iniziale diretto coinvolgimento delle creatrici di *SKAM* Andem e Magnus, che come per il progetto originale hanno condotto un periodo di ricerca sul campo prima di sviluppare la serie. La novità principale di *SKAM Austin* è nel suo canale distributivo: è stata infatti distribuita sulla piattaforma Facebook Watch. La serie ha debuttato con oltre 7 milioni di contatti per il primo episodio nelle prime due settimane ma c'è stato un rapido calo fino ad arrivare a poco più di 700 mila per il quinto episodio. Questo ha suscitato polemiche soprattutto in Norvegia, dove il ruolo assunto da Facebook nella versione americana è stato criticato perché il diretto coinvolgimento della piattaforma altererebbe le dinamiche narrative della serie stessa (Skaret 2018).

Facebook da strumento di condivisione dei contenuti si fa unica piattaforma di distribuzione. Sicuramente il collegamento tra le clip che appaiono nel flusso di contenuti della home del social network e le notifiche che si ricevono dai profili Instagram e Facebook dei personaggi aumentano l'engagement dei fruitori, che sono anche forse cinicamente stimolati a interagire per ottenere di essere seguiti a loro volta. Se infatti la gestione delle pagine sui social media collegate alla serie è presente in tutti gli adattamenti, la produzione di *SKAM Austin* ha particolarmente curato questo aspetto, creando anche gruppi e pagine fan e contribuendo a far circolare fan art creata appositamente (Max 2018). Tuttavia, essendo i media e il rapporto che i ragazzi hanno con essi al centro di molte delle linee narrative della serie (tanto da aver causato una sorta di "sovraccarico" anche per gli autori alla fine della terza stagione della serie originale norvegese) utilizzare una piattaforma social, pur nella sua versione dedicata alla diffusione di contenuti video, come canale privilegiato per una operazione come *SKAM*, rischia di snaturare almeno in

parte la caratteristica principale della serie, che è quella di trascendere il singolo medium, attraverso un approccio multiplatforma che è strutturale alla narrazione stessa, creando così una complessa rete di relazioni tra utenti e contenuto che si basa sul senso di urgenza e attesa, e sull'attaccamento (Mittel 2017) che si va a sviluppare per i personaggi. Il passaggio di una narrazione centrifuga come *SKAM* su una piattaforma centripeta come Facebook Watch, che porta gli utenti a rimanere all'interno di un unico medium, invece di espandere la narrazione su molteplici piattaforme sembra limitarla a un unico contenitore, inficiando così uno degli aspetti più interessanti del prodotto: la sua apertura transmediale. La seconda stagione di *SKAM* Austin ha ricevuto un'accoglienza più tiepida e la serie al momento non è stata ufficialmente rinnovata né cancellata, anche se Facebook Watch ha recentemente cancellato altri scripted format come *Sorry for your loss* e *Limelight*, per privilegiare i format unscripted.

Il contesto produttivo di una serie innovativa come *SKAM*, radicato in una cultura di produzione (Caldwell 2008) strettamente connessa all'idea di servizio pubblico, che il direttore del settore giovani della NRK, Håkon Moslet, in un Ted Talk a Arendal, ha riassunto nella definizione “SKAM is public broadcasting in its pure, modern form”, viene indubbiamente stravolto nel passaggio a una piattaforma commerciale come Facebook Watch.

Riferimenti bibliografici

- Andem J., Magnus M., intervento alla conferenza MediaMorfosis, Buenos Aires, Argentina, 27 ottobre 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=i6gCzxtIPs>, consultato il 31.05.2020.
- Bronson F., 2016, “Simon Fuller to Produce English Version of Norwegian Teen Drama ‘Shame’”, *Hollywood Reporter*, <https://www.hollywoodreporter.com/news/simon-fuller-produce-english-version-norwegian-teen-drama-shame-954505>, 8 dicembre 2016, consultato il 31.05.2020.
- Caldwell J. T., 2008, *Production Culture. Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television*, London, Duke University Press.
- Chalaby J.K., 2017, (2015), *L'era dei format. La svolta radicale dell'intrattenimento televisivo*, Minimum fax, Milano.

- Donadio. R., 2016, “Will ‘Skam’, a Norwegian Hit, Translate?”, *The New York Times*, <https://www.nytimes.com/2016/12/09/arts/television/will-skam-a-norwegian-hit-translate.html>, 9 dicembre 2016, consultato il 31.05.2020.
- Horton D., Wohl R.R., 1956, “Mass Communication and Para-social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance”, *Psychiatry* 19, pp. 215-29.
- Jenkins H., (2006) 2007, *Cultura convergente*, Apogeo, Milano.
- Jenkins H., Ford S., Green J., 2013, *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, Apogeo, Maggioli Editore, Milano.
- Lotz A., 2017 (2014), *Post network. La rivoluzione della tv*, Minimum fax, Milano.
- Max D.T., 2018, “SKAM, the Radical Teen Drama That Unfolds One Post at a Time”, *The New Yorker*, <https://www.newyorker.com/magazine/2018/06/18/skam-the-radical-teen-drama-that-unfolds-one-post-at-a-time>, 11 giugno 2018, consultato il 31.05.2020.
- Negroponte N., (1995) 1995, *Essere digitali*, Sperling & Kupfer Editori, Milano.
- Pape T., 2017, “Skam. Le vite a pezzi degli studenti di Oslo”, *Link. Idee per la tv*, <http://linkideeperlatv.it/skam>, 2 ottobre 2017, consultato il 31.05.2020.
- Pickard M., 2016, “Norway feels shame”, *Drama Quartely*, <http://dramaquarterly.com/norway-feels-shame/>, 26 agosto 2016, consultato il 31.05.2020.
- Sundet V. S., 2019, “From ‘secret’ online teen drama to international cult phenomenon: The global expansion of *SKAM* and its public service mission”, in McCulloch R., William Proctor W. (eds.) *The Scandinavian Invasion: The Nordic Noir Phenomenon and Beyond*, Peter Lang.
- Skaret S., 2018, “Derfor flopper SKAM i USA”, tv2.no/a/9892439/, 9 giugno 2018, consultato il 31.05.2020.
- Tammaro G., 2019, “*Skam Italia* cancellata, TimVision cambia strategia”, <https://www.lastampa.it/topnews/tempi-moderni/2019/08/07/news/skam-italia-cancellata-timvision-in-crisi-1.37308831>, 7 agosto 2019, consultato il 31.05.2020.
- Taylor T., 2016, “The real and risqué Norwegian tv show causing teen hysteria”, *Dazed*, <https://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/33790/1/the-risque-norwegian-tv-series-causing-teen-hysteria>, 22 novembre 2016, consultato il 31.05.2020.
- Taylor T., 2017, “How Skam’s Isak and Even revolutionized teen TV”, *Interview*, <https://www.interviewmagazine.com/film/skams-isak-even-revolutionized-teen-tv>, 6 ottobre 2017, consultato il 31.05.2020.
- Van Hoeij B., “The Norwegian Teen-Drama Series Loved Around The World”, *The Atlantic*, <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2017/06/the-norwegian-teen-drama-series-loved-around-the-world/532008/>, 29 giugno 2017, consultato il 31.05.2020.