



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale
in
Lingue e civiltà dell'Asia
e dell'Africa mediterranea
(D.M. 270/2004)

Tesi di Laurea

Shinigami su Netflix

Analisi degli adattamenti transnazionali
Death Note (2017) e *BLEACH* (2018)

Relatore

Ch. Prof. Toshio Miyake

Correlatore

Ch. Prof. Eugenio De Angelis

Laureanda

Francesca Savazzi

Matricola 883372

Anno Accademico

2021 / 2022

要旨

本論文では、「Death Note」(2017)と「BLEACH」(2018)というネットフリックスのアダプテーションを、ネットフリックスのプロダクション戦略に果たす役割、実写化の方法と観客の反応という観点から分析する。特に、本論文は、このアダプテーションの創作、配給と反応に影響する要因について考察する。制作の過程が一方向のとはならず極的な折衝の結果なので、ネットフリックス、日本と観客の間にどんな関係をなすかということに焦点をあてる。仮説では、文化帝国主義の推進者になりつつあると責められているにもかかわらず、ネットフリックスが米国化から分散制御になっているトランスナショナルの流通に参加していると思われる。この流通の中で、ネットフリックスがあんな風に作品の配給や消費などを支配しがちである。それにしても、地元の文化と地場産業は勢力を取り戻し、観客はただ受動的な受け手ではなく、活動的に意味を作り、通訳に参加する。

このケーススタディでは、日本のメディア産業がネットフリックスの作品の戦略に影響を及ぼし、アニメのような作品の文化的な影響力が国際的なファンの期待を形づけることを示す。社会文化的な文脈、文化論と人種論の存在によって国々の観客の反応は違う。その

内、オリエンタリズムと逆オリエンタリズムはまだ影響がある。それゆえに、そんな風に影響された「日本」と「日本の作品」の映像を抱くことによる、ファンの反応が違う。

この前提において、「Death Note」(2017)の拒否反応の原因は、米国化やダイエジェティックキャラクターを変化させることをはじめ、グローバルのフォーマットを使うトランスカルチュラルアダプテーションの過程が使われた結果であり、逆に、「BLEACH」(2018)の鑑賞の原因は、原典をもとにしてのファンの期待に応え、地場産業の力に任せられるトランスカルチュラルアダプテーションの過程であることになろう。

Indice

Indice Figure	I
Introduzione	1
Oggetto di ricerca	1
Domanda di ricerca	2
Stato dell'arte	4
Metodologia	25
Limiti e aspettative	33
1. Il mondo di Netflix	38
1.1 Dai DVD a Internet: Piattaforma ibrida	38
1.2 Cosa rende Netflix "Netflix"?	46
1.3 Netflix multinazionale nel flusso transnazionale	55
1.4 Le navi nere di Netflix in Giappone	69
2. Shinigami crossmediali	81
2.1 Alle radici: <i>Death Note</i> (2003-2006) <i>BLEACH</i> (2001-2016)	81
2.2 Frammento nell'universo narrativo: i <i>live-action Death Note</i> (2017) e <i>BLEACH</i> (2018)	92
2.3 <i>Live-action</i> Shinigami: fra trasposizione e ibridazione	97
2.3.1 Il mondo fittizio incontra il mondo reale	102
2.3.2 I personaggi	112
2.3.3 La trama	131
2.3.4 La lingua	136
2.3.5 Valutazione conclusiva: ibridismo e trasposizione	142

3. In pasto al pubblico	146
3.1 Meaning-makers e decoders	147
3.1.1 Critici come mediatori	147
3.1.2 Netflix Audience	160
3.1.3 Fandom	167
3.2 I parametri di giudizio	201
3.2.1 Fedeltà	201
3.2.2 Tra Giappone reale e immaginario	210
3.2.3 L'elemento razziale	215
3.3 Nuovi modelli	222
Conclusioni	229
Bibliografia	I

Indice Figure

Figura 1-1 Interfaccia dell'app di Netflix per Windows.....	45
Figura 1-2 Esempio del linguaggio famigliarizzante per la presentazione dei contenuti nel catalogo Netflix	51
Figura 2-1 Copertine di La stirpe delle tenebre (volume 1, giugno 1996) di Matsushita Yōko e Soul Eater (volume 1, giugno 2004) di Ōkubo Atsushi.....	83
Figura 2-2 Copertine di Death Note (volume 1, 2004) e Death Note: How To Read (volume 13, 2006) di Ōba Tsugumi e Obata Takeshi..	85
Figura 2-3 Copertine di BLEACH: The Death and the Strawberry (volume 1, gennaio 2002) e BLEACH: The Death and The Strawberry (volume 74, novembre 2016) di Kubo Tite	86
Figura 2-4 Poster promozionali di Death Note (2017) rivelati da Adam Wingard sulla sua pagina Twitter	98
Figura 2-5 Post promozionali di BLEACH (2018) distribuiti dalla Warner Bros. Japan	99
Figura 2-6 Death Note (2017).....	105
Figura 2-7 Death Note (2017).....	106
Figura 2-8 BLEACH (Vol. 1, pg 64, 2002) e BLEACH (ep. 2, 2004) ..	108
Figura 2-9 BLEACH (2018)	108
Figura 2-10 BLEACH (Vol. 1, pg 66, 2002) e BLEACH (ep. 2, 2004)	108
Figura 2-11 BLEACH (2018)	108
Figura 2-12 BLEACH (Vol. 1, pg 59, 2002) e BLEACH (ep. 1, 2004)	109
Figura 2-13 BLEACH (2018)	109
Figura 2-14 BLEACH (Vol. 1, pg. 54, 2002) e BLEACH (ep. 1, 2004)	109
Figura 2-15 BLEACH (2018)	110

Figura 2-16 BLEACH (2018) e foto dei namahage di Akita dall'articolo di Starjogja Festival Namahage 'setan' Jepang dan Berkah UNESCO	110
Figura 2-17 BLEACH (2018)	111
Figura 2-18 Death Note (2017).....	120
Figura 2-19 Death Note (2017).....	122
Figura 2-20 Death Note (2017).....	124
Figura 2-21 Death Note (2017).....	125
Figura 2-22 Death Note (2017).....	127
Figura 2-23 BLEACH (2018) e BLEACH (ep. 2, 2004)	128
Figura 2-24 BLEACH (2018)	129
Figura 2-25 BLEACH (2018)	130
Figura 2-26 BLEACH (2018) e BLEACH (ep. 2, 2004)	130
Figura 2-27 Poster di BLEACH (2018) della Warner Bros. Japan e di Rock Musical Bleach Reprise (2012) dall'articolo di Crunchyroll "Rock Musical Bleach" Back on Stage After Four Years Hiatus.....	131
Figura 2-28 Death Note (2017).....	132
Figura 2-29 BLEACH (2018)	135
Figura 2-30 BLEACH (2018) e BLEACH (ep. 1, 2004)	136
Figura 3-1 Tabella valutazione della critica sui siti aggregatori anglofoni.....	148
Figura 3-2 Tabella valutazione complessiva del pubblico sui siti aggregatori	166
Figura 3-3 Analisi dati dell'opinione pubblica sui social riguardo a Death Note (2017) da Brand 24	225
Figura 3-4 Analisi dati dell'opinione pubblica sui social riguardo a BLEACH (2018) da Brand24	226

Figura 3-5 Riassunto dati da Brand24 con il numero di menzioni totali comparse sui social nelle due settimane prese in esame, divise tra positive e negative, e le fonti227

Introduzione

Oggetto di ricerca

La ricerca si focalizzerà sull'analisi dell'adattamento di due opere manga, *Death Note* (2003-2006) di Ōba Tsugumi e Obata Takeshi, e *BLEACH* (2001-2016) di Kubo Tite, in formato cinematografico *live-action*, rispettivamente *Death Note* (2017) di Adamn Wingard e *BLEACH* (2018) di Satō Shinsuke, distribuiti globalmente dalla piattaforma Netflix. Entrambe le storie originali ruotano attorno alla figura degli 死神 *shinigami* (dio della morte), appartenente al folklore giapponese e al giorno d'oggi spesso ripresa nella cultura popolare; tuttavia, tanto la storia in sé che questa figura, vengono adattate in maniera molto diversa a distanza di un solo anno l'una dall'altra.

Si vogliono indagare quali fattori contribuiscano a influenzare produzione, distribuzione e diversa ricezione di adattamenti di opere locali, nel caso specifico giapponesi, presentate ad un pubblico globale attraverso una piattaforma transnazionale; l'obiettivo è quindi ipotizzare come e perché si sia arrivati a due produzioni così differenti e cosa di queste produzioni abbia portato ad una ricezione favorevole o meno. Tre sono le macroaree che verranno approfondite per compiere un'analisi completa dei due casi di studio; la prima riguarda il funzionamento di Netflix come piattaforma di *subscription video on demand* (SVOD) e i suoi processi di rappresentazione, produzione e distribuzione globale, con un focus particolare sul dibattito che vede Netflix o come possibile promotore di una nuova forma di

imperialismo culturale, o come partecipante complesso del flusso transnazionale di prodotti culturali, e sul suo rapporto con il Giappone. La seconda macroarea è il processo dell'adattamento stesso. Una volta contestualizzati i due *live-action* all'interno del mercato di produzione e distribuzione dei prodotti culturali giapponesi, verranno analizzati criticamente e confrontati i processi e le operazioni usati sulle opere originali per ottenere gli adattamenti finali. La terza e ultima sezione sarà dedicata all'analisi della ricezione da parte della critica, della *Netflix audience* e del fandom, individuando i parametri di giudizio comuni e le loro differenti configurazioni all'interno dei diversi pubblici locali, quello italiano, quello giapponese e quello anglofono-americano.

Domanda di ricerca

Lo scopo generale della ricerca è identificare quali fattori culturali, politici ed economici influenzino produzione, distribuzione e ricezioni dei due adattamenti presi in esame. Per fare questo, ciascun capitolo deve rispondere a delle domande riguardo le tre aree principali che costituiscono la cornice in cui essi si collocano.

Nel primo capitolo si andrà a vedere come funziona la piattaforma di Netflix, quali fattori, economici, politici e culturali condizionano le sue scelte in fatto di produzione e distribuzione; si analizzerà perché con l'allargarsi della sua influenza su scala globale si sia iniziato a parlare di "imperialismo culturale" e se effettivamente è accurato usarlo per definire le sue strategie e operazioni. Di particolare importanza sarà capire come si relaziona ai paesi in cui opera al di fuori degli USA e

nello specifico con l'industria di produzione e distribuzione di contenuti¹ giapponese, ragionando sui fattori che lo abbiano portato a collaborare con essa.

Nel secondo capitolo si analizzerà nel concreto dei casi di studio quali operazioni e processi siano stati utilizzati per adattare le opere originali e quali caratteristiche abbiano i prodotti finali. A partire dall'individuare in cosa differiscono i due adattamenti, si cercherà di arrivare a ipotizzare i fattori a cui sono riconducibili scelte e, conseguentemente, risultati così diversi; particolare attenzione verrà data alla natura 'ibrida' di *Death Note* (2017), prodotto negli USA da un regista e un cast americani e ambientato a Seattle, nonostante l'originale su cui si basa sia giapponese e ambientata in Giappone, e quella strettamente 'giapponese' di *BLEACH* (2018), prodotto in Giappone da un regista e cast giapponesi.

Nel terzo capitolo ci si concentrerà sulla ricezione da parte del pubblico delle opere. Per condurre questa sezione di analisi, sarà necessario partire dalla differenziazione dei tre segmenti che formano il pubblico, quindi la critica, l'audience di Netflix e i fan delle opere

¹Nella sede di questa tesi, all'interno dell'espressione "industria di produzione e di distribuzioni di contenuti" il termine "industria" starà ad indicare l'insieme di compagnie, aziende, case cinematografiche, conglomerati, corporazioni...che si occupano della "produzione", intesa come l'intero processo, sia nel suo aspetto creativo (stesura del copione, messa in scena da parte degli attori...) che quello di produzione tecnica, che da vita ai "contenuti", usato per indicare la categoria specifica di prodotti culturali quali l'insieme di film, serie TV, animazioni, reality shows, documentari... In alcuni casi verrà usato come sinonimo il termine "industria dell'intrattenimento".

originali, tenendo conto dei diversi ruoli che giocano nella ricezione, interpretazione e costruzione del significato dei due adattamenti. Sarà interessante vedere se e come emergano differenze nella ricezione in base all'identità nazionale e culturale del pubblico, principalmente fra quello italiano, giapponese e americano, e ipotizzare a quali fattori siano riconducibili.

Per concludere la tesi, si guarderà alla produzione successiva di Netflix in termini di adattamenti da opere giapponesi per un pubblico globale, così da verificare che valore abbiano avuto la produzione di *Death Note* (2017) e *BLEACH* (2018) e la loro ricezione all'interno delle strategie di Netflix.

Stato dell'arte

Guardare a Netflix significa confrontarsi con più discipline contemporaneamente, dai *platform studies* ai *media e television studies*. In quanto piattaforma ibrida, può essere analizzata secondo più approcci; motivo per cui definire come e a cosa si guardi di Netflix è importante per contestualizzare in maniera corretta sia l'analisi che gli adattamenti stessi. Netflix, dal 1997 al 2022, si è evoluto da piattaforma di video a noleggio a piattaforma di distribuzione di video online su iscrizione (*subscription video on demand* SVOD), per diventare infine essa stessa casa di produzione; da piattaforma locale negli USA a piattaforma "globale", o meglio "multinazionale". Il suo processo di crescita ed evoluzione è stato attentamente seguito nell'ambiente accademico, ma è da sottolineare come abbia continuamente superato le aspettative e previsioni in maniera tanto imprevedibile quanto

rapida. Gli studi sono particolarmente numerosi per quanto riguarda il funzionamento tecnico della piattaforma, l'uso di algoritmi di intelligenza artificiale, il problema dei proxy e il rapporto tra Netflix e la televisione tradizionale (Barker e Wiatrowski 2017, Burroughs 2019, Cabral Martins 2019, Davis 2021, Eklund e Cunningham 2022, Elkins 2019, Fagerjord e Kueng 2019, Gomez-Uribe e Hunt 2015, Jenner 2018, Lobato 2019, Lobato e Meese 2016, Lotz 2021, Lotz 2022, Lotz, Eklund e Soroka 2022, Mirlees 2013, Neta 2018, Plothe e Buck 2019, Zundel 2019); sono invece meno presenti analisi delle sue produzioni originali, in quanto sono un fenomeno recente, e al loro interno l'attenzione è stata posta sullo sviluppo di un nuovo formato di serie televisive in relazione al fenomeno del *binge-watching*, e dell'inclusività come focus tematico e simbolo di Netflix, lasciando da parte i film originali (Cabral Martins 2019, Fain 2019, Ford 2019, Jang, Kim e Baek 2021, Jenner 2018, Plothe e Buck 2019, Smith, et al. 2019, Zundel 2019). La mancanza di studi è ancor più marcata per quanto riguarda i contenuti prodotti o distribuiti in collaborazione con paesi al di fuori degli USA, fattore che invece, come si vedrà, sta alla base delle sue strategie di espansione.

Rientrando il Giappone fra tali paesi, questa tesi è un'occasione per studiare i cambiamenti ed operazioni che sta mettendo in pratica nella sua espansione globale. Il progetto di introdursi in Giappone di Netflix risale agli anni fra 2015 e 2017 e ai tempi era stato giudicato un semi-fallimento dalla critica accademica; gli studi sul rapporto fra Netflix e il Giappone si sono concentrati principalmente sulla compravendita di anime e sulla difficoltà iniziale di Netflix nell'inserirsi nel mercato dell'industria di produzione e distribuzione di contenuti,

dominato dalle compagnie locali (Fung e Chik 2022, Lobato 2019); alla luce del recente incremento del numero di iscrizioni in Giappone post-Covi 19, tale rapporto va nuovamente indagato. Nell'analizzare la situazione di Netflix in Giappone, si va toccare una problematica più ampia che è sorta in ambito accademico, politico ed economico con l'arrivo di Netflix ormai in 190 paesi: è il caso di considerare e temere l'espansione di Netflix come minaccia imperialista? Che effetti ha sulle culture e le industrie culturali locali?

Il 31 gennaio 2019 la presidentessa canadese della Canadian Broadcasting Corporation Catherine Tait ha accusato direttamente Netflix di "imperialismo", paragonando la sua espansione a quella colonialista dell'Inghilterra in India tra diciassettesimo e diciannovesimo secolo, sollevando un dibattito acceso sia pubblico che in ambito accademico; Netflix ha negato ogni evidenza, sostenendo che la loro presenza nel mercato canadese fosse complementare e di supporto a creatori e produttori locali, non una minaccia (Krayden 2019, Vlessing 2019).

In ambito postcoloniale, "imperialismo" non si riferisce più ad una dominazione diretta coercitiva e militare da parte di stati egemoni nei confronti di stati terzi in posizione subalterne, quanto a un insieme di processi di egemonia e dominazione indiretta basato su rapporti economici, politici o culturali asimmetrici; all'interno di questo discorso accademico, negli anni Sessanta è emerso il termine di "cultural imperialism", di cui non vi è una definizione fissa ed univoca ma che si può delineare in maniera generale come la forma di imperialismo per cui i valori culturali dello stato egemone vengono diffusi ed esaltati al fine di soppiantare quelli locali dello stato

subalterno (Tomlinson 1991). Questa definizione è stata ripresa, ampliata, modificata ed applicata ad ambiti culturali ed accademici diversi nel corso degli anni; è di particolare interesse per questa tesi la definizione di imperialismo culturale che si è andata a legare in primis al cosiddetto imperialismo dei media (Tomlinson 1991), che vede i media come mezzi di promozione e imposizione dei valori dello stato egemone; in secondo luogo, a "orientalismo", facendo riferimento alla definizione di Said che studia la forma di imperialismo culturale attuata e formulata da Europa e USA nei confronti dei paesi arabi, africani e dell'Asia, come un discorso politico e culturale che ha portato alla costruzione delle categorie e del discorso di 'Occidente' ed 'Oriente' con conseguenze concrete di disparità e asimmetrie di potere ed egemonia (Said 1979). L'orientalismo è un concetto particolarmente importante nel momento in cui si va ad analizzare la costruzione della 'nazione' Giappone dalla modernità in avanti; la costruzione e ricostruzione dell'identità nazionale del Giappone è stata infatti influenzata sia dal potere egemone di quello che si era autoproclamato l'"Occidente", moderno, bianco e superiore agli 'Altri', sia dal tentativo di riappropriarsi di questo sguardo orientalizzante che gli era proiettato addosso e di utilizzarlo a proprio favore (si parla quindi di auto-orientalismo). Rispetto all'identità frammentata e contraddittoria del diciannovesimo e del ventesimo secolo dove, sotto l'influenza dell'ultranazionalismo, il Giappone, storicamente potenza colonizzatrice in Asia, si considerava non-asiatico, moderno e bianco 'dentro', oggi le tracce rimaste di questi discorsi (auto-)orientalizzanti

formano una sorta di strato semi-inconscio alla base delle politiche di soft power e branding nazionale giapponesi².

Sempre collegato al discorso dell'imperialismo culturale, recentemente si è sviluppato anche quello di "platform imperialism", ovvero una forma di egemonia dove i rapporti di potere asimmetrici dipendono da quelli di interdipendenza tecnologica (all'interno dei quali gli USA ricoprono il vertice egemone) e, conseguentemente, dalla disparità di proprietà intellettuali, egemonia simbolica e "user commodities" (Jin 2015, 67).

Il dibattito aperto da Tait in realtà è l'esplicitazione di un timore che riguarda non solo Netflix, ma la maggior parte di quelle che Mirrlees identifica come "US-based transnational media corporations (TNMCs)", di cui Netflix fa parte (Mirrlees 2013, 90). Davis (2021) sostiene che nella pratica vi sono prove corroboranti di quelle che sono le aspirazioni imperialiste di Netflix dal punto di vista economico e di *platform imperialism*, ovvero indirizzate verso un monopolio transnazionale del mercato di video distribuiti online via piattaforma: l'integrazione verticale progressiva delle industrie associate per creare un sistema autonomo di produzione e distribuzione, l'elusione delle regolamentazioni nazionali e l'utilizzo dei dati interni alla piattaforma degli *user*, per alimentare la propria crescita, sono i tre elementi che stanno permettendo nel concreto un'espansione monopolistica

²Per un'analisi della nascita e crescita della "pop-culture diplomacy" giapponese cfr. Iwabuchi, Koichi. «Pop-culture diplomacy in Japan: Soft power, nation branding and the question of 'international cultural exchange'.» *International Journal of Cultural Policy* 21 (2015): 419-432.

transnazionale difficile da ostacolare, nonostante vi sia resistenza crescente a livello nazionale (Davis 2021).

Inoltre, il discorso sull'imperialismo culturale di Netflix si complica nel momento in cui gli viene attribuito grande potere culturale: un articolo su MarieClaire spiega come l'algoritmo di Netflix in realtà rinforzi i *bias* razziali degli spettatori (Joyner 2016); Elkins sostiene nel suo saggio che la presentazione di sé di Netflix come promotore di diversità culturale e di opportunità di comunicazione interculturale non sia che la maschera di una macchina votata al profitto per evitare accuse di imperialismo (Elkins 2019); Salsabila sottolinea come l'unica "cultural diversity" che viene rappresentata nel catalogo di Netflix sia quella dell'eterogeneo pubblico americano, ma nei fatti non sia che una riduzione del concetto di "globale" ad "americano" (Salsabila 2021). In Giappone su Internet si è parlato dell'arrivo di Netflix come del ritorno delle "navi nere" americane del Commodoro Perry nel 1853 e 1854, ovvero una potenziale minaccia all'equilibrio del mercato interno giapponese (Tse 2020).

In questa tesi, si contrapporrà alla visione di Netflix come solo promotore di imperialismo culturale, una prospettiva alternativa che vede la compagnia come partecipante attivo del complesso flusso transnazionale che caratterizza la costruzione del mondo di questi anni. Nella discussione accademica sulla globalizzazione, il termine "transnazionalismo" è definito come

a condition in which capital, people, institutions, commodities, information and media images flow across national boundaries, and cross-border activities and connections are engendered
Transnationalism challenges the nation-state's boundary policing in

the modern constitution of politics, economy and culture, and the force of transnationalism operates both “from above” (by capital, industries, organizations) and “from below” (by people, activism, grassroots practices) (Iwabuchi 2022, 107).

Gli attori principali di questo flusso sono i media digitali e sovranazionali, che permettono questa circolazione al di fuori degli stati-nazione, in una nuova *media culture* che va a destabilizzare quelle che erano le *imagined communities* nazionali formate attraverso i mass media nazionali, promuovendo il dialogo *cross-border* e una riflessività critica della propria identità, del singolo quanto nazionale (Iwabuchi 2022). Questo non significa affermare la disgregazione della ‘nazione’, come immagine identitaria che nasce e viene costruita nel momento di confronto con l’‘altro’, in quanto il transnazionalismo finisce per porre l’attenzione su ciò che nega, paradossalmente rinforzandone i confini. La ‘nazione’ diventa allora

the most prominent local unit of cultural diversity, a globally shared cultural form through which cultural distinctiveness is expressed and recognized in the international community via common cultural formats (Iwabuchi 2022).

dove le forze globali omogeneizzanti operano attraverso le differenze locali nel modo in cui le organizzano in formati comuni, e non su di esse, dando vita ad una “orchestrated heterogenization” (Iwabuchi 2022, 43). A livello della ‘nazione’, il governo può poi appropriarsene per renderla strumento del proprio *national branding*, così da stabilire un’immagine positiva di sé nel momento di confronto con gli altri stati-nazione, nel tentativo di accumulare soft power e ricavarne potere culturale, economico e politico (Iwabuchi 2022).

Netflix si inserisce, in quanto TNMC, tra i promotori e partecipanti di questa nuova *media culture* che dà vita al transnazionalismo. Il suo ruolo nel rapporto con il governo, con i media nazionali, in particolare la televisione tradizionale, e l'audience locale dei paesi in cui opera è ancora in corso di studio e non può essere ridotto ad una mera 'americanizzazione'. Mirrlees (2013) mette a confronto i due paradigmi principali con cui si possono approcciare gli studi delle TNMC come Netflix. Il primo è quello di "*cultural imperialism*", inteso come imposizione unidirezionale da parte degli USA dell'ideologia americana su 'stati più deboli' e passivi attraverso l'universalizzazione del modello capitalista dei media a scapito della cultura e dei media nazionali locali. Il secondo, invece, è quello di "*cultural globalization*", inteso come l'insieme di processi di integrazione, di interdipendenza e di intercomunicazione fra i diversi stati all'interno di un sistema mondiale transnazionale, dove gli USA sono solo un nodo, seppur influente, all'interno della rete; tale paradigma celebra e promuove l'ibridismo culturale, l'*agency* e il potere critico dell'audience come abbastanza forti da ribaltare e ristabilire gli equilibri di potere mondiali (Mirrlees 2013). A partire da quanto dei due approcci è riscontrabile nella realtà delle TNMC americane al di fuori del discorso, Mirrlees (2013) propone un terzo paradigma, quello che verrà ripreso anche in questa tesi: questo paradigma tiene insieme, da un lato, la realtà effettiva del rapporto asimmetrico fra stati egemoni, che vede gli USA in una posizione privilegiata in virtù del potere economico e politico che gli permette una diffusione capillare e globale dei propri media, a stampo capitalistico, e dei valori che contengono; dall'altro, include come

tanto i governi nazionali e le industrie locali quanto i singoli spettatori non siano semplici riceventi passivi, ma partecipino nel processo di controllo, negoziazione e ricezione di quanto viene proposto loro (Mirrlees 2013).

Anche Jenner sottolinea come l'etichetta di "imperialismo culturale" in relazione al potere culturale, rischi di sottovalutare l'*agency* e l'influenza esercitata attraverso i processi di indigenizzazione, operati dai paesi riceventi sui prodotti culturali una volta che varcano i confini; riprendendo Buonanno (2008), fa emergere il rapporto teso fra "imperialismo", inteso come uno strangolamento progressivo della cultura locale la cui specificità viene appiattita nel modello culturale americano, e "indigenizzazione", come un rapporto di negoziazione interculturale dove, nonostante l'effettivo potere culturale globale dei prodotti statunitensi, le realtà locali sono in grado di appropriarsi dei modelli stranieri proposti e trasformarli, ricostruendone il significato in una forma ibrida localizzata (Jenner 2018, 207).

Anche Lobato (2019) sottolinea che il paradigma dell'imperialismo culturale è utile per comprendere perchè l'audience non-americana, i governi nazionali e soprattutto le diverse industrie d'intrattenimento esterne agli USA possano vedere in Netflix una minaccia nel momento in cui si introduce nel loro panorama culturale; d'altra parte, però, evidenzia come le produzioni, il tipo di rappresentazione e perfino l'audience creata da Netflix non siano riducibili a meri mezzo e vittima di ideologia americana.

Il rapporto fra Netflix e il Giappone avvalorava questa duplice prospettiva. Storicamente il Giappone si è dimostrato in grado, tanto

sul piano discorsivo che quello economico, di ri-appropriarsi dell'influenza e del potere americano per renderli propri e re-indirizzarli per servire i propri scopi; pur rimanendo legato agli strascichi dell'imperialismo culturale americano e in posizione subalterna rispetto agli USA, è ben lontano dall'essere uno 'stato debole' o passivo, alla mercè di Netflix (Iwabuchi 2002). Al contrario, in Giappone il mercato interno delle industrie di produzione e di distribuzione di contenuti è forte e ha una storia di influenza culturale che è andata progressivamente incrementando dagli anni '90 a oggi, tanto che alcuni commentatori e accademici avevano iniziato a parlare di una possibile *japanization*, nonostante nella realtà ad essere forte fosse il potere economico del Giappone e meno quello culturale (Iwabuchi 2002). Al suo interno, gli anime sono considerati il prodotto di punta, tanto che al giorno d'oggi qualsiasi piattaforma SVOD presenta una selezione di anime nel proprio catalogo e vi è una vera e propria competizione per riuscire ad acquistare i diritti in Giappone per la distribuzione globale (Lobato 2019, 126-130). Alla base di questa popolarità vi è un potenziale di riproduzione transnazionale e transculturale che è stato ampiamente studiato a partire da accademici come Iwabuchi, che hanno articolato il discorso attorno alla duplice natura dei prodotti giapponesi, 'giapponesi' ma 無国籍 *mukokuseki* (lett. apolidi); in questo caso *mukokuseki*, che Iwabuchi utilizza per definire l'essere "culturally odorless" (2002, 27), indica la mancanza di caratteristiche intrinseche del prodotto che evocano in maniera esplicita, nonché in luce positiva e desiderabile, caratteristiche e immagini (spesso stereotipate) del Giappone e della sua *way of life* (Iwabuchi 2002). In questo modo è andata diffondendosi tra i fan

internazionali un'immagine di 'Giappone' che, paradossalmente, è 'giapponese' proprio in virtù di questo suo non essere marcata culturalmente; è necessario ribadire che questo ha reso difficile confermare il potere culturale del Giappone in relazione alla diffusione dei suoi prodotti culturali. Allo stesso modo, non si può affermare che il governo giapponese, che ne ha usato la popolarità e talvolta ne ha cercato di promuovere il valore in un'ottica di *national branding*, sia riuscito ad ottenerne vero e proprio soft power per cambiare il proprio status all'interno delle relazioni internazionali. Di questo è l'esempio principe l'iniziativa portata avanti dal governo giapponese dal 2002, dove si è cercato di confezionare tale costruita 'unicità giapponese' per il consumo internazionale grazie alla cooperazione delle diverse industrie, attraverso i prodotti percepiti come internazionalmente popolari, a partire da gli anime e i manga, le arti tradizionali e la cucina giapponese (Tamaki 2019); questa iniziativa nel 2010 ha preso il nome di "Cool Japan" ed è diventata parte integrante della strategia per la crescita economica, tanto che nel 2013 è stato fondato il Cool Japan Fund dal Ministero dell'Economia, del Commercio e dell'Industria (METI) per finanziarla (Tamaki 2019). Ciò che ha portato al progressivo fallimento di quest'iniziativa è stata la difficoltà nel convincere gli stakeholder domestici a partecipare, la vaghezza dell'intera strategia nell'inquadrare questa 'unicità giapponese' e il non cogliere cosa effettivamente avesse reso tali prodotti popolari all'estero, operando il confezionamento di tale unicità in formati vecchi e legati a un concetto di identità 'tradizionale', che ancora richiama le narrative di costruzione essenzialista

dell'essere giapponese', eredità del diciannovesimo e ventesimo secolo (Tamaki 2019).

Questa mancanza di effettivo potere culturale di contenuti quali anime e manga non è certamente un fattore influente per i giganti della distribuzione online transnazionale come Netflix, che è disposto a negoziare con gli attori del segmento di mercato degli anime per partecipare e sfruttare il successo che ha con il pubblico e il profitto economico che ne consegue; parallelamente, le industrie di produzione e distribuzione locali sono a loro volta interessate alle opportunità che Netflix offre loro per inserirsi nel mercato transnazionale.

L'analisi dei casi di studio proposta in questa tesi partirà dal verificare se nel concreto questa cornice transnazionale sia applicabile a Netflix e in che termini si configurino i rapporti che intesse con i diversi attori nei paesi esteri in cui si trova a operare, in questo caso il Giappone; in relazione a questo, si tenterà di vedere come abbiano influenzato le scelte di produzione e distribuzione di due adattamenti così diversi come *Death Note* (2017) e *BLEACH* (2018). Il fatto che per il primo, sempre basato su un'opera giapponese, si sia concentrata l'intera produzione negli USA in un formato di rappresentazione e distribuzione che richiama i contenuti 'globalizzati' sulla base del vecchio modello dei blockbuster di Hollywood, mentre il secondo sia stato prodotto in Giappone con un cast e una direzione giapponesi, con la collaborazione delle industrie locali, è una possibile manifestazione del processo di cambiamento nel modo in cui Netflix si rapporta con le realtà locali.

Sono ancora recenti gli studi che indagano quali differenze potrebbero esserci nella produzione da parte di case di produzione associate a piattaforme di distribuzione SVOD globali come Netflix o Amazon Prime di opere cinematografiche, che sono passate in secondo piano nel discorso accademico rispetto alle serie televisive, i cui nuovi formati e modalità di fruizione fanno ipotizzare la costruzione di nuovi tipi di audience e modalità di concepire e vivere la televisione³; si presuppone, nonostante ciò, che pensare e produrre un'opera fin dagli inizi come transnazionale invece che come un prodotto locale da esportare, non possa che incidere sulle pratiche creazione e, in questo caso, di adattamento.

I casi di studio presi in esame per verificare questa possibilità sono due adattamenti in formato cinematografico di opere manga, *live-action*⁴, entrambi distribuiti da Netflix come Netflix Originals.

³Cfr. Jenner, Mareike. *Netflix and the Re-Invention of Television*. Londra: Palgrave McMillian, 2018.

⁴ Si userà in questa sede il termine *live-action* per riferirsi agli adattamenti di opere manga o anime adattate a film o serie televisive con l'utilizzo di attori e un setting reale, non animato (escludendo quindi il fenomeno di quelle basate, ad esempio, sui fumetti americani). In giapponese non vi è un termine specifico per definire la categoria, ma vengono indicati come 実写映画化するアニメ/マンガ *jisshaeigakasuru anime/manga* (lett. "anime/manga trasformato in film realistico") o マンガ/アニメ・アダプテーション *manga/anime - adaputēshon* (lett. "adattamento dell'anime/manga"). Cfr. Harata, Shinichiro. «キャラクター・アダプテーション: マンガ・アニメの実写化に対する拒否反応 *kyarakuta- · adapute-shon: manga ·*

L' "adattamento" di per sé è una categoria ampia di cui non vi è una definizione univoca; si può considerarlo come un insieme di processi di modifica di un prodotto culturale per produrne un secondo collegato, declinabile in svariate dimensioni, metodologie ed ambiti, che è stato diversamente definito e trattato in base alla cornice teorica che gli è stata data di volta e in volta; in parte questa fluidità della sua categoria è dovuta anche alla continua evoluzione tecnologica, sociale e culturale.

All'interno degli studi di *transmediality*, si è sviluppato un grande dibattito sul ruolo dell'adattamento all'interno di quella che Jenkins (2006) definisce *transmedia storytelling (TS)*, come operazione di espansione e frammentazione di un contenuto in altri prodotti culturali, espandendone l'universo, approfondendone i personaggi o rivisitandone le storie, in relazione al *franchising* e all'industria di produzione dei contenuti. Jenkins (2006) esclude inizialmente gli adattamenti dal (*transmedia*) *franchising* sostenendo non rispettino i requisiti⁵ per essere caratterizzati come *TS*; lo stesso elabora Geoffrey Long (2007) sulla base del ragionamento per cui un adattamento non

anime no jisshakani taisuru kyohihan'nou (Adattamento e personaggi: il rifiuto degli adattamenti live-action di anime e film d'animazione).» 翻訳の文化/文化の翻訳 *hon'yaku no bunka/bunka no hon'yaku (Cultura della traduzione/Traduzione della cultura)* 16 (2021): 35-50.

⁵"Each product makes a valuable contribution to the whole franchise. Each medium employs its advantages and strong sides in telling the story and enhancing the users' experiences. Each work is self-contained and can be enjoyed separately. Each product is a point of entry into the franchise." (Kopirōwa 2015, 36).

amplia in modo innovativo e consistente l'universo dell'originale (Kopirōwa 2015). Questo approccio è stato contestato da altri accademici, come Christy Dena (2009), che invece vedono l'adattamento come esempio principe del *TS* (Kopirōwa 2015), ed è consistente con un filone di discorso degli *adaptation studies* che li considera come una categoria ampia, suddivisibile in molteplici sottogruppi in base alla tipologia di rapporto che si instaura con l'originale e al tipo di operazioni e processi applicati (Leitch 2007).

Questa tesi si rifarà a tale filone degli *adaptation studies*, nell'ipotesi che comprendere quali tipologie di adattamento siano state prodotte possa riflettere quali strategie Netflix stia operando nel creare contenuti transnazionali. Perché allora l'analisi sia completa, piuttosto che confrontarsi con il discorso dell'adattamento come operazione all'interno del *transmedia franchising*, che è una strategia di stampo americano, si integrerà il discorso sulla pratica omologa diffusa fra le industrie di produzione e distribuzione di prodotti culturali in Giappone, l'*anime media mix*; questa pratica consiste nella produzione di opere, adattamenti di vario genere e *commodities* attorno a uno stesso universo narrativo da parte di un gruppo di compagnie interessate (Steinberg 2012). Infatti, le opere originali su cui si basano gli adattamenti caso di studio sono parte ciascuna di un proprio *media mix* con cui i nuovi *live-action* sono costretti a confrontarsi, specialmente in termini di immagini e aspettative generate nei fan. I *live-action* sono un tipico prodotto dell'*anime media mix*, seppur vengano spesso ignorati dal discorso accademico a causa della loro scarsa popolarità e influenza culturale anche in Giappone (Harata 2021); dal 2006 in avanti, si è stabilito un vero e proprio trend di

produzione cinematografica dei *live-action*, in parte dovuto al miglioramento delle tecnologie per la resa degli effetti speciali, ma perlopiù in relazione al tentativo di ridare vita al settore della produzione televisiva e cinematografica, che andava perdendo ascolti e profitti, producendo contenuti basati sui manga che, al contrario, avevano mantenuto, se non incrementato, il loro valore commerciale (Hyakusoku 2016). Gli studi a riguardo sono più rari e, per questo, al fine di identificare meglio le motivazioni dietro una ricezione tendenzialmente negativa di essi, vi si integrerà il discorso attorno agli adattamenti 2.5D, ovvero musical e *live-stage*. Infatti, gli studi della categoria degli adattamenti 2.5D hanno fatto emergere come la vera sfida per garantire la soddisfazione dei fan delle opere originali, e quindi il successo dell'adattamento, siano la resa dei personaggi e il mantenere le relazioni parasociali che si instaurano fra fan e personaggio, identificate come origine dell'attaccamento del fan per i contenuti (Harata 2021, Sugawa-Shimada 2016, Yoshioka 2018). Nonostante tra i fan vi sia la percezione che anche i *live-action* siano considerabili adattamenti 2.5D (Sugawa-Shimada 2017-2020), il discorso accademico tende a separarli in virtù dell'assenza dell'interattività tra pubblico e attori-personaggi, e delle caratteristiche di continuità e ripetizione degli spettacoli che permettono la formazione e l'amplificazione di tali relazioni affettive che sorreggono il successo dell'intera operazione di adattamento (Sugawa-Shimada 2016, Yoshioka 2018).

In aggiunta, il fatto che *Death Note* (2017) sia ambientato negli USA e interpretato da un cast americano, quasi completamente composto da attori bianchi-caucasici, in un processo di "indigenizzazione"

(Hutcheon 2011, 211) comporta la necessità di confrontarsi con le problematiche di orientalismo e appropriazione culturale, della *cross-racial performance* (Choo 2020), per cui viene cambiata la ‘razza’⁶ dei personaggi e degli attori rispetto all’originale e che nel caso di Hollywood spesso consiste nel cosiddetto *white-washing*, e della tendenza a ‘globalizzare’ sotto pretesa di una transculturalità, che si rivela un appiattimento culturale attraverso una ‘americanizzazione’ delle opere locali per renderle, almeno nell’intento, più ‘universali’.

Questo studio dei due adattamenti presi come caso di studio offrirà quindi anche l’occasione di vedere come Netflix nel concreto si rapporta ai discorsi di rappresentazione culturale ed etnica e, di conseguenza, quali posizioni rispecchia e come concepisce le culture ‘altre’ e i loro contenuti.

Infine, per indagare nel terzo capitolo la ricezione da parte del pubblico di queste opere, sarà innanzitutto necessario delineare e definire a quale tipo di pubblico si stia guardando. È importante ricordare che quando si parla di audience “we construct «figures of the audience» (Allor 1996: 209) or ideal type models of relations between global entertainment media and local audiences.” (Mirrlees 2013, 209) e vi possono essere cinque diversi paradigmi di audience in

⁶ Qui ‘razza’ è intesa come il concetto, privo di fondamento scientifico, ma considerato e usato politicamente per attuare e rinforzare divisioni sociali tra gruppi di persone sulla base di differenziazioni per caratteristiche esteriori, in particolare il colore della pelle; viene messo tra virgolette singole per sottolineare come non sia un’entità reale e concreta ma una costruzione artificiale, storicamente e politicamente connotata.

relazione alle TNMC. In questa tesi, ci si rifarà e confronterà con due di essi: il primo è quello dei *cultural studies* che vede l'audience come attivo *meaning-maker*; il secondo invece è quello dei *new media studies* che la considera un insieme di utenti interattivi (Mirrlees 2013, 209).

Il primo paradigma si allontana da quella che era invece la visione dell'audience come costruita all'interno della *cultivation theory*, di un pubblico vittima passiva della globalizzazione come processo di 'americanizzazione'⁷ inarrestabile che va corrompendo e distruggendo le singole identità nazionali-culturali locali; al contrario, viene ridimensionato il potere culturale attribuito ai media e ai contenuti d'intrattenimento, come capacità influenzare convinzioni e scelte politiche, nonché la *way of life* dei singoli (Mirrlees 2013, 220-226). Guardare all'audience come *meaning-maker* significa considerarla in grado di interpretare i contenuti che consuma e di negoziare come inquadrare e assorbire in sé i significati che vi trova, in base alla relazione che si instaura fra lo spettatore, il contenuto e il contesto di ricezione; Mirrlees chiama questa operazione "*decoding*" (2013, 227-234). Non vi è un unico modo in cui il confronto con un contenuto transnazionale influenza la costruzione dell'identità del sé: ad esempio, lo si può utilizzare come modello da imitare, come spazio di rifugio e fuga dalla vita di tutti i giorni, come modo per imparare

⁷Anche il concetto stesso di 'americanizzazione' è stato decostruito, in quanto i media globali d'intrattenimento non diffondono un'immagine unitaria e coerente degli USA, quanto una serie di immagini parziali di essi che vengono scelte in maniera arbitraria da chi lo produce, non necessariamente in accordo con le altre industrie o in modo che rispecchi la realtà concreta degli USA (Mirrlees 2013, 220-226).

nuove informazioni su culture 'altre', o ancora per sviluppare relazioni parasociali di conforto con personaggi e mondi 'lontani' (Mirrlees 2013, 227-234). L'aspetto fondamentale è la presenza di una influenza reciproca tra come i contenuti influenzano l'identità dello spettatore e come l'identità dello spettatore influenza la ricezione dei contenuti; ed è proprio grazie a questo rapporto che nel momento in cui i contenuti si inseriscono nel flusso transnazionale e si spostano attraverso diversi contesti di ricezione, ne conseguono cambiamenti e ibridismi, non controllabili e prevedibili da chi ha inizialmente prodotto e distribuito il contenuto⁸ (Mirrlees 2013, 227-234).

A questo si interseca il secondo paradigma dell'audience come insieme di utenti interattivi, i cosiddetti "prosumer" del modello Web 2.0, non solo consumatori di contenuti ma produttori, e distributori, loro stessi (Mirrlees 2013, 234-238). La produzione secondaria da parte degli utenti basata su quanto hanno consumato, le opinioni che hanno sui contenuti primari e perfino i propri fatti di vita personali diventano essi stessi contenuti consumabili dall'audience digitale; la possibilità di contagio e convergenza valica i confini nazionali e si alimenta in un'interazione continua (Mirrlees 2013, 234-238). I conglomerati dei media sono parzialmente promotori e sostenitori di questo tipo di audience, in quanto, se adeguatamente controllata, può generare nuovi contenuti da mercificare, lavoro culturale gratuito, pubblicità che promuova un attaccamento positivo ai propri prodotti

⁸"When a text is exported into a different cultural environment composed of a different pool of cultural resources, it might not produce the expected interpretations" (Darling-Wolf in Mirrlees 2013, 234).

e grandi quantità di dati da sfruttare per le proprie strategie di produzione e marketing (Mirrlees 2013, 213-238). Certo, la loro capacità di riuscire a controllare quello che è un flusso naturale di informazioni, contagio e frizioni è da ridimensionare; mobilitare le opinioni del pubblico sui social si rivela difficile e imprevedibile, ancor di più quando si parla di una piattaforma come Netflix che, da un lato, non permette interattività e partecipazione al suo interno ma dipende da altre piattaforme social esterne, e, dall'altro, deve in una certa misura piegarsi alle opinioni del pubblico, in quanto è fondato su un sistema di profitto economico che dipende dalle iscrizioni alla piattaforma e non dal successo dei singoli contenuti (Jenner 2018, 221-225, Lotz 2022, 56-63).

Tutti e tre i segmenti di pubblico verranno studiati all'interno della cornice data da questi paradigmi, tenendo in considerazione quindi come il contesto culturale e l'identità del singolo spettatore che recepiscono gli adattamenti sono allo stesso tempo nazionali, transnazionali e transculturali. Considerare un pubblico transnazionale e transculturale⁹ significa valutare come

“What is theoretically innovative, and politically crucial is the need to think beyond narratives of originary and initial subjectivities and focus on those moments or processes that are produced in the articulation of cultural differences. These ‘in-between’ spaces provide the terrain for elaborating strategies of selfhood – singular or communal – that initiate new signs of identity, and innovative

⁹Nell'accezione per cui ci si riferisce alle diverse identità culturali tanto all'interno di un singolo contesto nazionale che attraverso più contesti nazionali (Jenner 2018, 250).

sites of collaboration, and contestation, in the act of defining society itself. (Bhaba 2004, 2)" (Jenner 2018, 249).

I singoli spettatori negoziano il proprio spazio e identità all'interno di quello digitale, finendo per comporre un'audience frammentata e in continua ridefinizione di sé nel confronto con gli altri partecipanti. In questo modo, le differenze di ricezione sulla base di appartenenza nazionale sono meno facili da identificare, seppur non scompaiano: gli stessi elementi comuni trasversalmente, che in questa tesi saranno presi come parametri di giudizio degli adattamenti, poi si configurano diversamente all'interno dei diversi segmenti di pubblico americano, italiano e giapponese (Jenner 2018, 241-259).

All'interno dei discorsi che influiscono su queste diverse configurazioni, sarà utile confrontarsi innanzitutto con quello della costruzione della 'fedeltà' come misura di valore di un adattamento e la sua influenza nei diversi contesti; se per chi produce l'adattamento la sua importanza è primariamente economica, per i fan, invece, dipende dal suo essere elemento necessario al fine di proteggere il legame con l'opera originale e la legittimità della propria identità, (Fennell, et al. 2012, Johnson 2007, Leitch 2007, Yamamura 2020).

In secondo luogo, all'interno di questa 'fedeltà', sarà importante la rappresentazione dell'immagine di 'Giappone' e dell'elemento razziale, che va contestualizzata all'interno del più ampio discorso di orientalismo e auto-orientalismo; da Said in avanti è stato osservato come possedere una determinata costruzione di un paese e della sua cultura, in questo caso il Giappone, come geografia e nazione immaginaria fissa, omogenea e demarcata, influenzi poi l'approccio con il paese concreto e le sue produzioni culturali. Si è già spiegato

come tale immagine non culturalmente marcata di 'Giappone' si sia diffusa, specialmente fra i fan internazionali, ed è ragionevole ipotizzare che essi, in quanto partecipanti attivi, l'abbiano fatta propria e rielaborata sulla base del proprio contesto socioculturale, nazionale e individuale. Essendo questo elemento diversamente connotato in base all'appartenenza nazionale, si prevede che la presenza di un discorso sociale, politico e culturale riguardo il problema della rappresentazione etnica e della discriminazione razziale presente negli USA, poco sviluppato in Italia e pressoché inesistente in Giappone, si rifletterà sulla percezione che i diversi segmenti di pubblico hanno della rappresentazione dei due elementi all'interno degli adattamenti.

In conclusione, l'analisi della ricezione da parte di questi tre segmenti di pubblico servirà per osservare nel concreto dei casi di studio quale rapporto si instauri fra Netflix, l'audience a cui si rivolge e i contenuti attraverso cui si intesse; all'interno di esso ci si concentrerà sul verificare come la specificità della contesto culturale locale e l'appartenenza al flusso transnazionale digitale si intreccino, e quali elementi rimangano culturalmente marcati rispetto a quelli che invece sono diventati 'formato' comune *cross-border*.

Metodologia

La ricerca utilizzerà un approccio multidisciplinare, inquadrando ciascun capitolo nel discorso accademico più appropriato.

Il primo capitolo si concentrerà sull'analisi del funzionamento di Netflix.

Innanzitutto, si tenterà di dare una descrizione della sua natura ibrida e del suo funzionamento attraverso un confronto con la televisione tradizionale, da un lato, e con le piattaforme digitali dall'altro, secondo il modello presentato da Jenner (2018), Lobato (2019) e Lotz (2022) per l'analisi di quelle che sono le TNMC. Quindi verrà dedicata una sezione alle caratteristiche di Netflix che lo contraddistinguono dalle altre piattaforme SVOD, ovvero la strategia dei contenuti e il *recommendation algorithm*. Per quanto riguarda il primo, si presterà attenzione alla concezione di "quality TV" e alla differenza che vi è fra i contenuti acquistati su licenza e quelli originali, facendo riferimento a Jenner (2018) e Zundel (2019); riguardo l'algoritmo invece, partendo da come raccoglie i dati, si ragionerà su come viene personalizzata l'offerta dei contenuti rispetto al concetto di "user specificity" (Burroughs 2019), sull'importanza dei "taste clusters" e su quale forma di controllo Netflix conceda ai propri utenti, in riferimento all'analisi di Elkins (2019), Lotz (2022), Markham, Stavrova e Schluter (2019) e Neta (2018). Questi sono i fattori che stanno poi alla base della creazione della *Netflix audience* come transnazionale e frammentata. Verrà anche speso un paragrafo per riflettere su come questa modalità di offrire i propri contenuti permetta a Netflix di esercitare potere culturale sul proprio pubblico e con quali conseguenze, utilizzando l'esempio del problema dei *racial bias*, sollevato da Joyner (2016), in rapporto al concetto di "filter bubble paradox" in Neta (2018).

Nella seconda metà del primo capitolo verrà studiato Netflix all'interno del flusso transnazionale e, nello specifico, all'interno del

Giappone. Si inizierà contestualizzando Netflix in quello che è il dibattito fra “*cultural imperialism*” e “*transnationalism*” al fine di far emergere a quale paradigma le sue strategie si conformino e come, unendo i diversi studi di Darling-Wolf (2022), Iwabuchi (2002, 2015, 2022), Jenner (2018), Lobato (2019) e Lotz (2022); quindi si procederà con un’analisi di come si rapporta con i governi dei paesi in cui opera, secondo le analisi di Lobato (2019), e di come si inserisce all’interno del mercato delle industrie di produzione e distribuzione di contenuti locali, ponendo l’attenzione su quali siano i fattori d’influenza per accattivarsi le audience locali, come i *taste clusters*, la *sensibility* e la *geographical proximity*, coerentemente con gli studi di Jenner (2019) e Lotz (2022). Seguendo le loro analisi, si ragionerà su come il catalogo transnazionale dipenda dalle operazioni di glocalizzazione e se ne descriverà la “*grammar of transnationalism*” (Jenner 2018, 225), dedicando una riflessione agli elementi dove emerge ancora il retaggio dell’imperialismo culturale ‘occidentale’. Data questa cornice generale, si guarderà al caso specifico di Netflix in Giappone. In riferimento a Fung e Chik (2022) e Lobato (2019), si illustrerà innanzitutto perché e come Netflix abbia deciso di lanciare la propria paittaforma in Giappone e con quali difficoltà; per capire come si sia arrivati ad una collaborazione con le industrie locali, sarà quindi necessario descrivere la situazione del mercato delle industrie di produzione e distribuzione di contenuti in Giappone e di quella che è stata rinominata “*soft power competition*” (Chua in Iwabuchi 2022, 112) in Asia, a partire dal caso della Repubblica della Corea del Sud e dell’influenza che il successo della *Korean Wave* ha avuto sul Giappone (Fung e Chik 2022, Y. Kim 2022). A questo seguirà una breve

panoramica sull'industria dei prodotti culturali in Giappone dagli anni '90 a oggi, in rapporto ai discorsi di una possibile *japanization* e di quale tipo di potere culturale abbiano effettivamente i prodotti giapponesi all'interno del contesto transnazionale, dividendo fra quella che è popolarità tra i consumatori e potere economico, e potere culturale e soft power, legato al governo, in relazione al concetto di prodotti *mukokuseki* di Iwabuchi (2002). In questo modo, sarà possibile comprendere perché Netflix abbia un interesse nel mercato giapponese e, a loro volta, perché le industrie giapponesi si siano rese disponibili alla collaborazione.

Nel secondo capitolo ci si dedicherà all'analisi dei casi di studio di *Death Note* (2017) e *BLEACH* (2018).

Nella prima sezione si introdurranno le opere originali su cui sono basati gli adattamenti, i manga originali *Death Note* (2003-2006) di Ōba Tsugumi e Obata Takeshi e *BLEACH* (2001-2016) di Kubo Tite, e una riflessione attorno alla pratica dell'*anime media mix*. A partire dalla sua definizione e funzionamento in riferimento agli studi di Kopirōwa (2015) e Steinberg (2012), si ragionerà riguardo al ruolo al suo interno dei *live-action* prodotti in Giappone (Harata 2021, Hyakusoku 2016) e agli elementi fondativi che lo caratterizzano; per questo, si attuerà un paragone con gli adattamenti 2.5D come studiati da Sugawa-Shimada (2016) e Yoshioka (2018), che identificano come elementi caratterizzanti la centralità dei personaggi, in qualità di collante dell'universo narrativo frammentato in diversi media, e le relazioni parasociali che si formano tra fan e personaggi.

Presentata la cornice descritta, si guarderà allora agli *anime media mix* nati in Giappone attorno alle opere sorgente e si proporrà una riflessione riguardo la possibilità di includere nella categoria gli adattamenti di Netflix.

La terza sezione sarà dedicata al lavoro di analisi vero e proprio. I due adattamenti saranno studiati come opere di “palinsesto”, secondo la definizione di Hutcheon (2011), e inserite nella categoria di “*postliterary adaptations*” di Leitch (2007), tenendo in considerazione che i casi presi in esame presentano entrambi anche un cambiamento di medium, da uno mostrativo-fittizio a uno mostrativo-realistico. In un confronto parallelo verranno analizzati a partire da tre dimensioni, di cui si osserverà quali dei processi di adattamento, elencati da Genette (1997) e Hutcheon (2011) nei rispettivi studi, siano stati applicati e come.

La prima dimensione sarà quella del setting, di cui si studierà come sia stata modificata la cornice storico-temporale, che Genette (1997) chiama “diegesi” (355), dei rispettivi mondi narrativi dall’opera sorgente all’adattamento, in rapporto al contesto culturale e storico-geografico reale al cui interno viene inserita: per *Death Note* (2017) si porrà l’attenzione sulle operazioni di prossimizzazione culturale e le relative problematiche che ne conseguono, mentre per *BLEACH* (2018) si rifletterà sulla possibilità di realismo tra il mondo ‘giapponese’ dell’opera sorgente e il Giappone reale.

La seconda dimensione sarà quella dei personaggi, la cui importanza focale all’interno dell’*anime media mix*, in virtù dell’influenza che ha sui rapporti parasociali che legano i fan all’universo narrativo, verrà

spiegata nel dettaglio sulla base della teoria dei personaggi presentata in Harata (2021), che divide il personaggio in personaggio diegetico e performativo; a questo si legherà una riflessione sull'importanza della rappresentazione razziale e di come essa implichi il confronto con le problematiche di *white-washing* e *cross-racial performance* (Choo 2020). In *Death Note* (2017) ci si focalizzerà sulle operazioni che hanno condotto allo stravolgimento tanto della dimensione del personaggio diegetico quanto di quella del personaggio performativo; in *BLEACH* (2018), invece, si osserverà come sia stato messo in pratica il tentativo di imitare quanto più possibile la sorgente e rendere i personaggi bidimensionali tridimensionali.

La terza sarà quella della trama. Considerando che nell'operazione di adattamento condotta in entrambi casi si è resa necessaria quella che è una "sottrazione", ovvero un accorciamento e riassunto delle vicende per farle rientrare all'interno del tempo a disposizione, si verificherà se i due adattamenti finali si siano configurati come "perdita" o come "sintesi". Per far questo, si osserveranno le operazioni applicate sulla trama, conseguenza necessaria di quelle operate sulle due dimensioni precedenti: in *Death Note* (2017) verrà posto il focus sul cambiamento delle tematiche e dei valori contenuti nella storia, mentre in *BLEACH* (2018) sui processi di rifocalizzazione per tentare di riproporre quanto contenuto nella sorgente.

Si concluderà quindi il capitolo con una valutazione conclusiva su come sia possibile definire i due adattamenti sulla base dei dati raccolti dall'analisi e su come si inseriscano all'interno della strategia di Netflix, in relazione a quanto visto nel primo capitolo sulla creazione di contenuti transnazionali.

Il terzo ed ultimo capitolo si baserà sull'analisi della ricezione degli adattamenti.

Nella prima sezione verranno introdotti e contestualizzati i tre diversi segmenti di pubblico, la critica (qui intesa come *press review*), la *Netflix audience*, e il *fandom*, e per ciascuno verranno analizzati commenti e recensioni indicative di come abbiano recepito l'opera; si procederà con lo studio in modo parallelo, ponendo il focus sugli elementi comuni e osservando le differenze tra il pubblico americano-anglofono, quello giapponese e quello italiano. Tutti e tre i segmenti verranno considerati come partecipanti attivi all'interno della costruzione del significato e del valore dei contenuti secondo i paradigmi, visti in Jenner (2018) e Mirrlees (2013), della nuova *media audience* in contesto transnazionale.

Per quanto riguarda la critica, verrà scelto di considerarla secondo la definizione data da Gray (2011), che le attribuisce il ruolo di mediatore fra chi crea e produce il contenuto e chi lo consuma; è quindi parte integrante del processo invisibile di *meaning-making* quanto in cooperazione sia con l'industria sia con il pubblico nel guidarne il processo di decodifica. I dati verranno raccolti a partire dalle recensioni lasciate sui siti aggregatori globali anglofoni¹⁰ di Rotten

¹⁰Per "anglofoni" si fa qui riferimento all'uso da parte degli utenti della lingua inglese come lingua franca, e non al presupposto che gli utenti siano di lingua madre inglese; questo rende difficile l'identificazione dell'origine nazionale di chi scrive; nonostante questo, si può notare al meno per quanto riguarda una predominanza della presenza americana critica, grazie alle specifiche dei media per cui lavorano.

Tomatoes, metacritic e IMDb, e dagli articoli su blog e siti specializzati per quelle della critica giapponese e italiana.

Nella sezione dedicata alla *Netflix audience* verrà innanzitutto ripresa la sua formazione e costruzione come audience transnazionale frammentata, sulla base dell'analisi condotta nel primo capitolo, ponendo l'attenzione su quali micro-segmenti di pubblico, sia in termini di *taste communities* che su base identitaria, possano essere stati indirizzati a vedere i due adattamenti. Per giudicarne la ricezione, si utilizzeranno le votazioni complessive, calcolate sulla media dei voti lasciati dagli utenti e riportate su diversi siti aggregatori, globali, giapponesi e italiani.

La parte dedicata al fandom si aprirà con una descrizione della sua costruzione come gruppo eterogeneo transnazionale e transculturale di individui in rapporto con un'opera o un universo narrativo, in continua ridefinizione attraverso processi di cooperazione e frizione (Annet 2014, Lamerichs 2013); verrà data rilevanza al ruolo della legittimazione identitaria e dei rapporti affettivi all'interno nella costituzione di tale rapporto (Busse 2013, Stanfill 2019, Stein 2011, Yamamura 2020). A questo si verrà collegato il problema del rapporto ambiguo di conflitto e cooperazione che si instaura tra i fan e l'industria di contenuti, come mostrato da Johnson (2007) e Morimoto e Chin (2017), elemento necessario per comprendere la decisione di produrre adattamenti da parte di Netflix. Per quanto riguarda l'analisi delle recensioni dei fan, si utilizzeranno quelle ricavate dai siti anglofoni di Rotten Tomatoes, metacritic e IMDb per il pubblico americano, quelli su Eiga.com e Filmmarks per il pubblico giapponese, e per il pubblico italiano si utilizzeranno i commenti lasciati a due

video Youtube, critico-parodici, nel caso di *Death Note* (2017) e di blog amatoriali in quello di *BLEACH* (2018).

Nella seconda sezione del capitolo si offriranno delle riflessioni riguardo i tre parametri di giudizio emersi dall'analisi, la 'fedeltà' alla sorgente, l'immagine di 'Giappone', e l'elemento razziale, in relazione all'analisi condotta fino a quel punto nella tesi. Nel procedere si presterà attenzione a distinguere le differenze tra i tre pubblici nazionalmente connotati e fra i tre diversi segmenti. Lo scopo sarà quindi osservare come siano accolte la strategia di Netflix in termini di contenuti e le diverse scelte nell'operazione adattamento da parte dell'audience e in virtù di quali elementi.

La tesi si concluderà quindi con un'ultima sezione dedicata ad una panoramica delle produzioni successive e future di Netflix, in termini di adattamenti basati su opere giapponesi, per vedere che influenza abbiano avuto *Death Note* (2017) e *BLEACH* (2018) sulla sua strategia dei contenuti. Grazie a Brand24, uno strumento di monitoraggio e analisi dei media, si sono, infatti, potuti raccogliere dati, tra il 28 novembre e il 28 dicembre 2022, dai diversi social sull'opinione del pubblico per osservare come si sia evoluta la considerazione dei due adattamenti.

Limiti e aspettative

Sebbene non voglia ritenersi una spiegazione esaustiva della complessità della strategia dei contenuti di Netflix e degli effetti che ha culturalmente su quello che è il pubblico transnazionale e

transculturale delle piattaforme SVOD, ci si aspetta che l'analisi compiuta possa offrire un buon modello di analisi. Lo studio si pone come obiettivo innanzitutto di verificare, attraverso i casi presi in esame, che ruolo giochi Netflix all'interno del flusso transnazionale di contenuti dominato dalle nuove TNMC, in rapporto alle industrie di produzione e distribuzione di contenuti locali all'interno dei paesi in cui opera e in termini di influenza e potere culturali. Si prevede quindi di scoprire un modello di interazione che differisca da quello presentato all'interno del discorso dell'imperialismo culturale, dove i processi di glocalizzazione e di collaborazione con le industrie giapponesi, partner attivo e in grado di ricavare profitti dalla cooperazione, si rivelino fondamentali per il successo delle sue strategie; ci si aspetta quindi di trovare un nuovo assetto degli equilibri di mercato, politici e culturali che, sebbene non inverte quella che è ancora l'organizzazione globale eredità dell'imperialismo 'occidentale', si mostri più flessibile, dinamico ed eterogeneo, dove gli USA non sono più il centro di potere assoluto.

Si prevede che i due adattamenti rifletteranno questo cambiamento: da una parte *Death Note* (2017), sottoposto a dei processi di adattamento che rispecchiano il tentativo di globalizzazione come omogeneizzazione di stampo americano, e dall'altra *BLEACH* (2018), il cui adattamento è stato prodotto perché fosse un contenuto transnazionale sulla base di un processo di glocalizzazione come valorizzazione della specificità culturale locale all'interno di formati globali.

Il risultato dell'analisi della ricezione da parte del pubblico si ipotizza che dimostrerà una tendenza negativa nei confronti di *Death Note*

(2017) e positiva in quelli di *BLEACH* (2018), riflettendo, da una parte, come il contesto socioculturale e digitale, all'interno di cui è inserita l'audience, sia costruito dall'interazione e intersecazione delle tre dimensioni, quella locale, quella transnazionale e quella transculturale; dall'altra, la necessità per Netflix, e le altre piattaforme SVOD, di rispettare le nuove dinamiche culturali che costituiscono il flusso transnazionale qualora vogliano produrre un contenuto di successo. All'interno però dei parametri di giudizio estrapolati dalle recensioni, ci si aspetta di riconoscere discorsi che comprovino l'influenza culturale dei prodotti giapponesi e la prova di come la produzione e consumo di contenuti transculturali, e uno spazio digitale *cross-border* non portino necessariamente ad un vero scambio culturale, o alla decostruzione di immagini nazionali stereotipate in virtù di una concezione eterogenea, dinamica e flessibile delle culture 'altre'. Da questo, tanto in positivo quanto in negativo, ne consegue il ridimensionamento del potere culturale attribuito a Netflix e i suoi contenuti, specialmente in termini di 'americanizzazione'.

Per quanto riguarda i limiti della ricerca, bisognerà tenere presente innanzitutto come le piattaforme SVOD quali Netflix siano in continua, rapida evoluzione, specialmente tecnologica, e per questo motivo gli studi di riferimento rischiano di contenere dati o osservazioni già superate. Questo è amplificato da come Netflix protegga e non divulghi i propri dati, oltre al fatto che, operando in così tanti paesi, sarebbe impossibile pretendere di poter dare un'analisi dettagliata e onnicomprensiva del suo funzionamento; in special modo dato che si sono esclusi gli aspetti tecnologici e digitali dallo studio. L'analisi qui proposta cerca di spiegare, per quanto

possibile, la sua attività in Giappone, non avendo la presunzione di affermare che quanto scoperto sia applicabile alle sue operazioni in altri paesi; anzi, il suo essere “multinazionale” deriva proprio da come si integra e localizza diversamente in ciascun paese. La struttura del mercato dei contenuti in Giappone e il tipo di prodotti culturali giapponesi che già circolano ha sicuramente un impatto specifico su Netflix e il suo processo di glocalizzazione, diversificandolo da quello messo in atto in altri paesi. Tuttavia, si è provato a descrivere a livello generale le dinamiche alla base di questi processi che poi si configurano in base al paese target. Inoltre, si è evitato di scendere nei dettagli dell’aspetto economico, rimanendo invece concentrati sugli aspetti politici, di strutturazione del mercato e culturali; nonostante questo, non è mai da dimenticare che il profitto è alla radice di tutte le scelte di Netflix e anche l’influenza che il pubblico ha nei suoi confronti deriva dal suo essere fonte di guadagni, per cui le sue richieste sono prese in considerazione a partire da un potenziale profitto economico.

In secondo luogo, è bene considerare che i due casi di studio sono stati analizzati solamente come “adattamenti”, ma in realtà l’insieme di fattori che portano all’apprezzamento, o meno, di un’opera da parte dell’audience è molto più ampio e complesso, includendo elementi dovuti, ad esempio, alla loro natura di opera cinematografica. Lo studio dei *live-action* giapponesi è rimasto finora ai margini del discorso dell’*anime media mix*, dando la priorità ad altri fenomeni come quello degli anime e adattamenti 2.5D, che sono stati utilizzati come paragone ma non si possono assimilare ad un unico fenomeno; per questo motivo non si ha la pretesa di affermare che gli elementi

individuati siano gli unici a influenzare il rapporto tra *live-action* e fan, quanto che sono stati identificati, tramite il confronto con diversi studi accademici e attraverso l'analisi dalle recensioni stesse, come i più indicativi ai fini della tesi.

Infine, per quanto riguarda il capitolo sulla ricezione, bisogna considerare che non è stato possibile condurre un'analisi quantitativa, dato l'ampio numero di recensioni e l'incongruenza delle fonti, e ci si è limitati ad una qualitativa; inoltre, non si è potuto tener conto nell'analisi dei fattori di identità personale degli utenti, come il genere o l'età che sicuramente hanno un'influenza sui loro giudizi, e trarne conclusioni a riguardo, poiché non c'è modo di ricavare tali informazioni da account virtuali senza contattare direttamente i proprietari. La divisione stessa del pubblico per appartenenza nazionale è da considerarsi con cautela: si parlerà di pubblico anglofono-americano ma sulla base di dati tratti da siti globali anglofoni, dove l'inglese è la lingua franca e non sta ad indicare la nazionalità statunitense.

1. Il mondo di Netflix

In questo capitolo si andrà innanzitutto a descrivere la natura ibrida e il funzionamento della piattaforma di Netflix come SVOD, a confronto con quella che era la televisione tradizionale. Quindi si vedranno i due elementi che la contraddistinguono dalle altre piattaforme SVOD, ovvero la strategia dei contenuti e il *recommendation algorithm*, ponendo una particolare attenzione alle conseguenze che hanno sugli utenti in termini di libertà e controllo. Nella terza sezione, invece, si cercheranno di identificare le sue operazioni e i suoi meccanismi in azione all'interno del panorama transnazionale, per studiare come si configura rispetto al paradigma che lo vede promotore di imperialismo culturale. Infine, si guarderà alla sua strategia in Giappone e al rapporto specifico con le industrie di produzione e distribuzione di contenuti giapponesi, opportunamente contestualizzate nel mercato asiatico e transnazionale.

1.1 Dai DVD a Internet: Piattaforma ibrida

1997. Reed Hastings e Marc Randolph hanno un'idea: noleggiare DVD per posta. Per testarla, decidono di inviare un DVD al proprio indirizzo. Il DVD arriva intatto: da qui nasce l'idea alla base di Netflix (Netflix s.d.).

Così Netflix descrive la sua stessa nascita, spesso aggiungendo come fosse stata una multa per ritardo nel restituire un DVD presso Blockbuster ad accendere la lampadina nelle teste dei due fondatori;

quello che Randolph stesso chiama un “racconto conveniente” per accattivarsi il pubblico nel suo dialogo con Gina Keating (Keating 2013, 17). Da compagnia di noleggio di DVD, Netflix si è evoluto velocemente e in maniera imprevedibile fino a diventare al giorno d’oggi uno dei più grandi competitor su scala globale all’interno del mercato dei servizi di distribuzione di video online (SVOD). Nel 2007 ha introdotto per la prima volta il suo servizio di streaming; nel 2010 ha soppiantato Blockbuster, caduto in bancarotta, e iniziato a testare i propri servizi in Canada ed America Latina. Dal 2013 ha iniziato a espandersi in Europa e produrre contenuti originali; nel 2015, partendo dal Giappone e dall’Australia, si è lanciato nei mercati terziari rimasti fino a quel momento ignorati (Lobato 2019, 12-13): nel 2017 è diventato accessibile in 190 paesi e contava 100 milioni di iscritti (Jenner 2018, 141). Secondo Statista, nel 2021 gli iscritti paganti sono arrivati a 214 milioni e continuano a crescere¹ (Stoll 2022). Seppur questo non significhi che abbia la stessa influenza in ciascun paese in cui è accessibile, non si può non considerare Netflix una compagnia ad impatto globale. Diversi studi hanno dovuto riconoscere come Netflix sia andato a rivoluzionare il concetto stesso di televisione e di audience, e a cambiare il rapporto che si intesse fra piattaforma, pubblico e contenuti (Jenner 2018, Lotz 2022). Per questo motivo, prima di analizzare gli adattamenti presi in esame è necessario comprendere il funzionamento di Netflix.

¹Il numero di iscritti in realtà non coincide con gli spettatori effettivi ma è inferiore, in quanto il singolo abbonamento può essere condiviso con più persone.

In primo luogo, è utile inquadrare adeguatamente Netflix, ovvero rispondere alla domanda: “Cos’è Netflix?”. Lobato in *Netflix Nations* (2019), parte dall’individuare come possa essere definito e in base a questo quali approcci possano essere usati per studiarlo, guardando ai diversi elementi che lo compongono nel suo insieme:

- A video platform,
- A distributor,
- A television network,
- A global media corporation,
- A technology company,
- A software system,
- A big-data business,
- A cultural gate-keeper,
- A lifestyle brand,
- A mode of spectatorship, or
- A ritual (Lobato 2019, 21).

A queste etichette vanno aggiunte quelle di Netflix come casa di produzione e come “transnational broadcaster” (Jenner 2018, 185) o “US-based transnational media corporation” (Mirrlees 2013, 90), nonché la definizione che lui stesso dà di sé come “global internet TV network” (Lobato 2019, 22). In questa tesi verranno tralasciati gli aspetti tecnici e l’analisi di Netflix come compagnia di tecnologia, sistema di software e azienda di grandi dati; verrà inclusa una sezione dedicata all’algoritmo di Netflix, non per il suo funzionamento quanto

per il suo utilizzo e l'uso che fa dei dati raccolti nel pensare le proprie strategie di produzione e distribuzione.

La risposta, quindi, alla domanda su cosa sia Netflix si rivela complessa, in quanto include in sé elementi e definizioni che apparentemente potrebbero entrare in conflitto. Inizialmente, lo studio in ambito culturale di Netflix si era sviluppato principalmente all'interno dei *television studies*, nel tentativo di capire se fosse effettivamente ancora televisione o meno, riscontrando però ostacoli evidenti a causa della natura complessa che si è descritta sopra. Jenner a riguardo interviene per uscire da questo dibattito binario, sottolineando come in realtà la categoria di "televisione" stessa sia frutto di molteplici rinegoziazioni fin dalla sua nascita, a partire dal mutare e rinnovarsi di pratiche sociali e culturali e, soprattutto, dall'introduzione continua di innovazioni tecnologiche (Jenner 2018, 7); per cui, Netflix è e può essere definito come televisione nei limiti entro cui si è disposti a rinegoziarne la categoria in maniera flessibile per accomodare le sue specificità. Lobato (2019) invece sposta l'attenzione da questo discorso, in virtù della sovrapposizione della definizione di "televisione" con quella di "*broadcast television*" (televisione tradizionale), intesa come quella trasmessa dalle emittenti nazionali, e propone invece di integrare diverse prospettive che rispettino meglio la natura molteplice di Netflix. Questo è un approccio utile soprattutto nel considerare che Netflix si inserisce all'interno dell'epoca contemporanea della *media convergence*, l'era iniziata con l'arrivo di Internet dove

new textual practices, branding and marketing strategies, industrial arrangements, technological synergies, and audience behaviors

(are) enabled and propelled by the emergence of digital media
(Kackman, et al. 2010, 4).

I contenuti varcano i confini dei singoli media, influenzandosi gli uni gli altri, e questo flusso viene condizionato tanto dalle collaborazioni fra diverse industrie di media quanto dal comportamento di spettatori disposti a migrare tra piattaforme, media e perfino culture diverse per trovare contenuti soddisfacenti (Jenkins in Jenner 2018, 224). Per questo motivo non si può analizzare Netflix basandosi solamente sui *television studies*, ma è utile integrarvi, in primis, la prospettiva che lo considera come un media digitale, una piattaforma internet, con “piattaforma” definibile in termini generali come “large-scale online system(s) premised on user interaction and user-generated content” (Lobato 2019, 36). Questo perché Netflix è, nei fatti, una piattaforma ibrida che costringe quanti si avvicinano al suo studio a decostruire le categorie precedenti e definirne di nuove in grado di accomodare quello che Lobato definisce “a hybrid Tv-cinema-digital media distribution system with a unique set of experiential and aesthetic connections to the older media” (2019, 44). Vi sono infatti elementi specifici che denotano in maniera chiara l’ibridismo di Netflix.

Il primo fattore è quello della linearità. La televisione tradizionale è caratterizzata da una programmazione lineare, ovvero scandita secondo una successione temporale ripetitiva e determinata a priori dall’emittente, sincronizzata a livello nazionale, dove lo spettatore si adegua e cambia le proprie pratiche di visione in base alla programmazione; ha la possibilità di cambiare canale alla ricerca di un programma che lo soddisfi, ma non può influenzare in alcun modo la programmazione stessa. Già con l’introduzione di registratori,

videocassette e DVD era stata introdotta una prima dimensione di non-linearità, ampliata poi dall'introduzione dei servizi di Pay-TV dove lo spettatore può scegliere di rivedere le produzioni secondo i propri tempi (Jenner 2018, 91-95); con Netflix però si assiste a un vero e proprio decostruzione della linearità. La programmazione è sostituita dalla *library* (catalogo). La piattaforma non solo permette di mettere in pausa, mandare avanti o indietro e rivedere quante volte si vuole una determinata produzione, ma dà completo e illimitato accesso all'intero catalogo in ogni momento, senza l'interferenza di alcuna pubblicità o limitazioni; questa assoluta non-linearità è ben visibile nelle serie Netflix, i cui episodi sono resi accessibili tutti assieme il giorno del lancio della serie, così che lo spettatore possa vederne uno alla volta a distanza di quanto tempo preferisce oppure uno dopo l'altro in una sessione di *binge-watching*², a sua discrezione (Jenner 2018). L'unico accenno di programmazione rimasto è quello del lancio di nuove produzioni, sia cinematografiche che seriali, che però non è regolata a livello nazionale ma per cui viene decisa una sola data unica per tutti; si parla quindi di programmazione globale. Questo è sicuramente un aspetto che allinea Netflix con gli altri SVOD e lo distanzia invece dalla televisione tradizionale. Il motivo per cui è un fattore da non trascurare nell'analisi è che la programmazione, nel senso di come vengono proposti e offerte le produzioni agli spettatori, influisce sulle pratiche di visione e consumo che vanno a crearsi, e quindi sul rapporto d'influenza reciproca fra Netflix e i suoi utenti.

²Una forma di fruizione 'inventata' da Netflix stesso che è andata a modificare e rivoluzionare il modo stesso di pensare al formato della serie televisiva (Jenner 2018).

Il secondo elemento è quello dei contenuti. La televisione tradizionale racchiude in sé una varietà di programmi, tra cui sport e notiziari, che Netflix invece esclude dal proprio catalogo, concentrandosi solamente su forme d'intrattenimento che vanno da documentari e reality show a serie e film. Non è un caso che proprio questi due tipi di programmi, che tendono ad avere un forte connotato nazionale, vengano esclusi dal catalogo di Netflix, che si allontana non solo dai programmi di news nazionali, inclusi quelli statunitensi, ma anche da quelli sovranazionali (Jenner 2018, 206). In aggiunta, non ha alcun legame con canali televisivi preesistenti, come invece la BBC o HBO, o con altri conglomerati che dominano le industrie televisive internazionali (Jenner 2018, 205); al contrario, segue una propria agenda indipendente. Questo non significa che Netflix sia una corporazione isolata al di sopra di qualunque nazione ed esterna alle dinamiche del mercato dell'industria dell'intrattenimento, sia internazionali che nazionali, come verrà approfondito nella sezione 1.3. Qui però si vuole sottolineare come ancora una volta prenda la distanza dalla tradizione della *broadcast television*; ne è una prova concreta anche solo l'interfaccia proposta agli utenti della piattaforma, che richiama il catalogo di una biblioteca o una rassegna di poster esposti al cinema piuttosto che, ad esempio, la rassegna di canali e programmi offerta da un servizio di televisione satellitare come Sky.

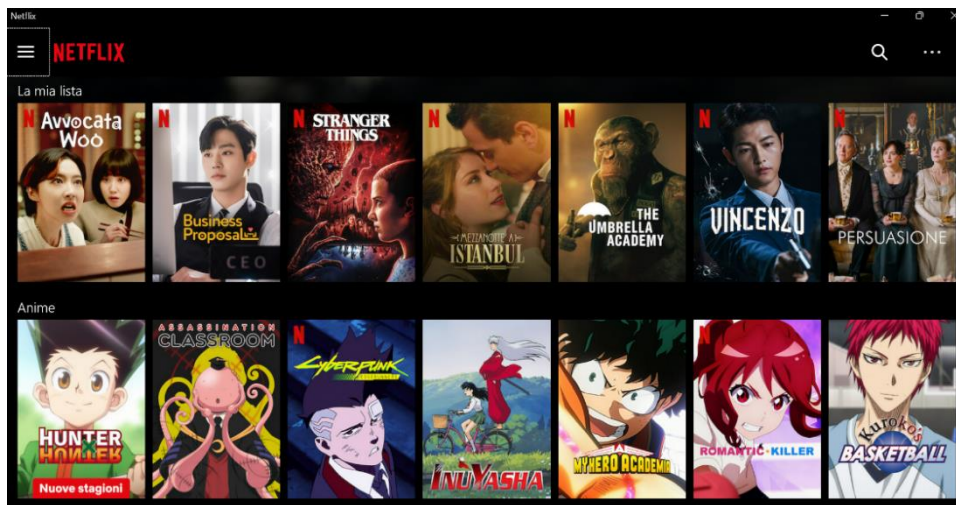


Figura 1-1 Interfaccia dell'app di Netflix per Windows

Dall'altro lato, come si è già anticipato, Netflix non è nemmeno categorizzabile solo come piattaforma digitale. Per la definizione data da Lobato (2019), le due caratteristiche necessarie perché una piattaforma sia tale sono la "user interaction" e lo "user-generated content" (Lobato 2019, 36). Per quanto riguarda l'elemento dell'interattività, è vero che Netflix garantisce allo spettatore un grado di interazione molto alto rispetto a quello della televisione: non solo in termini di accessibilità al catalogo e di manipolazione del contenuto al momento della visione, ma il catalogo stesso di Netflix, come verrà approfondito successivamente, muta e si corregge in base all'utilizzo che ne fa l'utente; seppur indirettamente, dato che è il risultato di un algoritmo, sono le azioni e le scelte dello spettatore che modificano quali contenuti e come vengono presentati nel catalogo, un elemento tipico delle piattaforme digitali. D'altra parte, però, Netflix non consente di creare o caricare sulla propria piattaforma alcun tipo di *user-generated content*, né di commentare, scrivere post o recensioni pubbliche, né di interagire con altri *user* come invece è possibile su

Youtube, per esempio (Jenner 2018, 245-249); questo significa che l'interazione fra gli *user* di Netflix avviene su altre piattaforme digitali, in particolare social come Twitter.

Alla luce di questi elementi, risulta più evidente perché sia difficile categorizzare Netflix, un'entità ibrida, e sia invece più utile riorganizzare le proprie categorie per analizzarlo in un quadro nuovo e adeguato; anche perché proprio l'ibridismo di Netflix è in realtà un fattore cardine della sua espansione internazionale nel momento in cui deve negoziare con le regolamentazioni dei singoli stati a livello nazionale. Non bisogna pensare però che in quanto descritto finora Netflix sia un caso isolato ma, al contrario, è un'esemplare coerente dell'evoluzione tecnologica dei media con la creazione dei servizi *Over-the-top* (OTT)³, che ha dato vita a una nuova forma di SVOD o TNMCs (a seconda di quale aspetto si voglia sottolineare), accompagnato da altre piattaforme quali Amazon Prime o Disney+. Il passo successivo è allora identificare quali elementi invece lo distinguono all'interno di questa nuova categoria e lo rendono una potenza monopolizzante temibile per i competitor.

1.2 Cosa rende Netflix "Netflix"?

"There are 33 million different versions of Netflix" (Joris Evers, Netflix's Director of Global Corporate Communications, in Carr 2013).

³La categoria generale delle compagnie che forniscono attraverso Internet contenuti, servizi e applicazioni che scavalcano i canali di distribuzione tradizionali.

Fino ad ora si sono introdotti gli elementi di ibridismo di Netflix per dare un quadro delle caratteristiche che contraddistinguono le nuove piattaforme di distribuzione di video online all'interno della più ampia categoria dei media. Qui, si vogliono identificare gli elementi specifici che lo hanno reso un caso di studio controverso e dibattuto: la sua strategia di contenuti originali e l'algoritmo alla base del catalogo.

Per quanto riguarda i contenuti di Netflix, di cui si sono già delineati i generi inclusi, si può operare un'ulteriore suddivisione fra i contenuti su licenza e i contenuti originali. Inizialmente, data la sua creazione come compagnia di noleggio DVD e poi distributore streaming, il catalogo comprendeva solamente contenuti su licenza; al giorno d'oggi, questi occupano ancora la maggior parte del catalogo, garantendo due vantaggi principali: da una parte la quantità, rendendo Netflix un "content provider to the masses" (Zundel 2019, 15) che per il volume di contenuti riesce a conquistarsi una grande moltitudine disparata di segmenti di pubblico, come promuovendo l'idea che con così tanti programmi disponibili sia impossibile che uno spettatore non trovi assolutamente nulla da voler guardare; dall'altra, delle entrate stabili a basso costo che garantiscono i fondi da investire poi nelle produzioni originali. Evidentemente però questo non basterebbe a Netflix per distinguersi fra le altre piattaforme SVOD, soprattutto data la crescente difficoltà nell'acquistare i diritti esclusivi dei contenuti a seguito del passaggio di diverse case di produzione a distributori *direct-to-costumer*, come Disney+, e i problemi legali legati ai diritti nei diversi paesi.

Per questo motivo, Netflix ha iniziato a investire un capitale sempre maggiore nei Netflix Originals, brandizzati come “quality TV” che non è ritrovabile su nessun’altra piattaforma ma accessibile globalmente solo su Netflix, costruendo così un pubblico fedele che rimane proprio in virtù di questi contenuti (Zundel 2019). Il fatto che Netflix sottolinei la qualità delle proprie produzioni non va fraintesa con una proclamazione di fedeltà all’originalità artistica o con il desiderio di soddisfare la critica artistica ed accademica (nonostante vi siano produzioni pluripremiate e film che sono stati candidati a festival cinematografici come quello di Cannes⁴): Netflix rimane una corporazione con l’obiettivo primario implicito di massimizzare i profitti (Mirrlees 2013). Per cui, *quality-TV* significa innanzitutto “soddisfacente per il pubblico”, o più semplicemente “popolare”, e più la sua audience si amplia e diversifica, più i contenuti dovranno essere eterogenei (per genere, target, formato...) per soddisfarla (Jenner 2018, 139-140). Per questo motivo sarà utile tentare di identificare quali segmenti di pubblico Netflix avrebbe voluto soddisfare con gli adattamenti presi in esame. Ampere ha stimato che nel 2019 Netflix abbia investito 2,8 miliardi USD in produzioni originali, il cui 30% erano internazionali e non statunitensi, facendo emergere lo spostamento del focus dal proprio pubblico nazionale a quello transnazionale (Ampere 2020); nel 2020, delle 306 commissioni e co-commissioni originali, 177 venivano da altri 27 paesi diversi dagli USA, ovvero circa il 58% (Lotz 2021).

⁴Come *Okja* diretto da Bong Joon Ho e presentato a Cannes nel 2017.

L'etichetta di "Netflix Originals" viene utilizzata liberamente dalla compagnia tanto per le produzioni interne a Netflix USA quanto per commissioni e co-commissioni prodotte da altre case di produzione, incluse quelle straniere, e ancora per produzioni di cui ha acquistato tutti i diritti. *Death Note* (2017) e *BLEACH* (2018), sono esempio di questa ambiguità: il primo è stato acquistato da Netflix nelle fasi iniziali di produzione dalla Warner Bros e del secondo invece, solo a fine produzione, sono stati acquistati i diritti per la distribuzione globale dalla Warner Bros, che però ha mantenuto i diritti di distribuzione diretta in Giappone; entrambi hanno l'etichetta di "N Film", ovvero film originali Netflix.

Come sono presentati questi contenuti agli spettatori? È proprio nel catalogo⁵, infatti, che risiede la caratteristica distintiva, nonché quella più vantata da Netflix stesso: il "*recommendation algorithm*" che garantisce un alto livello di "*user-specificity*" (Burroughs 2019). L'intelligenza artificiale dietro l'algoritmo avrebbe la capacità di estrapolare i dati di comportamento e preferenza dell'utente e presentare un catalogo con opzioni che rispondano ai gusti e alle preferenze che ipotizza esso abbia. Ciascuna scelta che compie l'utente influisce sul catalogo, in continua modifica di sé stesso (Jenner 2018); lo spettatore, di fronte alla promozione dell'algoritmo come

⁵Per quanto si faccia riferimento a "catalogo" al singolare, è bene tenere presente che in realtà gli utenti hanno accesso a contenuti con licenza diversi in base al paese in cui risiedono; quindi, il vero catalogo globale comprende solo le produzioni originali mentre, se si considerano anche i contenuti su licenza, vi sono tanti cataloghi quanti i paesi in cui Netflix è presente (Lotz 2022, 124).

strumento di *agency* indipendente e opportunità di scelte autonome infinite, pensa di star liberamente costruendo il proprio catalogo quando, in realtà, ciascuna scelta 'addestra' l'algoritmo a prevedere le sue decisioni e poi precederle, limitando quindi le opzioni a quelle che 'sa' essere ciò che il suo utente vuole vedere (Markham, Stavrova e Schluter 2019, Neta 2018). Quindi, l'algoritmo è visto (e promosso) favorevolmente come un'offerta di programmi personalizzata, cucita su misura per e da ciascun utente per facilitarne l'esperienza e garantirgli la massima soddisfazione, ma implicitamente Netflix sta indirizzando, o manipolando, le scelte dello spettatore (Markham, Stavrova e Schluter 2019); questo significa che se da una parte riesce a prevedere il comportamento dell'audience, dall'altra ne crea le aspettative, promettendo che quello che le verrà presentato sarà esattamente ciò che vuole vedere, anzi quello che lei stessa ha inconsciamente detto di voler vedere all'AI che vi sta dietro (Burroughs 2019). Se un programma non è messo in evidenza o raccomandato nell'interfaccia personale, ovvero se non ha legami diretti in termini di dati di visione e *micro-tag* a programmi visti precedentemente, a meno di non cercarlo esplicitamente sarà difficile che venga scoperto dallo spettatore tra le migliaia di titoli accessibili⁶. Ovviamente, nella realtà l'algoritmo non è neutrale e oggettivo come pubblicizzato: il suo meccanismo di raccomandazione tende a privilegiare i Netflix Originals, che verranno sempre promossi e suggeriti agli spettatori con maggiore frequenza ed insistenza a

⁶Il numero di contenuti accessibili rimane uguale per il catalogo di ciascun utente di uno stesso paese, a cambiare è come vengono evidenziati e offerti.

scapito di altri programmi, con la rassicurazione implicita che in qualche modo rispondano meglio alle loro preferenze (Jenner 2018, 127-135, Zundel 2019).

La percezione di accuratezza e affidabilità che Netflix riesce a suscitare è data innanzitutto dalla personalizzazione del modo con cui vengono consigliati i diversi contenuti: ad esempio, viene usato un linguaggio famigliarizzante, come l'uso ripetuto della seconda persona singolare, e vengono raggruppati sotto titoli specifici che sembrano spiegare il motivo per cui sono stati scelti ("Perché hai guardato...", "Scelti per..."), per cui anche se il suggerimento non è esattamente preciso, l'utente tende a ignorare l'errore e attribuirlo ad un'imprecisione occasionale, come se fosse l'errore di una persona umana (Jenner 2018, 127-135). Anche perché, questo linguaggio rafforza in continuazione l'illusione di controllo e indipendenza che l'utente ha nella creazione e gestione del proprio catalogo (Markham, Stavrova e Schluter 2019).

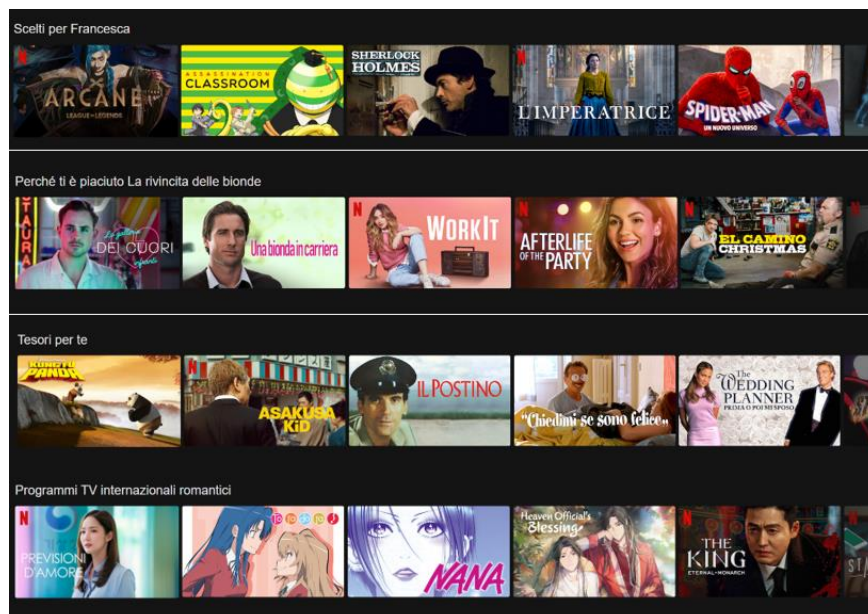


Figura 1-2 Esempio del linguaggio famigliarizzante per la presentazione dei contenuti nel catalogo Netflix

In secondo luogo, l'algoritmo, oltre alle categorie di tipologia narrativa⁷, di tono⁸, e sensibilità⁹, va ad usare come base da cui trarre dati i cosiddetti "taste clusters"¹⁰; questi gruppi di contenuti categorizzati assieme sulla base delle modalità di consumo e visione degli spettatori, danno vita a quelle che Netflix sostiene e pubblicizza essere "taste communities" transnazionali¹¹ e quindi la manifestazione di un'identità "non-essentialist" che si appella alla sfera più intima e personale dello spettatore (Elkins 2019, 382). Le *taste communities* sono pubblicizzate da Netflix come occasioni di incontro interculturale sulla piattaforma, con l'ironica contraddizione che gli elementi biografici e culturali d'identità dei singoli vengono messi da parte, come se non avessero alcuna influenza; diventa invece costitutivo, da un punto di vista identitario, l'interesse specifico condiviso, dove questo "interesse", o "gusto", viene trattato come

⁷Lotz (2022) le denomina "verticals" e non vanno confuse con il termine "genere", in quanto si riferiscono in maniera specifica alle caratteristiche testuali della narrativa del contenuto.

⁸ Lotz (2022) denomina "tone" il modo in cui viene narrata la storia del contenuto.

⁹ Lotz (2022) denomina "sensitivity" ciò che piace allo spettatore e che costituisce il motivo per cui poi viene inserito in una specifica *taste community*.

¹⁰Cfr. Elkins, Evan. «Algorithmic cosmopolitanism: on the global claims of digital entertainment platforms. » *Critical Studies in Media Communication* 36, n. 4 (2019): 376-389 e Lotz, Amanda D. *Netflix and Streaming Video. The Business of Subscriber-Funded Video on Demand*. Cambridge: Polity Press, 2022.

¹¹Lotz (2022), sulla base delle affermazioni di Netflix, li definisce come gruppi che raccolgono gli spettatori indipendentemente dall'età, dal genere, dalla collocazione geografica e perfino dalle caratteristiche di trama o genere dei contenuti, ma in base alla computazione matematica e oggettiva dell'algoritmo dei loro *viewing patterns*.

categoria fissa, matematicizzabile (Elkins 2019, 383-385, Neta 2018). Si può ipotizzare, inoltre, che utenti appartenenti allo stesso o simili *taste clusters* è probabile ricevano suggerimenti simili; ne consegue ancora una volta che, se i *taste clusters* da una parte influenzano i suggerimenti di catalogo di Netflix, allo stesso tempo è Netflix stesso a modificarli tramite i propri suggerimenti e a rafforzare le demarcazioni che li distinguono dagli altri. Non solo, ma in questo modo Netflix riesce a promuovere i proprio contenuti come tanto personalizzati quanto globali, sostenendo di riuscire a includere in sé tutte le nicchie di interesse, collegate virtualmente nel panorama transnazionale, anche quelle più piccole, senza appiattirle o snaturarle (Elkins 2019); è bene ricordare che queste sono dichiarazioni di Netflix da osservare criticamente in quanto non divulga al pubblico né il funzionamento preciso dell'algoritmo, né i dati che ricava. Da qui, in ogni caso, si può notare come in realtà Netflix eserciti un controllo¹² sulla sua audience proporzionale alla libertà di personalizzazione e scelta che promette di dargli (Markham, Stavrova e Schluter 2019): tutte le scelte che lo spettatore può permettersi di prendere rientrano nella lista di opzioni attentamente costruite e strutturate da Netflix, che in maniera impercettibile guida gli utenti verso quelle che gli risultano più convenienti, cercando di adattarne gusti e desideri alle proprie offerte. Le stesse offerte, ovvero i contenuti che decide sia di

¹²Per un'analisi approfondita del rapporto fra controllo e *agency* di Netflix e la sua audience cfr. Markham, Annette, Simona Stavrova, e Max Schluter. "Netflix, Imagined Affordances, and the Illusion of Control." In *Netflix At The Nexus. Content, Practice and Production in the Age of Streaming Television*, a cura di Theo Plothe e Amber M. Buck (Eds.), 29-46. New York: Peter Lang, 2019.

acquistare che, soprattutto, produrre, vengono scelti sulla base dei dati raccolti nei *taste clusters* (Lotz 2022, 139).

Da quanto visto finora, si può iniziare a intuire da dove si siano originati determinati timori di imperialismo culturale. Ad esempio, nell'articolo di Joyner (2016) su Marie Claire, viene sottolineato come l'algoritmo rischi di evidenziare e rimarcare divisioni e discriminazioni, inclusi i *racial bias*, invece che promuovere un catalogo ricco e diversificato in termini culturali e di rappresentazione. Lei spiega come, se si è afroamericani e si guarda una serie di film e programmi con un cast afroamericano, l'algoritmo tenderà a riproporre quanti più titoli simili le volte successive; se invece non si è mai guardato un film tale, è difficile che lo spettatore venga incoraggiato a guardare una produzione con un cast afroamericano, che mai apparirà sulla sua pagina principale, e che quindi abbia la possibilità di scoprire tutta quella nicchia di catalogo dedicata a produttori e autori afroamericani emergenti (Joyner 2016). Se un utente è fan degli anime, è probabile che gli verranno proposti sia tutti gli anime presenti sul catalogo, sia gli adattamenti, sia i nuovi drama giapponesi, coreani e cinesi, implicando che se si ha un interesse per un certo tipo di produzione di un certo paese asiatico, allora se ne avrà anche per il resto dell'Asia e dei suoi contenuti. Questo processo, per cui più informazioni vengono raccolte più in realtà le opzioni si riducono, è quello che Eli Pariser chiama "*filter bubble paradox*" (Eli Pariser in Neta 2018, 89).

L'algoritmo rimane un algoritmo. Per quanto avanzato, per quanto analizzi dati sempre più specifici e accurati, alla fine non può che muoversi per generalizzazioni, senza giudizio critico: questo non fa

che rispecchiare e rinforzare quelli che sono già i giudizi, le preferenze e i *bias* interni allo spettatore invece di metterli in discussione o sfidarli con proposte al di fuori della sua *comfort zone*, ben lontano quindi da uno strumento promotore di diversità culturale e arricchimento interculturale (Elkins 2019).

1.3 Netflix multinazionale nel flusso transnazionale

“We think we too can provide an opportunity for Canadians to make stories in English and French that can get to the world like they never could before. We’re complementary. We’re not here to diminish (the Canadian system) or do it any harm” (Stephane Cardin, Netflix Director of Public Relations in Canada, in Vlessing 2019).

Come menzionato precedentemente, Netflix al momento opera in 190 diversi paesi. Questo numero può far bene immaginare perché si sia sviluppato il timore della nascita di un impero di Netflix, soprattutto quando Netflix stesso non ha mai nascosto la sua ambizione di conquistare il panorama globale degli SVOD. Un episodio esemplificativo di questa inquietudine diffusa, illustrato nell’introduzione, è stato l’accusa pubblica di imperialismo da parte della presidentessa della Canadian Broadcasting Corporation, Catherine Tait, il 31 gennaio 2019 (Krayden 2019, Vlessing 2019). La televisione tradizionale, in origine strettamente legata e limitata all’interno dei confini geografici di uno stato-nazione, era e rimane tutt’ora uno dei mezzi per influenzarne l’identità nazionale; di

conseguenza Netflix, che si è visto essere una piattaforma ibrida con somiglianze e tratti ripresi dalla televisione, appare come una minaccia invasiva nei confronti di questa identità e una pericolosa competizione al sistema dei media nazionali, portato a reagire in maniera difensiva (Jenner 2018, 201-216). Il fatto che Netflix sia una compagnia americana, quando gli USA sono ancora una potenza egemone politicamente, economicamente e culturalmente, è poi un'aggravante: le tendenze imperialiste americane, specialmente in termini di soft power ma non solo, sono un ricordo fresco per molti paesi. Nei *television studies*, in particolare, si è a lungo dibattuto di imperialismo culturale come del dominio degli USA, principalmente, nel mercato globale grazie all'importazione di massa di contenuti americani a prezzi inferiori nei paesi esteri, in un flusso a direzione univoca che li rende dipendenti dagli USA (Iwabuchi 2002, 37-42, Lobato 2019, 138-144).

Nonostante la percezione dell'esistenza di questo flusso monodirezionale persista e vi siano degli elementi che comprovano l'esistenza di una tendenza simile, come l'oggettiva predominanza dei media americani a livello mondiale, è un dato riconosciuto che il contesto di oggi sia quello di un flusso multidirezionale e transnazionale, decentrato rispetto ad un singolo centro di potere assoluto (gli USA) in virtù di diversi fulcri di potere interconnessi e in precario, dinamico equilibrio. (Darling-Wolf 2022, Iwabuchi 2015, Iwabuchi 2002) La realtà effettiva di Netflix nel 2022, perfettamente inserito in questo contesto transnazionale e promotore di una "cross-distribution of content" (Lotz 2022, 92), è molto più complessa e ben lontana da quella di un mostro inarrestabile intento ad inglobare

piccole realtà locali passive, sia dal punto di vista delle industrie, sia da quello culturale (Lobato 2019, 138-144).

Inoltre, gli studi a favore dell'esistenza del flusso monodirezionale tendono a escludere dall'analisi la ricezione dei contenuti per mettere al centro la distribuzione, sottovalutando quindi l'*agency* del pubblico locale nei diversi paesi in cui vengono distribuiti, in grado di appropriarsi, re-interpretare e modificare il loro valore e significato (Lobato 2019, 138-144); assumendo, quindi, che i contenuti che consumano abbiano davvero un'influenza culturale concreta e marcata sull'audience quando, in realtà, il potere di esportazione non si traduce in maniera diretta in potere culturale. (Iwabuchi 2002, 37-42, Lobato 2019, 138-144). Anche perché, andrebbe dimostrato che Netflix abbia un'agenda culturale capace e interessata a diffondere una specifica cultura o valori americani, quando questo è al massimo considerabile un possibile effetto collaterale dato dal contesto socioculturale in cui è situato, e da cui scaturiscono molti dei suoi contenuti, e dalle modalità di organizzazione e fruibilità dei propri contenuti, come visti nella sezione precedente, che possono rinforzare stereotipi e *bias* preesistenti invece che promuovere diversità culturale e di rappresentazione.

It is very difficult to perceive what texts on Netflix matter to different audiences in a manner challenging for cultural analysis. [...] Streaming services arguably lack what might be considered an 'agenda-setting-like' power that derives from offering programs with time specificity in a manner that can generate shared engagement and conversation within the culture [...] Scope and time continue to fragment viewership and diminish television's

once common cultural function (Lotz, Unpopularity and cultural power in the age of Netflix 2021, 894-895).

La possibilità di questo ‘effetto collaterale’ è comunque percepito come una possibile minaccia, anche se emerge più a livello discorsivo che nelle strategie concrete messe in atto, dai paesi in cui si inserisce (Lobato 2019, 138-144). Per far fronte a questa ostilità, Netflix ha imparato a comprendere la necessità di operare tramite negoziazione e localizzazione, cercando di trattare con i governi locali e le loro *media policy*, di collaborare con la televisione tradizionale e il sistema dei media locali, e infine, di accattivarsi un’audience con gusti specifici e abituata a determinati contenuti locali.

L’ostilità del governo locale è possibile comprenderla in rapporto al suo controllo sul sistema dei media locale, in particolare dei media che assumono la funzione di strumento per la costruzione dell’identità nazionale ¹³ , quali la televisione statale. Come anticipato nell’introduzione, la ‘nazione’, come unità locale della diversità espressa nella cultura globale, emerge all’interno del discorso della globalizzazione nel momento di confronto all’interno del contesto transnazionale ed è spesso presa dai governi per farne strumento di branding nazionale, al fine di accumulare soft power e migliorare e consolidare il proprio status all’interno delle relazioni internazionali,

¹³“«Although the television industry is now global in its scope, it is, first and foremost, a domestic industry born out of local concerns» (Bielby and Harrington 2008, 11). Aesthetic and industrial norms of television are always situated within a national context and history. These norms serve to underpin and reinforce ideologies of ‘the nation’.” (Jenner 2018, 203).

oltre che di ricavarne benefici economici (Iwabuchi 2022). Netflix appare come una possibile forza in grado di distorcere o deformare la 'nazione'¹⁴, o di minare l'efficacia dei media nazionali (Lobato 2019).

As SVOD services command an increasing share of global television viewing in many nations, concerns about the one-way flow on unregulated and mostly U.S.-based platforms are increasing. This involves a renaissance of cultural protectionism in many nations and a reassertion of the regulatory power of the nation-state (Flew, Iosifidis, and Steemers 2016) (Lobato 2019, 144).

Ed effettivamente, nonostante l'impegno dei diversi governi locali, Netflix in genere riesce ad aggirare molte delle *media policy* imposte dai governi locali, in particolar modo nel caso della censura e delle percentuali d'importazione dei contenuti ¹⁵, amplificando la percezione che sia una influenza sregolata da cui difendersi. Per quanto riguarda la censura, Netflix, che al pubblico si presenta come "a global TV Network" (Netflix in Lobato, 2019, 69) per rendersi familiare, ha imparato a prendere le distanze dalla propria somiglianza con la televisione in ambito politico e legale, sottolineando invece la propria natura ibrida di piattaforma digitale.

¹⁴Questo tenendo conto che, nei fatti, difficilmente l'uso della televisione e degli altri media nazionali portano alla creazione di una nazione omogenea e stabile, nonostante venga poi brandizzata come tale, ma è invece in continua rinegoziazione e costruzione attiva (Jenner 2018, 201-210).

¹⁵Cfr. Eklund, Oliver, e Stuart Cunningham. «State Actor Policy and Regulation Across the Platform-SVOD Divide» In *Digital Platform Regulation. Global Perspectives on Internet Governance*, a cura di Terry Flew e Fiona R. Martin, 191-208. Londra: Palgrave Macmillan, 2022, e Lobato, Ramon. *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. New York: New York University Press, 2019.

Infatti, questa sottigliezza in molti stati gli permette di sfuggire alle leggi che regolano la censura e ai controlli a cui sono sottoposti i media nazionali, in particolare la televisione tradizionale, dato che le leggi per la sua regolamentazione e quelle che regolano i media digitali sono separate e le ultime, in aggiunta, nuove e in continua rielaborazione per star dietro al rapido rinnovamento e cambiamento delle tecnologie (Lobato 2019, 138-144). Per quanto riguarda invece le percentuali di contenuti d'importazione, ciascun paese ha una propria politica specifica con cui Netflix deve negoziare e spesso le negoziazioni si ripetono e continuano per anni. Ad esempio in Europa, secondo l'*Audiovisual Media Services Directive (AVMSD)* del 2018, è richiesto sulle piattaforme SVOD almeno il 30% di contenuto europeo, a cui in aggiunta ciascun paese può decidere la percentuale di contenuti domestici richiesti, nonché il modo in cui vengono presentati sulle piattaforme; in Francia, per esempio, ci sarebbe l'obbligo di avere almeno un 40% di contenuti di origine francese (Eklund e Cunningham 2022, Lobato, 2019, 135-150). Nonostante non sia riuscito a sottrarsi dalle politiche decise a livello europeo, Netflix in risposta, per assicurarsi la maggior libertà possibile, ha deciso di stabilire la propria sede centrale europea nei Paesi Bassi, che ha una *media policy* lassa, in modo da poter affermare che le uniche leggi da rispettare siano quelle dello stato in cui risiede fisicamente ed evitare di doversi conformare a quelle locali di altri paesi più rigidi. (Lobato 2019, 135-150).

Questo tentativo di Netflix di aggirare le leggi europee e nazionali è da contestualizzarsi come un problema economico e politico, più che culturale; non vi è dietro il desiderio di rimanere attaccato a un

catalogo prettamente 'americano', anzi. Secondo i dati di Lotz (2022), nonostante la percentuale di contenuti domestici nelle librerie dei diversi paesi si aggiri tra l'1% e l'8%, la percentuale di contenuti prodotti negli USA nei cataloghi, incluso quello americano, è solo attorno 40%, lasciando quindi spazio a contenuti reperiti attivamente dall'intero panorama multinazionale (Lotz 2022, 160-161). Inoltre, non è da ignorare come il tentativo dei governi locali di controllare e restringere i movimenti di Netflix, e non di ostracizzarlo, sottolinei anche il riconoscimento del suo potenziale. La distribuzione di Netflix è efficiente a livello globale e supportata da grandi capitali. L'aggiunta di contenuti locali al catalogo potrebbe fungere da strumento tanto per rafforzare la propria identità nazionale all'interno del proprio paese quanto di diffonderla all'estero (Lobato 2019, 67); certo, questo nei limiti in cui il catalogo di Netflix è altamente incontrollabile, dato che la personalizzazione non è su base geografica-nazionale, e per cui Netflix stesso non ha interessi a essere strumento di soft power per gli stati in cui si inserisce. Riemerge nuovamente l'evidenza di come il potere di esportazione non coincida ad un potere culturale effettivo sull'audience.

Dopo i governi locali e l'associato sistema della televisione statale, l'ostacolo iniziale più grande per Netflix sono le industrie di produzione e di distribuzione di contenuti locali (che siano case cinematografiche, piattaforme digitali, ecc.) privatizzate¹⁶; infatti, per

¹⁶Rientrano anch'esse nel sistema dei media nazionali nell'accezione per cui hanno sede centrale e conducono le loro operazioni prima a livello locale-nazionale, e solo

loro Netflix è una possibile competizione pervasiva all'interno del mercato, pronta a contendersi l'attenzione, e i soldi, dell'audience target, che in genere per tali industrie è primariamente quella locale. In realtà, così come con la televisione statale, Netflix generalmente tenta di non porsi in competizione diretta quanto di essergli complementare; invece che competere con i contenuti locali, si concentra sul conquistare le nicchie di audience che hanno sensibilità e gusti troppo specifici perchè la programmazione locale, pensata per un pubblico generale, li copra (Lotz 2022, 167-174, Lotz, *In between the global and the local* 2021). Non solo, ma offre a tutti gli individui coinvolti nell'industria dei contenuti locali, come registi, attori o sceneggiatori, un nuovo spazio creativo flessibile e non limitato dalle imposizioni governative, quali la censura (Lotz 2022, 179-183). Netflix presenta quindi tutti quei programmi che uno spettatore non potrebbe trovare sui propri canali locali, o non con la stessa qualità, come film con tematiche delicate, film stranieri con un'ampia varietà di lingue per doppiaggio e sottotitoli, o tutti gli episodi di una serie accessibili in qualsiasi momento; non cerca di riprodurre contenuti uguali a quelli locali, già famigliari al pubblico, ma offre quella che Lotz (2022) chiama un diverso tipo di "*proximity*" rispetto a quella geografica, ovvero una prossimità derivata dai *taste-clusters* e basata sulla

in secondo luogo, alcune di loro, si proiettano sul piano transnazionale; inoltre, devono sottostare alle politiche culturali e dei media specifiche del proprio stato, come descritto in precedenza. La differenza è che le loro decisioni in fatto di contenuti e distribuzione non dipendono da, né sono necessariamente allineate con il governo.

sensibility che, come si è già menzionato, non sono legati alla collocazione geografica.

Questo non significa che l'influenza della *geographic proximity*, la preferenza per contenuti culturalmente familiari, sul meccanismo semi-inconscio che guida uno spettatore a preferire un contenuto invece che un altro sia assente; infatti Netflix spesso commissiona e co-commissiona contenuti alle proprie filiali, in collaborazione con le industrie locali, così che siano coerenti con il tipo di contenuti che già vengono consumati e sono popolari tra il pubblico locale, cercando di bilanciare familiarità culturale e novità. Senza che si prediliga arbitrariamente il mercato euroamericano, il numero di commissioni e co-commissioni richieste ad un paese è in genere proporzionale al numero di iscritti: tanti più sono gli utenti di una determinata area geografica, quanti più saranno i contenuti prodotti assieme o direttamente dall'industria locale (Lotz 2021). Nonostante questo, è bene osservare la tendenza per cui la *geographic proximity* sta gradualmente perdendo di influenza e non sarebbe sufficiente come unico elemento di attrattiva (Lobato 2019, Lotz 2022, Lotz, *In between the global and the local* 2021). Infatti, il pubblico con cui ormai si trova a rapportarsi è abituato a considerarsi parte di una sfera globale, dove la distanza geografica è diventata fattore ininfluenza di fronte al potere di un clic; un pubblico che ha a portata di mano grandi quantità di contenuti diversificati anche per origine culturale ed è abituato a interagire con persone e prodotti culturalmente 'altri' (Darling-Wolf 2022); per cui, il valore della *geographic proximity* per il singolo spettatore è sempre più relativo e influenzato dal contesto, tanto quello individuale quanto quello nazionale dei media, e non si può

assumere a priori che lo spettatore voglia e si aspetti del contenuto locale-prossimo nel momento in cui accede a Netflix, al contrario di quanto possano implicare le politiche culturali dei diversi governi (Lobato 2019, 155-161).

To be clear, my premise here is that local specificity is one of several attributes Netflix seeks in its commissions, and that local specificity is important mostly because of the attributes it brings to the storytelling, not because people in a specific country are particularly driven to subscribe to Netflix to see stories set in that country (Lotz 2022, 176).

Questo catalogo transnazionale, che si va a creare accumulando contenuti prodotti assieme alle diverse industrie locali dei paesi in cui opera, sta alla base della popolarità internazionale di Netflix. Nonostante il pubblico americano rimanga il segmento più grande, non è la priorità di Netflix che, al contrario, vuole costruire un pubblico transnazionale; per soddisfare e mantenere questo pubblico, ha scoperto necessario reperire e produrre contenuti diversificati anche per origine culturale (Lotz 2021). In generale, i contenuti che si concentra a offrire in ciascun paese sono sì quelli che mancano all'interno del panorama locale, ma, inseriti nell'ottica di una piattaforma che si considera innanzitutto transnazionale, devono essere apprezzabili non solo dall'audience del paese per cui è stato inizialmente pensato, quanto dall'intera audience di Netflix, indipendentemente dall'appartenenza nazionale.

Ted Sarandos, the chief content officer of Netflix, explained that the company did not attempt to distribute Hollywood content worldwide but to bring the content of different countries to a global audience (Spangler 2018). This implies at least two levels of collaboration. The first is the creation of content that targets the

audience's interests while leveraging the unique features of the platforms. Second, as a form of partnership or alliance, Western streaming platforms collaborate with local platforms and broadcasters in content distribution (Fung e Chik 2022, 47).

I contenuti sono quindi pensati fin dall'inizio come prodotti transnazionali, e non locali da esportare; per Jenner questo è un segno fondamentale di come Netflix abbia un'attenzione particolare sul formare rapporti stabili a lungo termine e, soprattutto, d'influenza e partecipazione reciproca con l'industria dei paesi in cui opera, contribuendo quindi al suo essere "multinazionale" nel considerarsi non solo americano, ma anche italiano, giapponese, ecc. (2018, 219-240). È come se tentasse di astrarsi, innalzandosi oltre ogni tipo di legame con un'identità nazionale specifica, e al tempo stesso di assimilarsi e integrarsi in molteplici identità nazionali (Jenner 2018, Lotz 2022).

Studiosi diversi hanno sottolineato processi diversi all'interno di quest'operazione condotta da Netflix sui propri contenuti per renderli transnazionali, ma il fattore riconosciuto alla base rimane come tenti di allontanarsi da quella che era la strategia convenzionale dei blockbuster¹⁷ di Hollywood; secondo questa strategia, venivano eliminate quanto possibile le specificità culturali e la storia veniva

¹⁷Indipendentemente dal genere, si caratterizzano come film ad alto budget e cast famosi che si focalizzano sulla spettacolarizzazione, seguendo una trama lineare e facilmente comprensibile, che utilizzano un copione ridotto compensato da numerose scene d'azioni condensate e che puntano a evocare nello spettatore tensione ed eccitazione; sono pensati per i grandi schermi e la distribuzione globale (Mirrlees 2013, 184-189).

generalmente contestualizzata in un setting neutrale, ambiguo e, di conseguenza, tendenzialmente stereotipizzante, sia che fosse nella direzione di una 'americanizzazione' che di una 'orientalizzazione' (Lotz 2022, 174-179). Lotz (2022) sottolinea come Netflix, al contrario, tenda a contestualizzare la storia in un setting culturalmente caratterizzato, lasciando che sia l'industria locale propria del paese di contesto a occuparsene, invece che farne una produzione interna, ed eviti così di cadere nei mix culturali che andrebbero ad appiattire paesi diversi in un unico misto indefinito.

“When we see that great local impact and the really authentic and specific stories, that's where they're finding the more universal, global audience. So the more local that we are and the more specific we are, the more universal we actually are” (Kelly Luegenbiehl, Netflix VP of Development, in Lotz 2022, 174).

E sotto certi aspetti ci sono prove empiriche a favore di questa dichiarazione, perlomeno per la sezione di catalogo dei Netflix Originals, che esemplifica come “the new configuration of cultural power exploits the locally specific meaning construction process in a globally tailored manner.”, ovvero come la glocalizzazione così intesa sia alla base delle strategie di produzione di Netflix (Iwabuchi 2022, 110).

Riprendendo Bielby e Harrington (2008), Jenner individua quattro strategie principali che vanno a contribuire al transnazionalismo di Netflix e a costituire quella che chiama “grammar of transnationalism” (2018, 225); questa è l'insieme delle caratteristiche testuali che rendono un contenuto transnazionale, e quindi facilmente esportabile e recepibile: narrative decentrate dal focus sull'identità nazionale e

focalizzate sul 'personale'¹⁸, nonostante rimanga presente la caratterizzazione culturale del setting e dei personaggi; nuove forme di storytelling che privilegiano la serializzazione e la ripetizione, il focus sulle minoranze o le audience di nicchia come pubblico principale, e il privilegiare incassi internazionali rispetto a quelli nazionali (Jenner 2018, 225)¹⁹. Si potrebbe dire che Netflix abbia compreso come un'espansione globale efficace sia possibile solo sfruttando e valorizzando le differenze culturali, invece che cancellarle, purché questo avvenga in un modo organizzato, controllato e, teoricamente, omogeneo che deriva dal capitalismo e consumismo americano (Jenner 2018, 230-231). L'aspetto problematico della *grammar of transnationalism* è che l'idea di "universality" a cui si aspira per rendere i contenuti apprezzabili globalmente è influenzata marcatamente dai sistemi di valore 'occidentali', la cui costruzione e percezione come tale è retaggio dell'imperialismo culturale 'occidentale' che vede l'"occidente" come centro civilizzatore e standard di default (Jenner 2018, 226); per esempio, i concetti di *inclusivity*, *diversity*, democrazia, uguaglianza, femminismo ecc. a cui si rifà sono costruiti sulla concezione che se ne ha in ambito americano, ignorando che possano costituirsi in maniera

¹⁸Il focus tematico è quindi al livello di identità personale del singolo, che include l'appartenenza a minoranze etniche, di genere e di orientamento sessuale; motivo per cui "Diversity in creating, casting, and programming is an intentional priority not just a fashionable trend" (Fain 2019).

¹⁹Cfr. Jenner, Mareike. *Netflix and the Re-Invention of Television*. Londra: Palgrave MacMillan, 2018, e Lotz, Amanda D. *Netflix and Streaming Video. The Business of Subscriber-Funded Video on Demand*. Cambridge: Polity Press, 2022.

eterogenea negli altri contesti socioculturali dei diversi paesi. La selezione e la creazione stessa delle narrative decentrate sul personale, o degli elementi in cui dovrebbe essere 'globalmente facile identificarsi', sono in realtà influenzate da questi sistemi, per cui non è automatico che il pubblico eterogeneo a cui poi vengono presentate vi si identifichi o le interpreti come programmato, in quanto dispone di strumenti interpretativi diversi in base al proprio contesto (Jenner 2018, 226). Ad esempio, una narrativa personale focalizzata sulle difficoltà nell'ambito lavorativo di una donna bianca americana in quanto "donna", non sarà necessariamente condivisibile da una donna di casta *dalit* ("gli oppressi")²⁰ in India, o rilevante per una donna nippo-coreana in Giappone; questa eterogeneità mette così in discussione cosa significhi "uguaglianza femminile", o "femminismo", e a quali obiettivi dovrebbe aspirare. Nonostante il tentativo di celebrare le differenze e specificità culturali del panorama transnazionale e transculturale, Netflix rischia quindi di ricadere nell'assunto che esistano fattori di identità personale universali e non influenzati dal contesto socioculturale; questa partecipazione attiva di chi riceve i contenuti e re-interpreta o sovverte i suoi significati è

²⁰O *paria* "gli intoccabili, sono la casta più bassa nella piramide sociale indiana,"; nonostante il sistema delle caste sia stato abolito nel 1947, influenza ancora ampiamente il contesto sociale in India, specialmente nelle zone rurali Cfr. Ignazzi, Mattia. «Le caste in India.» *Large Movements -Storie di esseri umani-*. 03 09 2020. <https://migrazioniontheroad.largemovements.it/caste-india/#:~:text=Il%20sistema%20delle%20caste%20in%20India%20%C3%A8%20tutto%20il%20mondo,che%20oggi%20%C3%A8%20ricompreso%20tra%20India%20e%20Nepal.> (consultato il giorno 02 18, 2023).

proprio una delle forze disgregatrici di questi sforzi e strategie di controllo di Netflix sui processi di transnazionalizzazione (Jenner 2018, 226-228).

Per riassumere quanto visto fino a ora, si può osservare come, da un lato, rimanga un retaggio di imperialismo culturale nel modo in cui Netflix tenta di controllare i flussi di distribuzione, produzione e ricezione, secondo la strategia della glocalizzazione su stampo 'occidentale' descritta sopra; dall'altro lato, non si deve sottovalutare la potenzialità insita nel modo in cui Netflix cerca di bilanciare la propria identità globale con quella locale, che cerca di riflettere l'eterogeneità e complessità dei flussi transnazionali di contenuti e degli agenti che vi stanno dietro, lasciando spazio e *agency* alle diverse industrie di contenuti locali e ai singoli individui coinvolti nel processo di produzione collaborativa; il pubblico transnazionale stesso, come si vedrà nel dettaglio nella sezione 3.1., ha una sua influenza e potere non trascurabili.

1.4 Le navi nere di Netflix in Giappone

"So, we are not what the critics say [a Black Ship]. We're instead the Orange Ship of great hope" (Reed Hastings, Netflix's CEO, in MAiDiGiTV 2015).

Nell'estate 2015 Netflix annuncia per l'autunno di quello stesso anno il lancio dei propri servizi in Giappone, testa di ponte per l'espansione nella regione dell'Asia-Pacifico, suscitando l'approvazione degli investitori tanto quanto la critica degli esperti del settore, pronti a veder fallire la compagnia in un mercato che non sembrava aver per

nulla compreso (Cain 2015, Lobato 2019, 126-130). Critiche fondate in quanto Netflix, ancora agli inizi della propria espansione, si presenta in Giappone convinto che i propri contenuti, su cui aveva speso milioni, sarebbero stati accolti con entusiasmo e si ritrova invece in un oceano rosso dove non vi è spazio, né particolare interesse per quanto porta; anzi, vi è anche una diffidenza, se non ostilità diffusa, nei confronti della compagnia americana, tanto che su Internet in cominciano a circolare articoli su 黒船のネットフリックス *kurofune no nettofurikkusu* (le navi nere di Netflix)²¹, ovvero una possibile minaccia a un Giappone che si concepiva finalmente libero dell'influenza americana.

Ora, con gli occhi del 2022, dopo che solo nel 2020 gli iscritti dell'Asia-Pacifico sono aumentati di 9,3 milioni, per un totale di 5 milioni di

²¹È un riferimento storico all'arrivo del Commodoro Matthew Perry in Giappone tra 1853 e 1854, che pose fine alla politica isolazionista del paese forzandola a riaprirsi al commercio con America ed Europa. Come esempi vd. Shigeaki, Saegusa. «ネットフリックスという“黒船”は日本の政治を変えるかもしれない nettofurikkusutoiu "kurofune" wa nihon no seiji wo kaerukamoshirenai (La "nave nera" di Netflix potrebbe cambiare la politica giapponese).» *日刊ゲンダイ DIGITAL*. 22 01 2022. https://www.nikkan-gendai.com/articles/view/geino/300281#google_vignette (consultato il giorno 10 29, 2022) e Yoshida, Hirofumi. «黒船「Netflix」は、日本のテレビ業界に維新をもたらすか? 来訪後の余波を検証 kurofune "nettofurikkusu" wa, nihon no terebigyokaini ishin wo motarasuka? raihogo no yoha wo kenshou (La nave nera di "Netflix" rivoluzionerà l'industria televisiva giapponese? Analisi dopo l'arrivo di Netflix).» *Digiday*. 12 09 2015. <https://digiday.jp/platforms/netflix-svod-model-change-industry/> (consultato il giorno 10 29, 2022).

iscritti in Giappone nel 2021 (Fung e Chik 2022), si può dire che, per quanto le critiche dei tempi fossero assolutamente corrette, non avevano tenuto conto dell'adattabilità e capacità di negoziazione di Netflix. Netflix che, al contrario, aveva intuito il potenziale del mercato asiatico, oggi considerato da molti la regione in più rapida crescita al mondo (Fung e Chik 2022); in particolare, aveva individuato nel segmento di fan di anime e drama un potenziale pubblico numeroso e fedele, alla continua ricerca di nuovi contenuti accessibili²², da integrare nella propria audience transnazionale. Coerentemente con quanto presentato nella sezione precedente, al suo ingresso in Giappone, Netflix si ritrova un mercato saturo di contenuti e governato da un oligopolio saldo di compagnie di produzione e distribuzione²³ con a disposizione un alto numero di contenuti, di cui acquistare i diritti è estremamente difficile, nonché costoso, e canali

²² L'accessibilità facile e immediata è un fattore d'attrattiva particolarmente importante quando si considera che, al di fuori del Giappone, la maggior parte dei fan deve fare affidamento su siti di streaming illegali supportati da gruppi di traduttori amatoriali (Cooper-Chen 2012).

²³Ovvero, Asahi, Fuji, Nikkei, Tokyo Broadcasting System (TBS) e Yomiuri, che assieme hanno fondato la Tver, una piattaforma digitale di streaming gratuita che raccoglie i contenuti mandati in onda sui loro canali. Per una descrizione approfondita della struttura del mercato dei media in Giappone in relazione a Netflix cfr. Fung, Anthony, e Georgia Chik. «Netflix, The Digital West in Asia. New Models, Challenges and Collaborations.» In *Media in Asia. Global, Digital, Gendered and Mobile*, a cura di Youna Kim, 41-52. New York: Routledge, 2022.

per la distribuzione interna²⁴, digitale e satellitare, avanzati ed efficienti (Fung e Chik 2022, Lobato 2019, 126-130).

Inizialmente Netflix riesce a stringere degli accordi con la Fuji Television come distributore online esclusivo ma, data la necessità di contenuti sempre nuovi e numerosi, non sarebbe bastato per garantirne la sopravvivenza nel mercato giapponese. Per questo motivo, inizia a promuovere commissioni e co-commissioni con la promessa di fornire l'aiuto, in termini di fondi e canali, per portare "quintessentialy Japanese shows" a un audience internazionale (Lobato 2019, 129). Proposta che effettivamente va a compensare la debolezza del sistema dei media giapponesi: la mancanza²⁵ di canali di distribuzione internazionali adeguati così da inserire i propri contenuti nel flusso transnazionale su scala globale (Iwabuchi 2002, 35-42); in questo modo, Netflix è riuscito a garantirsi la cooperazione locale evitando la competizione diretta con gli altri produttori e distributori e, allo stesso tempo, ottenendo contenuti che interessino all'audience locale, con quel giusto mix di familiarità e novità che si

²⁴Include le piattaforme di distribuzione legate alle società di telecomunicazioni, come Gyaol, Hikari TV o J.Com On Demand, i servizi streaming nati da *media retailers* come Rakuten Showtime o DMM.com, e le SVOD come Avex o Hulu Japan (Lobato 2019, 127).

²⁵ Non si vuole intendere l'assenza di esportazioni internazionali, quanto la mancanza di canali competitivi e capillari a livello globale per entrare nel nuovo panorama digitale-transnazionale di circolazione dei prodotti culturali; fin dagli anni tra 1960 e 1970 si erano già diffusi manga e anime in Europa, Italia compresa, che assieme alla Francia è al primo posto in Europa per acquisto e stampa di titoli manga (Pellitteri 2021).

è già descritto (Fung e Chik 2022, Lobato 2019, 126-130). Solo nel 2020 sono stati aggiunti al catalogo ben 18 contenuti commissionati o co-commissionati al Giappone (Lotz 2021). Ovviamente, alla luce di quanto analizzato finora, la cooperazione con Netflix non comporta solo vantaggi economici per il Giappone; che Netflix, americano e globale, compri, produca e distribuisca contenuti giapponesi è ritenuto “culturally affirming” (Lotz 2022, 180) dal Giappone, sia in termini discorsivi per la costruzione identitaria giapponese, sia, per influenza indiretta, come amplificazione delle politiche culturali nazionali per la promozione della nazione ai fini di accumulare soft power; è uno strumento per affermare la propria presenza e specificità culturale agli occhi del mondo sostenuti da quello che è considerato una sorta di gigante in termini di potere politico, economico e culturale.

Collaborazioni transnazionali come quella con Netflix è ciò che ha permesso al Giappone di entrare a competere all’interno della “soft power competition” (Chua in Iwabuchi 2022, 112) del ventunesimo secolo, particolarmente aggressiva in Asia. Sicuramente, la competizione crescente con l’altro gigante asiatico della produzione ed esportazione dei contenuti, nonché “vicino distante” del Giappone (Lee 2004), la Repubblica della Corea del Sud (da qui e in avanti nominata solo come Corea), ha fornito un grande stimolo perché tanto il governo giapponese quanto le industrie di produzione culturale si interessassero al mercato internazionale e non solo a quello interno, trovando nuovi modi di espandersi.

Grazie alla sua alta connettività Internet e alle regolamentazioni OTT più blande, la Corea ha creato un mercato interno di aggressiva

competizione che è allo stesso tempo facilitato nella distribuzione internazionale (Fung e Chik 2022); sin dagli inizi degli anni '90 è andato formandosi il fenomeno della *Korean Wave*²⁶, che ha conquistato prima l'area asiatica, poi si è diffuso anche nelle Americhe e in Europa, ed è al giorno d'oggi all'apice della sua popolarità, specialmente grazie ai canali che hanno facilitato l'accesso e la distribuzione al di fuori della Corea (Kim 2022). Fra questi vi è anche Netflix, che è entrato in Corea nel 2016 e si è trovato un posto con la stessa strategia utilizzata in Giappone: offrire collaborazione e fondi²⁷, fornendo tutto il necessario per la produzione e la promozione di nuovi contenuti lasciati però in mano a una direzione coreana, per la maggior parte drama e alcuni reality show (Fung e Chik 2022, Zhao 2021). Nel 2020 sono stati completati e resi accessibili 30 contenuti fra commissioni e co-commissioni prodotte in Corea (Lotz 2021). Il fatto che la Corea, una nazione periferica ed ex-colonia, sia cresciuta tanto rapidamente da competere con quello che era il dominio di media e contenuti americano, è prova del decentramento che sta avvenendo grazie a questo flusso transnazionale virtuale e degli spazi che si stanno aprendo per quei paesi che una volta erano subordinati o, nel caso specifico della Corea, schiacciati tra altre potenze come Cina e Giappone (Kim 2022). Inoltre, da un punto di vista di discorso di

²⁶Per una analisi del fenomeno della *Korean Wave* e del soft power coreano cfr. Kim, Youna. "Soft Power and Cultural Nationalism. Globalization of the Korean Wave." In *Media in Asia. Global, Digital, Gendered and Mobile*, a cura di Youna Kim, 93-106. New York: Routledge, 2022.

²⁷Netflix ci ha investito tra il 2015 e il 2020 più di 700 milioni USD (Fung e Chik 2022, 48).

potere culturale, agli occhi del mondo e soprattutto nelle regioni dell'Asia, la Corea sembra meno aggressiva della politica americana, che fa sorgere il timore di imperialismo culturale, e più benevola di quella giapponese, che in Asia è ancora legata ai ricordi di colonialismo e ultranazionalismo (Kim 2022); è forse uno degli esempi migliori di soft power efficace, dove tanto la propria storia quanto i propri prodotti culturali sono utilizzati in maniera efficiente per evocare un'immagine nazionale apprezzabile a livello globale, che porta benefici concreti in termini di potere politico ed economico: dall'incremento della vendita di prodotti legati alla cultura coreana all'interesse crescente per impararne la lingua e per il turismo, la Corea ha strategicamente sviluppato nuove modalità per permettere che ogni aspetto della propria cultura e della propria *way of life* diventi *commodity* da possedere, anche per soddisfare quel legame affettivo che formano con i fruitori tramite il consumo di contenuti quali k-drama e k-pop (Kim 2022). È stimato che il contributo che porta la *Korean Wave* al GDP interno della Corea sia cresciuto da 1,87 miliardi USD nel 2004 a 12,3 miliardi USD nel 2019, e che nel 2020 le esportazioni dell'industria dei contenuti coreana siano equivalse a 11,9 miliardi USD (Jin 2020, Martin Roll 2021, Statista 2022).

Il successo della *Korean Wave* ha costituito tanto una minaccia per i propri vicini, che hanno rischiato di venir travolti da questa ondata di contenuti coreani, al punto che in alcuni casi, come in Giappone²⁸, si è

²⁸Questo va inserito in un contesto più ampio di tensioni e scontri dovuti all'eredità storica che li lega come colonizzatore e colonizzato, di cui ancora oggi è possibile

iniziato a parlare di “anti-Korean sentiment” (Y. Kim 2022, 103), quanto un modello da replicare. Non è una coincidenza che parallelamente alla popolarità della *Korean Wave*, nel 2010 il governo giapponese abbia provato a imbarcarsi nel progetto del *Cool Japan* (Iwabuchi 2015), grazie a cui voleva sfruttare la popolarità dei propri prodotti culturali per ricavarne un simile potere culturale. In realtà il Giappone fin dagli anni '90 aveva anch'esso investito sull'esportazione dei tali prodotti, vivendo un tale successo globale che tra i commentatori e alcuni studiosi giapponesi si era iniziato a parlare di esso come un fenomeno simile all'americanizzazione, la *japanization* (Iwabuchi 2002); nei fatti, è difficile affermare che il potere culturale giapponese sia diventato pari al suo potere economico, in modo paragonabile a come è successo negli USA (Iwabuchi 2002). L'internazionalità della sua cultura nazionale è considerata una risorsa importante per evocare un orgoglio nazionalista, dove questa “national culture” per i propri cittadini corrisponde a prodotti culturali quali anime, manga e videogiochi (Iwabuchi 2022, 115), tanto che, all'interno del paese quanto internazionalmente, la percezione di questi prodotti culturali è che siano un elemento chiave del suo soft power; nonostante questo, in realtà il potere culturale transnazionale giapponese è stato a lungo una “invisible colonization” (Bosche in Iwabuchi 2002). Infatti, nonostante la diffusione dei suoi prodotti

osservare gli effetti; per esempio, solo recentemente sono state alleggerite le leggi che regolavano, se non proibivano, le importazioni di contenuti giapponesi (Y. Kim 2022).

culturali²⁹ fosse ampia³⁰ e la sua partecipazione al mercato globale evidente³¹, tali prodotti non avevano quello che Iwabuchi chiama "cultural odor", ovvero erano privi di caratteristiche intrinseche che evocassero in maniera diretta immagini attraenti e positive della *way of life* giapponese e del Giappone stesso, in modo da rendere l'influenza culturale un potere culturale concreto, e per questo li definisce *mukokuseki* (2002, 24-28). Certo, discorsivamente si è iniziato ad associare a essi un'"essenza giapponese" e le compagnie di produzione hanno fatto dell'inserimento della specificità locale in prodotti transnazionali (il processo di glocalizzazione) la propria strategia cardine; i fan internazionali, inoltre, hanno iniziato ad associare un'immagine estremamente positiva di 'Giappone' ai loro prodotti culturali preferiti, quali manga, anime e videogiochi (Iwabuchi 2002). Al contrario però di quanto avvenuto con la *Korean*

²⁹In particolare, Iwabuchi identifica "three C's: consumer technologies (such as vcrs, karaoke, and the Walkman); comics and cartoons (animation); and computer/video games" (2002, 27) come "cultural artifacts in which a country's bodily, racial, and ethnic characteristics are erased or softened." (2002, 28).

³⁰ Cfr. Cooper-Chen, Anne. «Cartoon Planet: the cross-cultural acceptance of Japanese animation.» *Asian Journal of Communication* (Routledge) 22, n. 1 (2012): 44-57 e Pellitteri, Marco. "The European experience with Japanese animation, and what it can reveal about the transnational appeal of anime." *Asian Journal of Communication* 31, no. 1 (2021): 21-42.

³¹Le industrie di produzioni di software giapponesi sono state attore fondamentale nella promozione della globalizzazione e dell'incremento del flusso dei contenuti transnazionale digitale grazie alla loro collaborazione con le industrie americane di hardware, a partire dalla fusione di Sony e Columbia nel 1989 e di Matsushita e Universal nel 1990. (Iwabuchi 2002, 29-32).

Wave, il cui 'odore' marcatamente coreano è alla base della popolarità dei suoi contenuti (Y. Kim 2022, Shagrir 2019), questa 'essenza giapponese', o immagine culturale, è rimasta collegata a quella priva di *cultural odor* che contraddistingue i contenuti che hanno consacrato la popolarità dei prodotti giapponesi all'interno del mercato, ovvero "an animated, race-less and culture-less, virtual version of «Japan»" (Iwabuchi 2002, 33). Il fatto che l'iniziativa governativa di promozione culturale del *Cool Japan*, la quale in un'operazione di branding nazionale cercava di promuovere un'immagine di 'Giappone' legata a immagini tradizionali culturalmente connotate, in modo stereotipato, e frutto ancora dei discorsi nazionalisti di costruzione identitaria di fine diciannovesimo e inizio ventesimo secolo, sia fallita (Tamaki 2019), è un indice a favore di questa discrepanza per cui il potere economico e di esportazione culturale giapponese non si traduce direttamente in potere culturale e soft power³². Per cui nella realtà, l'effetto concreto è quello di affermazione culturale, a livello di valore e riconoscimento dei prodotti all'interno del mercato e nella circolazione transnazionale, in quella che è definibile solo come 'influenza culturale', e non di influenza sulla costruzione identitaria della nazione 'Giappone' e del suo status come potenza politica e culturale; allo stesso modo, non esercita potere culturale sugli habitus e sulla *way of life* di chi li consuma.

³²Ne è un esempio chiaro in Iwabuchi (2002, 2022) il rapporto tra il Giappone e gli altri paesi dell'Asia, dove nonostante la popolarità dei propri contenuti, non è migliorata la percezione che si ha dello stato-nazione, rimasto ancora influenzato dalla sua storia di colonizzatore durante la Seconda Guerra mondiale.

Questo non è un ostacolo per Netflix, che come già illustrato è disinteressato alle politiche culturali di costruzione identitaria e alle iniziative governative, ma ha un dichiarato interesse per le nicchie di audience fedeli ai contenuti di origine giapponese, specialmente agli anime; anzi, è ragionevole ipotizzare che il successo ottenuto con la Corea gli abbia dato un modello che valesse la pena provare a ricreare anche all'interno di altri paesi. Allo stesso modo, all'industria culturale giapponese i canali, fondi e riconoscimento valoriale che mette a disposizione sono abbastanza per accettare di negoziare e cooperare, soprattutto quando questo riafferma la loro posizione all'interno mercato tanto asiatico quanto globale. La pandemia globale Covid-19 ha poi accelerato questo processo, obbligando il mercato dell'animazione e le compagnie coinvolte a prediligere la distribuzione digitale e a puntare sul mercato internazionale. Secondo l'«Anime Industry Report 2021», solo il segmento estero all'interno del mercato di animazione e delle compagnie associate ha portato al Giappone dai 3 miliardi di yen (circa 25 milioni USD) nel 2002 a circa 12,3 miliardi di yen (circa 84 milioni USD) nel 2021, più di tutti gli altri segmenti del mercato interno messi assieme (AJA 2021). Ed è destinato ad aumentare: il successo coreano *Squid Game* (2021)³³ è stato il propulsore dietro la rinnovata popolarità di contenuti originali di

³³Cfr. John. «Netflix in Korea - An Overview of Their Expansion Plans in South Korea.» *Seoulz*. 07 03 2022. <https://www.seoulz.com/netflix-in-korea-an-overview-of-their-expansion-plans-in-south-korea/> (consultato il giorno 02 13, 2023), e Yeomans, Annabel. «Why Netflix is investing in Korean content.» *Ampere Analysis*. 28 02 2022. <https://www.ampereanalysis.com/insight/why-netflix-is-investing-in-korean-content> (consultato il giorno 02 13, 2023).

Netflix Giappone, desideroso di replicare e misurarsi con il fenomeno di Netflix Corea, tanto che è stata confermata una seconda stagione di *Alice in Borderland* (2020), lanciata a Dicembre 2022; inoltre, al Netflix Japan Festival 2021 sono stati annunciati più di cinquanta nuovi contenuti in produzione per i prossimi anni (Frater 2021). Certo, i drama o gli adattamenti cinematografici e seriali *live-action* giapponesi non stanno ottenendo lo stesso successo di quelli coreani, nonostante Netflix abbia provato a investirvi imitandone il processo, e gli anime rimangono il prodotto culturale più sicuro in termini di investimento e al centro delle sue scelte di produzione; nei prossimi capitoli, tramite l'analisi dei casi di studio emergeranno delle possibili spiegazioni a riguardo.

È bene tener presente che cooperazione e collaborazione per quanto riguarda la produzione e distribuzione di contenuti creati da Netflix e dalle industrie locali come quella giapponese e quella coreana, nonostante non siano necessariamente sinonimo di una concreta maggior diversità rappresentativa o creativa, né mezzo di potere culturale, sono occasione di ibridazione (per formati, estetica, generi...) e potenziale via per portare film locali, quindi con un cast e una direzione locali in lingua originale (e quindi in senso lato, anche la cultura locale), a un'audience globale; questo permette la formazione di quei flussi transnazionali che stanno decentrando sempre di più gli USA dalla loro posizione di unico centro di riferimento culturale, demolendo la possibilità del *one-way flow* (Fung e Chik 2022).

2. Shinigami crossmediali

In questo capitolo si andranno in primo luogo a descrivere e contestualizzare le opere su cui sono basati gli adattamenti presi in esame, con una particolare attenzione alla loro rispettiva collocazione nell'*anime media mix* giapponese. Quindi si introdurranno i due adattamenti di Netflix in rapporto a una riflessione riguardo alla loro posizione all'interno dell'universo narrativo delle opere originali. Infine, si passerà direttamente all'analisi delle tre dimensioni fondamentali di un adattamento, mettendo a confronto come siano stati gestiti in *Death Note* (2017) e *BLEACH* (2018): il setting, i personaggi e la trama, a cui si aggiungerà un breve paragrafo sul processo di traduzione e doppiaggio; si concluderà il capitolo con una valutazione riassuntiva degli adattamenti nella loro totalità.

2.1 Alle radici: *Death Note* (2003-2006) *BLEACH* (2001-2016)

La figura degli 死神 *shinigami* (dei della morte) all'interno della cultura popolare giapponese ha radici relativamente recenti. Sulla base delle varie definizioni generali raccolte da Kotobank, si potrebbe riassumere che gli *shinigami* sono descrivibili come spiriti o divinità che accompagnano, regolano o causano la morte degli esseri umani; la loro caratterizzazione all'interno della cultura popolare avviene tra diciottesimo e diciannovesimo secolo, in particolare durante il periodo

Edo quando cominciano ad apparire all'interno di tragiche storie romantiche o storie di fantasmi, nel kabuki o nel jōruri (Enciclopedia Nipponica, 死神 (人を死に誘う神) shinigami (hito wo shini sasou kami) (Shinigami (gli dei che accompagnano alla morte le persone)) s.d., Heibonsha World Encyclopedia s.d.). Una particolare influenza ha avuto la diffusione in Giappone della figura del *Grim Reaper* (Cupo mietitore o Angelo della morte) europeo, sviluppatasi durante il quattordicesimo secolo con la peste nera e la tradizione della Danza Macabra, generalmente dipinta come uno scheletro avvolto in un manto nero con una falce che giunge a mietere le vite di coloro che hanno terminato il proprio tempo sulla terra (Wikipedia, Death (personification) s.d.). Nella *pop culture* del ventunesimo secolo in Giappone la figura dello *shinigami* ha poi riscosso enorme popolarità, venendo reinventata e reinterpretata in numerosi opere e media con caratterizzazioni variegata, da affascinanti ragazzi protagonisti di shōjo manga a studenti con armi personificate¹.

¹Cfr. Matsushita, Yōko. 闇の末裔 *yami no matsuei* (*La stirpe delle tenebre*). Tokyo: Hakusensha, 1996 - 2002, e Ōkubo, Atsushi. ソウルイーター *souru i-ta-* (*Soul Eater*). Tokyo: Square Enix, 2004-2013.



Figura 2-1 Copertine di *La stirpe delle tenebre* (volume 1, giugno 1996) di Matsushita Yōko e *Soul Eater* (volume 1, giugno 2004) di Ōkubo Atsushi

Tra queste, sia *Death Note* (2003 – 2006) di Ōba Tsugumi e Obata Takeshi che *BLEACH* (2001 – 2016) di Kubo Tite presentano una diversa rielaborazione degli *shinigami* come elementi chiave della narrazione.

Death Note è un manga ideato da Ōba Tsugumi e illustrato da Obata Takeshi, pubblicato in Giappone dal 1° dicembre 2003 al 15 maggio 2006 sul settimanale Weekly Shōnen Jump dalla casa editrice Shūeisha. La trama generale segue la storia di Yagami Light, il più brillante studente delle superiori in Giappone, che trova per caso un Death Note, un quaderno grazie a cui si può uccidere qualunque persona qualora si conoscano il nome e il volto, lasciato cadere ‘per sbaglio’ dallo *shinigami* Ryuk; qui gli *shinigami* sono creature mostruose e antropomorfe che vivono in una dimensione parallela, una terra cupa e desolata, e che si mantengono in vita compiendo il loro dovere di scrivere i nomi degli umani nel Death Note al momento prestabilito,

così uccidendoli. Grazie al Death Note, Light decide di purgare il mondo dal male ed inizia ad eliminare centinaia e centinaia di criminali, per poi passare a chiunque lo ostacoli. Sotto lo sguardo neutrale, o ambiguo, di Ryuk, affascinato dall'ideologia del ragazzo, Light si (auto-)proclama dio del nuovo mondo 'giusto' che sta creando sotto il nome attribuitogli dai fan di Kira (キラ - "killer" in giapponese). Così facendo, Light attira l'attenzione di L, il miglior detective al mondo e geniale al pari di Light, che si allea con le forze dell'ordine locali e internazionali per cercare di fermarlo. Le vicende ruotano quindi attorno a questa sorta di partita di scacchi o di gioco del gatto e il topo fra due menti geniali che combattono per due concetti di giustizia diversi, provocando il codice etico e morale di ciascun lettore. Con 30 milioni di copie in circolazione solo entro il 2015, è stato uno dei manga più popolari tanto in Giappone quanto negli USA, nonché fonte di dibattito accademico per il suo utilizzo particolare di diversi elementi religiosi e una presa di posizione ambigua e provocatoria nei confronti del concetto di 'giustizia'².

²Cfr. Frohlich, Dennis Owen. "Evil Must Be Punished: Apocalyptic Religion in the Television Series Death Note", *Journal of Media and Religion*. 11:3. 2012. 141-155, e Napier, Susan. "Death Note: The Killer in Me Is the Killer in You", *Mechademia Second Arc*. 5:1. 2010. 356-360.



Figura 2-2 Copertine di *Death Note* (volume 1, 2004) e *Death Note: How To Read* (volume 13, 2006) di Ōba Tsugumi e Obata Takeshi

BLEACH invece è un manga scritto e illustrato da Kubo Tite, pubblicato dal 7 agosto 2001 al 22 agosto 2016, anch'esso sulla rivista Weekly Shōnen Jump dalla casa editrice Shūeisha. Il protagonista è Kurosaki Ichigo, un adolescente dai capelli rossi con il potere di vedere i fantasmi che, grazie all'incontro con la *shinigami* Kuchiki Rukia, diventa anch'egli uno *shinigami* part-time. Qui, gli *shinigami* sono una sorta di casta samurai che vive nella Soul Society, la dimensione parallela con ambientazione medievale dove finiscono gli umani dopo la morte, in grado di materializzare la propria anima sotto forma di spade con diverse forme e poteri in base al personaggio, le 斬魄刀 *zanpakutō*; hanno il compito nel mondo umano di mandare gli spiriti dei morti nell'aldilà e purificare quelli corrotti, gli ホロウ *horou* (Hollow). Le vicende seguono quindi Ichigo e i suoi amici, umani e *shinigami*, nel suo percorso per diventare un vero *shinigami*, scoprire il proprio passato e sconfiggere nemici sempre più potenti

che mettono a rischio l'esistenza della Soul Society, nonché quindi del mondo umano. Con 130 milioni di volumi 単行本 *tankōbon* (volume individuale all'interno di una serializzazione manga) in circolazione, nel 2022 è il dodicesimo manga più venduto al mondo.



Figura 2-3 Copertine di BLEACH: *The Death and the Strawberry* (volume 1, gennaio 2002) e BLEACH: *The Death and The Strawberry* (volume 74, novembre 2016) di Kubo Tite

Dietro alla popolarità incredibile di entrambe le opere, non vi è solo un manga di successo quanto un'operazione di sinergia fra diverse aziende e compagnie interessate che prevede la produzione di opere, adattamenti e *commodities* pensati per espandere la storia e il suo universo narrativo, attrarre nuovi fan, tenersi stretti quelli affezionati e, soprattutto, farsi pubblicità l'una all'altra per incrementare le vendite (Steinberg 2012). Negli USA questo in genere viene chiamato

franchising, mentre in Giappone il processo analogo, con le dovute differenze, è chiamato *media mix* (o, nello specifico, *anime media mix*)³.

The anime media mix within popular discourse refers to two intersecting phenomena: the translation or deployment of a single work, character, or narrative world across numerous mediums or platforms (also known as repurposing) and the synergetic use of multiple media works to sell other such works within the same franchise or group (Steinberg 2012, 142).

Kopirōwa (2015) sottolinea come la definizione di *anime media mix* sia flessibile, basata sulla geolocalizzazione del processo e sul funzionamento delle industrie che lo portano avanti più che sulle regole che lo definiscono, lasciandolo quindi un concetto ampio e dai confini vaghi basato sulle tendenze e sui principi che solitamente caratterizzano il processo. L'adattamento è uno dei processi più usati, specialmente dal manga all'anime, dal manga/anime alla light novel, o dal manga/anime al videogioco; senza parlare poi di tutta la produzione di *commodities* secondarie (giocattoli, articoli di cartoleria...) associata, che fa uso di personaggi e simboli appartenenti al mondo dell'opera originale. In termini di contenuto, l'*anime media mix* comporta la frammentazione del mondo fittizio e della narrazione in segmenti narrativi consumabili singolarmente, che assieme compongono una narrativa d'insieme primaria, o globale, complessa e dinamica (Steinberg 2012). Steinberg evidenzia come una sua

³Cfr. Steinberg, Marc. *Anime's Media Mix. Franchising Toys and Characters in Japan*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2012.

caratteristica importante sia la non-identificabilità dell'originale⁴: nonostante rimanga una certa gerarchia dei prodotti, ciascun bene e opera può essere consumato a prescindere dal conoscere l'originale, non vi è un ordine stabilito necessario per comprendere ed entrare nell'universo narrativo (Steinberg 2012, 160-161); non solo, ma è considerato perfettamente accettabile che i contenuti possano anche esplorare derive narrative diverse o perfino contraddirsi l'uno con l'altro in certa misura (Rendell 2021). Ciò che rimane come collante di questi frammenti narrativi sono i personaggi: al contrario del *franchising* americano dove il focus primario è sulla storia o gli archi narrativi, ciò che è realmente transmediale e trasponibile nell'*anime media mix*, nonché la fonte di attaccamento da parte dei fan e il focus degli adattamenti, sono i personaggi; questi devono essere riprodotti nei diversi media in modo da soddisfare fan e consumatori, mentre la storia può essere liberamente espansa, modificata o contraddetta nel momento in cui viene adattata (Harata 2021, Hyakusoku 2016, Sugawa-Shimada 2016, Yoshioka 2018); questo non significa che non sia importante come vengano adattati il setting e l'universo narrativo da un media all'altro, o la coerenza di trama, ma che abbiano una valenza secondaria, tendenzialmente legata a come vi si inserisce il personaggio all'interno e con quali conseguenze (Yoshioka 2018). Come si vedrà nel dettaglio nelle prossime sezioni, questo aspetto della trasposizione del personaggio diventa particolarmente

⁴Jenkins (2003) la nomina come una delle caratteristiche che il *franchising* americano dovrebbe implementare per raggiungere la forma ideale di *transmedia storytelling* e cita come esempio principe il fenomeno di *Pokemon*.

problematico e complesso nel momento in cui si passa da un personaggio bidimensionale a uno tridimensionale, come nei *live-action*.

L'inclusione dell'adattamento cinematografico a livello teorico è più dibattuta, ma stando alla definizione data da Steinberg e guardando sia al discorso in Giappone sul *media mix*⁵, sia alle pratiche concrete dell'industria di prodotti culturali giapponese, sembra più ragionevole considerare i *live-action* parte dell'*anime media mix*. Questo ha le sue ragioni storiche: la casa editrice Kadokawa⁶ nel 1976 aveva fondato la propria casa di produzione cinematografica associata per produrre gli adattamenti cinematografici dei romanzi che pubblicava, in un'operazione di marketing dove le due opere si facevano pubblicità l'un l'altra; una strategia che era diventata poi tendenza popolare fra le altre compagnie e si era andata a integrare a quello che già era l'*anime media mix*, espandendone le pratiche così che includessero *live-action*, soundtrack e novellizzazioni (Steinberg 2012). Allo stesso tempo non si può ignorare che, rispetto agli altri adattamenti, i *live-action* spesso risultano più difficili da produrre e vendere, anche all'interno del Giappone stesso; per questa ragione raramente vengono messi al centro quando si parla di *anime media mix*. Uno dei motivi principali, come si è già anticipato, risiede proprio

⁵ Per approfondimento sul discorso accademico legato all'*anime media mix* in Giappone cfr. Kopirōwa, Ōriga. *Media Mix as Adaptation: With Maeda Mahiro's Gankutsuō as an Example (Tesi di Dottorato)*. Kyōto: Kyōto Seika University, 2015.

⁶ Per la storia della Kadokawa, il suo ruolo nella creazione dell'*anime media mix* e il suo rapporto con le altre industrie di prodotti culturali cfr. Steinberg, Marc. *Anime's Media Mix*. (2012).

nella centralità del personaggio e nella difficoltà di trasporlo soddisfacentemente in un medium tridimensionale. A riuscire in questa trasposizione sono i popolari adattamenti 2.5D, ovvero musical e *live-stage*, adattamenti messi in scena sul palco teatrale che rendono tridimensionale un personaggio bidimensionale⁷ (Yoshioka 2018), che stanno acquisendo crescente importanza tanto per l'industria che per l'ambito accademico. Guardare parallelamente a quali aspetti di questo processo di trasposizione da una dimensione all'altra funzionino in maniera efficace nei musical e nei *live-stage*, producendo opere apprezzate dai fan, e quindi prodotti di successo, sarà utile per provare a capire quali elementi invece dei *live-action* li rendano così difficili da vendere e, per i fan, da apprezzare.

Quello che non rientra nel *media mix*, ma gioca un ruolo fondamentale nel rapporto che si crea fra le opere e i fan, è la produzione secondaria, ovvero le opere prodotte dai "consumers-as-producers" (Steinberg 2012, 179)⁸. La produzione secondaria si distingue come 'non-ufficiale' (o *fanon*) rispetto a tutto ciò che è prodotto dagli artisti originali o da chi possiede i diritti su storia e personaggi⁹, che fungono invece da

⁷ Processo diverso da "mettere in scena/recitare il ruolo di un personaggio originariamente bidimensionale", in quanto nei 2.5D l'attore sparisce ed esiste solo il personaggio, mentre nella messa in scena l'attore rimane "visibile" agli occhi dello spettatore.

⁸ Questo include fanfiction, fan-made video, *dōjinshi*...tutti i prodotti culturali che si basano o riferiscono in qualche modo all'universo narrativo originale creati dai fan.

⁹In realtà vi è anche una differenza gerarchica in termini di autorità fra autori e artisti originali, e chi possiede i diritti; le scelte del primo gruppo, anche quando possono

‘autorità’ per stabilire quale sia il cosiddetto ‘*canon*’¹⁰; questo non significa che qualsiasi opera sia passivamente accettata come canonica dai fan, che possono rifiutarla giudicandola inadatta, se non un “原作レイプ” *gensakureipu* (stupro dell’originale) (Harata 2021, 36), nonostante sia prodotta da un’ autorità (Harata 2021). Non solo, ma in certi casi la ripetizione e il riconoscimento di un determinato elemento all’interno del *fanon* può portare alla sua semi-canonizzazione, per cui i fan lo considerano accurato, o reale, all’interno dell’universo fittizio al punto che anche se l’autore originale dovesse contraddirlo verrebbe ignorato¹¹.

essere contraddittorie e non coerenti, è più facile che vengano accettate dai fan rispetto a quelle del secondo gruppo (Saint-Gelais in Kopirōwa 2015, 47).

¹⁰Qui utilizzato nell’accezione di *media canon*, come usato da fan e i coinvolti nell’industria culturale, ovvero ciò che è considerato essere vero e realmente accaduto all’interno dell’universo narrativo fittizio Cfr. Kopirōwa, Ōriga. *Media Mix as Adaptation* (2012).

¹¹Un esempio di questo processo è la semi-canonizzazione all’interno del fandom di Harry Potter dei tratti caratteriali dei Malandrini (personaggi marginali e solo successivamente tratteggiati dall’autrice J. K. Rowling) e della loro descrizione fisica da giovani associata ad attori che in realtà non ne hanno mai ufficialmente interpretato il ruolo e che non coincidono con quelli che brevemente si intravedono nei film (come l’attore Ben Barnes per Sirius Black e Andrew Garfield per Remus Lupin); non vi è alcuna produzione ufficiale incentrata sulla loro storia, ma è quasi interamente una creazione del fandom. Lo stesso vale per la generazione successiva, ovvero i figli dei protagonisti di Harry Potter: l’opera teatrale *Harry Potter and The Cursed Child*, approvata da J. K. Rowling, è stata rifiutata e criticata dai fan come se fosse una fanfiction di pessima qualità, scontrandosi con le caratterizzazioni ormai

2.2 Frammento nell'universo narrativo: i *live-action Death Note* (2017) e *BLEACH* (2018)

Sia *Death Note* (2003 - 2006) di Ōba Tsugumi e Obata Takeshi che *BLEACH* (2001 - 2016) di Kubo Tite sono inseriti in un più ampio *media mix* prodotto in Giappone, composto da diverse opere che ne arricchiscono i personaggi, la storia e l'universo.

Per quanto riguarda *Death Note*, tra le numerose opere le più importanti sono¹²: una serializzazione anime, *DEATH NOTE*, diretta da Araki Tetsurō e scritta da Inoue Toshiki (ottobre 2006 - giugno 2007, 37 ep.); due lungometraggi animati, *DEATH NOTE* (agosto 2007) e *Death Note: Relight 2: L's Successors* (ディレクターズカット完全決着版 ~リライト 2 L を継ぐ者) (agosto 2008), diretti da Araki Tetsurō e scritti da Inoue Toshiki; quattro film *live-action*, *DEATH NOTE* (giugno 2006) e *Death Note 2: The Last Name* (デスノート the Last name) (ottobre 2006), diretti da Kaneko Shūsuke e scritti da Ōishi Tetsuya, e i sequel *L: Change the World* (*L change the WorLd*) (febbraio 2008) diretto

cementate nel fandom dei personaggi. Vd. Hieronymus, Mark. "Harry Potter and the Cursed Child Review." *Heights Forum*.

<https://heightsforum.org/review/harry-potter-and-the-cursed-child-review/>

(consultato il giorno 11 15, 2022) e Schick, Michal. 2016. "The Cursed Child as Fanfiction, and Where the Problem Really Lies." *Hypable*. 02 08 2016.

<https://www.hypable.com/the-cursed-child-fanfiction-or-canon/> (consultato il giorno 11 15, 2022).

¹²Per l'elenco completo vd. Wikipedia. *DEATH NOTE*. s.d.

https://ja.wikipedia.org/wiki/DEATH_NOTE (consultato il giorno 11 18, 2022).

da Nakata Hideo e scritto da Kobayashi Hirotochi e *Death Note: Light up the NEW world* (デスノート *Light up the NEW world*) (ottobre 2016) diretto da Satō Shinsuke e scritto da Mano Katsunari; tre novellizzazioni nel *Death Note Another Note: The Los Angeles BB Murder Cases* (DEATH NOTE アナザーノート ロサンゼルスBB 連続殺人事件) (agosto 2006) di Nishio Ishin, *L changes the World* (febbraio 2008) di M e *Death Note: Light up the NEW world* (デスノート *Light up the NEW world*) (ottobre 2016) di Kusakabe Masatoshi basate sugli omonimi film; una serie televisiva *live-action* DEATH NOTE diretta da Inomata Ryūichi e Nishimura Ryō e scritta da Izumi Yoshihiro (luglio - settembre 2015, 11 ep.) e una mini-serie online *live-action* *Death Note: New Generation* (デスノート NEW GENERATION) diretta da Satō Shinsuke e scritta da Mano Katsunari (agosto 2016); un musical, *Death Note The Musical* scritto da Frank Wildhorn, composto da Jack Murphy e tradotto da Takahashi Ako (aprile - maggio 2015); a questo si aggiungono sei videogiochi, diversi set di carte da gioco, vari guidebook e libri di illustrazioni, oltre che alcune one-shot in formato manga a parte.

Per quanto riguarda BLEACH (2001 - 2016), invece, tra le più importanti ci sono state: due serializzazioni anime, BLEACH diretto da Abe Noriyuki (ottobre 2004 - marzo 2012, 366 ep.) e BLEACH: *Thousand-Year Blood War* (BLEACH 千年血戦篇) diretto Taguchi Tomohisa (ottobre - dicembre 2022); quattro lungometraggi animati, BLEACH: *Memories of Nobody* (劇場版 BLEACH MEMORIES OF NOBODY) diretto da Abe Noriyuki e scritto da Sogo Masashi

(dicembre 2006), *Bleach: The DiamondDust Rebellion* (劇場版 BLEACH *The DiamondDust Rebellion* もう一つの氷輪丸) diretto da Abe Noriyuki e scritto da Yokote Michiko and Ōkubo Masahiro (dicembre 2007), *Bleach: Fade to Black* 劇場版 BLEACH *Fade to Black* 君の名を呼ぶ) (dicembre 2008) e *Bleach: Hell Verse* (劇場版 BLEACH 地獄篇) (dicembre 2010) diretti da Abe Noriyuki e scritti da Takahashi Natsuko e Ōkubo Masahiro; un programma radio a episodi mensili, *BLEACH "B" STATION* (aprile 2005 -dicembre 2010) prodotto da Radio Osaka con i *voice actors* dei personaggi anime; un adattamento 2.5D, la serie di musical *ROCK MUSICAL BLEACH*, che comprende dodici spettacoli, *Rock Musical BLEACH* (ロックミュージカル BLEACH) (dicembre 2005), *Rock Musical BLEACH Saien* (ロックミュージカル BLEACH 再炎) (2006), *ROCK MUSICAL BLEACH The Dark of The Bleeding Moon* (2007), *Rock Musical BLEACH the LIVE Bankai SHOW code:001* (ROCK MUSICAL BLEACH the LIVE “卍解 SHOW code: 001) (2007), *ROCK MUSICAL BLEACH No Clouds in the Blue Heavens* (2007), *ROCK MUSICAL BLEACH THE ALL* (2008), *ROCK MUSICAL BLEACH the LIVE “卍解 SHOW code: 002 ”* (2008), *Rock Musical BLEACH the Film Fes -inizia!-* (ROCK MUSICAL BLEACH the Film Fes -始動!-) (2009), *ROCK MUSICAL BLEACH the LIVE “卍解 SHOW code: 003* (2010), *Rock Musical BLEACH per il decimo anniversario di BLEACH* (連載10周年記念公演 ROCK MUSICAL BLEACH) (2011), *Shinsei Rock Musical BLEACH Reprise* (新生 ROCK MUSICAL BLEACH

Reprise) (2012), *Rock Musical BLEACH Another Above the Ground* (*ROCK MUSICAL BLEACH ～もうひとつの地上～*) (2016); nove novellizzazioni pubblicate da Shueisha: cinque scritte da Kubo Tite and Matsubara Makoto, *Bleach - Letters From The Other Side: The Death and The Strawberry* (December 2004), *Bleach: The Honey Dish Rhapsody* (novembre 2006), *Bleach: The Death Save The Strawberry* (settembre 2012) e *Bleach: WE DO knot ALWAYS LOVE YOU* (dicembre 2016); due scritte da Kubo Tite e Narita Ryōgo, *Bleach: Spirits Are Forever With You* e *Bleach: Spirits Are Forever With You 2*; quattro basate sui film animate dai titoli omonimi, rilasciate assieme ai film, e un'ultima pubblicata serie in tre volumi scritta da Kubo Tite e Narita Ryōgo, e pubblicata da Viz Media, *Bleach: Can't Fear Your Own World* (agosto 2017). A queste si aggiungono una serie numerosa di videogiochi su diverse piattaforme, libri di illustrazioni e un *voice-comic*¹³.

Come si può vedere, entrambe le opere originali si inseriscono all'interno di una vasta e complessa rete di contenuti ispirati, derivati, adattati o basati sui loro personaggi e universi narrativi; un *anime media mix* ricco ed elaborato. La domanda che bisogna porsi è se allora anche gli adattamenti di Netflix si possano far rientrare nei due *media mix* associati alle opere originali. La risposta è che dipende dalla definizione che si vuole applicare. Nel caso di quella più rigida, non ne fanno parte: a partire dagli anni '2000, l'*anime media mix* è generalmente pensato da un comitato organizzativo (製作委員会

¹³Per l'elenco completo vd. Wikipedia. *BLEACH*. s.d.

<https://ja.wikipedia.org/wiki/BLEACH> (consultato il giorno 11 18, 2022).

seisaku inkai) che coinvolge le diverse compagnie di produzione e distribuzione di prodotti culturali, disponibili a fornire finanziamenti e risorse in cambio dell'integrazione dei loro prodotti all'interno del progetto che nasce intorno a una determinata opera (Steinberg 2012, 171-173, Kopirōwa 2015, 30-33); il comitato pianifica una strategia ben precisa, come si può vedere sia dai contenuti che si susseguono in modo da riempire efficacemente gli anni per mantenere vivo l'interesse dei fan, sia da come lo stesso manipolo di autori, produttori, direttori e creatori si trovano a collaborare a più opere diverse su media diversi (Pusztai 2015). Netflix non è parte di questo comitato, né era stato previsto vi si inserisse in futuro, anche perché l'adattamento viene prodotto in un momento in cui le nuove produzioni, e forse anche l'entusiasmo, andavano scemando. Se invece si considera la definizione più ampia per cui ci si concentra su tutte le opere che vanno a costituire frammenti di un unico universo narrativo, ramificato attraverso diversi media che si arricchiscono e promuovono l'uno con l'altro al tempo stesso, allora ha senso includerli; specialmente nel caso di *BLEACH (2018)*, prodotto e scritto in Giappone in contemporanea con la produzione dell'ultimo spettacolo della serie di musical e che ha dato poi origine ad una novellizzazione basata sul *live-action*. Per *Death Note (2017)* l'inserimento nell'*anime media mix* sarebbe più forzato; nonostante ciò, in entrambi i casi si può dedurre che i diritti della storia siano stati ceduti perché portassero benefici (non solo economici) a chi possiede i diritti d'autore in Giappone, in quello che ha le caratteristiche di un investimento sicuro, sia rinvigorendo l'interesse per il proprio universo narrativo, sia guadagnando un certo riconoscimento a livello

globale grazie al marchio Netflix, che sancisce e conferma una sorta di popolarità 'universale' dell'opera (Choo 2020).

Quello che è quindi importante tenere presente nel procedere con l'analisi, al di là del dibattito sul *media mix*, è che le due opere si presentano a un pubblico al cui interno sono incluse, probabilmente in gran numero, persone che conoscono già la storia; anzi, i fan più affezionati è probabile che abbiano consumato più di uno, se non tutti, i prodotti e le opere correlate. Questo significa che hanno delle immagini consolidate a priori e delle aspettative chiare nell'approcciarsi ai nuovi adattamenti, motivo per cui alcune scelte di adattamento risulteranno accettabili e altre verranno invece rifiutate o aspramente criticate sulla base di come si inseriscono in questo universo narrativo ben definito e conosciuto. È bene tenere presente, infatti, che il piacere o la frustrazione che derivano dal consumare un adattamento sono influenzati da come l'adattamento stesso, in virtù di una percepita familiarità, interagisce con la memoria e la capacità di riconoscimento dello spettatore, che in questo caso ha ampio materiale per nutrirla (Hutcheon 2011, 45-53).

2.3 *Live-action* Shinigami: fra trasposizione e ibridazione

Data questa cornice introduttiva, si può passare all'analisi dei due casi di studio presi in esame.

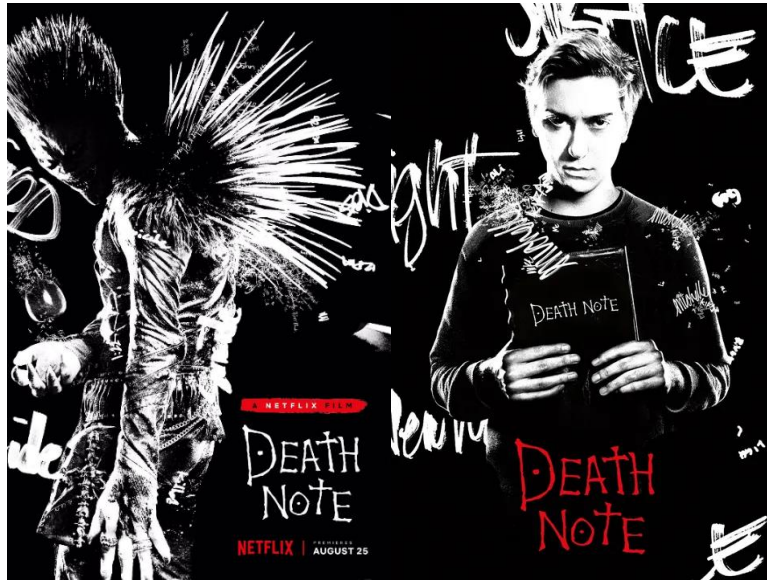


Figura 2-4 Poster promozionali di *Death Note* (2017) rivelati da Adam Wingard sulla sua pagina Twitter

Death Note (2017) è diretto da Adam Wingard, regista famoso per i suoi film di genere horror e azione, come *You're Next* (2011). Il copione è di Charles Parlapanides, Vlas Parlapanides e Jeremy Slater, che ha partecipato anche alla scrittura delle serie televisive *The Umbrella Academy* (Netflix, 2019 -) e *The Exorcist* (Fox, 2016 - 2017). Per quanto riguarda la produzione, è passata dalle mani della casa di produzione Vertigo Entertainment a quelle della Warner Bros., già distributrice dei *live-action* giapponesi menzionati precedentemente; a causa dei tagli di produzione, la Warner Bros. ha in seguito concesso a Wingard di portare il proprio progetto presso un'altra casa di produzione e Netflix lo ha acquistato con un budget tra i 40 e 50 milioni USD e l'aggiunta di Slater come sceneggiatore. Il cast vede Nat Wolff nel personaggio di Light Turner, Margaret Qualley come Mia Sutton, Lakeith Stanfield come L e William Dafoe nei panni dello *shinigami* Ryuk.



Figura 2-5 Post promozionali di BLEACH (2018) distribuiti dalla Warner Bros. Japan

BLEACH (2018), invece, è diretto da Satō Shinsuke, sceneggiato da Habara Daisuke e Satō Shinsuke stesso, e prodotto da Koiwai Koetsu; l'autore dell'originale, Kubo Tite, ha dato personalmente l'approvazione e alcune linee guida per l'adattamento così da accertarsi che rimanesse fedele alla sua opera e potesse soddisfare fan nuovi e vecchi¹⁴. Inizialmente avrebbe dovuto essere prodotto nel 2012 dalla casa di produzione Callahan Filmworks in partnership con la Warner Bros., che aveva già acquistato i diritti, ma il progetto finì per essere abbandonato; la Warner Bros. allora propose di farlo produrre alla propria filiale giapponese come *live-action* (Warner Bros. Japan, Bleach Movie - Production Note - Background s.d.), si stima con un budget di 3,6 milioni USD su IMDb. In seguito, ha ceduto i diritti per la distribuzione globale (eccetto quella in Giappone di cui si è

¹⁴ Vd. Tweet di @久保帯人 & スタッフ [久保帯人 & スタッフ on Twitter: "https://t.co/kxa7wK0dZz" / Twitter.](https://t.co/kxa7wK0dZz)

occupata lei stessa) a Netflix, che lo ha inserito nei propri Netflix Originals senza aver partecipato direttamente alla produzione. Il cast vede Fukushi Sōta nei panni di Kurosaki Ichigo, Sugisaki Hana come Kuchiki Rukia, Yoshizawa Ryō nelle vesti di Ishida Uryū, Saotome Taichi come Abarai Renji e MYAVI come Kuchiki Byakuya.

Entrambi verranno studiati innanzitutto come adattamenti, ovvero “opere inerentemente di ‘palinsesto’, perseguitate ogni istante dal testo che in esse è stato adattato” (Hutcheon 2011, 25), più che come opere cinematografiche autonome. Per la definizione di adattamento si fa riferimento ai tre punti di Hutcheon:

Come la trasposizione dichiarata di una o più opere che è possibile riconoscere;

Come un atto creativo e interpretativo di appropriazione/conservazione;

Come un ampio confronto intertestuale con l’opera adattata (Hutcheon 2011, 28).

Non verrà fatta una stima delle opere in base a quanto siano fedeli all’originale, nonostante si prevede emergerà questa dimensione come fattore incisivo nella ricezione da parte del pubblico, ma verrà analizzato come e cosa sia stato modificato rispetto all’originale; la natura stessa dell’adattamento implica necessariamente un cambiamento che, in base alle scelte fatte, può configurarsi in un arricchimento o in una perdita, o banalizzazione, rispetto alla sorgente (Hutcheon 2011).

Qui si farà riferimento principalmente al manga e al suo adattamento a serie anime come opera originale o “sorgente” (Hutcheon 2011, 22)¹⁵. Questo, secondo Leitch (2007), categorizza gli adattamenti del caso di studio come “postliterary adaptations” in quanto non si basano su una sorgente strettamente letteraria; fattore che va tenuto in considerazione poiché implica possibili differenze nel tipo di piacere¹⁶ che l’adattamento può suscitare in base al rapporto che lo spettatore intrattiene con la sorgente, e nelle motivazioni che spingono a scegliere tale sorgente, come il voler sfruttare la popolarità già diffusa di un determinato universo o personaggio, o la fedeltà accanita di uno specifico fandom (Leitch 2007, 257-279). Entrambi i film appartengono alla stessa categoria di trasposizione, quella da medium mostrativo¹⁷

¹⁵ Le serializzazioni anime dei due manga sono anch’esse adattamenti, ma caratterizzati dall’essere, almeno per quanto riguarda i primi archi narrativi, una trasposizione e transcodificazione del manga in un nuovo media che non implica cambiamenti o incongruenze influenti sulla storia, sull’universo narrativo o sui personaggi; per questo è possibile considerarli in questa tesi come un’unica opera sorgente.

¹⁶ Tra i vari esempi, Leitch individua i tipi di piacere diversi che derivano dall’adattamento di giochi e videogiochi, rispetto a quelli di un adattamento da un’opera letteraria: riconoscere l’ingegno con cui determinati elementi dal gioco da tavolo, di cui lo spettatore ha esperienza, siano stati integrati nel film; esplorare potenzialità rimaste implicite nella sorgente; rivivere un filone narrativo in un nuovo genere o mix di generi; scoprire indizi o veder riempiti vuoti narrativi rimasti senza spiegazione, ecc. (Leitch 2007, 257-279). Si può di conseguenza ipotizzare che l’adattamento di manga ed anime abbia anch’esso tipi di piacere specifici.

¹⁷ Si è scelto di categorizzare anche i manga come media mostrativi in quanto utilizzano le illustrazioni come mezzo espressivo in modo complementare al testo narrativo-verbale.

fittizio a quello di medium mostrativo realistico (e quindi costretto a sottostare ai limiti della realtà); questo implica anche un cambiamento delle convenzioni visive che, come si vedrà nel dettaglio, è un fattore cruciale della difficoltà di produrre *live-action* di successo.

2.3.1 Il mondo fittizio incontra il mondo reale

Death Note (2017)

“In the early stages of the film I was rereading all of the manga, really just looking at how does any of this translate to the United States. Ultimately, *Death Note* is such a Japanese thing. You can't just say let's port this over and it's going to all add up. They're two different worlds completely. Ultimately, whenever I say it's about America, I'm looking at it like, what are the main kind of core issues going on in America,” Wingard said. “What are the things that people chalk up to conspiracy theories? What kind of weird underground programs does the government have? How do those work in the world of *Death Note*?” (Wingard in Sanchez 2017).

Death Note (2017) inizia con una serie di riprese di quella che è una tipica scuola americana, secondo lo stereotipo che Hollywood ha diffuso per anni, alternate a scene di vita dei sobborghi di Seattle: corridoi coi ragazzi che sistemano i libri agli armadietti, treni cargo, autobus gialli, la polizia che compie arresti in zone malfamate e cheerleader a una partita di football americano. Da Tokyo, Giappone, la storia è stata ri-ambientata a Seattle, Washington, in quella che è una “trasposizione eterodiegetica” o “transdiegitizzazione” (Genette 1997, 355), il cambiamento della cornice spazio-temporale dell'opera sorgente per un'altra (Genette 1997, 352 - 372); questo implica il

cambiamento del contesto sociale e culturale della storia, che in diverse misure può comportare una modifica dell'identità dei personaggi, delle loro azioni e perfino dei valori dei personaggi e, a livello generale, dell'opera (Genette 1997, 352 - 372, Hutcheon 2011, 199-235). Questa transdiegittizzazione, in particolare, è una "traslazione prossimizzante" (Genette 1997, 364) o "indigenizzazione" (Friedman in Hutcheon 2011, 211), ovvero ha lo scopo di avvicinare e attualizzare la storia per quello che dovrebbe essere considerato il consumatore target. Qui già emerge una problematicità che richiama quanto discusso nel capitolo precedente: il pubblico target di Netflix non è lo spettatore americano ma un patchwork transnazionale di segmenti eterogenei di pubblico; eppure, a partire dall'operazione effettuata in *Death Note* (2017), sembra che l'"essere americano" (come rappresentato nell'adattamento) rispetto all'"essere giapponese" sia più adatto a tale pubblico, con la pretesa implicita che sia 'più universale', nel senso di più facilmente comprensibile a tutti. Non si vuole qui sostenere che vi sia necessariamente un problema di fondo nel compiere una trasposizione eterodiegetica, che è una pratica in realtà molto comune negli adattamenti; anche perché Wingard è esplicito nel suo obiettivo, dichiarando che il suo scopo è proprio quello di ri-raccontare la storia secondo il punto di vista americano, in modo che sia rilevante innanzitutto per il pubblico americano (Trumbore 2016, Sanchez 2017). Il problema che non si può ignorare è come questa operazione non sia 'neutrale', ma vada a inserirsi in un flusso culturale che si organizza su assi di potere asimmetrici; non è ininfluente che la traslazione sia operata da e verso un paese culturalmente egemone come gli USA con lo scopo di una

distribuzione globale. In questo modo si insinua uno scomodo presupposto che, quando ambientate in Giappone, le tematiche di *Death Note* forse non siano ugualmente rilevanti a livello 'universale'. Anche di fronte alla descrizione della storia come "such a Japanese thing" (Wingard in Sanchez 2017), viene da chiedersi cosa vi sia di così 'giapponese' (se si può dare una definizione fissa di 'giapponese'), eccetto il fatto che sia ambientata in Giappone (come paese concreto e reale), da rendere difficile la trasposizione al punto da dover modificare aspetti importanti di caratterizzazione dei personaggi, di sviluppo della trama e delle sue tematiche che non necessariamente, come si vedrà, sembrano dipendere direttamente dall'essere giapponese¹⁸. In fondo, è strano pensare che teorie cospirazioniste, organizzazioni underground e bullismo siano esclusivamente 'americani', a meno che per 'americani' non si intenda un rappresentazione clichè, tipica di un certo filone di film hollywoodiani di azione, spionaggio e teen-movies. Perché c'è la necessità di rivedere le tematiche di *Death Note* in ottica americana? Quale arricchimento comporta il fatto che sia ambientata negli USA rispetto al Giappone?

¹⁸Genette (1997) sottolinea e ribadisce che la transdiegittizzazione "non è quindi una condizione né necessaria né sufficiente per la trasformazione semantica, né è solo uno strumento facoltativo" (pg. 371).



Figura 2-6 *Death Note* (2017)

Inoltre, è bene tener conto che questa operazione di prossimizzazione, che dovrebbe rendere più vicino al pubblico generale la storia e aiutarne l'immedesimazione, in realtà è al tempo stesso una defamiliarizzazione per chi conosce bene l'universo narrativo originale, che non riconosce più i luoghi ormai diventati familiari grazie alla loro ripetizione attraverso i diversi media. Questo, che potrebbe sembrare un dettaglio minore, è di particolare importanza se si considera quanto familiarità, ricordo e riconoscimento giochino un ruolo fondamentale nell'apprezzamento di quello che è un dichiarato adattamento (Hutcheon 2011). Ancora di più questo acquisisce peso quando già l'adattamento al codice visivo cinematografico crea una distanza maggiore fra sorgente e *live-action* di quanto non si percepisca fra manga e adattamento anime; in *Death Note* (2017) risulta particolarmente marcato anche a causa di come il codice visivo adottato sia lontano da quello della sorgente: un misto fra quello strettamente naturalistico del cinema realistico (Hutcheon 2011, 61-120), che quindi deve sottostare alle leggi di causa-effetto e di linearità della realtà, e quello 'spettacolare' (in termini di luci, riprese, qualità, esagerazione visiva-splatter...) dei blockbuster di Hollywood.



Figura 2-7 Death Note (2017)

BLEACH (2018)

架空の町を完璧に再現した、“リアル”最重視のロケーション！

映画の舞台は、東京のどこかにある架空の町、空座町（からくらちょう）。佐藤監督は「BLEACH」の世界観の「日常と非日常が渾然一体なところに惹かれている」と語っており、ロケーションでも現実味が重視された (Warner Bros. Japan, Bleach Movie - Production Note - Location s.d.)¹⁹.

BLEACH (2018), invece, rappresenta l'estremo opposto dello spettro delle trasformazioni diegetiche, essendo un perfetto esempio di "omodiegitizzazione", ovvero una trasformazione che lascia immutata la cornice diegetica della sorgente (Genette 1997, 355). La

¹⁹Trad. personale. "La città di Karakura riprodotta fedelmente: la location più 'reale' possibile! Il film è ambientato a Karakura, una città fittizia nell'area di Tokyo. Il direttore Satō ha raccontato come ciò che lo avesse attratto di più del mondo di *BLEACH* fosse 'la fusione di quotidiano e straordinario', per cui il realismo delle ambientazioni era una delle sue principali priorità."

cittadina di Karakura così come la scuola, il negozio di Urahara e il cimitero, sono basati in maniera fedele sui disegni della sorgente. Disegni che a loro volta imitano quella che è la vita quotidiana di una cittadina qualunque giapponese, con la giusta dose di idealizzazione fittizia; il regista stesso aveva a cuore di riuscire a rendere in maniera realistica l'ambientazione, dove "realistica" ha il significato ambivalente di "reale" secondo il Giappone concreto e di "reale" secondo il mondo del manga. Per rendere il primo, parte delle riprese sono state girate in diverse zone della prefettura di Shiga e di Yokohama, in collaborazione con i residenti locali per aumentare il livello di realismo (Warner Bros. Japan, Bleach Movie - Production Note - Location s.d.). Per renderlo invece 'realistico' secondo la sorgente, sia sono stati costruiti dei set cinematografici appositi che riprendessero le ambientazioni originali (Warner Bros. Japan, Bleach Movie - Production Note - Location s.d.), sia sono stati utilizzati codici visivi che ripropongono tecniche e scelte di regia "manga flavored" (Pusztai 2015, 148), che tendono ad imitare gli elementi grafici nei corrispettivi fotografici-realistici (Pusztai 2015). In *BLEACH* (2018) vi è infatti un utilizzo frequente dei cosiddetti "external establishing shots" (Pusztai 2015, 147) per costruire e introdurre l'ambiente dove avviene l'azione (l'esterno della scuola, la casa di Ichigo...), che nel manga forniscono il contesto dei pannelli successivi dove il background può essere lasciato in bianco o poco definito, e che invece nei film a codice realistico tendono a risultare ridondanti; inoltre, queste inquadrature diventano uno strumento per frammentare il tempo della narrazione seguendo la successione degli episodi

dell'anime piuttosto che creare una narrazione fluida e ininterrotta più tipica dei film a codice strettamente realistico (Pusztai 2015).



Figura 2-8 BLEACH (Vol. 1, pg 64, 2002) e BLEACH (ep. 2, 2004)



Figura 2-9 BLEACH (2018)



Figura 2-10 BLEACH (Vol. 1, pg 66, 2002) e BLEACH (ep. 2, 2004)



Figura 2-11 BLEACH (2018)

Vengono anche integrati degli *still-frame* di introduzione dei personaggi nello stile grafico del manga, amplificando questo effetto.



59

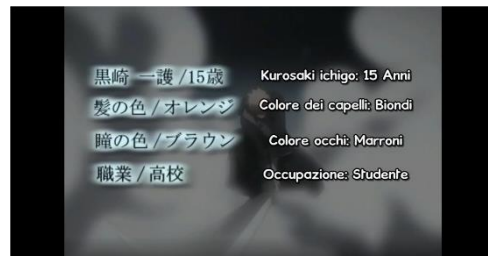


Figura 2-12 BLEACH (Vol. 1, pg 59, 2002) e BLEACH (ep. 1, 2004)



Figura 2-13 BLEACH (2018)

I movimenti degli attori e la composizione delle azioni tendono a essere teatrali, ricalcando le dinamiche tipiche dell'anime in un modo che sfiora l'irrealistico, senza però raggiungerlo e scadere nel dichiaratamente artificiale; in parte si può notare una somiglianza in questo con la modalità di rappresentazione degli adattamenti 2.5D.



Figura 2-14 BLEACH (Vol. 1, pg. 54, 2002) e BLEACH (ep. 1, 2004)



Figura 2-15 BLEACH (2018)

Anche nella creazione degli Hollow, mostri immaginari, vi è il tentativo di dar loro sia un certo grado di realismo, sia un 'odore' giapponese più forte di quello dell'originale²⁰, tanto che la loro grafica viene basata sulle maschere del teatro Nō; il corpo ed estetica di Grand Fisher è basato sul costume dei なまはげ *namahage* (namahage, demone del folklore della penisola di Oga) della provincia di Akita (Warner Bros. Japan, Bleach Movie - Production Note - CG s.d.).



Figura 2-16 BLEACH (2018) e foto dei namahage di Akita

²⁰“原作より和の要素を強くしています” (Warner Bros. Japan, Bleach Movie - Production Note - CG s.d.).

L'uso intensivo di effetti speciali visuali (VFX) e l'integrazione del CGI per rendere le scene d'azione e la creazione degli Hollow richiamano il genere dei 特撮 *tokusatsu*²¹ (Warner Bros. Japan, Bleach Movie - Production Note - CG s.d., Warner Bros. Japan, Bleach Movie - Production Note - Action s.d.), ma la tecnologia avanzata utilizzata per produrli li rende qualitativamente simili ai blockbuster hollywoodiani.



Figura 2-17 BLEACH (2018)

Queste scelte di regia che imitano e integrano lo stile anime, in altri adattamenti è successo abbiano creato un senso di disagio o di percepita artificialità, ma *BLEACH* (2018) riesce a mantenere un livello abbastanza definito di realismo che salva dall'effetto parodico o amatoriale, rendendolo godibile anche ad un pubblico non abituato a questi codici che imitano quelli delle animazioni. Al contrario, per i fan questo stile amplifica il senso di familiarizzazione, giocando

²¹ Abbrv. di 特殊撮影効果 *tokushusatsueikouka* (effetti fotografici speciali): anche chiamati SFX, è un termine generale per indicare le tecniche utilizzate per produrre immagini non ottenibili con i normali metodi di ripresa attraverso l'impiego di macchinari e tecnologie particolari (CGI, la sintesi digitale di immagini computerizzate...) (Enciclopedia Nipponica, 特殊撮影 *tokushusatsuei* (effetti speciali) s.d.).

sull'illusione che la loro storia preferita, solitamente isolata in un mondo fittizio, sia diventata parte del loro mondo senza perdere il suo fascino fantastico/soprannaturale; tale illusione nutre e alimenta il legame affettivo tra fan e universo narrativo, tra fan e personaggi.

2.3.2 I personaggi

Come si è spiegato nella sezione dedicata all'*anime media mix*, al contrario del *franchising* americano, il collante di un determinato universo narrativo sono i personaggi (Kopirōwa 2015). All'interno di alcuni studi sugli adattamenti, sia 2.5D che *live-action*, nell'ambito accademico giapponese si è studiata la correlazione fra la soddisfazione, o frustrazione, del pubblico²² e come siano stati trasposti i personaggi, con cui i fan tendono a stabilire un legame affettivo²³ che li spinge poi a consumare tutti i contenuti in cui figurano; si è notato che la storia è generalmente conosciuta e, per questo, ciò a cui i fan sono interessati è vedere e, dove possibile, interagire con i personaggi *vivi* più che alla trama in sé (Yoshioka 2018). La difficoltà di rendere un personaggio, originariamente bidimensionale, tridimensionale viene considerato il principale ostacolo all'interno del processo di adattamento, in quanto è

²²In questo caso si parla di "pubblico consapevole", ovvero quello che è cosciente che l'opera è un adattamento e conosce l'originale (Hutcheon 2011, 172). Per il pubblico non consapevole, che quindi non ha immagini a priori dei personaggi dovuti al consumo delle opere sorgente o di altri adattamenti, questo problema di fedeltà e aspettative sulla rappresentazione non si pone.

²³O "relazione parasociale" (Livingstone in Mirrlees 2013, 230).

impossibile trovare una persona reale che sia identica a un personaggio fittizio (Yoshioka 2018); nel momento in cui lo spettatore si trova a guardare un personaggio, che fino a quel momento ha costruito nella propria mente solo attraverso immagini della sua rappresentazione bidimensionale-fittizia, come tridimensionale-reale, prova un senso di incongruenza (Harata 2021, Sugawa-Shimada 2016, Yoshioka 2018). Harata (2021), riprendendo la teoria dei personaggi di Matsunaga(2016)²⁴, spiega come questo problema non sia da ridursi semplicemente a uno di apparenza (estetica), ma vada analizzato dividendo il personaggio in due componenti: il “D (ダイエジエティック) キャラクター (*diegetikku*) *kyarakuta*-” (personaggio diegetico) e il “P (パフォーミング) キャラクター (*pafo-mingu*) *kyarakuta*-” (personaggio performativo) (Harata 2021, 43). Il primo corrisponde al personaggio come entità narrativa all’interno del mondo fittizio, l’identità o concetto (astratto) del personaggio, ed è ciò che è veramente trasmodale e trasponibile; il secondo invece è l’immagine, il concetto visivo, che agisce e mette in scena il personaggio diegetico (Harata 2021). Nell’adattare un personaggio, con la speranza di renderlo in maniera fedele, si può sia fare in modo che la somiglianza tra attore e personaggio performativo sia più alta possibile, ma vi è un limite fisico e oggettivo che non si può evitare, sia cercare di riprodurre perfettamente il personaggio diegetico, che invece è sempre possibile in quanto dipende dalle abilità dell’attore e dalle

²⁴Cfr. Matsunaga, Shinji. «「キャラクターは重なり合う」*kyarakuta wa kanariau* (Characters overlap).» *フィルカル firukaru (PhilCul)* 1, n. 3 (2016): 76-111.

scelte di copione (Harata 2021); l'ideale sarebbe bilanciare entrambi, come avviene infatti negli adattamenti 2.5D, ritenuto l'elemento alla radice della loro popolarità. Negli adattamenti 2.5D, infatti, gli attori vanno a trasformarsi completamente nel personaggio, tanto che la loro identità di attore²⁵ e persona reale viene fatta sparire, assorbita dal personaggio, e anche nei momenti di improvvisazione, durante gli eventi, nelle riprese del backstage, agli eventi o sui social, gli attori si comportano *in-character*²⁶; la personalità dell'attore diventa funzionale a rafforzare il personaggio diegetico (Yoshioka 2018). Non solo, ma il personaggio diegetico è fondamentale in quanto elemento di ponte fra l'attore e il personaggio performativo, che altrimenti rimarrebbe

²⁵Per questo motivo, in genere vengono scelti attori sconosciuti, così che la loro *persona* da celebrità non vada ad ostacolare il processo di assimilazione con il personaggio (Yoshioka 2018, Sugawa-Shimada 2016).

²⁶Cfr. Sugawa-Shimada, Akiko. «第2回 事例1 2.5次元ミュージカル／舞台—2次元と3次元での漂流 dai2kai jirei1 2.5jigen myu-jikaru/butai - 2jigen to 3jigende no hyouryū (Parte 2: Caso di studio 1: musical/stage 2.5D - alla deriva tra due e tre dimensioni).» *WEB 青い弓*. 25 04 2016.

<https://yomimono.seikyusha.co.jp/jigenbukaron/jigenbukaron02.html>

(consultato il giorno 11 15, 2022) e Yoshioka, Shiro. «「脱・テニミュ史観」を目指して —『サクラ大戦』に見る 2.5次元ミュージカルの新たな可能性— 「datsu・tenimyu shikan」 wo mezashite - 「sakurataisen」 ni miru 2.5jigen myu-jikaru no aratana kanousei (Su una prospettiva storica post-Tenimyu. Nuove possibilità per i musical 2.5D in "Sakurataisen").» *国際基督教大学学報 3-A, アジア文化研究 kokusai kurisutokyou daigaku gakuhou 3-A, ajiabunka kenkyū (ICU Academic Journal 3-A, Studi culturali asiatici)*, n. 44 (2018): 149 -166.

solamente un costume (Yoshioka 2018). Questo non significa che il personaggio performativo non abbia importanza, ma che, volendo, un'ottima resa del personaggio diegetico può compensare un personaggio performativo che si distacca dalle aspettative dei fan. Allo stesso tempo, è vero che un personaggio performativo reputato non soddisfacente può portare a un rifiuto dell'intero *live-action* a priori della visione (Harata 2021); questo rifiuto non ha a che fare con la scelta dell'attore o con le sue capacità, ma con l'incongruenza che si crea rispetto alle immagini del personaggio performativo ormai consolidate nell'immaginario degli spettatori sia dalla sorgente, sia dagli altri adattamenti associati prodotti nell'*anime media mix*.

All'interno del problema dell'accuratezza della rappresentazione del personaggio performativo, quello della 'razza' è un'aggravante, specialmente nel caso degli adattamenti transculturali. Come si è visto nel primo capitolo, è vero che in genere anime e manga si possono definire come *mukokuseki* e che i personaggi spesso non hanno una rappresentazione grafica razzialmente marcata, ma che viene lasciata ambigua così che possa essere 'riempita' proiettandoci all'interno la propria 'razza' (Lu 2009); allo stesso tempo, nel momento in cui è necessario passare dall'animazione alla realtà, tanto per i fan giapponesi che per i fan internazionali, a meno che non venga altresì specificato, i personaggi sono immaginati giapponesi in virtù sia dell'ambientazione che dell'origine culturale del prodotto (Choo 2020). Per sua natura, l'essere umano nella realtà concreta non può essere *mukokuseki* in quanto necessariamente appartiene a un'etnia che storicamente è stata razzialmente marcata; nel momento in cui i personaggi fittizi diventano tridimensionali non possono che

acquisirne una. Il problema della razzializzazione all'interno della rappresentazione è fortemente sentito in questo momento storico dove, in particolare negli USA, vi è un grande dibattito attorno al concetto di *white-washing*, ovvero la rappresentazione di personaggi non-caucasici da parte di attori caucasici²⁷. L'interpretare un'altra 'razza', ovvero la "cross-racial performance" (Choo 2020, 194), può diventare uno strumento di sovversione tanto delle categorie essenzialiste della 'razza' quanto della gerarchia che vi sottostà, ma la posizione e direzione in cui si attua, all'interno dei rapporti asimmetrici che regolano il flusso di potere culturale, risultano problematiche; allo stesso modo della trasformazione prossimizzante, l'inserirsi di chi è nella posizione egemone anche nel posto di chi è nella posizione subalterna (come un attore caucasico che interpreta un personaggio non-caucasico) ha un valore di riaffermazione del proprio potere culturale, opposto a quello sovversivo che ha il performare la 'razza' di chi è in posizione egemone da parte di chi è in posizione subalterna (Choo 2020); nella maggior parte dei casi²⁸,

²⁷Vd. Rendell, James. «'I am (not) Major': anti-fan memes of Paramount Pictures' Ghost in the Shell marketing campaign.» *New Review of Film and Television Studies* 19, n. 2 (2021): 173-199.

²⁸Choo (2020) prende come esempio di una *cross-racial performance* non convincente e che finisce per rimarcare l'essere altro' il *live-action* di *Fullmetal Alchemist* (2017), una produzione giapponese con cast giapponese distribuita da Netflix: l'opera originale è ambientata in Germania e i personaggi sono marcatamente e dichiaratamente europei, fattore che entra in contrasto con la caratterizzazione etnica del cast, che viene percepito con disagio come un'incongruenza dal pubblico, specialmente da quello giapponese.

anche se una *cross-racial performance* convincente²⁹ potrebbe essere in grado di confondere e decostruire la separazione fra le categorie razziali e le loro diverse posizioni di potere, quello che solitamente avviene è che per cercare di riprodurre la 'razza' dell'altro viene esagerato o amplificato il suo 'essere altro', finendo così per rimarcare la distanza e differenza che vi è fra le due e destabilizzare l'identità di chi interpreta la performance (Choo 2020). Di conseguenza, anche il pubblico si trova di fronte a un'incongruenza del personaggio performativo che lo porta a rifiutare o giudicare criticamente a priori l'intero *live-action*.

A film fiction that race-mismatches with respect to an actual-world actor and a character of that fiction is a film fiction that miscasts that actor as that character. For a film fiction to miscast an actor as a character of that fiction is for that fiction to misrepresent that character, and thereby to misrepresent the world of that film fiction. Film fictions that misrepresent their own worlds are to that extent inconsistent film fictions. An inconsistent fiction is *ceteris paribus* to that extent a fiction that substantially interferes with the audience's ability to properly engage with it. Film fictions rely on proper audience engagement for their uptake. Inconsistent film fictions substantially interfere with their own uptake. Any interference with uptake is an aesthetic defect. So film fictions that race-mismatch are to that extent aesthetically defective film fictions (Uidhir 2012, 12).

²⁹ Per approfondimento cfr. Choo, Kukhee. «Transmedia storytelling and transmediated bodies in *Fullmetal Alchemist* (2017).» *Asian Cinema* 31, n. 2 (2020): 187-202, e Uidhir, Christy Mag. «The Aesthetics of Actor-Character Race Matching in Film Fictions.» *Philosophers' Imprint* 12, n. 3 (2012): 1-17.

Tenendo presente questi due aspetti fondamentali della rappresentazione e della costruzione dei personaggi, si vedrà ora quali scelte siano state fatte nei due diversi adattamenti.

Death Note (2017)

In *Death Note (2017)* il protagonista principale Yagami Light diventa Light Turner. Il primo è lo studente più brillante del Giappone, estremamente popolare con le ragazze quanto ammirato da adulti e coetanei; vive con la sua famiglia: il padre, ispettore di polizia, la madre e la sorella che hanno la più alta stima di lui. Prima ancora di ricevere il Death Note, è dipinto come un ragazzo annoiato dal mondo, che considera corrotto e perverso, e con un forte complesso di superiorità celato sotto modi affabili e virtuosi; nel momento in cui ottiene il Death Note, il suo complesso di superiorità diventa un complesso divino: spinto dalla sua ideologia e dalla sua concezione di giustizia, vuole eliminare il male dal mondo e diventarne il nuovo dio; per far questo, è disposto ad utilizzare ogni mezzo (purché non gli provochi danno) e manipolare chiunque abbia attorno, specialmente le donne, come il personaggio femminile di Amane Misa, senza alcun segno di rimorso o empatia. È orgoglioso, estremamente egocentrico e competitivo; gli unici momenti in cui perde la calma è quando si sente umiliato o battuto da L; non ha timore nemmeno di Ryuk e degli altri *shinigami*, disinteressato alle proprie sorti dopo la morte. Light Turner invece vive da solo con il padre, sempre ispettore di polizia, dopo che la madre è morta in un incidente per colpa di un uomo ubriaco, il cui nome è il secondo a essere scritto sul Death Note; è un ragazzo emarginato e senza amici, vittima di bullismo, che usa la propria intelligenza per fare i compiti degli altri studenti sotto

pagamento. Nonostante anche lui voglia diventare un dio e si conferisca da solo il nome di Kira, man mano che le vicende proseguono mostra di avere rimorsi ed empatia, e di essere interessato alle sorti del mondo, o perlomeno a vendicare seriamente chi considera vittima di ingiustizia; si pone dei limiti a come e su chi usare il Death Note: non vorrebbe uccidere nessun innocente, nemmeno l'FBI che lo ostacola, vuole proteggere il padre a tutti i costi nonostante abbiano un rapporto conflittuale e, anche nel momento in cui finisce per uccidere Watari, è più un fallimento dei suoi calcoli che il desiderio effettivo di ucciderlo. Eccetto lo stratagemma finale, molte delle sue mosse e decisioni sembrano funzionare più per casualità fortuite che per una genialità effettiva; si salva sempre all'ultimo ed è mostrato spesso come spaventato, arrabbiato e messo all'angolo, senza alcun controllo su quello che succede.

La mancanza di empatia, rimorsi e timore, il complesso di superiorità e la sete di potere caratterizzano di più il personaggio di Mia, come se Yagami Light nell'adattamento fosse stato sdoppiato in due: Mia³⁰, che non ha nulla a che fare con il personaggio femminile della sorgente Misa, inizia una relazione con Light, spinge perché scrivano sempre più nomi, tradisce e manipola Light stesso, e la sua morte è conseguenza dell'aver scelto di prendersi il Death Note invece che accettare la proposta di compromesso di Light.

³⁰Si potrebbe spiegare il suo inserimento come la messa in atto delle politiche di rappresentazione di Netflix, focalizzate sull'inclusività, che vanno a promuovere personaggi femminili 'forti' e 'indipendenti', con una tendenza che sfiora l'ideologico nell'acriticità con cui vengono scritte o aggiunte.

L invece, rispetto alla sua controparte della sorgente che mantiene sempre calma e compostezza, è molto più emotivo e aggressivo, ha un forte attaccamento per Watari, che lo porta a esplodere e ad assalire Light nel momento in cui sparisce, ed è meno cauto³¹; molte delle sue stranezze ed eccentricità, che vengono manifestate con un linguaggio del corpo vicino a quello del personaggio performativo della sorgente, sono implicitamente fatte dipendere da quelli che sembrano esser stati esperimenti all'orfanotrofio per addestrarlo a essere un detective geniale, un episodio inventato rispetto all'originale. Nel film il rapporto fra Light e L è più esplicitamente aggressivo; si caratterizza meno come una battaglia di scacchi fra due geni fermi sulle proprie posizioni alle antitesi sul concetto di giustizia, dove si manipolano l'un l'altro cercando di scoprire i segreti che si nascondono, e più come un inseguimento fra due animali braccati, entrambi animati da un inarrestabile desiderio di vendetta.



Figura 2-18 Death Note (2017)

³¹Questi cambiamenti lo rendono forse più simile caratterialmente a L delle serie televisive.

In sintesi, è evidente che i personaggi diegetici, seppur in diverse misure, siano stati ampiamente modificati, ancora di più di quelli performativi. Infatti, se da una parte emerge tutta la problematica del *white-washing* per la presenza di un cast in maggior parte caucasico-americano, con l'eccezione del *token*³² afroamericano per L e il *token* asiatico per Watari³³, dall'altra, avendo spostato l'ambientazione a

³²Letteralmente "simbolo", in questo caso ci si riferisce al concetto (negativo) di *racial tokenism* per cui all'interno di un gruppo dominato dalla presenza bianca-caucasica vengono inseriti individui di diversa 'razza' (in genere uno per gruppo) per vantare inclusività e multietnicità di facciata; questo è particolarmente d'uso nella TV americana dove invece di avere una rappresentazione della realtà multietnica e culturale degli USA generalmente vi è un cast bianco-caucasico con pochi attori secondari (con poco screen-time) a rappresentare le altre etnie e culture, generalmente ridotte a stereotipo. Cfr. Ducros, Faustina M., Christina B. Chin, Jong-Hwa Lee Jenny, Wang Yuen Nancy, Meera E. Deo, e Milman Noriko. «Asian Americans and Pacific Islanders on TV.» *Contexts* 17, n. 4 (2018): 12-17.

³³Questa è una scelta contraddittoria dato che L e Watari nella sorgente hanno una provenienza ambigua; Tsugumi Ōba in *Death Note: How To Read 13*, alla domanda sull'etnia di L risponde che lo considera un quarto giapponese, un quarto russo, un quarto francese (o italiano) e un quarto inglese, e che parla tutte e quattro le rispettive lingue; è vissuto cinque anni in Inghilterra a Wammy's House. Wammy's House è stata fondata da Watari, il cui vero nome è Quillish Wammy, che si caratterizza come un gentiluomo britannico, spesso raffigurato graficamente nella sorgente come lo stereotipo del maggiordomo inglese. Sono, in sintesi, i due personaggi che avrebbe avuto più senso far rappresentare da attori caucasici. Si potrebbe ragionare su quale necessità spinga ad avere per forza uno dei personaggi principali, in questo caso L, afroamericano, ma non uno asiatico, come se ci fosse una 'quota di diversità' da raggiungere per 'soddisfare' gli spettatori (o forse le minoranze?) considerati più 'problematici'; inclusione che si potrebbe considerare

Seattle sarebbe stato incoerente un cast interamente giapponese. Mantengono anche alcuni dettagli visivi e manierismi che richiamano i personaggi della sorgente, soprattutto per quanto riguarda L, Watari e Ryuk, forse in un tentativo di soddisfare i fan della sorgente, ma la resa del personaggio performativo in rapporto con quello della sorgente si ferma lì.



Figura 2-19 *Death Note* (2017)

Quali operazioni si possono quindi evidenziare che abbiano prodotto i personaggi dell'adattamento?

Come si è già anticipato, il processo di transdiegittizzazione può in diverse misure influire sull'identità del personaggio, il cui contesto culturale, sociale e valoriale è differente: anche solo il cambiamento del nome è un segno del cambiamento di identità, che prepara già lo spettatore a incontrare un personaggio che prende le distanze da

ugualmente fallimentare dato che la combinazione di un attore afroamericano e una caratterizzazione aggressiva del suo personaggio diegetico richiamano ugualmente stereotipi di razza. Questo potrebbe essere approfondito come conseguenza, o prova, dell'ideologia del *politically correct*.

quello della sorgente. Sembra vi sia qui il presupposto che il far parte di una famiglia con un solo genitore, caratterizzata da un rapporto teso e conflittuale, e lo status di vittima di bullismo del protagonista, ai margini della società, siano caratteristiche rappresentative della società americana e non di quella giapponese, rendendo necessarie le diverse trasformazioni; questo può essere considerato come la manifestazione di una stereotipizzazione della società giapponese quanto di quella americana, come se fossero riducibili a una lista di caratteristiche, qui messe a contrasto sui due poli opposti dello spettro: studente perfetto ma annoiato – ragazzino vittima di bullismo, nucleo familiare integro e unito – nucleo familiare con un solo genitore e rapporto conflittuale ecc.. È difficile sostenere che la creazione di Yagami Light come descritta precedentemente sia dovuta alla sua etnia, quando una tale costruzione del personaggio nella sorgente è più ragionevole sia stata scelta in modo da far risaltare determinate tematiche e rendere più complesso il dramma della giustizia e del potere.

Parallelamente, si assiste a un'operazione di transmotivazione³⁴ (Genette 1997, 386), che è forse il processo che comporta più cambiamenti a livello del personaggio diegetico. I motivi principali che spingono Light Turner all'uso del Death Note sono il desiderio di vendicare la propria madre, quello di rivincita personale a livello sociale e il rapporto morboso con Mia, che riesce a conquistare proprio grazie alla condivisione del Death Note. E' stato parzialmente

³⁴Il risultato di un "doppio movimento di demotivazione e di (ri)motivazione (con una nuova motivazione)" (Genette 1997, 386).

mantenuto il suo obiettivo di diventare il dio di un nuovo mondo giusto creato da loro due, ma il monologo a riguardo è pronunciato mentre scorrono immagini del rapporto intrattenuto da lui e Mia, incluso quello fisico; questo ne banalizza³⁵ la portata riducendolo agli occhi del pubblico a un'illusione adolescenziale di invincibilità dovuta alla prima relazione amorosa riuscita e che, di conseguenza, non può che vacillare di fronte alla minaccia di L o ai dilemmi morali.



Figura 2-20 Death Note (2017)

Quindi, si può aggiungere che alla transmotivazione sia legata in un rapporto di reciproca influenza una transvalorizzazione³⁶ (Genette 1997, 407), dove i valori che ciascun personaggio porta nella sorgente

³⁵ Rifacendosi a Genette (1997), si potrebbe anche descriverla come una demistificazione involontaria (pg. 407-442).

³⁶ “[...] qualsiasi operazione d’ordine assiologico che verta sul valore esplicitamente o implicitamente attribuito a un’azione o a un insieme d’azioni, cioè, in generale, a quella serie di atti, atteggiamenti e sentimenti che caratterizza un «personaggio». [...] può scindersi in un termine positivo (valorizzazione), un termine negativo (devalorizzazione), e uno stato complesso: la transvalorizzazione in senso pieno.” (Genette 1997, 407-408).

sono devalorizzati mentre ne vengono valorizzati di nuovi nel personaggio dell'adattamento (Genette 1997, 407-442). In questo caso l'ideologia complessa di Yagami Light, che lo porta a vedersi come dio e creatore di un mondo giusto, viene devalorizzata rispetto al desiderio di vendetta e rivincita personale di Light Turner, che viene valorizzato e reso motore dell'azione; non solo, ma Mia, personaggio originale, viene valorizzata al pari di Light, rendendola un vero e proprio deuteragonista che in parte ruba spazio a L, che dovrebbe essere l'avversario di Light e sembra passare invece in secondo piano, in una devalorizzazione. Questo implica anche un processo di "transfocalizzazione"³⁷ (Genette 1997, 344) parziale: il focus del *live-action* viene spostato sul rapporto di Light e Mia, mentre Ryuk e L, nella sorgente co-protagonisti, finiscono in secondo piano.



Figura 2-21 *Death Note* (2017)

L'insieme di operazioni condotte su Light si può vedere come un altro tentativo di avvicinare, in questo caso metaforicamente, il

³⁷Ovvero l'insieme di "operazioni atte a modificare il «punto di vista» narrativo o, per dirla più chiaramente, la *focalizzazione* del racconto." (Genette 1997, 344).

personaggio al pubblico; una traslazione prossimizzante del personaggio per facilitare l'immedesimazione. Così come nel caso di studio di *Gatchaman* che analizza Hyakusoku (2016), dove il protagonista perde il suo ruolo e identità di eroe e così, di conseguenza, anche l'interesse del pubblico, un Light che cerca di vincersi le simpatie dell'audience, un adolescente emarginato che sembra avere delle giustificazioni, incoerente e guidato dall'amore... è quanto di più lontano dal personaggio diegetico di Yagami Light, che risulta interessante proprio in virtù di questa mancanza di tratti che permettano l'identificazione e della sua genialità carismatica e manipolatoria, senza scrupoli, che fa dubitare il consumatore delle proprie posizioni morali³⁸. È svuotato della sua identità originale, del suo ruolo di antagonista-protagonista, e investito del nuovo ruolo di vendicatore, sul presupposto che ciò che rende un personaggio, e quindi un universo narrativo, di successo sia meramente la possibilità per il pubblico di identificarsi in maniera diretta.

³⁸Su questo si potrebbe condurre un approfondimento a confronto con il fenomeno della popolarità della figura dei serial killer in TV e nel cinema, che ha dato origine a film e serie televisive americane basate su casi reali; in molti casi si è andato a sviluppare un vero e proprio fandom attorno a figure agghiaccianti di serial killer che andrebbe approfondito in termini del tipo di relazione parasociale e piacere che ne derivano. Cfr. Baelo Allué, Sonia. The aesthetics of serial killing: Working against ethics in "The silence of the lambs" (1988) and "American Psycho" (1991)". *Atlantis* 24, n. 2 (2002): 7-24; Schmid, David. *Natural Born Celebrities. Serial Killers in American Culture*. Chicago: University of Chicago Press, 2005, e Wiest, Julie B.. "Casting Cultural Monsters: Representations of Serial Killers in U.S. and U.K.". *News Media, Howard Journal of Communications* 27, n. 4 (2016): 327-346.



Figura 2-22 *Death Note* (2017)

Si può avanzare l'ipotesi che questo sia frutto di una confusione fra identificazione come ritrovamento di un riflesso identico di sé, che l'industria americana tende a promuovere nei propri contenuti³⁹, e rapporto identificativo sulla base di una relazione affettiva o parasociale, che è alla base della popolarità dei contenuti in Giappone, come è osservabile dal fenomeno degli adattamenti 2.5D.

BLEACH (2018)

In *BLEACH* (2018) la priorità è data proprio al richiamare questo legame affettivo, come facendo l'occhiolino ai fan e sostenendo che sì, sono proprio i loro amati personaggi nel mondo reale. Kubo Tite ha

³⁹ Si pensi all'importanza fondamentale che hanno le narrative incentrate sul 'personale' e la promessa di rappresentazione inclusiva all'interno della promozione di Netflix, che assicura vi sia sempre un contenuto in cui lo spettatore singolo può ritrovare uno specchio della propria identità (di genere, sessuale, sociale...) Cfr. Jenner, Mareike. *Netflix and the Re-Invention of Television*. Londra: Palgrave MacMillan, 2018, e Plothe, Theo, e Amber M. Buck. (Eds.). *Netflix at the Nexus. Content, Practice, and Production in the Age of Streaming Television*. New York: Peter Lang, 2019.

rivelato di aver fatto due richieste al regista Satō: in primo luogo, che non venisse modificato il tipo di rapporti fra i personaggi e, in secondo luogo, che non ci fossero incongruenze fra le emozioni dei personaggi e il loro comportamento; richieste che assicura ai fan siano state soddisfatte, tanto che può manifestare il suo apprezzamento per il risultato finale pubblicamente (Kubo 2018). E così si può osservare nell'adattamento, che pone grande attenzione sulla resa del personaggio diegetico: dal modo di parlare, di battibeccare e di combattere dei personaggi ai disegni buffi di Rukia, al carattere dei personaggi secondari e ai loro valori, vi è un richiamo continuo al manga.

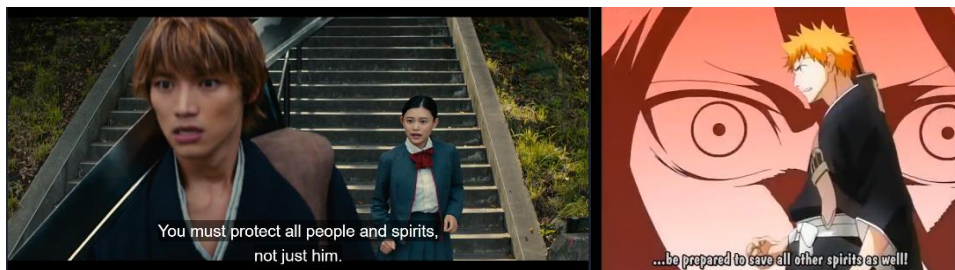


Figura 2-23 BLEACH (2018) e BLEACH (ep. 2, 2004)

Seppur sintetizzati e riarrangiati nell'ordine narrativo perché il film sia fruibile e d'intrattenimento come opera a sé, vengono mantenuti inalterati tutti gli avvenimenti che fungono da motivazioni dietro le decisioni e motivazioni dei personaggi, in particolare di Ichigo, come la morte della madre a causa di Grand Fisher e la condanna a morte di Rukia da parte del fratello Byakuya nel finale. Anche la personalità e i valori dei personaggi, come il forte senso del dovere di Rukia e la giustizia 'semplice' di Ichigo, incapace, suo malgrado, di abbandonare qualcuno in difficoltà, vengono mantenuti come nella sorgente.

L'unica operazione di modifica evidente è forse quella di transfocalizzazione. Nella sorgente, la storia di Ichigo si interseca fin dall'inizio con quella di numerosi personaggi, tra cui i suoi amici umani Chad e Orihime, che poi diventano parte di quello che Hyakusoku (2016) considera il gruppo archetipico dei cinque eroi ed eroine tipico dei manga; nel *live-action*, invece, il focus si concentra principalmente sull'amicizia⁴⁰ tra Rukia e Ichigo, e sul rapporto di Ichigo con la sua famiglia, tagliando fuori tutti gli episodi narrativi legati agli altri personaggi, con l'eccezione di Ishida Uryū, il Quincy, il cui ruolo e rivalità con Ichigo viene comunque ridotto.



Figura 2-24 BLEACH (2018)

Questo non significa che gli altri personaggi vengano eliminati, anzi la loro caratterizzazione e ruolo vengono mantenuti in accenni sparsi e nella loro presenza di cornice, ma è innegabile che si sia deciso di sacrificarne l'approfondimento in virtù di una maggior scorrevolezza e coerenza della trama sintetizzata; in questo modo, il personaggio

⁴⁰I timori espressi da Kubo riguardavano in particolar modo il rapporto di Rukia e Ichigo, che avrebbe potuto prendere una piega romantica e che, invece, è stato mantenuto come amicizia così come nell'originale.

diegetico di Ichigo viene costruito con una cura e un approfondimento simile a quelli con cui viene costruito nella sorgente, dato che la sintesi viene attuata proprio per far risaltare i rapporti che fondano e motivano il suo ruolo e identità narrativi.



Figura 2-25 BLEACH (2018)

Per quanto riguarda il personaggio performativo, anche qui si nota un'attenzione a renderlo quanto più simile alla sorgente possibile.



Figura 2-26 BLEACH (2018) e BLEACH (ep. 2, 2004)

In linea con la tradizione dei *live-stage* e dei musical 2.5D, i personaggi sono abbigliati e truccati come se fossero usciti dal manga, al punto da essere considerati, e talvolta criticati, come più vicini a dei cosplayer che a degli attori da un pubblico non abituato a questo codice visivo. A differenza però della tradizione degli adattamenti 2.5D, l'attore non va a sparire del tutto all'interno del personaggio, ma il nome di Fukushi Sōta e degli altri personaggi principali, tutt'altro che

sconosciuti, viene pubblicizzato per attrarre anche i fan legati agli attori stessi e mantiene vivo, quindi, quell'ultimo muro che separa l'esistenza tridimensionale di un personaggio bidimensionale dalla messa in scena di un personaggio bidimensionale da parte di un attore (Sugawa-Shimada 2016, Yoshioka 2018).



Figura 2-27 Poster di BLEACH (2018) della Warner Bros. Japan e di Rock Musical Bleach Reprise (2012)

2.3.3 La trama

Quando si produce un adattamento, l'operazione basilare che si opera sulla trama è quella di sottrazione-addizione, ovvero si può arricchire e allungare la storia della sorgente o, come accade più spesso nel caso di un adattamento cinematografico, tagliarne delle parti perché si possa svolgere nel tempo delimitato del medium; la sottrazione, che è l'operazione che osserviamo nei due casi di studio, si può configurare negativamente come una perdita, termine che sottolinea come vengano tolti elementi considerati fondamentali per la comprensione

o fruizione della storia, o positivamente come una sintesi, ovvero una rielaborazione degli elementi fondamentali della trama senza perdere di complessità (Hutcheon 2011, 37-46). Le operazioni che si sono viste fino a ora nelle sezioni precedenti non possono che necessariamente implicare delle rielaborazioni della trama.

Death Note (2017)

Nel caso di *Death Note (2017)* è difficile ricostruire puntualmente cosa viene tenuto, tagliato, rielaborato e inserito rispetto alla trama della sorgente tanto è alto il grado di modifica e riscrittura; in parte, la storia viene spettacolarizzata coerentemente con il codice estetico-narrativo dei film d'azione e blockbuster hollywoodiani, come con l'aggiunta dell'inseguimento finale, in parte automobilistico, di Light e L o delle esplosioni; dall'altra, la transdiegittizzazione implica necessariamente una "trasformazione pragmatica" (Genette 1997, 373), ovvero il mutamento delle azioni e del loro supporto strumentale.



Figura 2-28 Death Note (2017)

Vengono mantenuti alcuni passaggi essenziali della trama della sorgente: il ritrovamento del Death Note e l'incontro con Ryuk, la nascita di Kira, la sfida di L, l'uccisione degli agenti dell'FBI e il confronto finale, che però non si conclude con la morte di nessuno, lasciando aperto lo spazio per un seguito; rimangono anche riferimenti espliciti a dettagli della sorgente, come l'avvertimento

scritto sul Death Note di fare attenzione a Ryuk, che però rimangono lì, senza venir elaborati ulteriormente⁴¹. Come i passaggi essenziali vengono messi in atto e vissuti dai personaggi cambia di conseguenza ai processi che si sono visti nelle sezioni precedenti. Di per sé, il fatto che avvenga questa trasformazione pragmatica dovrebbe garantire la coerenza della trama con il contesto, ma nei fatti diventa qui immotivata. Per esempio, vengono modificate le regole che limitano l'utilizzo del Death Note rispetto alla sorgente, ma tali regole non vengono rispettate né mantenute coerenti con il procedere della storia, causando buchi e incongruenze difficili da ignorare: la più evidente è quando Watari diventa vittima del Death Note nonostante "Watari" non sia il suo vero nome e Light non lo abbia mai visto in faccia, in contraddizione con quanto dichiarato fino a quel momento. Il problema più grave, però, scaturisce quando la trasformazione pragmatica, intersecata alla transmotivazione e alla transvalorizzazione, causa una "trasformazione semantica" e una "trasformazione tematica" (Genette 1997, 353) involontarie. Un esempio è l'inserimento del bullismo e della morte della madre di Light: l'aggiunta di questi episodi narrativi, che vanno poi a costituire la motivazione primaria dietro l'ideologia di Light Turner e la sua decisione di iniziare a usare il Death Note, introduce il motivo, nonché tema, della vendetta e del suo valore morale, che è innegabilmente diverso dal dilemma sul concetto di giustizia che nasce dal confronto

⁴¹Infatti, Ryuk sarà un personaggio marginale del film, meno neutrale e più tentatore, come per togliere ancora una volta la responsabilità da Light.

con quello ideologico e ‘perfetto’ di Yagami Light⁴². Il fatto che Light Turner sia un emarginato sociale, dalla parte delle vittime, finisce, quasi forzatamente, per evocare dell’empatia o perlomeno per dare una giustificazione alle sue scelte, piuttosto che lasciare il giudizio critico all’etica dello spettatore come fanno gli autori della sorgente nei confronti delle scelte di Yagami Light e L.

BLEACH (2018)

Nel caso di *BLEACH* (2018) assistiamo a quella che sembra essere una sintesi meglio riuscita. La trama riassume in sé gli episodi salienti del primo arco narrativo “Agent of the Shinigami” (ep. 1-70)⁴³, che si conclude con il ritorno di Rukia nella Soul Society. Come si è già anticipato, vengono tagliati fuori tutti gli episodi che vanno ad approfondire i personaggi secondari come Chad e Orihime, per poter invece concentrarsi sui momenti decisivi per la crescita di Ichigo nell’acceptare il suo nuovo ruolo da *shinigami*: vendicare la morte della madre e proteggere Rukia, il cui fratello la vuole riportare nella Soul Society, condannata a morte. L’ordine degli avvenimenti viene modificato per garantire coerenza e fluidità della trama ma il punto di arrivo è lo stesso della sorgente; inoltre, vengono introdotti in anticipo i personaggi di Abarai Renji e Kuchiki Byakuya come avversari di Ichigo, dandogli maggior rilevanza di quanto avessero in quello specifico arco del manga, nonché una maggior carica antagonista, in

⁴²Anche ad L, parallelamente viene dato il movente della vendetta con la morte di Watari.

⁴³Nonostante alla fine sia stato mantenuto come titolo ufficiale del film “BLEACH”, prima dei titoli di coda finali appare il titolo “BLEACH: The Soul Repear Agent Arc”.

quanto viene aggiunta una finta negoziazione tra Ichigo e Byakuya le cui promesse poi non verranno mantenute. Nonostante questo, la transfocalizzazione risulta coerente, soprattutto per chi conosce già la storia e ha ben in mente i ruoli futuri dei personaggi, che non risultano esageratamente fuori posto nonostante il loro arrivo sia anticipato. Il finale poi riprende in parte quello della sorgente, che vede un Ichigo sconfitto, al contrario di come ci si potrebbe aspettare da un tipico film d'azione o di supereroi; questo perché viene rispettato come Ichigo della sorgente a quel punto non sia che all'inizio della sua evoluzione come personaggio e il fallimento nel salvare Rukia serva come motore delle sue decisioni e come motivazione per abbracciare la sua identità di *shinigami*. Viene sì aggiunto il fatto che Rukia gli cancelli i ricordi di sé e degli *shinigami*, ma questo riprende in realtà un motivo narrativo, quello della perdita-ricerca della memoria, che era già stato usato anche in *Bleach: Fade to Black* (2008); nonostante ciò, lo spettatore che non conosce la sorgente, o che la conosce troppo, potrebbe considerarlo un finale aperto o, negativamente, un *cliffhanger* o un'inaccuratezza non soddisfacente.



Figura 2-29 BLEACH (2018)

In sintesi, *BLEACH* (2018) propone una storia pensata soprattutto per i fan, che possono gustarsi nuovamente i momenti salienti dell'inizio della saga, con riferimenti che rimandano di continuo alla globalità dell'universo narrativo, amplificandone il senso di familiarità; allo stesso tempo, utilizzando le spiegazioni che Rukia dà a Ichigo del proprio mondo così come avviene nella sorgente, vengono spiegate le regole e il funzionamento dell'universo narrativo anche al pubblico non-consapevole, che può godersi il film come opera a sé.

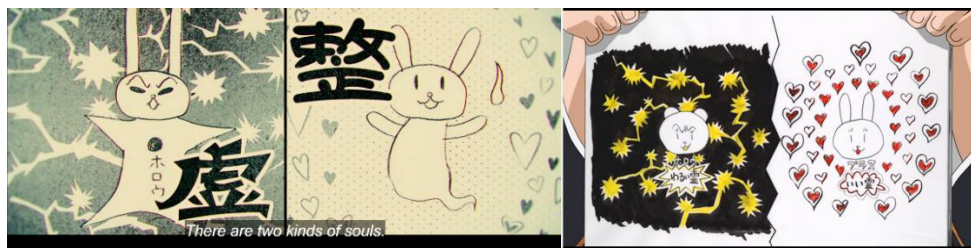


Figura 2-30 *BLEACH* (2018) e *BLEACH* (ep. 1, 2004)

2.3.4 La lingua

Come si è visto nello scorso capitolo, la lingua è un mezzo importante per la localizzazione, la domesticazione e la distribuzione di un prodotto; questo è tanto più vero per Netflix, in quanto la sua cosiddetta *grammar of transnationalism* include tra le diverse strategie l'offerta di contenuti con a priori doppiaggi e sottotitoli in svariate lingue perché possano essere facilmente consumati dal proprio pubblico transnazionale (Jenner 2018, 231-237). Nel momento della traduzione da una lingua all'altra, specialmente nel caso del doppiaggio, si può inserire quella che è la dinamica del "cultural ventriloquism", o traduzione culturale (Ferrari in Jenner 2018, 232), ovvero l'insieme di operazione per cui, oltre che a tradurre il testo da

un punto di vista strettamente linguistico, si va ad adattare sulla base della cultura di ricezione e della conoscenza pregressa del pubblico locale tanto il tipo di voce scelte quanto il copione; questo processo, in base a come viene messo in atto, può tentare di mantenersi neutrale, in linea con l'originale, o, al contrario, adattarsi alla sensibilità della cultura locale, con il rischio di cambiare le sfumature di significato o di caratterizzazione dei personaggi (Jenner 2018, 231-237). Bisogna tener conto che, nonostante queste premesse, per una questione di efficienza Netflix tende a adattare culturalmente in base alla zona linguistica invece che agli stati-nazione, ignorando come una stessa zona linguistica possa comprendere più nazioni con diverse culture e causando un appiattimento o generalizzazione culturale (Jenner 2018, 231-237).

Death Note (2017)

Death Note (2017), la cui lingua originale è l'inglese americano, offre il doppiaggio in nove lingue (francese, spagnolo europeo, spagnolo, tedesco, italiano, portoghese brasiliano, polacco, turco, giapponese) e i sottotitoli in ventisei (inglese, francese, tedesco, italiano, greco, norvegese, finlandese, danese, olandese, polacco, rumeno, portoghese, portoghese brasiliano, spagnolo europeo, spagnolo, ebraico, rumeno, russo, arabo, turco, cinese semplificato, cinese tradizionale, indonesiano, thai, vietnamita, coreano). Questa ampia gamma di opzioni linguistiche messe a disposizione comprova la dedizione di Netflix alla propria strategia di localizzazione e transnazionalizzazione a livello globale.

Guardando il film in lingua originale, emerge come la lingua giapponese venga menzionata e utilizzata all'interno del film ma l'obiettivo di questo inserimento non risulta chiaro, forse un omaggio che finisce per sembrare un'esca per i fan della sorgente: Light Turner nell'adattamento si sceglie il nome di Kira perché, a suo dire, in celtico e in russo significa "luce", in richiamo al suo nome, ma sfrutta il fatto che in giapponese significhi "killer" per nascondere le proprie tracce, obbligando coloro che condanna a morte a scrivere delle frasi in perfetto giapponese prima di morire⁴⁴; inoltre, Watari, che è di nazionalità giapponese, viene fatto parlare in inglese con un accento marcato che si presuppone sia quello giapponese. Forse sarebbe ragionevole identificare questa scelta come una forma di *tokenism*. Per evitare interamente il problema della domesticazione linguistica, che costringerebbe a spiegare e contestualizzare termini e concetti giapponesi non facilmente traducibili⁴⁵, quale *shinigami*, ne vengono direttamente utilizzati i corrispondenti inglesi senza nessun riferimento, eccetto quelli citati sopra, al corrispettivo giapponese della sorgente o una spiegazione, nonostante non abbiano lo stesso

⁴⁴Questa intera scena entra in realtà in conflitto con la sorgente, secondo cui non è possibile manipolare le persone di cui si è scritto il nome sul Death Note a fare qualcosa che non conoscono; quindi, farli scrivere in giapponese quando non lo conoscono non sarebbe possibile.

⁴⁵Questo processo di traduzione è tipico dei fansub dal giapponese ad altre lingue, che non sottostanno regole specifiche e dove vengono aggiunte note per spiegare i concetti o termini culturalmente connotati non traducibili direttamente nei corrispettivi della lingua target (Denison 2011).

significato culturalmente. Lo stesso avviene nel doppiaggio italiano, che si rifà al copione in lingua originale.

È interessante invece da notare che il doppiaggio giapponese introduce una dimensione di *cultural ventriloquism*, per cui sono stati scelti dei doppiatori per Light e L con una voce più calma e matura, nonché un'interpretazione del copione che si distanzia in una certa misura da quella agitata e nervosa delle controparti americane, in virtù di una compostezza e una freddezza che richiama di più i personaggi della sorgente invece che del *live-action*.

BLEACH (2018)

BLEACH (2018), la cui lingua originale è il giapponese, offre il doppiaggio in dieci lingue (inglese, francese, tedesco, italiano e spagnolo europeo, spagnolo, portoghese brasiliano, coreano, polacco e turco) e i sottotitoli in ventisei (inglese, francese, tedesco, italiano, greco, norvegese, finlandese, danese, olandese, polacco, rumeno, portoghese, portoghese brasiliano, spagnolo europeo, spagnolo, ebraico, rumeno, russo, arabo, turco, cinese semplificato, cinese tradizionale, indonesiano, thai, vietnamita, coreano)⁴⁶. Si è provato ad analizzare brevemente le differenze fra i doppiaggi in italiano e in inglese rispetto al giapponese.

La traduzione linguistica del copione in italiano viene compiuta in maniera strettamente letterale: vengono mantenuti nei dialoghi

⁴⁶I sottotitoli sono basati sul copione originale giapponese, non su quello nella lingua del doppiaggio, e possono essere aggiunti successivamente al lancio; quindi, non verranno presi in considerazione nell'analisi.

elementi di registro linguistico e strutture grammaticali giapponesi che, resi in italiano, risultano artificiali ed eccessivi, come i suffissi e i modi di appellarsi: per esempio, per i personaggi femminili “-さん -san” viene tradotto come “signorina”, titolo che nessun studente italiano utilizzerebbe mai per parlare di o rivolgersi a una propria compagna, e le sorelle di Ichigo lo chiamano “fratellone”, traduzione letterale di “お兄ちゃん onii-chan”, che è altrettanto innaturale in italiano; allo stesso modo, vi è incongruenza e casualità nel modo in cui alcuni personaggi utilizzano il cognome e altri il nome per chiamarsi tra di loro, quando in italiano il modo di appellare una persona non esprime il diverso status e rapporto sociale tra i due come in giapponese, per cui tra amici a scuola risulterebbe molto più naturale utilizzare direttamente il nome o un soprannome. Non solo, ma la traduzione letterale provoca la scomparsa delle differenze di caratterizzazione legate al modo di esprimersi dei diversi personaggi, che vengono appiattite in uno stesso linguaggio artificioso. Ad esempio, Rukia nella sorgente, così come nel *live-action*, tenta di imparare erroneamente la lingua contemporanea leggendo manga ambientati in epoca Edo e finisce per parlare con le persone con cui non è in confidenza in un linguaggio arcaico e formale, in netto contrasto con gli altri personaggi che si ritrovano perplessi; in italiano cercano di trasporlo utilizzando termini arcaici equivalenti ma, dato che l'intera traduzione risulta già artificiosa, la differenza al cuore della scenetta umoristica viene percepita poco dallo spettatore. Vi sono anche esempi di traduzione culturale prossimizzante in termini di abitudini e stile di vita, come si vede all'inizio del *live-action* quando Ichigo torna a casa per cena e viene rimproverato dal padre per essere

in ritardo: l'orario della cena nel doppiaggio viene spostato alle sette di sera, mentre nell'originale era alle sei, un orario raramente associato alla cena in Italia. Per la scelta dei doppiatori invece, secondo gli standard del *cultural ventriloquism* di Ferrari (2011) (Jenner 2018, 231-237), il *live-action* si mantiene su una linea più neutra, con voci simili a quelle dell'originale, eccetto quella di Rukia che suona più seria e matura, senza inflessioni dialettali particolari.

In inglese, per quanto riguarda la scelta dei doppiatori, come in italiano rimangono vicini a quelle degli attori dell'originale; l'unica voce che sembra prendere le distanze e quindi modificare la caratterizzazione del personaggio è forse quella di Ichigo, che suona quasi provocante, specialmente nel battibeccare con Rukia e che rischia in alcuni tratti di rendere ambiguo il loro rapporto. In compenso, la traduzione del copione non è strettamente letterale ma, sacrificando le differenze di registro tipiche del giapponese, riesce a adattarlo in modo che risulti fedele semanticamente ma naturale all'orecchio di un pubblico anglofono: i suffissi sono eliminati, le sorelle chiamano Ichigo per nome e il registro dei personaggi-studenti a scuola è informale-colloquiale, abbastanza da far notare la differenza con il registro di Rukia. Non vi sono invece esempi di adattamento culturale prossimizzante e vengono mantenuti gli aspetti culturali così come descritti e mostrati nel *live-action*.

Il fatto che la traduzione in inglese sia strutturata in questo modo è coerente con la concezione dell'inglese come lingua franca a livello globale, e non come specifica di determinati stati-nazione culturalmente connotati; al contrario, la zona linguistica dell'italiano e del giapponese sono estremamente ristrette, coincidono nella pratica

agli stati-nazione di Italia e Giappone, per cui la traduzione è costretta a negoziare con la cultura e il contesto di inserimento due paesi.

2.3.5 Valutazione conclusiva: ibridismo e trasposizione

In conclusione, riassumendo quanto descritto finora, i due adattamenti non potrebbero essere più diversi. Se si dovessero usare le categorie di adattamento di Cartmell e Whelehan (1999) e quelle di adattamento dal romanzo al film di Cahir (2006), *Death Note* (2017) sarebbe da considerarsi rispettivamente un “analogue”⁴⁷ e “radical translation” (Cartmell e Whelehan, Cahir in Kopirōwa 2015, 51), in quanto utilizza la sorgente semplicemente come base su cui operare rivoluzioni e cambiamenti radicali; forse della sorgente ciò che si vorrebbe realmente prendere in prestito sono la popolarità associata al titolo originale e il fandom fedele alla sorgente. *BLEACH* (2018) sarebbe invece una “transposition” e “literal translation” (Cartmell e Whelehan, Cahir in Kopirōwa 2015, 51, Sanders 2006, 20), dove viene sacrificata l’originalità personale dei creatori dell’adattamento per attenersi quanto possibile alla sorgente, rielaborando la storia secondo i nuovi codici estetici specifici del medium. Per essere poi più specifici, data l’analisi condotta, secondo le sottocategorie di Leitch *BLEACH* (2018) rientra nelle “celebrations” come “curatorial adaptation”, che subordina ogni tecnica, strategia e risorsa al tentativo di preservare e replicare fedelmente la sorgente nel nuovo medium (Leitch 2007, 96-

⁴⁷Non è da confondersi con la categoria di “analogue” di Leitch (2007).

98); in questo caso, il regista e gli sceneggiatori sono al servizio dell'autore della sorgente e la propria originalità e spirito creativo servono il fine ultimo della resa fedele. *Death Note* (2017), invece, lo si potrebbe definire un tentativo di "revision"⁴⁸ (Leitch 2007, 106) che nella pratica è diventato una "colonization" (Leitch 2007, 109), ovvero quando l'opera originale viene trattata come un recipiente da svuotare e riempire di nuovi significati e tematiche, non necessariamente coerenti o legati a quelli della sorgente, in genere in un'operazione transculturale che risulta particolarmente problematica quando coinvolge due culture in rapporti di potere asimmetrici (Leitch 2007, 109-111); in questo caso Wingard, il regista, tenta di stabilirsi come "auteur", autore di una nuova opera dal valore in sé stessa, segnata dalla sua visione artistica personale (Leitch 2007, 236-256). In questa *revision-colonization* che finisce per diventare *Death Note* (2017), gioca un ruolo fondamentale quello che è il tentativo di ibridazione, ovvero di adattare, indigenizzare e ricontestualizzare il prodotto culturale in base allo stile di vita e alla cultura locale in cui si vuole inserirlo (Mirrlees 2013, 234). Lo si definisce tentativo perché, se l'ibridazione ha grande potenziale di stimolare nuova creatività e scambio culturale alla pari, in questo caso sembra invece perpetuare quella che è l'egemonia della cultura globalmente dominante, quella 'americana' idealizzata, su quella locale, in questo caso giapponese, in una forma ibrida che si basa sul presupposto che 'americano' è quanto di più

⁴⁸Le "revisions" hanno come obiettivo primario quello di alterare lo 'spirito' della sorgente per dar vita ad una nuova opera, spesso attraverso un'operazione di ricontestualizzazione, con lo scopo di renderla rilevante per il proprio nuovo pubblico (Leitch 2007, 106-109).

vicino a 'universale' (Sanders 2006, 18). Infatti, più che un processo di localizzazione nella realtà concreta di un paese multietnico e multiculturale, dall'identità frammentata in continua ridefinizione quali sono gli USA, *Death Note* (2017) viene astratto in una realtà americana senza alcuna specificità culturale, come per sottolineare questa pretesa di universalità, in una scelta che lo rende simile ai blockbuster di Hollywood decontestualizzati (Mirrlees 2013, 220-226). Il tentativo di Wingard non va criticato tanto in termini di contenuto, in quanto la pratica di adattamento che mette in atto è legittima e dimostra il desiderio di trattare l'adattamento come un'opera con un sua dignità e valore specifico (non solo derivativo dalla sorgente), ma per l'ingenuità che ignora come si posizioni tale adattamento, come rischi di perpetuare dei meccanismi di rappresentazione culturale e di distribuzione di immagini che riflettono l'asimmetricità delle diverse posizioni nel flusso culturale (Choo 2020). Di per sé, vi è il potenziale per adattamenti che siano realmente scambi transculturali, in rapporto al fenomeno di convergenza culturale tra paesi diversi nella sfera virtuale, e non una semplice 'americanizzazione', astratta e priva di specificità culturale (Denison 2011, Mirrlees 2013), ma *Death Note* (2017) non riesce a sfruttarlo; anche solo mantenendo la transdiegittizzazione negli USA ma caratterizzando Light come un ragazzo asioamericano, possibilmente nippo-americano, con tutto il mutamento sociale che ne sarebbe derivato, si sarebbe probabilmente aperto un universo molto più interessante di possibilità per l'adattamento.

BLEACH (2018), invece, evita direttamente il problema della creazione transculturale, puntando su un investimento più sicuro: un

adattamento fedele alla sorgente, che non si confronta con alcun 'altro' culturale, ma si limita a portare il proprio 'sé' giapponese, o quanto costruito come tale, sul palcoscenico globale di Netflix. Alla base vi è l'ipotesi, se non la certezza, da parte di regista e produttori che è questo che gli spettatori, i fan della sorgente in particolare, vogliono vedere: i personaggi preferiti del manga, o anime, nella realtà tridimensionale così come sono (o come li percepisce il fan) nell'originale. L'unico elemento a essere realmente ibridato è forse l'aspetto tecnico-qualitativo, che utilizza tecnologie ed effetti speciali che caratterizzano le produzioni di Netflix di stampo hollywoodiano, ma che non sono aspetto d'interesse per questa tesi.

3. In pasto al pubblico

In questo capitolo si andrà ad analizzare la ricezione dei due adattamenti. Innanzitutto, si guarderà al ruolo dei critici, in questo caso la rassegna stampa da parte di professionisti del settore su siti e blog appositi, e alle loro recensioni. Quindi si riprenderà brevemente la *Netflix audience*, come pubblico target principale; si vedranno qui i dati quantitativi di apprezzamento del pubblico generale sui diversi siti aggregatori. Infine, si guarderà alle opinioni del segmento di pubblico dei fan delle opere originali, il cosiddetto fandom; in questa sezione verranno analizzate le recensioni amatoriali lasciate sui siti aggregatori e i commenti sui social. A partire dai dati raccolti, verranno ripresi i tre elementi principali emersi in modo ricorrente come parametri di giudizio all'interno delle recensioni, la 'fedeltà'¹, l'immagine di 'Giappone' e l'elemento razziale, e verranno proposte delle ipotesi di spiegazione sulla base di quanto osservato². Per concludere si guarderà agli adattamenti prodotti o promessi da Netflix dal 2018 in avanti per cercare di vedere se e quale influenza

¹Quando inserita fra virgolette singole sta a significare il concetto costruito e negoziato di fedeltà da parte dei fan di un'opera, con le specifiche caratteristiche che si vedranno nelle sezioni a seguire.

²È importante tener conto, tanto per l'interpretazione dei dati quanto come dato in sé, che *BLEACH* (2018) è stato significativamente meno coperto e discusso rispetto a *Death Note* (2017).

abbia avuto la ricezione dei casi di studio sulle sue decisioni di produzione.

3.1 Meaning-makers e decoders

In questa sezione si andranno a vedere i tre segmenti principali di pubblico, in senso generale, che hanno guardato e interagito con i due adattamenti presi in esame: i critici, la *Netflix audience* e i fan dell'opera originale. La caratteristica che accomuna questi tre segmenti, ognuno con la propria costruzione e ruolo specifico, è la loro partecipazione attiva, e non passiva, nella ricezione, decodificazione e interpretazione dell'opera, che li rende quindi collaboratori della creazione dei suoi significati e della sua distribuzione. Guardando a dati, commenti e recensioni, si proveranno a estrapolare i discorsi e gli elementi ricorrenti all'interno di essi, utilizzati come parametri di giudizio per l'apprezzamento, o meno, di quanto consumato.

3.1.1 Critici come mediatori

Secondo Gray (2011), i critici svolgono il compito di mediatori fra l'industria e il pubblico, partecipando loro stessi alla negoziazione del significato dell'opera e della modalità di interpretazione; si occupano della creazione di paratesti per inquadrare il contenuto e indirizzare lo spettatore a recepire e considerare quanto andrà a consumare in un certo modo. Dipendentemente dalla vicinanza o gli accordi presi con l'industria di produzione, possono anche partecipare in maniera implicita alla promozione del prodotto cercando di preparare

favorevolmente il pubblico. In genere, l’influenza della critica si basa su due elementi principali: la promessa di “neutrality and objectivity” e il possesso di “authoritative, insider information” (Gray 2011, 115). Si presentano come esperti con una conoscenza che gli permette di giudicare accuratamente quanto consumato e quindi, di conseguenza, di guidare lo spettatore, fornendogli i giusti parametri per capire e gustarsi, o criticare, in maniera ‘corretta’ il contenuto che presto gli verrà offerto.

Per l’analisi della critica dei due adattamenti sono stati presi in considerazione principalmente le recensioni sui siti globali anglofoni di Rotten Tomatoes, metacritic e IMDb; solo i primi due permettono di vedere separatamente l’apprezzamento in percentuale tra pubblico e critica, e per questo sono stati messi a confronto nella tabella sottostante. I siti giapponesi e quelli italiani non dividono per tipologia di recensione e quindi sono stati esclusi; per compensare, sono state cercate recensioni professionali su blog e siti specializzati grazie a cui identificare quali giudizi siano stati dati negli altri paesi.

	Rotten Tomatoes	metacritic
<i>Death Note</i> (2017)	37% sulla base di 76 recensioni (28 positive, 48 negative)	43 su 100, sulla base di 14 recensioni ³ (3 positive, 7 miste, 4 negative)
<i>BLEACH</i> (2018)	71% sulla base di 7 recensioni	Non incluso nel catalogo

Figura 3-1 Tabella valutazione della critica sui siti aggregatori anglofoni

³Le recensioni positive stanno per un voto dal 60 al cento, le miste dal 40 al 60 e le negative sotto il 40.

Death Note (2017)

Per quanto riguarda *Death Note* (2017), Rotten Tomatoes offre un riassunto nel *Critic Consensus* che riporta “Death Note benefits from director Adam Wingard's distinctive eye and a talented cast, but they aren't enough to overcome a fatally overcrowded canvas” come giudizio sintetico tratto dalle recensioni presenti (Rotten Tomatoes, Death Note 2017). Se c’è qualcosa che accumuna infatti recensioni positive e negative dei critici, è che tutte finiscono per concordare che il film, per un motivo o per l’altro, ha delle mancanze e dei difetti che ne impediscono l’apprezzamento: le critiche positive tendono a concentrarsi sull’autorialità di Wingard, sugli effetti speciali e sul CGI che lo rendono di qualità e, spesso, sul fatto che sia godibile come film d’intrattenimento-parodico senza pretese che include in sé sia elementi del genere comico che horror e d’azione; risulta chiaro che in questi casi viene considerato non come adattamento ma come film a sé, tanto che alcuni recensori non hanno mai visto o letto la sorgente, e sono coscienti che il fandom invece non apprezzerà il risultato finale. Allo stesso tempo, rimangono innegabili anche per loro le incongruenze e inconsistenze di trama e di copione, il ritmo singhiozzante con cui si succedono gli eventi e il mix non sempre armonioso di troppi generi diversi.

“**It's probably not going to win over the Manga faithful⁴**, but Death Note is **entertaining fun despite its failings.**” (Voto: 6 su 10, Courtney Button di Starburst, 13 set 2017, da Rotten Tomatoes)

⁴Il grassetto, da qui e in avanti, è utilizzato dall’autore della tesi per sottolineare le parole e frasi chiave.

“What’s frustrating is that with better lead performers and a tighter script, Wingard could have made a great adaptation. Instead **it settles when it should have soared.**” (Voto: 70 su 100, Blair Marnell di IGN, 24 lug 2017, da metacritic)

“As **someone with no previous affections for this series**, Wingard drew me into this world; one which, previously, I didn't even care about, that **I might like to see more of.**” (Voto: 4,5 su 5, C.H. Newell di Father Son Holy Gore, 3 mag 2019, da Rotten Tomatoes)

“Death Note **intrattiene, diverte e “fa pensare”**, e questo è un buon primo passo, *ma per asserire che si tratta di un adattamento ben fatto, ce ne vuole*. Diamo credito a Wingard e Netflix, magari siamo di fronte ad un franchise con del potenziale ancora inespresso, potenziale che potrebbe esplodere prossimamente, magari già nel suo secondo capitolo, al momento solo vociferato. Se nella prima parte assistiamo ad un film in cui viene descritto lo stupore, talvolta divertente, di due ragazzi con un potere immenso tra le mani, nella seconda siamo costretti a fare i conti con **i limiti narrativi di un film nato per essere destinato ad un pubblico giovanissimo, ma che in fin dei conti vuole raccontare temi molto più che adulti, senza però mai esserne realmente capace.**” (Frenck Coppola di Universal Movies, 26 ago 2017, da IMDb)

“Le intenzioni di Wingard sono chiare: purtroppo non lo è altrettanto il suo racconto, che pare normalizzarsi via via proprio quanto - paradossalmente - si fa più intrecciato e bulimico. Fin quando Light e Mia vivono la fase dell'esaltazione, e agiscono senza intralci, Death Note è **un film divertente e scanzonato**, che riserva anche qualche sorpresa. Quando però i nodi iniziano a venire al pettine, a nascere dissidi e diverbi, e quando emergono le domande più interessanti, tutto si fa un **po' scontato e soprattutto molto confuso**, come a evitare che si ragioni troppo seriamente sui temi della storia. [...] Non bastano però, loro due, né serve il supporto

solidissimo di Shea Whigham nei panni del padre poliziotto di Light, a evitare a noi che guardiamo l'impressione che **Death Note si vada accartocciando sempre più su sé stesso nel tentativo di essere troppo e troppe cose tutte assieme**, sprecandosi, **perdendo di vista anche il puro divertimento horror** dell'inizio e anche calcando troppo la mano sullo stile vivace e al neon della regia di Wingard. Voto: 2,5 di 5" (Gironi 2017)

Quando invece i recensori sono coscienti della sua natura di adattamento, e in alcuni casi fan dichiarati dell'originale, nella maggior parte delle recensioni il giudizio diventa più duro: dall'accusa di *white-washing* e di un cast che non soddisfa fino alla disapprovazione puntuale di deviazioni, buchi di trama e sovversione dei messaggi dell'opera originale, quanto è percepito come una mancanza di rispetto e fedeltà viene condannato con diversi gradi di severità.

"But even if we judge Death Note on its own virtues instead of as an adaptation, it falls pathetically flat. [...] **This writer is in no way opposed to an American adaptation of Death Note, though it is absolutely striking that Asian American talent was not afforded the opportunity to play the lead roles in the adaptation of a Japanese property.** However, **the best way to make such an adaptation would, in all likelihood, be to faithfully adapt the source material** rather than invent an entirely new vision from a narrative structure for which that vision wasn't designed. Adam Wingard seems intent on turning a mystery thriller into a horror movie, to translate the story of a well-intentioned teenager's corruptibility into a rote tale of being careful what one wishes for. In the end, all he accomplishes is undermining the fanbase who wanted this film and a lackluster and forgettable display for everyone else. Death Note seems to have been made with nobody

in mind but Adam Wingard. That should be enough cause for anyone to stay away.” (Leigh Monson di Substream Magazine, 25 set 2020, da Rotten Tomatoes)

“The only reason to take such a uniquely Japanese story and transplant it to Seattle is to explore how its thorny moral questions might inspire different answers in an American context, so for this retread to all but reduce America to its whiteness indicates an absence of context more than anything else. It’s the most glaring symptom of a film that utterly fails to investigate its premise.” (Voto: 42 su 100, David Ehrlich di IndieWire, 21 ago 2017, da metacritic)

“In adapting Death Note for a presumably American audience, Wingard loses the whole of its identity, and never finds a different one with which to replace it.” (Voto: 25 su 100, Dominick Suzanne-Mayer di Consequence, 26 ago 2017, da metacritic)

“ハリウッド版である『Death Note デスノート』が日本の原作と何が一番違うのかといえば、ティーン映画になっていることでしょう。[...] せっかくの「デスノート」なんですから、アメリカの犯罪性にもっと切り込むべきではなかったのかなと思うのですが...社会派的要素はティーン映画にはお呼びじゃないという判断なんでしょう。[...] 最後のメイキング映像を合わせたエンドクレジットといい、作品のノリが軽いのは、見やすい反面、物足りな

さも感じる人も多いのではないのでしょうか。星 3/10”⁵

(Cinemandrake 2017)

È da notare che molti critici non contraddicono la validità di un adattamento americano, né di una rivisitazione delle tematiche, quanto il modo che si è scelto per farlo, come un cast bianco-caucasico e quella che è considerata la banalizzazione di temi narrativi di critica sociale ‘seri’ in virtù di una maggior spettacolarizzazione e di un tentativo di accattivarsi un pubblico giovane; non viene colto quale arricchimento potrebbe apportare rispetto a quanto già racconta e trasmette l’originale, nei suoi diversi formati. In particolare, un elemento che verrà approfondito nella sezione 3.2.3, è come il problema della ‘razza’ emerga in maniera più esplicita tra i critici euroamericani rispetto a quelli giapponesi e italiani, che sembrano soprassedere e considerare più gravi le altre mancanze legate al problema della fedeltà all’originale.

“I don’t subscribe to the theory that adaptations of artistically successful source material need remain overly faithful. An adaptation, at its best, should also be an interpretation. It should offer a personal take, a new angle, deepening certain themes while naturally reducing others, etc. However, the decisions made when

⁵Trad. personale. “La differenza principale tra *Death Note* prodotto da Hollywood e l’originale giapponese è come sia diventato un teen-movie. [...] Proprio perché si tratta di *Death Note*, penso che sarebbe stato meglio approfondire la criminalità in America ma... devono aver concluso che includere temi sociali sarebbe stato superfluo in un film per adolescenti. [...] La vena leggera del film, combinata alla realizzazione del finale e dei titoli di coda, lo rendono facile da guardare, ma penso che molte persone ne rimarranno insoddisfatte.”

radically altering source material should feel purposeful, not arbitrary and random. It's not so much when our favorite books are adapted differently that **makes fans angry** but **when they are lessened by the differences.**" (Voto: 25 su 100, Brian Tallerico di RogerEbert, 25 ago 2017, da metacritic)

BLEACH (2018)

Per quanto riguarda *BLEACH* (2018), invece, è osservabile a livello generale una predominanza di pareri più favorevoli, nonostante anch'esso non venga mai acclamato come capolavoro; viene ricorrentemente paragonato ad altri *live-action*, sia americani che giapponesi, considerati come se fossero un genere a sé, e guadagna valore nel distanziarsi da essi, venendo percepito come 'più riuscito'.

"There are many, many, MANY bad live-action anime adaptations out there. Bleach defies that trend, delivering an action-packed story that never feels too dense in mythology or too cringe-worthy – flaws other adaptations revel in. Instead **Bleach knows that it's supposed to be a fun action movie, and it gleefully embraces that aesthetic.**" (Kayla Cobb di Decider, 17 set 2018, da Rotten Tomatoes)

"Live-action adaptations for the big-screen of manga/anime titles are nothing new, and as with adaptations of other sources – novels, stories, comics, TV shows – there's no thread of consistency between them. **Some are fantastic, some are terrible, and most fall somewhere in between.** That said, director Shinsuke Sato is quickly becoming ubiquitous enough to qualify as something of a constant himself. [...] His success rate fluctuates as expected, though, and while 2015's *I Am a Hero* (my review) is aces his latest is **sadly forgettable.** [...] **Fans of the original manga and anime version will most likely find more to enjoy in Bleach, but as a standalone movie it fails to engage through its characters, story, or action.** It

teases far more fun than it delivers.” (Rob Hunter di Film School Rejects, 6 ago 2018, da Rotten Tomatoes)

In questo caso, le recensioni sembrano partire da un accordo comune che, nonostante le modifiche necessarie, l’adattamento sia fedele all’originale e pensato chiaramente per un pubblico specifico⁶, tanto che la ‘fedeltà’ non sembra venir considerata un fattore predominante di obiezione o lode al loro interno. Al contrario, acquistano peso come parametri di giudizio l’uso degli effetti speciali, in particolare del CGI, la qualità della recitazione del cast e il livello di intrattenimento e coinvolgimento che la trama riesce, o meno, a creare.

“The action sequences are truly worthy of what to expect in a live-action adaptation of a manga. The CGI for the Hollows look quite impressive and at times, brings a scare to fans with their looks and actions. When Ichigo and crew go into action, the swordfighting is amazing and **lives up to being faithful to Kubo’s vision in the distinct styles used in his manga. Bleach is up there as a worthy adaptation of a Japanese manga.** Sota Fukushi, Hana Sugisaki, and MIYAVI are great in the film as well as the action sequences. **If you like the manga, then you will like this film.**” (Worldfilmgeek, 16 set 2018, da IMDb)

“Tecnicamente il film non è malissimo, si lascia guardare volentieri senza troppe pretese, anche se la CGI dato che parliamo di un film del 2018 poteva essere fatta decisamente meglio, il che avrebbe giovato anche alla credibilità stessa dell’intero film rendendolo meno **amatoriale.**” (Lorenzo Vizzari, 17 set 2018, su CineLol)

⁶Ne è un chiaro indice il numero inferiori di recensioni, sia del pubblico che dei critici, e la quantità minima di recensioni da parte di chi non conosca l’opera originale.

“原作のキャラクターや衣装などのクオリティについて、ブリーチ原作ファンからは酷評されているのが目立ちました。CGなどの技術面は長けたものがありますが、全体的にチープ感が否めず原作に似せたものを期待していたファンにとってはひどいとショックを隠しきれないとの声が寄せられています。しかし、原作ブリーチを見たことがない方にとっては実写版「ブリーチ」はその世界観に入っていきやすく、楽しめる内容となっているようです。複雑なブリーチの原作の内容を誰が観ても分かりやすいように脚本も説明調になったのかもしれませんが。ひどいなどと賛否両論のある実写版「ブリーチ」、興味のある方は是非ご覧になってみるといいかもしれません。”⁷ (BiBi 2019)

Emerge dalle recensioni come sia influente nel giudizio su tali elementi tanto il gusto personale quanto le aspettative dovute alla tradizione culturale in cui sono inseriti i critici, soprattutto per quanto riguarda le valutazioni sulla qualità e su cosa viene percepito come

⁷Trad. personale. “La qualità della resa dei personaggi e dei costumi dell’originale, è stata fortemente criticata dai fan della storia di *BLEACH* originale. Nonostante il CG e gli aspetti tecnici fossero eccellenti, la percezione generale rimane innegabilmente quella di una produzione di scarsa qualità e i fan, che si aspettavano qualcosa di simile all’originale, ne sono rimasti scioccati e hanno dato voce al loro disappunto senza riuscire a nascondere. Detto questo, per chi non ha visto l’originale, la versione live-action di *BLEACH* è un modo facile e piacevole di entrare nel suo mondo. Il copione potrebbe essere stato scritto in tono illustrativo per rendere il contenuto complesso dell’originale più semplice da seguire per chiunque lo guardi. Questo live-action di *BLEACH*, per quanto pessimo, ha i suoi pro e contro e chiunque sia interessato dovrebbe provare a guardarlo”.

amatoriale o “trash”. Ad esempio, gli stessi effetti CGI vengono innalzati da alcuni come colonna portante del film e da altri criticati per l’uso forzato che ricorda, negativamente, i blockbuster americani; vi sono critici che lodano il cast e gli attribuiscono la riuscita della produzione, altri che lo giudicano carente per una percepita recitazione forzata. Influiscono sicuramente la presenza, o meno, di una certa affezione o apprezzamento per gli attori, specialmente Fukushi Sōta, e per il direttore Satō Shinsuke, in base ai suoi lavori precedenti; allo stesso modo, per i critici euroamericani, la familiarità con i *live-action* giapponesi sembra ricorrere spesso a mitigare l’opinione su costumi, effetti speciali e un certo tipo di recitazione drammatica. Quanto operato sulla trama e sulla resa dei personaggi è giudicato diversamente in base a cosa si considera importante della sorgente, cosa sacrificabile e riassumibile, e cosa intoccabile, che risulta alla fine un riflesso del proprio giudizio sull’originale. La stessa ambiguità è osservabile nei giudizi dati su questa ‘fedeltà’ riconosciuta inizialmente, ma non necessariamente positiva o sufficiente: per alcuni si traduce solo in un tentativo, fallimentare, di copiare e tradurre l’aspetto formale dell’anime originale su pellicola, senza catturarne l’‘essenza’ ma dando vita a un prodotto dai toni amatoriali o parodici; per altri invece è uno specchio e riassunto sapiente di essa.

“Bleach is not without merits, though. **The casting**, and particularly Sota Fukushi as Ichigo and Hana Sugisaki as Rukia **fit their parts perfectly**, (although it would be “funny” if someone accused the producers for “oriental-washing”) and give very suitable performances in their respective parts, through a combination of quirky comedic acts and much angst, particularly during the ending

of the film. Furthermore, **the action scenes are quite impressive (although not as the ones on the anime) with the SFX team having done a very good job.** The same applies to the presentation of the characters (clothes, hair, equipment etc) which is **quite close to the original.** [...] To summarize, "Bleach" is not a bad movie per se, but in the end, it results in another action flick, where a big budget has been mostly allocated to the SFX,, leaving the story and the characters to a distinctly secondary role. Of course, the original Bleach was no "Lord of the Rings", but still **I felt that the movie did not capture its essence, at least as much as it could.** Fans of sci-fi blockbusters, though, are bound to love it. I didn't." (Panos Kotzathanasis di Asian Movie Pulse, 19 set 2017, da Rotten Tomatoes)

"Il live action ricalca piuttosto fedelmente almeno gli avvenimenti iniziali per poi seguire per grandi linee la trama principale, effettuando una necessaria compressione degli eventi al fine della breve durata del film. Nella maggior parte dei casi è stata proprio questa necessità di riassumere trame molto grandi, complesse e di lunga durata a rendere gli adattamenti di poca qualità, snaturando di frequente l'opera da cui erano tratti e finendo per scadere in finali frettolosi o eventi poco coerenti e credibili. Non è il caso di Bleach. **Le carte in tavola sono state mischiate, è vero, ma in modo sapiente e credibile lasciando intatto lo spirito originale dell'opera, selezionando con cura gli avvenimenti da mostrare, i personaggi da svelare.**" (Sciamanna 2018)

Che abbia troppi o troppo pochi tratti di somiglianza con il formato dell'anime, il risultato finale lascia tutti con dell'insoddisfazione. Il giudizio, o forse pregiudizio, di fondo rimane che per quanto buono possa essere l'adattamento, sicuramente non sarà all'altezza né riuscirà a rendere tutto quello che è l'originale.

“Il film è stato creato indubbiamente per i fan, portando a schermo gli stessi costumi e scenette tipiche della serie, ma che se per un manga o serie animata funzionano, in un film in Live Action risultano fuori luogo, **facendo sembrare il tutto molto amatoriale con dei Cosplayer come attori.** “(Lorenzo Vizzari, 17 set 2018, su CineLol)

“Beyond some impressive creature designs for the Hollows, **the film has a sleek uniformity that is indistinguishable from any other generic crowd-pleaser.** Considering the rich style of the anime, this feels a bit like a missed opportunity and does hold the film back. **Unable to replicate the pace and tone of animation,** overall Bleach makes for a pleasant diversion but lacks the audiovisual punch to be a truly memorable experience. Yet, in spite of this flaw, as the film sets up a possible sequel in its final moments, its hard not to look forward to more adventures with Ichigo and Rukia.” (Justine Smith di SciFiNow, 27 lug 2018, da Rotten Tomatoes)

All’inizio della sezione si è visto come il ruolo di critico dipenda dalla capacità di presentarsi come fonte oggettiva e autorevole di informazioni e giudizi per guidare lo spettatore alla visione dell'opera recensita. Nonostante questo, dall’analisi delle recensioni emerge come questa presunta oggettività sia difficile da garantire: anche se vi è generalmente del consenso sul giudizio d’insieme dei due adattamenti, le motivazioni che vi stanno dietro sono spesso agli opposti; perfino con un elemento tecnico e pratico come l’utilizzo degli effetti speciali vi è chi li apprezza e loda e chi li critica come amatoriali, sulla base della tradizione cinematografica che prendono come riferimento. Il parere soggettivo e personale, socioculturalmente influenzato, di chi scrive si insinua in modo esplicito, specialmente

quando vi è da riflettere e giudicare gli elementi dell'adattamento in relazione all'originale, in quanto dipende da come si era percepito e giudicato l'originale stesso; in genere, i critici mostrano una tendenza a voler elevare la sorgente, in virtù di quelle che individuano come tematiche 'serie' al suo interno e a cui attribuiscono la sua importanza e popolarità, e ad allontanarsi da tutto ciò che è marcatamente 'intrattenimento'. Questo, in diversa misura, può andare a minare la portata dell'autorità di quanti si ritengono critici; in particolare, come si approfondirà nella sezione 3.1.3, i fan tendono a riprendere per sé l'autorità critica, in virtù della propria (auto-)dichiarata conoscenza approfondita della sorgente. Nell'epoca del "Web 2.0", i "prosumer" diventano loro stessi attivi "meaning-maker" (Mirrlees 2013, 243), tanto che alcuni fan, che si occupano di recensioni sui propri blog o social personali, finiscono per diventare vere e proprie autorità di riferimento del fandom, sostituendosi ai critici professionisti che non hanno alcuna influenza al suo interno e perdono il loro ruolo di mediatori.

3.1.2 Netflix Audience

Non si può ignorare che l'accessibilità dei due adattamenti attraverso la piattaforma di Netflix li esponga a un pubblico specificatamente caratterizzato, come si è potuto intuire nel primo capitolo e si cercherà di approfondire in questa sezione. Infatti, comprendere quale sia il pubblico target di Netflix è un fattore che aiuta a capire anche le scelte di produzione, casting, direzione e, soprattutto, adattamento messe in atto.

Come si è visto, il rapporto fra Netflix e il suo pubblico è quello di influenza reciproca. Da un lato, per mantenere e accrescere i propri iscritti Netflix deve essere in grado di soddisfare le aspettative e i desideri in fatto di contenuti dei diversi utenti, ormai abituati a un alto grado di personalizzazione, sulla base della promessa di aver sempre a disposizione qualcosa che soddisfi esattamente quello specifico gusto (Lotz 2022, 147-159); per cui, in sintesi, l'opinione del pubblico influenza fortemente cosa viene prodotto e come, obbligando Netflix ad avere un catalogo dalle infinite sfaccettature (Lotz 2022, 147-159, Zundel 2019). Dall'altro, Netflix modifica e influenza come gli utenti consumano i suoi contenuti e la percezione che ne hanno, nonché la formazione delle *taste communities* e dei trend a livello globale (Lotz 2022, 147-159, Novak 2017, Zundel 2019). Basta riflettere sul passaggio del formato delle serie TV da stagionale, con numerosi episodi da guardare periodicamente, a mini-stagioni, con pochi ma lunghi episodi guardabili in una sola sessione di *binge-watching*; questo cambiamento sta andando a sfumare, se non dissolvere, i confini fra film e serie TV, ormai più popolari e attese rispetto ai film (Cabral Martins 2019, Jenner 2018, 119-137).

Nella visione d'insieme, l'audience di Netflix è un patchwork transnazionale composto da una moltitudine frammentaria di segmenti, o nicchie, di spettatori (Zundel 2019); queste sono identificate e inglobate in gran parte sulla base di *taste clusters* e *taste communities*, che si è visto essere per Netflix raggruppamenti più utili

rispetto a quelli su base biografica, geografica⁸, o di semplici preferenze di genere cinematografico. Alcune di queste *taste communities* possono essere più ampie e facilmente descrivibili, come gli appassionati dei “documentari storici”, e altre minuscole e connotate in maniera specifica da molteplici fattori, come i fan di “film intellettuali scandinavi”⁹. I segmenti di pubblico non sono da considerarsi compartimenti stagni, ma intersecati, sovrapposti e in dialogo dinamico tra di loro; è normale che un utente appartenga a più di uno di essi e che la sua appartenenza muti nel tempo. Anche per questo motivo, quando Netflix individua un determinato pubblico target, tiene anche conto degli altri segmenti che potrebbero essere interessati sulla base dei dati raccolti dall’algoritmo sui singoli utenti che vi appartengono e le loro altre *taste communities*. È ragionevole ipotizzare, quindi, che l’adattamento di *Death Note* (2017) non sia stato consigliato solo ai fan della sorgente o ai fan degli anime in generale, quanto a coloro interessati anche a film o serie d’azione, d’horror o a teen movie, ai fan di Wingard, dei blockbusters ecc. Allo stesso modo *BLEACH* (2018) avrà coinvolto tutti gli spettatori che hanno già consumato film o serie giapponesi, d’azione, d’intrattenimento, fantasy, soprannaturali, o ancora contenuti prodotti in Asia di qualsiasi genere, ecc.; non a caso, nello stesso periodo della sua uscita,

⁸All’interno quindi di questo pubblico target basato su intersezioni di *taste clusters* interconnessi, l’identità di appartenenza nazionale, in senso geografico, non è che una categoria trasversale aggiuntiva; quindi, identificare il pubblico target semplicemente come il pubblico giapponese o, al contrario, il pubblico americano sarebbe incorretto, oltre che riduttivo.

⁹Sono entrambe attuali categorie dei contenuti di Netflix.

era stato reinserito nel catalogo anche l'anime di *BLEACH*, per amplificare ed espandere la rete di connessioni fra segmenti, cercando di inserire più spettatori possibili nel circuito che li avrebbe portati a consumare il *live-action*.

Una tipologia di segmentazione del pubblico a cui Netflix presta particolarmente attenzione e su cui punta per crearsi un pubblico fedele, al di là di quelle di gusto o genere cinematografico, è quella su base identitaria. In particolare, produce contenuti che vadano ad attrarre e soddisfare quegli spettatori che si identificano in una o più minoranze identitarie: di genere, di orientamento sessuale ed etniche, spesso di età giovane, tra adolescenti e giovani adulti (Ford 2019, Jenner 2018, 160-182, Smith, et al. 2019). Non è un caso che nelle produzioni Netflix vi sia il tentativo, talvolta forzato e acritico, di introdurre adolescenti, personaggi femminili 'forti e indipendenti', e di nazionalità e orientamento sessuale differenti da quello che è ancora considerato il mainstream, quindi l'uomo bianco-caucasico eterosessuale (Fain 2019, Smith, et al. 2019); la genuinità, cura e serietà con cui questo viene fatto varia di produzione in produzione, ma si notano le derive ideologiche che prende questa politica culturale quando messa in moto dal marketing, in nome di un profitto¹⁰ (Jenner 2018, 160-182, Smith, et al. 2019). Rispetto ad altre piattaforme è

¹⁰Sarebbe da approfondire la dinamica culturale per cui insistere e sottolineare tali minoranze come 'diverse' al fine di esaltare l'inclusività di Netflix possa risultare, in realtà, nella riaffermazione dell'uomo bianco eterosessuale come standard universale. Cfr. Jenner, Mareike. *Netflix and the Re-Invention of Television*. Londra: Palgrave MacMillan, 2018, 160-182.

innegabile offra più spazio e opportunità per storie di minoranze che ancora sono lasciate ai margini e, in questo modo, riesce ad accattivarsi un grande pubblico. Certamente, la superficialità e la mancanza di comprensione delle minoranze che si vorrebbero rappresentare possono risultare nell'effetto opposto (Jenner 2018, 160-182, Salsabila 2021).

È bene considerare, come si era già anticipato, che la *Netflix audience* si inserisce all'interno delle dinamiche di consumo tipiche dell'era di Internet, dove il consumatore non è ricevente passivo di un contenuto, in grado solo di assorbire quanto presentato in un processo di identificazione¹¹ acritica; al contrario, si occupa di interpretare e negoziare attivamente i significati del contenuto, sia in base alla costruzione della propria identità fino a quel momento, sia al fine di costruirla o ricostruirla incorporando quanto consumato (Mirrlees 2013, 227-233). L'identificazione con i personaggi o le storie narrate, infatti, non è descrivibile come un solo processo universale, quanto una moltitudine possibile di combinazioni di pratiche e processi che possono portare tanto all'assorbimento e accettazione indiscriminata, quanto all'apertura verso culture e stili di vita diversi, o perfino alla riappropriazione e sovversione dell'identità desiderabile mostrata nel contenuto (Mirrlees 2013, 227-233). Caratteristica da integrare a questa audience attiva è il livello di *agency* di cui si è ritrovata in possesso con il passaggio all'era Web 2.0, dove il consumatore è diventato *prosumer*,

¹¹In questo caso si intende identificazione come processo ampio di rapporto con il contenuto, non ristretto solo al ritrovamento del proprio riflesso in un determinato personaggio o storia, per cui include anche la formazione di relazioni parasociali.

ovvero in grado di produrre e diffondere lui stesso contenuti, incrementando quindi la sua capacità di negoziare o, addirittura, di creare i significati dei contenuti che consuma (Mirrlees 2013, 234-238). Dai social come Twitter ai siti globali come quelli presi in considerazione in questa tesi, tali IMDb e Rotten Tomatoes, i *prosumer* condividono e rendono contenuto da consumare la propria esperienza e le proprie opinioni, che si diffondono, contagiano e avvalorano, o incitano, l'un l'altra per reiterazione (o, ad esempio, *retweet*); questo tipo di contenuto acquista valore paratestuale tanto quanto le opinioni dei critici, in grado di modificare le aspettative e le opinioni dei consumatori su un determinato prodotto ancora prima che lo abbiano effettivamente consumato.

Questo rende il pubblico dell'era digitale una massa liquida difficile da controllare; si può tentare di indirizzare le opinioni e promuovere un certo tipo di ricezione, ma i risultati non sono prevedibili. L'ibridazione naturale tra culture diverse, in genere, deriva proprio da questi processi di contatto e contagio che sfuggono al controllo e alla previsione di chi ha fornito lo spazio o il propellente perché avvenga, in questo caso un prodotto d'intrattenimento. Per cui, nonostante l'analisi dei capitoli precedenti avesse fatto dedurre che *Death Note* (2017) fosse stato pensato principalmente per un pubblico generale, che includesse ugualmente fan e non fan, predominantemente euroamericano, e *BLEACH* (2018) per un fandom dedicato, innanzitutto giapponese, per entrambi alla fine il pubblico che li ha consumati è variegato, spesso composto da fan globali le cui opinioni e criteri di giudizio si sommano, scambiano e contaminano l'uno con

l'altro, rendendo difficile distinguere le differenze specifiche che potrebbero essere legate alla cultura d'appartenenza.

Guardando ai voti dati dal pubblico sui diversi siti aggregatori di recensioni, ci rendiamo conto che, indipendentemente dal paese d'origine, il giudizio finale rimane molto simile.

	<i>Death Note</i> (2017)	<i>BLEACH</i> (2018)
Rotten Tomatoes (globale-anglofono)	23% su più di 5000 voti	76% su più di 500 voti
IMDb (globale-anglofono)	4,5/10 su 85.738 voti	6,3/10 su 11.942 voti
Metacritic (globale-anglofono)	3,1/10 su 482 voti	Non presente
Eiga.com (giapponese)	2,3/5 su 13 recensioni	3/5 su 252 recensioni
Filmmarks.com (giapponese)	2,5/5 su 1284 recensioni	2,7/5 su 2544 recensioni
Comingsoon.it (italiano)	2,5/5 su 209 voti	Non presente
Mymovies.it (italiano)	3,07/5	2,99/5

Figura 3-2 Tabella valutazione complessiva del pubblico sui siti aggregatori

Come ci si poteva aspettare, *Death Note* (2017) è stato guardato e commentato maggiormente da un pubblico anglofono e, rispettivamente, *BLEACH* (2018) da un pubblico giapponese, ma è evidente dai numeri, così come dalle lingue usate per scrivere le recensioni, che la mancanza del doppiaggio o dei sottotitoli ufficiali nella propria lingua non ha impedito a persone da tutto il mondo di consumare e confrontarsi con entrambi i contenuti. Rimane costante anche la preferenza per *BLEACH* (2018), con l'unica eccezione di quanto riportato da Mymovies, dove però non viene esplicitato su quanti voti sia basato il risultato. Vi è inoltre da tenere conto di come *BLEACH* (2018) in Giappone sia stato rilasciato nei cinema prima che

su Netflix, raggiungendo in realtà un pubblico molto più ampio e diversificato della sola *Netflix audience*¹².

3.1.3 Fandom

All'interno di queste centinaia e centinaia di voci che hanno espresso la propria opinione, quelle più numerose, nonché decise, sono sicuramente di coloro che si considerano fan della sorgente. Il segmento di pubblico del fandom è da considerarsi un'intersezione con la *Netflix audience*, in parte promossa da Netflix e in parte frutto di un movimento autonomo dei fan verso ciò che si relaziona all'universo narrativo preferito. Il vantaggio di Netflix nel promuovere tale sovrapposizione deriva soprattutto dalla strategia dei contenuti che si concentra sulla valorizzazione delle minoranze; infatti, diversi studi hanno mostrato come il fandom di anime e manga oggi sia spesso uno spazio occupato da minoranze queer ed etniche, soprattutto donne giovani, e non solo da quelli che erano considerati i 'fan tradizionali', ovvero il fan legato ai cult americani rappresentato come uomo nerd caucasico eterosessuale (Busse 2013, Pande 2017, Stanfill 2019).

¹²Infatti, la scelta di un film e la scoperta di nuovi titoli al cinema non è condizionata da un algoritmo come su Netflix, dove è bene ricordare che dalla costruzione del profilo utente dipende il tipo di film che verranno suggeriti e mostrati.

Lo studio dei fan di anime e manga, in Giappone tradizionalmente associati alla figura degli otaku¹³, è stato oggetto di diversi studi secondo svariati approcci; ai fini di questa tesi, si è deciso di concentrarsi su uno degli aspetti emersi come caratterizzante della sua figura, ovvero la centralità del rapporto con l'universo narrativo o, per essere più specifici, la relazione para-sociale che si va a creare con i personaggi di tale universo, per la costruzione della sua identità di fan e membro legittimo del fandom (Busse 2013, Stanfill 2019, Stein 2011, Yamamura 2020). Non è questo da considerarsi un gruppo omogeneo e globale, quanto un patchwork di comunità variegata, appartenenti a diversi paesi¹⁴ e culture, e con un bagaglio diversificato di esperienze e valori personali, che si riconoscono all'interno di uno stesso fandom sulla base dell'affezione per un determinato universo narrativo e della

¹³Per la differenza e definizione di "fan" e "otaku" cfr. Lamerichs, Nicolle. "The cultural dynamic of doujinshi and cosplay: Local anime fandom in Japan, USA and Europe." *Partecipations. Journal of Audience & Reception Studies* 10, no. 1 (2013): 154-176.

¹⁴Nonostante non sarà possibile approfondirlo in questa tesi, è bene anche considerare che, per quanto riguarda il fandom di anime e manga, ha grande influenza sulla sua formazione all'interno dei confini di uno stato-nazione e del suo contesto socioculturale quale storia di importazioni dal Giappone abbia; ad esempio, in Italia fin dalla fine degli anni '70 manga e anime sono stati diffusi e parte della cultura quotidiana, prima attraverso la televisione e poi maggiormente grazie al cinema, per spostarsi infine su Internet. Quali titoli fossero diffusi e in che modo venissero offerti al pubblico, ha sicuramente influenzato il tipo di percezione che hanno i fan italiani della categoria ampia e di come vi si relazionano. Fattore per cui risulteranno differenti rispetto alla modalità di percezione americana, così come a quella giapponese. (Cooper-Chen 2012, Pellitteri 2021).

partecipazione attiva a esso (Lamerichs 2013); come si è visto nella sezione precedente, Internet e le sue dinamiche non possono che amplificare la formazione di questi fandom transnazionali e transculturali. Il processo di formazione e ridefinizione di un fandom è però in continua negoziazione e si basa tanto sulla collaborazione quanto sulle frizioni che nascono nel momento d'incontro con fan dall'identità diversa dalla propria (Annet 2014). Il tentativo di stabilire delle regole implicite, di acquistare legittimità e status culturale, e di mantenere una coerenza interna sono spesso inconsci ed entrano in crisi nel momento di confronto; per questo motivo, invece che guardarlo come un blocco omogeneo e una categoria fissa, è più utile considerarlo un corpo multiforme composto da soggetti in continua ridefinizione, coinvolti in un rapporto sia collaborativo che antagonistico gli uni con gli altri (Annet 2014, Busse 2013, Morimoto e Chin 2017, Pande 2017, Stanfill 2019). Ciò che costituisce l'attrattiva dei fandom per le industrie di produzione e distribuzione di contenuti è lo stesso fattore che li rende un potenziale ostacolo (Stein 2011). Da un lato, anche solo un titolo o un richiamo all'opera sorgente può essere sufficiente per mobilitare l'interesse dell'intero fandom che, indipendentemente se con entusiasmo o sospetto, finirà per consumare almeno una volta il nuovo prodotto; è quindi un modo efficace di garantirsi un certo interesse e un ampio numero di visioni al lancio. Dall'altro, come si è anticipato, i fan tendono a collaborare per costruire la propria identità in relazione all'oggetto d'affezione e, di conseguenza, devono proteggerne la legittimità, cercando di costruirsi una propria autorità con cui opporsi ad elementi di potenziale disturbo (Johnson 2007, Morimoto e Chin 2017). Queste

‘minacce’ possono andare da altri fan, che mettono in atto un comportamento che lede la reputazione del fandom o promuovono dibattiti ‘problematici’, a critici¹⁵, produttori e perfino l’autore stesso, che potrebbero tentare di modificare o minare elementi dell’oggetto costitutivi per il legame con esso e l’identità del fan (Johnson 2007, Morimoto e Chin 2017); gli adattamenti, specialmente quando non vengono seguiti dall’autore della sorgente, sono tra le minacce più temute e criticate da parte dei fan, che li vedono come una potenziale distorsione di tutto ciò che li ha fatti affezionare all’originale. È evidente che gli obiettivi e i desideri di una compagnia come Netflix, interessata innanzitutto al profitto, e quelli dei fan sono spesso disallineati; da questo ne scaturisce un conflitto di interessi che in alcuni casi può anche tradursi, per i fan, in un tentativo di sabotare o costringere tale compagnia a modificare i propri progetti (Morimoto e Chin 2017, Stanfill 2019).

“A **complete disservice** to the source material. What's the point of making a death note movie if you aren't going to at least somewhat **honor the source material**. I think **Adam Wingard just didn't care** and wanted to make his own movie, and **he used the name recognition in order to help it sell**. That's **incredibly stupid** though and **he deserves all the hate he's gotten for it** because he did this to

¹⁵ Come si è visto nella sezione precedente, i critici cercano anch’essi di rivendicare una legittimità dei contenuti, ma cercando di separarli da quella che è considerata “cultura di massa” in un movimento opposto a quello dei fan, che invece vogliono dare legittimità al proprio contenuto in quanto proprietà del fandom, sulla base del piacere che ne ricavano e del rapporto affettivo che vi instaurano.

himself.” (Recensione di *Death Note* (2017), 8 nov 2019 su Rotten Tomatoes)

Death Note (2017)

Dalle recensioni dei fan su *Death Note* (2017), qui riportate anonime, emerge un grande sdegno, se non rabbia, innanzitutto per aver distorto la trama, i personaggi e le tematiche; la resa di Light e L è poi ritenuta imperdonabile. A questo si aggiungono come aggravanti tutte quelle scelte che vengono considerate un affronto al ‘Giappone’, patria dell’originale, dalla scelta di un cast senza attori giapponesi alla perdita di quello che viene identificato come un non specifico ‘spirito giapponese’. Molti fan, in particolare quelli euroamericani, tendono a legare in un rapporto di influenza diretta la pessima resa di trama e personaggi con l’‘americanizzazione’.

“An **absolute insult to the original and it's fan base**, turned Light into an absolute fool trying to impress a girl rather than the original which had an over achiever develop a god complex and use his good looks and intelligence to manipulate the people around him creating an interesting game of wits between him and L. This was a **major disappointment but I guess that's to be expected when an american company make a live action remake of an extremely successful Japanese anime.**” (Voto: ½ su 5, 24 set 2019, da Rotten Tomatoes)

“I really loved the anime but **Netflix killed the asian spirit with their western actors!**” (Voto: 1,5 su 5, 1 lug 2020, da Rotten Tomatoes)

“fucking disrespectful & pathetic attempt to steal something from Japan.” (Voto: 1,5 su 5, 15 gen 2019, Rotten Tomatoes)

“This film is **an insult to the source material** The only good part was Ryuk Light is a poorly played idiot None of the other characters are well shown to the audience except the incipid 2-dimensional and irrational girlfriend character. The camera work is poor, the story is what you should expect when you try to cram 100+ hours of story into 90 minutes by cutting away. **The characterd have been Americanised, which means a nearly universal whitewash whil L is the only none-white character. The whole thing makes no sense in an American setting as it divorces the culture of Japan from itself.** The story itself is paper thin as though someone was described the plot over a phone with dodgy connection in 5 minutes flat. **It treats its audience like idiots...** There is so much more i could say about this film as **it disgusts me to my core**, but try and watch it and you will see. **Whichever critics voted 40% for this should be investigated for accepting bribes.** Simply put, this is the Avatar the last airbender to Avatar the legend of Aang, The Last Jedi to Empire Strikes Back, Amazing Spiderman to Spiderman Homecoming. Okay for a first year student film on YouTube in the early 2000s.”
(Voto: 1 su 5, 3 dic 2018 Rotten Tomatoes)

Le parole che ritornano più spesso in tutte le recensioni, negative e neutrali, richiamano l’idea del *gensakureipu* di Harata (2021) quali: “destroyed”, “disgraced”, “molestation”, “ruined”, “insult”, “disappointment”, “shame”, “trash”, “disservice to the source material”, “mistake”, “garbage”, “disrespectful” ... Tutte hanno a che fare con la percezione che sia stato leso, danneggiato e insultato il significato e valore dell’originale, rendendolo inaccettabile. L’unica cosa che viene salvata quasi globalmente è la scelta di William Dafoe come Ryuk.

Vi sono anche recensioni positive, seppure in numero drasticamente minore. Generalmente, sia in difesa della propria opinione sia come

critica agli altri fan, tendono a prendere le distanze da quelli che definiscono "hardcore fans" o simili, sostenendo che accettare l'adattamento come separato e solo ispirato dall'originale permetterebbe a tutti di apprezzarlo. Sottolineano, in particolare, la regia autoriale di Wingard, gli effetti speciali di qualità e il mix di azione, horror e gore che lo renderebbero un buon film d'intrattenimento, nonché divertente.

"Way too many fan boys of the original material making their voices heard around here. While I have seen the original and respect it as a piece of work in it's own right, I get the approach that Adam Wingard took with this live action adaption; it's intended to use the material as a foundation for bringing a fresh perspective with a story that honestly could never really be condensed into this format. So why try to do that? Instead just make it work for the intended format and audience. With that goal, and viewing this independently of the source material, **i feel it succeeded in creating material that I consider entertaining.** The ending really does bode for a sequel, and I hope they get the numbers to green light one. If you're a hardcore fan boy, I wouldn't recommend you watch this, it will only give you a nose bleed. If you're an average person who simply enjoys entertaining movies, that I believe this will keep you entertained." (Voto: 3,5 su 5, 1 set 2017 da Rotten Tomatoes)

"As a fan of the original anime, I can't tell you that Death Note is a faithful adaptation of the source material. On the other hand, I could see this film gaining a proper audience to appreciate it for what it is; a well directed, entertaining thriller movie with cool set pieces, some interesting scenes and all the style Wingard is known for." (Voto: 3,5 su 5, 25 ago 2017, da Rotten Tomatoes)

Le recensioni sui siti giapponesi sono abbastanza simili per quanto riguarda la problematica della 'fedeltà' e della resa dei personaggi, che

emerge ancor di più come elemento di disappunto e delusione, in quanto quasi tutti i fan sembrano aver visto almeno uno degli altri adattamenti *live-action* prodotti in Giappone; parallelamente anche gli elementi apprezzati sono gli stessi, quali alcuni attori, Defoe in particolare, e l'ottima qualità degli effetti speciali. Caratteristica specifica delle recensioni giapponesi è il continuo rimarcare l'origine americana della produzione; sia viene sottolineata per inquadrare il proprio giudizio, sia viene identificata come causa, implicita o talvolta esplicita, di un adattamento che non comprende il significato dell'originale e finisce per essere un film d'azione violento e splatter, che sembra ricordare a tutti *Final Destination*.

“海外版は海外版で。

原作知ってたり日本版知っているとどうしても比べちゃうからやっぱ天才と天才のバチバチを期待しちゃうし、結果違うと不満が生まれる。エルは黒人だからなのもあってアグレッシブに見えた。キラは普通すぎるな?!って思ったけどラストにかけてどんどん進んでくのは良かった。私も原作大好きだったから評価低い意味はわかるけど海外版は海外版で面白かった。”¹⁶ (Voto: 3 su 5, 30 set 2020, da Eiga.com)

¹⁶ Trad. personale. “La versione straniera è la versione straniera. Se conosci l'originale o l'adattamento giapponese non puoi che finire a paragonarli, aspettandoti una battaglia fra menti geniali e quando poi risulta diverso, ne rimani deluso. L mi è sembrato aggressivo, forse in parte perché nero. Ho pensato ‘Kira è troppo ordinario?!’, ma mi è piaciuto com'è migliorato pian piano nel finale. Dato

“ファイナルデッドシリーズを彷彿させる

デスノートのハリウッド版。日本版とはいろいろ設定が違う。マング、日本版映画を観てます。さすがハリウッドというか死に方が迫力がある！グロさを追求してるのが多くてファイナルデッドシリーズを思い出した。日本版は心臓麻痺が多かったからそこは映画として迫力があつた。でも持ち味の頭脳戦が、、、ない。Lの行動クールじゃないし、ミアの精神状態狂ってるし、ワタリのかぐりは無理があつた。デフォーさんのリュークはよかつた笑”¹⁷(Voto 2 su 5, 4 feb 2018, su Eiga.com)

La spettacolarizzazione ed esagerazione per alcuni fan risulta un fattore positivo e un cambiamento ben accetto, soprattutto a paragone con il proprio genere di adattamenti e supportato da una qualità tecnica d’alto livello. Viene considerato essere una conseguenza naturale dell’“essere americano”, riflettendo quindi uno stereotipo di

che anche io adoro l’originale capisco il motivo delle recensioni negative, ma preso per l’adattamento straniero che è, è interessante”.

¹⁷Trad. personale. “Un vivido richiamo alla serie *Final Dead*. È il Death Note di Hollywood. Ci sono molti aspetti diversi rispetto all’adattamento giapponese. Ho letto il manga e visto l’adattamento giapponese. Come ci si poteva aspettare da Hollywood, le morti sono intense! Tutto il sangue e le molte scene grottesche mi hanno ricordato la serie *Final Dead*. Proprio perché nella versione giapponese c’erano molte morti per attacco di cuore, questo film era più impressionante. Ma i giochi mentali, caratteristica dell’originale... sono completamente assenti. L non è per niente cool, Mia è completamente pazza e la fine di Watari è insensata. Defoe come Ryuk era ottimo hahaha”.

come siano gli USA basato sull'immagine che Hollywood stesso promuove.

“聞いてくれー!! 実写化、成功のやつですよー!! 劇場公開してもおかしくないやつですよー!!! ----- デスノートは興味ないという方もいるでしょう。。でも『パロアルト』や『ショートターム』が好きな方、必見ですよ! キャストが揃ってるし、何と言ってもみんな大好き学園モノになってるんですからー!!! 好きなやつキターー!!! ナットウルフくんは言わずもがな、『ショートターム』のマーカスを演じてたラキースタンフィールドが L、ヒロインには『パロアルト』に出演のマーガレットクアリーが。これだけでも好きなやつです。←アンディマクダウエルの子!! 知ってた? さすが Netflix、余計なことを言われなかったんでしょうね、程よいアレンジと、ハリウッドみがバランス良し◎ 話をシンプルにしたことで、非常にまとまってるじゃん! と。グロ描写も、ちゃんとしてるやつなのでそこも素晴らしかった。拍手。がっかりだわ〜とかないと思うので、普通にみんなみてくれ!”¹⁸ (Voto: 3,8 su 5, 24 ago 2017, su Filmarks.com)

¹⁸Trad. personale. “Sentite!!! È un live-action di successo! Non mi stupirei se la facessero uscire nei cinema!!! Ad alcuni di voi potrebbe non interessare Death Note... Ma se vi è piaciuto “Palo Alto” o “Short Term”, dovete assolutamente vederlo! Il cast è al completo e soprattutto è la tipica storia a scuola che tutti amiamo!!! E ci sono i nostri preferiti!!! Senza contare Nat Wolff, c’è Keith Stanfield che ha interpretato Marcus in “Short Term”, e Margaret Qualley, che è comparsa in Palo Alto, è l’eroina. Anche solo lei la amo! ←sapevate che è la figlia di Andie

La menzione dell'elemento razziale, ovvero la scelta di un cast caucasico, compare in numero decisamente ridotto rispetto alle recensioni in lingua inglese e, in genere, come elemento di corollario rispetto ad altri punti ritenuti più problematici, quali appunto la resa dei personaggi; il termine inglese stesso *"white-washing"* compare poco.

“原作関係無くひどい。

監督は原作リスペクトで作ったと言っているがそんなものの片鱗さえ微塵も感じない作り。映画が始まって早い段階で無駄なグロシーン、ただのファイナルデステーション。主人公は夜神月ではなく白人のライトターナーなので一部のファンから「ホワイトウォッシュだ！」などと炎上。そして主人公が兎に角頭悪い。初めてリュックを見た時のパニックっぷりはただのコント。挙げ句の果てにはデスノートに「ワタリ」と書くとフルネームでは無いのにワタリが死ぬ。そして終盤、L が拳銃片手に ライトを猛ダッシュで追いかけてながら拳銃バンバン撃ちまくるという珍シーン。頭脳戦はほぼ皆無。実写版ドラゴンボールに耐性あった方は大丈夫かと。アリータみたいに本当の意味で原作リスペクトで作ってくれる監督もいればこういう監督もいるんだなっていう対比がと

MacDowell? Come ci si poteva aspettare da Netflix, nono sono riusciti a dare troppi dettagli, ma vi è il giusto equilibrio fra una buona rielaborazione e un tocco hollywoodiano. Hanno reso la storia semplice e super ben riassunta! Anche l'elemento gore era fantastico, fatto bene! Li applaudo. Non penso rimarrete delusi, guardatelo!”.

でも分かりやすくなる映画でした。ちなみに一点だけ凄く良かったのは、リュークの英語吹き替えがウィレム・デフォーだという事。これだけはナイスチョイス。個人的にですが原作関係無くひどい映画でした。”¹⁹ (Voto 1,5 su 5, 22 mar 2021, su Eiga.com)

Per le recensioni italiane, dato che non ne erano state lasciate sui siti aggregatori, si sono usati i commenti degli utenti a due video Youtube, *Quando DEATH NOTE fa SCHIFO - RIASSUNTAZZO BRUTTO BRUTTO* (14 Set 2017) di Barbascura X ²⁰, con 1,6 milioni di visualizzazioni e 57 mila like, e *RIASSUNTO ACCURATISSIMO DEATH NOTE NETFLIX - SPECIALE 1 MILIONE DI ISCRITTI*

¹⁹Trad. personale. “Terribile a prescindere dall’originale. Il direttore dice di averlo fatto con rispetto per l’originale, ma non ce n’è nemmeno un minuscolo barlume. Fin dalle prime scene del film è grottesco, solo un altro Final Destination. Il personaggio non è Light Yagami, ma un Light Tuner bianco, tanto che alcuni fan si sono infervorati online dicendo “è white-washing!” A prescindere da questo, il protagonista è stupido. Il suo panico quando vede Ryuk per la prima volta sembra uno sketch comico. E oltre a tutto questo, quando viene scritto “Watari” nel Death Note, anche se non è il suo nome completo Watari muore. Poi nelle scene finali, in una scena strana L rincorre disperatamente Light con una pistola e gli spara una serie di colpi. I giochi mentali sono praticamente inesistenti. Se eri già resistito al live-action di Dragonball forse te la puoi cavare. È un film che rende chiarissimo la differenza fra i direttori che hanno prodotto Alita, rispettando davvero l’originale, e quelli che hanno prodotto questo. Tra parentesi, l’unica cosa buona è che il doppiaggio inglese di Ryuk è di William Dafoe. Questa è l’unica scelta decente. Personalmente, a prescindere dall’originale, è un film terribile.”.

²⁰Attivo dal 15 marzo 2014, conta un totale (distribuito su tutti i video) di 114,798,456 visualizzazioni, 828 mila iscritti e altri due canali aggiuntivi.

NONÈVEROMAI (4 Set 2017) di *Il Trono del Muori*²¹, con 1,4 milioni visualizzazioni e 55 mila like. I due youtuber sono considerabili come quei fan, già accennati precedentemente, che non solo sono *prosumer* attivi e creativi, ma che occupano il ruolo di critici professionisti all'interno del fandom; in virtù della loro conoscenza, dell'originale quanto dell'ambito generale di anime e manga, della loro affezione a esso e dell'oggettività con cui tentano di presentare le recensioni, sono rispettati dal fandom come autorità, seppur non siano professionisti. Anzi, il non essere professionisti ma membri del fandom aggiunge loro un'aura di genuinità e competenza che degli 'esterni' non potrebbero avere.

Tenendo conto che entrambi i video sono di tono parodico-comico, è utile notare come utilizzino un approccio di comparazione puntuale per sottolineare in maniera specifica, da un lato, tutte le modifiche rispetto alla storia originale e, dall'altro, le incongruenze della trama interne all'adattamento. Il focus principale è appunto sulla distorsione dei personaggi principali e delle sue tematiche; entrambi evidenziano la banalizzazione e il cambiamento dei significati portanti rispetto alla sorgente. Ritorna l'utilizzo di parole simili a quelle inglesi citate precedentemente come "snaturare", "schifezza", "insulto", "rovinare", "monnezza" ecc.

"Non voglio criticare per forza ma queste sono **stronzate gratuite**"

(*Il Trono del Muori* 2017)

²¹Attivo dal 23 agosto 2016, conta un totale di (distribuito su tutti i video) 90,571,411 visualizzazioni e 366 mila iscritti.

“Questo film è un po’ come aver scritto *Death Note* sul *Death Note*.

Ha ucciso *Death Note*.” (Barbascura X 2017)

Rispetto alle recensioni giapponesi che apprezzano certi lati della spettacolarizzazione e del gore aggiunto, l'accusa di 'americanizzazione' come processo solo negativo e peggiorativo è rimarcata ripetutamente in maniera ancora più esplicita e critica; in questo è possibile osservare un sostrato di pregiudizi e stereotipi riguardo gli USA stessi, sia legati a un determinato tipo di rappresentazione promossa da Hollywood di sé stessi come nazione omogenea e 'universalizzata', come visto nel capitolo precedente, sia legati a una visione critica di stampo europeo degli USA²², che li vede dipingere un'immagine arrogante di sé come superiori agli altri paesi, e dei contenuti che producono come di bassa qualità e incoerenti.

²² Per un approfondimento sulla costruzione e diffusione del discorso anti-americanista in Europa cfr. Tomja, Alida. «Anti-Americanism in Europe: Causes and Consequences» *Mediterranean Journal of Social Sciences* 4, n. 3 (2013): 259-264; Stephan, Alexander. *The Americanization of Europe. Culture, Diplomacy and Anti-Americanism after 1945*. New York: Berghahn Books, 2008; Kroes, Rob. «European Anti-Americanism: What's New?» *The Journal of American History* 93, n. 2 (2006): 417-431, e Fabbrini, Sergio. «LAYERS OF ANTI-AMERICANISM. Americanization, American Unilateralism and anti-Americanism in a European Perspective» *European Journal of American Culture* 23, n. 2 (2004): 79-94; Kull, Steven. «Culture Wars? How Americans and Europeans View Globalization» *The Brookings Review* 19, n. 4 (2001): 18-21 e Ellwood, David, Mel van Elteren, Mick Gidley, Rob Kroes, David E. Nye, e Bob Rydell. «Questions of Cultural Exchange: The NIAS Statement on the European Reception of American Mass Culture» *American Studies International*, 1994: 32-44.

“Perché tutto quello che toccano gli americani si deve trasformare in esplosioni, balli scolastici, licei, cheerleader, turbe adolescenziali...” (Barbascura X 2017)

“[Lo youtuber immagina un discorso parodico su come abbiano deciso a Netflix di produrre l’adattamento]

-Ho avuto un’idea geniale: facciamo il film su *Death Note!*

-Ah, okay...

-Ambientato in America!

-...perché?

-Perché gli americani sono figli!

-...va beh dai, alla fine è un riadattamento, ci può stare...**l’importante è che i personaggi non vengano snaturati.**

-E il protagonista si chiama Light Turner!

-...Turner?

-Eh sì, è americano!

-Cioè gli hai cambiato il cognome, ma non il nome?

-Eh beh sì, **per rispettare lo spirito originale della storia**”
(Barbascura X 2017)

“Hanno tolto tutte le genialate e **hanno buttato la merda dentro.**
Questa è l’America! ‘MURICAH!’” (Il Trono del Muori 2017)

Tanto nel video quanto nei commenti ci sono anche osservazioni, parodiche più che critiche, riguardo al Giappone basate su stereotipi ma vi è chiaramente una disparità, un diverso posizionamento rispetto a quelle sugli USA che vengono solo e solamente criticati; il

Giappone è visto con occhio di simpatia, anche nei suoi difetti, e fa presumere un pregiudizio favorevole di base.

“E dire che già nel 2006 **in Giappone era uscito questo film live-action, molto fedele alla storia originale tra l’altro.** Nonostante una base di trash dettata dal fatto che ci sono giapponesi in parrucca e shinigami renderizzati male. Ma vi dirò, **era comunque figo,** dai. [...] **Lo sapete che i giapponesi sono fissati con queste live-action.**”
(Barbascura X 2017)

L’elemento razziale è menzionato in entrambi i video, ma non acquista centralità nella critica: è trattato come parte, e conseguenza, delle incongruenze e della superficialità dell’intero adattamento dovute alla sua ‘americanizzazione’ e non emerge un discorso critico a riguardo. Anzi, la critica esplicita si concentra sulla scelta di L nero, con l’accusa di essere “politically correct” in maniera ideologica e superficiale, ma finisce per avere un sottofondo ugualmente razzista; l’esempio più evidente è quando Il Trono del Muori scambia “cinesi” per “giapponesi”.

“Questo è L. [...] Ma è nero! È nero! Non c’è niente di male che sia nero, ragazzi. Non me ne- il razzismo, siamo nel 2017, per favore il razzismo no eh! **Ma perché fare il blackwashing? Già mi sta sul cazzo Light, che anche Light doveva essere cinese eh, per carità!** Ma L è iconico, più di Kira. Potevi fare Kira nero! [...] meglio di un Owen Wilson dei poveri sarebbe stato! **Ma L lo dovevi fa’ fare a un cinese!** Un cinese con le occhiaie, coi capelli neri... Quello vero è bianco cadaverico, perché è proprio un cadavere, con le occhiaie e sfatto. **Kira nero: volevate fare le cose politicamente corrette?**” (Il Trono del Muori 2017)

“[Sempre nel discorso parodico immaginato presso Netflix]

-Ed L è Nero!

[commento]...**non che sia una cosa grave per la trama eh, ma, porco cane, era l'unico personaggio occidentale della storia, perché nero?** Per risparmiare sul trucco?

[Ritorna il discorso immaginato]

-Oh! Ha le occhiaie, la matita costa. So' soldi.

-Okay dai basta, tanto chisseneffrega, **alla fine è la storia che conta no?"** (Barbascura X 2017)

Ora, analizzando i commenti lasciati sotto i video bisogna considerare come chi abbia deciso di guardarli si aspettasse già una critica e recensione negativa, dato il contenuto dei canali; quindi, vi è un'innequivocabile *bias* di partenza. Nonostante questo, non si può ignorare l'alto numero di like quanto di commenti, segnalando la presenza di migliaia di fan italiani che si sono mostrati d'accordo e hanno partecipato nel ridicolizzare l'adattamento. Essere vero fan dell'originale sembra richiedere come clausola necessaria il rifiutare questo adattamento di Netflix.

Pochi commentano seriamente o si confrontano sulle affermazioni riguardo l'aspetto razziale e il problema del *white-washing*, mentre tutti si accodano alla critica degli USA; c'è chi propone delle alternative che avrebbero potuto salvare l'opera, come non presentarlo in veste di adattamento o di ripresa della storia originale e distanziarsi maggiormente da essa.

"Un grandissimo capolavoro della **comicità cinematografica statunitense**" (Commento a Il Trono del Muori 2017)

“Il rapporto che c'è tra Riuk e Light è di rispetto reciproco. **Che casino** hanno combinato con questo film... io e mia sorella **ci abbiamo messo giorni a digerirlo, smettere di parlarne male ed evidenziarne gli errori.** Vorrei dire "ma alla fine basta lasciarlo perdere", MA NON MI È POSSIBILE AAAAAAAAH È così **trashoso, americanata pura e incoerente alla trama del manga/anime** che non si può semplicemente passarci sopra! Bel video comunque :) 🍷 🤔" (Commento a Il Trono del Muori 2017)

“Non per fare la pignola, ma **ci tenevo a precisare che i personaggi di Death Note (dell'anime ovviamente) sono giapponesi e non cinesi,** inoltre L, come Watari, non è giapponese, ma inglese. In ogni caso recensione accuratissima come SEMPREH.” (Commento a Barbascura X 2017)

“Giappone: "hey, facciamo una cosa senza clichè per una volta e con una trama figherrima." Netflix: "Hey, questa cosa è figa, **riempiamola di clichè americani e buchi di trama con personaggi messi a cazzo di cui resta solo il nome (nemmeno) e politically correct**" (Commento a Barbascura X 21017)

“Capitano è assurdo, il peccato sta nel fatto che il budget era alto e poteva uscirne fuori una figata, francamente **al posto di Netflix avrei contattato i creatori della serie animata originale e magari avrei prodotto un spin-off della serie originale senza discostarmi dalla poetica e lo stile che la distingueva dagli altri anime!** [...]" (Commento a Barbascura X 2017)

È interessante notare da numerosi commenti di fan dichiarati dell'originale che in realtà non hanno visto il *live-action* ma solo questi i video in sostituzione, decidendo di basare le proprie opinioni a riguardo sulla critica presentata all'interno. Questo è un esempio evidente del processo di creazione del fan-critico così come della propagazione via contagio delle opinioni all'interno del fandom.

“Ti faccio i miei complimenti per il coraggio. Perché x vedersi **una porcheria del genere conoscendo l'opera originale** ci vuole tanto, ma tanto coraggio ed anche un cuore forte. Io non ho avuto nessuno dei due all'epoca del **deturpamento**. Solo a vedere i provini ho avuto un arresto cardiaco. **E ho fatto benissimo a non vederlo** . Mentre guardavo il tuo filmato e mi facevo due risate , pensavo bravo, ma poverino si è sacrificato x noi , si è visto **sto schifo** dall'inizio alla fine 😞 . Io non avrei resistito. **Al live action giapponese devono dare l'oscar in confronto**. Tutte le sere prego per me e per tutti i Falchi Mercenari del mondo che a Netflix non venga l'illuminante idea di fare un adattamento live scempio di Berserk 🤩 , perché a quel punto li cito in tribunale 🤩 . Guts non si tocca!!! Sei BRV e BILL 🤩 continua così' 🤩 . **Domo Arigato per il duro lavoro che svolgi ! はあなたを崇拜する 🤩**”(Commento a Il Trono del Muori 2017)

“Credo che Death Note sia il "Breaking Bad" delle serie animate, in pratica un "fottuto capolavoro" **Io non ho il coraggio di vedere il film** e ti ringrazio di questo riassuntazzo, perché già solo guardando queste poche immagini ho sofferto fisicamente. È come vedere la versione telenovela di Breaking Bad, non si può!!!! Kyra e il Death Note non sono il male, **chiunque abbia creato questo schifo è il male!!!** Grazie Capitano!!!! ♥” (Commento a Barbascura X 2017)

BLEACH (2018)

Passando invece alla ricezione di *BLEACH* (2018), si hanno commenti e recensioni più diversificati. Sui siti globali aggregatori vi è una generale tendenza a considerarlo un capolavoro nei casi più positivi e mediocre nei più negativi; vi sono numerose recensioni positive, al contrario di *Death Note* (2017). I fan sembrano apprezzare in particolar

modo il tentativo di rimanere fedele quanto più possibile alla sorgente; spesso ritorna il complimento per il regista di essere riuscito a catturare il vero 'spirito' di anime e manga, soprattutto a confronto di tanti *live-action* falliti.

"Cohesively moulding a 90min manga adaptation of a japanese teenager acquiring the powers of a Soul Reaper to usher lost souls into the afterlife and defeating evil spirits that threaten the living world....is no small feat. **Bleach captures the original spirit of the anime and the manga. It was a respectful adaptation considering we're living in a time of blasphemous translations from art to the big screen.** Color me considerably satisfied." (Voto: 4 su 5, 14 set 2018, da Rotten Tomatoes)

"**By far the best anime live action movie so far. Unlike the blasphemous interpretation of Attack on Titan or Death Note.** Here is to hoping for a sequel." (Voto: 3,5 su 5, 14 set 2018, da Rotten Tomatoes)

"I loooved this movie! for an 1hr and 38 min it **captures very well the escence of the bleach story** I cant wait for it to get to the soul society arc and the arrancar arc" (Voto: 5 su 5, 14 set 2018, da Rotten Tomatoes)

"Why not? Yeah sure, there were things I disliked and casting that I couldn't quite digest (Byakuya and Renji look like home made cosplay, I won't go there), but It was fun watching this movie. **I have mixed feelings, but the "good old Bleach feeling" is there. It's certainly better than most, if not all, anime/manga live action adaptation,** it's not quite on Rurouni Kenshin live action level, but I like it. **I also think, when doing live action, that they have to respect certain absolute things in manga/anime storyline, but also change a few things, and that's exactly what this live action adaptation of Bleach did.** I also hope there will be sequel since the

whole saving Rukia and soul society arc is the best arc in Bleach.”

(Voto: 7 su 10, set 17, 2018, da IMDb)

Eppure, neanche questo sembra bastare. Nonostante l’oggettiva vicinanza con la sorgente osservata nel secondo capitolo, altrettanti fan hanno elencato le mancanze e le differenze rispetto all’originale, vedendole come una colpa perdonabile, ma non ignorabile. I voti intermedi e negativi tendono a concentrarsi su una percepita mancata ‘fedeltà’, che va dalle modifiche della trama al tipo di costumi e attori scelti; non solo, ma spesso viene insinuato che un ‘vero fan’ sarebbe difficilmente soddisfatto con un *live-action* del genere, in risposta ai fan entusiasti che invece accusano chi dà scarse recensioni di essere eccessivamente puntigliosi o, dispregiativamente, dei “weebs” e simili appellativi.

“The film was at best **an OK attempt for a live action adaptation of Bleach manga/anime**. There were a lot of **miscasting**, in my own opinion, for the characters but some of the other choices for some of the characters were OK. The visual effect were good, Story transition was also good and as for story line wise, it could have been better given the existing source material . **If you have been an long time fan of the manga/anime you would expect something more, so with this adaption it is BEST to keep an open mind and heart to the short comings of the adaption. This film will give new fans an idea of what Bleach is all about and maybe push their curiosity to discover more about the franchise , while leaving loyal fans questioning this and that and why and how.** (Voto: 2,5 su 5, 18 set 2018, da Rotten Tomatoes)

“**The live action quality isnt as terrible as most anime shows made into live action films. That being said the movie butchered itself to any serious bleach fan.** You expect slight changes or things to be

left out, instead the alterations made to events were **insulting**. Ichigo is afraid to stab himself to save his family and must be convinced to do so. Events from later in the anime are mashed up with season one events. Characters kill enemies that someone else killed six or so seasons later. Characters were portrayed poorly. The ending was one of the biggest slaps in the face. **We were all very disappointed with this as they clearly had the budget and capability to make a much better movie**. I could go on for an hour. -1 star." (Voto: 1,5 su 5, 15 set 2018, da Rotten Tomatoes)

"Must See. Finally a live adaptation done right. For all the weebies complaining that they veered from the manga. Check yourselves because y'all acting a fool. They fit as much as they could in this adaptation and I effing loved it. I read the manga more than five times and seen the anime once. If you're a true fan you'll love it and if you're new you're going to love it (but read the manga too). The characters obviously developed a little differently and the story progresses quickly and differently as well. The fight scenes were flipping awesome man!!! Great fxs. Then the actor! I mean come on! Anyone who watches live adaptations know the acting is either a hit or a miss and this was a bullseye fam! Watch it! **Ignore my fellow weebies who want god-like play-by-plays (which is boring btw) and watch this new twist on a awesome manga come to life!**"

(Voto: 10 su 10, 16 set 2018, da IMDb)

Non si può che dedurre come non vi sia una coerenza specifica per cui un determinato elemento, che siano i costumi o una scelta di trama, venga considerato fedele e soddisfacente, o meno, dai fan, al di là della propria percezione personale di cosa significhi 'essere fedele'. Allo stesso modo di *Death Note* (2017), chi vi vede una distorsione la considera una mancanza di rispetto, un insulto che lede al valore dell'originale, e reagisce con termini linguisticamente forti.

L'elemento della 'razza' emerge molto poco rispetto a *Death Note* (2017), così come la menzione del 'Giappone' e del suo ruolo nella produzione; quando succede, è in genere per associare il 'Giappone' a un determinato tipo di cinematografia, soprattutto per quanto riguarda l'uso degli effetti speciali, i costumi e la recitazione, a confronto con quella americana; per molti fan di anime e manga è un complimento, per altri, spesso spettatori casuali, è un aspetto negativo. Il fatto che sia un *live-action* "venuto bene" è spesso legato, implicitamente o esplicitamente, all'esser stato prodotto in Giappone.

"For lovers of the Manga and Anime a MUST see. I have yet to see a live action that came out of Japan that I didn't like, but Bleach has hit a ALL TIME HIGH NOTE for me. It covers the first half of the First Arc of the series in GLORIOUS flare. Admitted, there are some details that were omitted from the movie, as per usual when we see a book to movie remake. [...] That being said...the over-all looks of the movie is spot on to how I would have personally envisioned a manga/anime-movie, to be. The actors and characters are true to their originals, even small details as how they walked or seemed to carry themselves. Sadly in the past, many live actions that we see, their characters seem to loose those small aspects, so in Bleach this is an amazing bonus. The use of CGI was, as per expected from Japan, used in moderation, but done in such a way that, given this was made from a anime animation, that you don't notice any oddities. Which compared to the American, Hollywood's over use of CGI, is refreshing. Bonuses as a Fan of Tite Kubo: HIS ART WORK IS EVERYWHERE IN THE MOVIE! You even see a poster in Ichigo's room of a rework of Kenpachi, from one of the many pieces Kubo would give us in the manga books ♥ One single negative, but still keeping my rating to a 10/10 if you decide to watch this movie. If you decide to use Netflix to watch this, it's a..oddity as per the audio language options. I didn't expect

to see English, of course..but..to not see Japanese as a Audio option?? O.o what in the world?? But of course the subtitles do offer English.” (Voto: 10 su 10, 14 set 2018, da IMDb)

“**Amateur?** I rate movies based on direction, acting and overall production quality. **Ive never watched bleach which i thought would be great coming in open minded.** I saw a bunch of 10/10. Makes me question imdb users, their age and reputation. If you want a **cheaply made film equivalent to a C rated back burner...** this is for you. Absolutely horrible. **Amateur direction, horrible DoP . Acting is whatd you expect from a japanese anime film...over the top or just bad acting in general which is also the directors fault.** Production was probably limited to their budget. But it is 2018 and FX's are getting cheaper.” (Voto: 2 su 10, 17 set 2018, da IMDb)

“Bleach: The Soul Reaper Agent Arc. I just finished the Bleach anime and I thought the best way to celebrate is to watch the live-action adaptation. **One of the best anime adaptations, mainly because it's made by Japan, not by some narcissistic Hollywood executives looking for butchering another fan favorite anime or manga.** The perfectly cast actors (Hana Sugisaki was fantastic) and the tone matched wonderfully and there's some pretty good thrilling moments. It's a shame that they stopped with just one film and not making more sequels that explores more arcs and Ichigo's growth.” (Voto: 9 su 10, 8 dic 2021, da IMDb)

“Live action Anime done (mostly) right. The film is some of the best live action anime I have seen. It strikes a good balance between being true to the anime/manga while still being it's own thing. Of course it will never be as good as the anime when it tries to condense an entire season into a 2 hour movie. But this one succeeds on many levels, great actor choices and great acting from them. The fight scenes have great choreography and energy with some of that

anime magic sprinkled on it. **All in all it felt like Bleach and I really hope they make a sequel! This film gives me hope that other future live actions can be just as good. For once, netflix didn't mess this one up. When you let the Japanese make the live action version it turns out properly good and entertaining.**" (Voto: 8 su 10, 2 dic 2018, da IMDb)

Anche se non è possibile affermare con certezza da questi commenti e recensioni che la penuria di menzioni dell'elemento 'Giappone' sia perché rispecchia coerentemente quanto i fan si aspettassero, la differenza chiara che emerge nel paragone con *Death Note* (2017) la rende un'ipotesi plausibile. A tratti, nelle recensioni sui siti aggregatori emergono termini essenzializzanti che rilevano anche un certo esoticismo ancora presente.

"God Bless Asians! period with excl! God bless wow, interesting stuff here a lot of stuff going on , lots to learn but one picks up as the action sequences explain further, very cool, very stylistic, very cool, I thought the bad things were really cool and the **Asian people were not only pretty to look at , very aesthetic and exotic and cool** but they had interesting words and cool words coming out of their mouths once we read the subs! Loved it, didn't look at the Manga I think that's the word but I'm sure its a fine fine book, very fine book, but this was really cool, I love the swords and the different styles , gosh that one dude had a huge sword and could do so much but the main leader guy , he was like old school, **though they didn't keep their promises which goes against the whole honor system that is so great about Asian Culture** but oh well, still a wonder to seize and enjoy, grab some pop corn and some ice cream and some junk food and sodas and and and it goes quick so if you all know anymore cool movies like this **Asian though**, write it down so I can see it! Cool very cool..." (Voto: 10 su 10, 3 ott 2018, da IMDb)

“Japanese aesthetic at its finest. The movie follows the story of the manga and **it does it in a Japanese aesthetic way.** It's also hard to explain, but watching this movie will let you know what I mean. Many things are exaggerated but in a specific way, not casual. **These "exaggerations of the reality" are way more mild than the exaggerations in the manga. Nonetheless they are powerful, unrealistic in their way, totally Japanese** and -I must say- they're awesome. The hairstyle, the way people act and react are totally unrealistic, for example, but really funny, **really Japanese,** really well-made and, for what I recall, **also pretty faithful to the original story. It's a good adaptation of the manga, not a brainless adaptation, not too different from the original.** I loved it, in its simplicity-after all it's always a manga based movie with no great pretense. **If you read the manga, if you're curious about Japanese stuff,** if you want to watch a kind-of sci-fi movie or if you're just looking for the next film I highly recommend you this one: you'll be pleased and not disappointed.” (Voto: 8 su 10, 26 ago 2019, da IMDb)

Riguardo l'aspetto razziale, a volte compaiono dei commenti che lamentano come nel manga originale apparirebbero personaggi di altre nazionalità ed etnie; in questi casi, vi è una certa preoccupazione che un cast solo giapponese non sarebbe esattamente 'accurato'; d'altro canto, nell'arco che copre l'adattamento compaiono solo i personaggi che si può ragionevolmente assumere siano giapponesi (in base a nome e collocazione geografica), a eccezione di Chad che

avrebbe dovuto essere messicano-giapponese²³, per cui non è nato un vero e proprio dibattito fra i fan come invece accaduto per l'anime²⁴.

“Overall not the best or worst anime-to-movie conversion. I'll start with the pros - The hollows looked cool, and I liked that the original voice actors for Ichigo, Orihime, and Uryu were used. There are several things I did not like. **The first being what I dislike about all of these anime conversions, which is the need to make the movies either all Japanese or all American when the truth is that it should be a combination of both.** Bleach is the perfect anime to do this with because everyone goes to the Soul Society, not just Japanese people. I hope if they make a sequel that they keep this in mind. **There are obviously Caucasian, Hispanic, and black characters in Bleach.** I would argue Kisuke Urahara is white inspite the name since he has blonde hair. Regardless, they do not even attempt to color his hair in the movie. Orihime is another one who has orange hair in the anime/manga but black hair in the movie. Another issue is that they make the movie a little more silly than it needs to be. Ichigo's sword looks ridiculous and is not shaped like his sword in the anime, Uryu's bow is 2-3 feet taller than the actor, and Renji was wearing some black leather eye mask on his head instead of the glass/goggle device or white bandana in the anime. Lastly, the storyline details were not spot on with the anime. I preferred the scene with Ichigo, Renji, and Byakuya 10 times better in the anime. I have never seen Rukia in a ponytail, but she sports

²³In realtà anche questo sarebbe un dato interessante di cui tener conto, in quanto fa intuire come anche il Giappone nella rappresentazione culturale di sé stesso tenda a escludere le minoranze, in questo caso etniche.

²⁴Per uno studio sul discorso nel fandom riguardo la rappresentazione razziale nell'anime di *BLEACH* cfr. Fennell, Dana, Ana S.Q. Liberato, Bridget Hayden, e Yuko Fujino. «Consuming Anime.» *Television & New Media* 14, n. 5 (2012): 440-456.

one the entire movie. Also, Byakuya Kuchiki would never have ordered Renji to kill Rukia. **If you like anime, you will probably think it is worth watching. If you do not watch anime, then you probably will stop watching after the first 15 minutes.**" (Voto: 3 su 5, 25 ott 2018, da Rotten Tomatoes)

Rispetto alle recensioni sui siti aggregatori globali, quelle sui siti giapponesi sono più severe e critiche nei loro giudizi; i fan giapponesi tendenzialmente hanno dato voti intermedi e trovato tanti elementi da premiare quanti da criticare, esprimendo sentimenti contrastanti a riguardo. I punti di dibattito e disaccordo sono simili a quelli visti coi fan euroamericani, ovvero sia la 'fedeltà' all'originale che il problema della qualità della produzione. È però interessante che loro stessi, tanto in positivo quanto in negativo, imputino il livello di qualità all' 'essere giapponese'.

“BLEACH ハリウッドが版權獲得したにもかかわらず、難航不落の原作にお手上げで日本人スタッフにより製作されてついに本日本公開。その甲斐あってハリウッドや香港の CG、FVX とは違った日本独特の作成テクニックにて優れたアクション映画としてスクリーンに登場。5分間の尺に2週間かけたというだけあって、ホロウや恋次とのバトルの精巧さにはただただ息をのむほどのすばらしさ！ハリウッド映画やアニメでは絶対に表出できない本作ならではの表現方法にただただ息のむばかりでした。最後に富士蒼汰の一護はこれ以上の適任者はいないくらいのすばらしい一護だったことを付け加えておきます。みなさん、どうぞ劇場のスク

リーンでお確かめください。”²⁵ (Voto: 5 su 5, 21 lug 2018, da Eiga.com)

“pv 見たがザ・ジャパニーズクオリティといったところ。目先の利益より日本映画のこと考えてほしい。過去の失敗から学んでほしい”²⁶ (Voto: 1,5 su 5, 17 apr 2018, da Eiga.com)

La scelta del cast si presenta poi come un elemento principale su cui basare il proprio giudizio e spesso come fattore di criticità: infatti, si sono intersecati i fan dei singoli attori, interessati a vedere il film innanzitutto per la loro presenza e non necessariamente a conoscenza dell'originale, ai fan della sorgente, che li guardano con diffidenza e talvolta ostilità, come se proprio la popolarità di questi attori avesse portato a un casting inadeguato. Le scelte più dibattute e spesso

²⁵Trad. personale. “BLEACH. Nonostante Hollywood avesse acquistato i diritti sull'originale, il film è stato prodotto da uno staff giapponese, che si sono confrontati con la faticosa inespugnabilità dell'originale, e rilasciato oggi nei cinema. Il lavoro ha dato i suoi frutti e il film ha fatto il suo debutto sul grande schermo come eccellente film d'azione prodotto con tecniche unicamente giapponesi che si distanziano dal CG e FVX di Hollywood e Hong Kong. Ci sono volute due settimane per cinque minuti di scena, ma l'elaboratezza della battaglia con l'Hollow e Renji è mozzafiato! Sono rimasta semplicemente senza parole di fronte alla rappresentazione visiva unica di questo film, che non sarebbe mai replicabile nei film o nelle animazioni di Hollywood. Infine, devo aggiungere che solo Fukushi Sōta avrebbe potuto interpretare Ichigo così splendidamente. Vi invito tutti ad andarlo a vedere al cinema.”

²⁶Trad. personale. “Pessima qualità costante. Ho visto i voti ma il punto è la qualità giapponese. Vorrei che si pensasse alla reputazione dei film giapponesi prima che ai profitti immediati. Vorrei che si imparasse dagli errori del passato”.

criticate risultano essere quella di Hana Sugisaki nei panni di Rukia e la performance di MIYAVI come Byakuya, che anche gli spettatori euroamericani hanno spesso criticato, ma il cui fandom personale è pronto a difendere.

“キャストイング、あまりにもミスり過ぎている。いやもうホントこの一言に尽きる。原作は10年くらい前に10巻くらいまで読んでいただけなのですが…福士蒼汰、顔が綺麗すぎて一護感めっちゃ薄い。不敵に笑う顔があまりにも似合わなくて吃驚。キミは少女マンガ原作の作品に出てくる爽やかヒーローでいてくれ福士蒼汰、荒っぽい言葉遣いの違和感が物凄。ルキア、童顔すぎるし髪型違うし声は幼いしで、雰囲気全然違うやんコレジャナイ感しかない。原作に寄せようと頑張って演技している事は伝わって来たけど、それが無理に背伸びしているように見えてキツかった。そして織姫…なぜにペチャパイ……これ言い続けても不毛ですね。良かったところを上げましょう。アクションは少しだけ良かった（ただし変なワイヤーアクション多過ぎるし、CGはしょぼい）。一護の妹達可愛い。長澤まさみ美しい。ロック系の曲良い。良かったところは以上です。あとは軒並み駄目！（↓本音）福士蒼汰、頼むからもう少し演技力をつけてくれ！他のみんなもなんか演技にやる気がない！衣装ペラペラ！斬魄刀めっちゃ軽そう！ストー

リーもはっきり言って怠かったです！”²⁷(Voto: 2,7 su 5, 5 lug 2018, da Filmarks.com)

“杉咲花ちゃんの声、目、仕草、全てを堪能。見所の一つだとおもう。福士蒼汰さんには母性本能をくすぐる可愛いとかっこいいを兼ね備えた最強イケメン感があるね。一護の髪型がまた似合ってたわー。MIYAVI 氏は置いといて、早乙女センプイの完璧な殺陣。これ注目。1人だけずば抜けてキレ味が違う。原作ファンの方がど

²⁷Trad. personale. “Fin troppi errori nel casting. Alla fine si può riassumere così. Ho letto l’originale solo fino al volume 10, circa 10 anni fa, ma... Sōta Fukushi ha un viso troppo bello e la sua interpretazione di Ichigo è troppo debole. Mi ha sorpreso che il sorriso sfrontato non gli donasse. Dovrebbe fare il protagonista confortante di uno shōjo manga, un linguaggio crudo stona su di lui. L’atmosfera di Rukia è del tutto diversa, non c’entra nulla: il viso è troppo da bambina, i suoi capelli sono diversi e la voce troppo giovane. Si vede che si stava impegnando ad imitare l’originale, ma le viene difficile, è completamente fuori dalla sua portata. E Orihime...perché ha un seno così piccolo? Basta è inutile continuare su questo. Passiamo alle cose buone. L’azione è quasi decente (tenendo conto che hanno usato troppo i cavi e in maniera strana, e che il CG è scadente). Le sorelle di Ichigo sono carine. Masami Nagasawa è splendida. La musica di RokkuKei ci sta. E le cose positive finiscono qui. Il resto è tutto sbagliato. (Detto onestamente). Sōta Fukushi, per l’amore del cielo, mettilci più talento recitativo! Tutti gli altri sembrano svogliati nelle loro interpretazioni! I costumi sono di pessima qualità! Le zanpakutou sembrano leggerissime! La storia è quanto meno stagnante!”

う思うかはわからないけど、普通におもしろかったとおもわれま
す。”²⁸ (Voto: 2,6 su 5, 22 giu 2018, da Filmarks.com)

“原作が面白いので多少の無理は承知でも中々楽しめる。各キャラ
はそれぞれハマっていたと思う。特に MIYAVI さんの白哉はナイ
ス！”²⁹ (Voto: 3,4 su 5, 21 lug 2018, da Filmarks.com)

Per quanto riguarda i fan italiani, è stato difficile radunare un numero sufficiente di recensioni da analizzare per poter fare delle osservazioni ragionevoli, in quanto non vi è quasi nessuna recensione sui siti aggregatori italiani, né sono stati fatti video o contenuti simili da fan-critici come per *Death Note* (2017). Questo potrebbe essere dovuto da una popolarità ridotta di *BLEACH* (2018) in Italia o per un pregiudizio più forte nei confronti dei *live-action*, abbastanza da dissuadere molti dal guardarlo, ma non vi sono i dati per supportare questa ipotesi. Vi sono commenti e articoli su blog minori che fanno presupporre ci sia l'idea tra i fan italiani che, se proprio devono essere fatti, ci sono più probabilità che un giapponese ne colga il giusto 'spirito' o 'anima', ma

²⁸Trad. personale. “La voce, gli occhi, i movimenti... mi è piaciuto tutto di Hana Sugisaki. Penso che sia uno dei pregi del film. Sōta Fukushi è il bel ragazzo per eccellenza, tanto carino da risvegliare i miei istinti materni tanto affascinante. Su di lui i capelli di Ichigo stavano bene. Lasciando da parte MIYAVI, il combattimento con la spada di Saotome-senpai è perfetto. Non si può ignorare. Ha un qualcosa di professionale che lo mette un gradino sopra tutti gli altri. Non so cosa ne pensino i fan dell'originale, ma mi è semplicemente piaciuto!”

²⁹Trad. personale. “La storia dell'originale è interessante, per cui anche se a volte un po' forzato, è abbastanza godibile. In particolare, è forte MIYAVI come Byakuya!”

di fondo rimane il pregiudizio che non sia possibile e i *live-action* rimarranno sempre inferiori all'opera originale.

“La speranza del canale di streaming è da sempre quella che una regia affidata ad un cineasta nipponico possa cogliere al meglio lo spirito dell'opera originale. La scelta di Shinisuke Sato dietro la macchina da presa avrebbe dovuto raggiungere questo scopo, ed in parte ci riesce, ma viene schiacciata da un difetto che nemmeno le migliori scene di lotta possono nascondere: la sceneggiatura. [...] **Nonostante lo sforzo di recuperare lo spirito di personaggi e ambientazioni dall'originale cartaceo, il Bleach di Netflix perde molto delle caratteristiche tipiche dell'anime. [...] Bleach non riesce a portare lo spirito originario del manga su schermo, mostrando nuovamente i limiti dei live action made in Netflix.** [...] Dopo la crisi dei cinecomic, parzialmente risolta da qualche colpo azzeccato come *Infinity War* e *Black Panther*, sembra che i cugini nipponici continuino a soffrire, mancando di portare su schermo gli elementi essenziali che hanno reso i manga di ispirazione dei veri cult.” (Manuel Enrico 2018)

“Così arriviamo al punto in cui si mette di mezzo Netflix e, alla fine, un film dal vivo girato in patria vede la luce. Peraltro, i live action giapponesi hanno questo brutto vizio di essere costantemente film mediocri, di non avere mai un baricentro narrativo a cui aggrapparsi per sorreggere la storia presentata o, peggio, gestire una mole enorme di contenuti e personaggi in un minutaggio ristretto.” (Barducci 2018)

Da quanto analizzato, si può notare come in generale i giudizi rimangano sullo stesso tono delle recensioni globali e giapponesi, prestando sempre molta attenzione alla 'fedeltà'. Quelle italiane, però, si distinguono per una maggior moderatezza nel criticare qualità e recitazione, spesso adducendole a una tradizione cinematografica e

culturale 'tipicamente giapponese' che, se non ignorata, può essere perdonata di fronte alla grande 'fedeltà' alla storia e alla sua atmosfera. Questa moderatezza risalta in particolar modo se paragonata invece al tono critico e dispregiativo con cui viene giudicata l'"americanizzazione" in *Death Note* (2017), dove ciò che è percepito come marcatamente 'americano' è negativo. L'elemento della razza invece emerge trasversalmente, in stereotipi legati alla percezione di come ci si aspetta che sia un qualcosa di 'giapponese', inclusa una persona e il suo modo di recitare, ma non vi è alcun dibattito critico o attenzione posta a riguardo.

"La storia procede con un ritmo sommariamente ben equilibrato, alternando scene divertenti, arricchite del **tipico humor nipponico**, combattimenti e momenti più drammatici, ma con una parte centrale forse un po' lenta." (Melancoliae 2018)

"Visto. Diciamo che un 70 come voto ci sta, ma non di più. Oltre al fatto che alcuni personaggi sono lasciati in secondo piano e non sono approfonditi ed hanno tagliato così la caratterizzazione molto più approfondita che hanno nell'opera originale (cosa non da poco in verità perché alcuni di quei personaggi servirebbero in un eventuale ipotetico seguito, "sé ci sarà mai", quindi sarebbe un bel problema per il futuro), ci sono scene di azione con effetti speciali abbastanza modesti, è poi **quelle solite mossette dei personaggi che sembrano da cartone animato che i Giapponesi dovrebbe smettere di usare, che sembrano strani.**" (Commento anonimo a Barducci 2018)

"Chiaramente, nella realizzazione degli *Hollow*, le anime erranti maligne, siamo sempre in quel *modus operandi* giapponese che presenta dei modelli palesemente "schiavi" del colpo d'occhio tra digitale e girato dal vero, **difetto assolutamente sterile se si è**

abituati ad un certo livello di cinema orientale, macchina produttrice che è capace di realizzare film di questo calibro in tempi davvero brevi, pur mantenendo comunque l'anima dell'opera. In tutto questo, *Bleach* riesce a sorreggere perfettamente gli equilibri dell'opera originale, rimanendo comunque un fugare sguardo, un piccolo granello di sabbia che compone tutta l'opera di Bleach." (Barducci 2018)

3.2 I parametri di giudizio

In questa seconda sezione, verranno ripresi i tre elementi ricorrenti utilizzati per giudicare la riuscita, o meno, degli adattamenti che sono stati estrapolati dalle diverse recensioni. Di ciascuno si riassumerà come sia stato utilizzato dai diversi segmenti del pubblico e verranno presentate delle osservazioni riguardo la loro centralità come parametro critico.

3.2.1 Fedeltà

L'elemento che emerge con chiarezza dalle recensioni come parametro principale su cui basare il proprio giudizio critico è la 'fedeltà' all'opera originale. Eccetto che per il pubblico inconsapevole, sia i fan che i critici finiscono per doversi confrontare con esso; se da una parte i critici, pur tenendone conto, cercano di non dargli esagerato rilievo e di spingere gli spettatori a godersi, o criticare, il film in quanto opera in sé, i fan al contrario lo considerano l'obiettivo principale di un adattamento. Questa, in realtà, è una posizione riduttiva, come si è visto nel secondo capitolo, in quanto ci possono

essere diversissime tipologie di adattamento e molte che non hanno la fedeltà come requisito creativo. La motivazione primaria dietro il bisogno di fedeltà da parte dei produttori è generalmente quello economico, per cui chi adatta vuole essere sicuro di attrarre e soddisfare il pubblico dell'originale e quindi la fedeltà stessa è conseguenza di altri fattori di causa (Hutcheon 2011, 241-247, Leitch 2007, 127-150); per i fan, al contrario, è l'investimento economico a essere una conseguenza del riconoscimento di un valore dell'adattamento in virtù, spesso, di questa 'fedeltà' all'originale (Hutcheon 2011, 241-247). Per questo motivo, raramente i criteri di fedeltà di chi produce l'adattamento e di chi lo consuma coincidono. Questa asincronia degli obiettivi delle due parti diventa un ostacolo che rende i fan tanto desiderabili come consumatori quanto pericolosi (Stein 2011): l'era del Web 2.0 ha reso velocissima la diffusione di opinioni che si contagiano anche a priori del consumo del contenuto, creando e modificando aspettative e pregiudizi; si è visto come alcuni fan si siano rifiutati di vedere gli adattamenti proprio in virtù del commento critico di altri fan.

A questo punto, come si è potuto vedere dai commenti del pubblico, è bene osservare che la definizione di 'fedeltà' è un concetto costruito più che un obiettivo o una qualità essenziale realmente ottenibile: quello che una recensione loda per essere estremamente fedele, un'altra l'accusa di essere una distorsione dell'originale. Non vi è mai un adattamento 'perfettamente fedele', indipendentemente dal grado di 'fedeltà' che si è tentato di raggiungere nella produzione. A questo consegue allora una domanda, ovvero perché sia importante questa 'fedeltà' e su cosa si poggi in realtà.

Come già anticipato, per i fan, che sono il pubblico che finisce per essere maggiormente coinvolto in un adattamento e i più attaccati a questo parametro, la questione della 'fedeltà' è strettamente legata sia alla rievocazione del piacere tramite nostalgia e all'approfondimento dell'illusione di una relazione parasociale reale, sia al problema della legittimità della propria identità. Il piacere di un adattamento, infatti, dipende proprio dal gioco che si instaura fra "memoria e cambiamento, persistenza e variazione" (Hutcheon 2011, 242) all'interno del rapporto fra chi lo consuma e il contenuto. Non a caso, negli adattamenti giapponesi 2.5D, gran parte del piacere dei fan deriva dal vedere i propri personaggi preferiti prendere carne e intrattenere una relazione con loro durante i numerosi spettacoli ed eventi che permettono di corroborare l'illusione di una conoscenza reale di essi (Sugawa-Shimada 2016, Yoshioka 2018, Harata 2021). È quindi possibile inserire delle variazioni, soprattutto di trama, ma è importante che questo non vada a minare gli elementi che stanno alla base del rapporto parasociale, come i tratti caratterizzanti della personalità dei personaggi, o gli eventi e le motivazioni chiave che ne influenzano la caratterizzazione; infatti, bisogna considerare che i personaggi a cui si legano sono quelli diegetici, ancor prima di quelli performativi. In questo ha grande influenza la strategia dell'*anime media mix*, che fa in modo che le immagini o la costruzione di tali elementi, che garantiscono la forma del rapporto, siano ben consolidate ed estremamente familiari ai fan; così facendo, l'inserimento di un nuovo prodotto culturale, in rapporto all'universo narrativo di riferimento, diventa a priori un'operazione delicata, soprattutto quando viene messa in atto da parte di un agente percepito

come 'esterno'. Per questo motivo tali elementi sarebbero fondamentali da adattare o 'rispettare' agli occhi dei fan, ma i produttori spesso li ignorano, fallendo nel capirne l'importanza per il pubblico target: *Death Note* (2017) ne è un perfetto esempio per aver deciso di cambiare la personalità di Light e di ridurre al minimo i giochi mentali con L in virtù di una maggior spettacolarizzazione e dinamicità; questo forse per attirare un pubblico generale più ampio e giovane, con l'idea che i teenager avrebbero apprezzato una messa in scena dei propri, possibili, dilemmi quotidiani. Al contrario, come si vede dalle recensioni quegli elementi per un fan erano la fonte maggiore di piacere all'interno dell'opera. Questo è un esempio del parziale fallimento della glocalizzazione di Netflix, per cui la specificità culturale locale viene organizzata in 'formati' comuni globali che però sono di stampo 'occidentale', con la pretesa che siano 'universali'; infatti, l'omogeneizzazione globalizzante marcata di questo 'formato' si rivela il difetto fatale dell'adattamento: l'importanza di mantenere gli elementi fondativi del rapporto affettivo fra fan e personaggio sulla base della sua resa viene ignorato, nonostante si sia visto in questa tesi come sia il collante efficace della strategie dell'*anime media mix* che rende, per esempio, gli adattamenti 2.5D di successo; al suo posto, viene dato rilievo all'inclusione di tematiche e personaggi (i rapporti amorosi adolescenziali, il problema del bullismo, il rapporto problematico con la famiglia, Mia forte e indipendente...) che, teoricamente, permetterebbe un'identificazione diretta e riflessiva da parte del pubblico target, quello adolescenziale, che invece ne rimane deluso e, anzi, spesso ne deride la messa in scena. Certo, è una scelta coerente con le strategie di Netflix basate

sull'inclusività ma nell'illusione errata che tale possibilità di immedesimazione, su cui spesso si basano molti contenuti americani per ragazzi, sia il più grande fattore di attrattiva. Al contrario, in *BLEACH* (2018), viene lasciato lo spazio perché sia l'industria locale stessa a definirne il 'formato' e, seppur vi sia sempre un grado di omogenizzazione in virtù del fatto che deve essere transnazionalmente e transculturalmente consumabile e conforme alla strategia di Netflix, riescono a valorizzare questi elementi fondamentali per i fan della sorgente; il risultato è un adattamento molto più apprezzato da tutti i segmenti del pubblico.

Per quanto riguarda la legittimità dell'identità di "fan", invece, è una negoziazione che avviene sia nel confronto con altri fan, per definire chi sia e come debba comportarsi un 'vero fan' (Johnson 2007, Morimoto e Chin 2017, Stanfill 2019), sia con gli esterni, in quello che è spesso caratterizzato come un confronto antagonistico dove critici, produttori o figure simili, sono percepiti come autorità esterne e ostili da cui difendersi, in quanto vorrebbero categorizzare questo tipo di contenuti come inferiori rispetto ad altri o appropriarsene in nuovi formati considerati offensivi, come un *live-action* americanizzato (Gray 2011, Johnson 2007, Yamamura 2020). La costruzione del sé in base al rapporto con l'oggetto del fandom rimane valida e legittima fintanto che lo rimane anche l'oggetto.

Per questo motivo, ciò che viene percepito come una mancanza di rispetto o di volontà di 'onorare l'originale' diventa un attacco personale, in quanto l'investimento affettivo e identitario nell'universo narrativo e nei suoi personaggi è altissimo. Se però fosse limitato a questo, una resa più o meno fedele, in senso di

rappresentazione estetica-concreta, del setting e dei personaggi dovrebbe bastare a soddisfare i più, cosa che invece si è visto non accadere perfino con *BLEACH* (2018). Nelle recensioni è stata sottolineata più volte, come un'accusa ripetuta e imperdonabile, quella di non aver reso lo 'spirito' o 'anima' dell'opera originale: qui si vuole sostenere che questo 'spirito' non sia un'entità reale e fissa quanto la percezione che ne ha il fan; percezione che è, nei fatti, frutto della relazione parasociale che si crea con l'opera e i suoi personaggi, caricata di tutti gli elementi affettivi e di immedesimazione che la rendono luogo di costruzione identitaria. Dato l'alto grado di soggettività personale di questo percepito 'spirito', in genere condiviso, anche se mai totalmente, solo con gli altri fan, non può che risultare difficile ricreare questo rapporto artificialmente in un contenuto secondario, soprattutto quando prodotto da qualcuno che è, ed è riconosciuto, come esterno a questa relazione con l'opera originale e non ha interesse in esso; questo rende il concetto di 'fedeltà' un requisito ancora più difficile da soddisfare.

Certo, è bene considerare anche che questa relazione affettiva rischia spesso di diventare un'ostinazione da parte dei fan nel considerare l'originale, nel valore e nel piacere offerto che vi riconoscono, irriproducibile e inimitabile da qualsiasi contenuto secondario; ostinazione che tanto ostacola i progetti delle compagnie di produzione, quanto la loro stessa capacità di apprezzare e godere di

contenuti che potrebbero, visti con maggior flessibilità, portare altri tipi di piacere o di significati³⁰.

“Io l'ho visto prima di vedere l'anime perché era una cosa che rimandavo, ed **effettivamente l'ho apprezzato**, anche se annusavo **l'americanata** da lontanissimo. Light per me poteva pure essere coglionazzo, insomma, alla fine **i protagonisti nipponici spesso sono sempliciotti. Dopo ho recuperato l'anime e vabbè, è un'altra cosa.** [...]” (Commento a Barbascura X 2017)

Molte delle recensioni per entrambi i casi di studio hanno infatti sottolineato che, se viene messa da parte la loro natura di adattamento, i due adattamenti possono essere godibili come parodia o film d'intrattenimento a sé; è emerso chiaramente come chi non abbia visto l'anime o il manga a cui sono legati li abbia apprezzati di più. Questo però pone un ulteriore dilemma: che senso ha produrre un *live-action* che viene considerato un 'buon film' solo quando viene staccato dalla sua natura di adattamento? Significa forse che non c'è modo di dar vita a un *live-action* che i fan apprezzino? No, in questa sede si è giunti alla conclusione che, più che arrendersi a evitare i *live-action*, sarebbe più utile che venisse innanzitutto compresa quale funzione e apporto dovrebbero all'interno dell'universo narrativo preesistente e della relazione già instaurata dai fan con esso, così da compiere scelte di produzione che servano a tale scopo; che sia ampliarlo, che sia approfondire un aspetto tematico o avvicinare nuovi fan, sarebbe più

³⁰Si tiene qui conto del fatto che l'apprezzamento di un'opera è sempre complesso e derivato da molteplici fattori, come è emerso anche dalle recensioni, quali gli effetti speciali, la recitazione... ma in questa sede si vuole porre l'attenzione sugli elementi di apprezzamento di un'opera in quanto adattamento.

utile che chi pensa e produce un *live-action* avesse ben chiaro che natura e identità gli si vorrebbe dare, così come le motivazioni che stanno dietro il legame affettivo condiviso dal fandom nei confronti dell'opera. Non a caso, *Death Note* (2017) è stato principalmente accusato, anche dai critici, di voler essere tutto e niente in maniera incoerente, dando l'impressione che, alla fine, l'unico motivo per cui fosse stato usato il manga originale come ispirazione fosse la fama del titolo, nella speranza di attirare quanti più spettatori possibili. Secondo la tassonomia di Stanfill, cercare di presentare e considerare un adattamento come "consumption 1.0"³¹ quando in realtà è un "consumption 2.0"³², non può portare a risultati soddisfacenti, ma solo a scelte incoerenti (Stanfill 2019, 84); questo perché tradisce e contraddice le aspettative dei fan chiamati a consumarlo, cercando di ricavarsi un ruolo e uno spazio all'interno del rapporto che essi hanno con l'originale che in realtà non c'è, almeno non in quella forma. I fan stessi hanno spesso proposto loro stessi alternative che avrebbero dichiarato apprezzato di più, come rendere l'adattamento cinematografico uno *spin-off* successivo agli eventi della sorgente e, quindi, ragionevolmente ambientato negli USA con personaggi e una trama differenti. Al contrario, *BLEACH* (2018), con i suoi difetti e nella sua semplificazione, è stato pensato sia come un modo semplice e divertente di introdurre nuovi spettatori all'opera originale, sia come modo di rievocare nel fandom la nostalgia e il piacere che aveva dato

³¹L'oggetto di consumo attorno a cui si crea il fandom (Stanfill 2019, 84).

³²Il consumo di opere transmediale legate all'oggetto di "consumption 1.0" (Stanfill 2019, 84).

loro consumare per la prima volta il manga e l'anime; i fan stessi hanno colto questa sua natura e lo hanno apprezzato per questo, esprimendo un favore maggiore di quanto non avessero fatto con *Death Note* (2017).

È interessante considerare che, in ogni caso, l'industria giapponese e, soprattutto, gli autori e quanti coinvolti nella produzione delle opere sorgenti continuano a beneficiare della produzione di adattamenti indipendentemente dal risultato e dall'apprezzamento dei fan: anche quando motivato dal disprezzo o dallo sdegno, l'adattamento diventa per i fan un nuovo stimolo per tornare a consumare o a parlare dell'originale a cui sono attaccati, che, in virtù di questo attaccamento, pubblicizzano anche al resto del pubblico generale trovatosi a guardarne l'adattamento, fornendo così quello che si può considerare un *fan-advertisement* gratuito ed efficace (Stanfill 2019).

Un ulteriore punto di riflessione riguardo la costruzione del concetto di 'fedeltà' per un fan è quale peso abbia l'identità culturale e di appartenenza nazionale del fan stesso. Si era già introdotto il fandom come una comunità di natura ormai *cross-border* e la *Netflix audience* come transculturale e transnazionale, ma le recensioni dei due adattamenti hanno dato prova di questo aspetto, ritrovandosi a esprimere le stesse perplessità, apprezzamenti e critiche indipendentemente dal paese e dalla cultura d'origine, dimostrando che sempre di più l'identità di 'fan' precede quella nazionale-culturale. Nonostante questo, sarebbe fuorviante dire che allora questo aspetto identitario non abbia influenza; al contrario, nelle sezioni successive, si vedrà come l'identità nazionale-culturale abbia sì influenza, non tanto sul rapporto affettivo con la storia e i personaggi, quanto su

percezione e recezione della loro rappresentazione visuale nel momento in cui si passa da un media fittizio a uno realistico, necessariamente etnicamente e culturalmente connotato.

3.2.2 Tra Giappone reale e immaginario

Si è già visto come diversi studiosi avessero associato la popolarità internazionale degli anime alla loro natura *mukokuseki* (Fennell, et al. 2012, Iwabuchi 2002, Iwabuchi 2022), ma nel momento in cui si traspone da un medium fittizio a uno realistico, che utilizza persone e luoghi reali per la rappresentazione, i contenuti non possono che assumere connotazioni culturali ed etniche. E, per quanto la rappresentazione grafica o narrativa di anime e manga possa non avere quell'“odore giapponese”, è un dato di fatto generalmente conosciuto a chiunque li consumi, e soprattutto a chi ne è fan, che la loro produzione si origini in Giappone; infatti, si è andata associando un'immagine positiva di 'Giappone', e di 'essenza giapponese', come trasmesso attraverso i prodotti culturali *mukokuseki*. Quanto è importante per un fan allora che questo 'essere giapponese' emerga anche nell'adattamento e quanto viene considerato 'fedele' in rapporto ad esso?

Nelle recensioni è ritornata più volte l'idea che esista uno 'spirito' o un'“essenza”, in questo caso non dell'opera ma 'giapponese', che si manifesta attraverso diverse caratteristiche dei *live-action*, giudicate positive o negative secondo il discernimento arbitrario dello spettatore; ma, come visto nella sezione 1.4, questa immagine di 'Giappone' da cui dipende questa 'essenza', costruita e rinegoziata sia

dal governo tramite le operazioni di branding nazionale, sia grazie alla circolazione nel mercato transnazionale delle Tre C dei prodotti culturali, è scollegata dalla realtà concreta del Giappone, instabile e immaginaria.

Per molti fan e critici, specialmente quelli anglofoni-americani e italiani, il fatto che *Death Note* (2017) sia stato prodotto negli USA è già un fattore di demerito, seppur per due motivi diversi: per i fan anglofoni è una conseguenza del clima di insoddisfazione verso la discriminazione sociale nei confronti delle minoranze etniche, particolarmente sentito negli USA, che ha portato all'emergere di discorsi politici e culturali per promuoverne la valorizzazione; vi è pertanto grande criticità nei confronti di ciò che è percepito come un tentativo della classe dominante del 'maschio bianco eterosessuale' di appropriarsi di un prodotto dell' 'altro' per ribadire e rafforzare la propria supremazia. I fan e critici italiani, invece, sono concentrati sul giudicare l' 'americanizzazione' come un processo assolutamente negativo di per sé; questo perché tanto quanto, se non di più dei fan anglofoni, lo considerano un peggioramento e un 'abbassamento' culturale³³, senza però prendere in considerazione la sua natura di reiterazione di rapporti di poteri impari. Parallelamente, in molti dei

³³Per un approfondimento dei prestiti fra l'industria del cinema giapponese e quella americana, e l'idea di "abbassamento culturale" cfr. Laemmerhirt, Iris-Aya. «Could We Have a Geisha in This Scene? Transnational Depictions of Japan in Contemporary Hollywood Movies.» In *Embracing Differences. Transnational Cultural Flows between Japan and the United States*, di Iris-Aya Laemmerhirt, 147-210. Bielefeld: [transcript] Culture & Theory, 2013.

fan italiani più fedeli, come anche tra quelli anglofoni, emerge come elemento importante per definirsi 'vero fan' il rispetto che sfiora facilmente l'adorazione, talvolta ideologica, per il 'Giappone' come culturalmente 'superiore', così come immaginato a partire dalle proprie estrapolazioni da manga e anime e dai discorsi con altri fan. Gioca in questo sicuramente un determinato grado di esoticismo, frutto ancora delle dinamiche di orientalismo e auto-orientalismo viste precedentemente, tanto che per i fan italiani emerge solo nei confronti del Giappone e non degli USA, che nei fatti dovrebbero essere culturalmente e nazionalmente 'altro' ma vengono considerati inconsciamente, e negativamente, come vicini a sé.

Se si unisce al discorso sulla 'fedeltà' della sezione precedente, ne deriva che se l'originale per i fan è sempre migliore e l'originale è giapponese, di conseguenza qualsiasi adattamento che è giapponese, o che riflette l'idea di 'Giappone' promossa in anime e manga, è ritenuto sicuramente migliore, seppur non 'buono' di per sé, di come sarebbe se prodotto in altri paesi, specialmente negli USA; questo perché si diffonde l'assunto che i giapponesi siano naturalmente in grado di comprendere meglio questa 'essenza culturale giapponese' presente nella sorgente e riproporla nell'adattamento³⁴. E, infatti, sono numerosi le recensioni e i commenti che attribuiscono a *BLEACH*

³⁴Per un approfondimento su come i fan associno l'essere prodotto in Giappone di un contenuto alla miglior capacità di comprendere quest' 'essenza giapponese', cfr. Fennell, Dana, Ana S.Q. Liberato, Bridget Hayden, e Yuko Fujino. «Consuming Anime.» *Television & New Media* 14, n. 5 (2012): 440-456.

(2018) il merito di essere, con tutti i suoi difetti, riuscito a rievocare e mettere in scena questo 'spirito giapponese' in maniera 'fedele'; o, perlomeno, in quanto sia riuscito a mettere in scena l'immagine di 'Giappone' diffusasi a partire dai prodotti culturali *mukokuseki*, che i fan vogliono e si aspettano di vedere. Nonostante questo, però, la realtà fisica degli attori giapponesi, inseriti nel loro contesto culturale e di tradizione cinematografica, rendono concreto un Giappone che si scontra con questa immagine di 'Giappone', andando a enfatizzare lo scarto fra i due; questo per altrettanti fan diventa ugualmente un difetto e una delusione dovuta al non rispecchiare tale immagine che si erano creati, per cui nemmeno *BLEACH* (2018) risulta del tutto soddisfacente, come se il 'Giappone' promosso nei prodotti culturali fosse quello reale e non una sua imitazione opportunamente modificata. Risultano evidente in questo i limiti di Netflix e delle sue produzioni culturali come strumento di potere culturale, in quanto i consumatori, in particolare i fan, più che farsi influenzare da essi, usano la propria conoscenza e immagini pregresse per accogliere e, in questo caso, rifiutare quanto promosso; rende anche evidente quanto effettivamente la popolarità del 'Giappone' sia in parte dovuta al suo essere *mukokuseki* dato come, nel momento in cui assume corpo e 'odore', per molti fan, anche se forse inconsapevolmente, perde di attrattiva. Paradossalmente, in termini di riconoscimento e popolarità internazionali, *Death Note* (2017) fornisce una pubblicità assai migliore al Giappone e ai suoi contenuti via paragone negativo, rispetto a quanto non faccia *BLEACH* (2018).

Questo quadro è reso ancor più interessante dalla semi-indifferenza dei fan giapponesi nei confronti dell'elemento 'Giappone'. Da una

parte, loro non si considerano 'altri', né una minoranza 'debole', e raramente hanno criticato *Death Note* (2017) come insoddisfacente in base al parametro dell'"americanizzazione". Al contrario, sono loro a inquadrarlo come una produzione 'altra' e quindi a giudicarlo secondo le specifiche caratteristiche del suo 'essere americano', dove 'americano' è quell'entità omogenea e astratta diffusa da Hollywood già menzionata; per cui, che ci sia un cast prevalentemente bianco-caucasico e che l'ambientazione e gli eventi della trama siano stereotipati secondo le tipiche formule hollywoodiane dei teen-movie, è perfettamente in linea con le loro aspettative e non è un fattore influente nel giudizio del film rispetto ad altri, come invece la 'fedeltà' al personaggio diegetico. Per alcuni è addirittura un fattore di vanto che si sia deciso di farne un adattamento americano come se, al contrario di quanto percepito dagli italiani, che un'opera locale giapponese venga presa e riproposta da Netflix, americana, ne provi la popolarità globale. Dall'altro lato, ritorna anche tra i fan giapponesi l'idea che vi sia un'"essenza giapponese", tanto che viene citata nei commenti a *BLEACH* (2018) più volte; per alcuni è negativa perché riflette un pregiudizio che l'industria cinematografica giapponese sia inferiore a quella americana, per altri positiva in quanto emerge anche qui l'assunto che solo una produzione giapponese può rendere lo 'spirito dell'originale'. Questo rende evidente come il branding nazionale giapponese e i prodotti culturali abbiano un certo livello di influenza culturale, promuovendo l'idea che esista effettivamente un'"essenza giapponese" all'interno del paese, seppur non ne sia misurabile l'efficacia, né la portata; l'idea dell'esistenza di tale 'essenza giapponese' non è poi altro che il retaggio dei discorsi di

orientalismo e auto-orientalismo essenzialisti e la prova della loro influenza concreta, ancora presente.

Per riassumere, la 'fedeltà al Giappone', come promosso e immaginato dai fan a partire dai contenuti a cui sono legati, seppur non sia elemento sufficiente perché un adattamento sia apprezzato, è fattore necessario per mantenere viva quella relazione parasociale con il contenuto che dà origine al piacere e al legame affettivo del fan euroamericano e, in misura inferiore, anche di quello giapponese; se l'adattamento rispecchia l'idea che ne hanno, è più probabile che i fan ne ricaveranno soddisfazione. Questo indipendentemente dall'identità nazionale-culturale di chi lo consuma, nonostante essa influisca nel modo in cui è costruita l'immagine di 'Giappone' e il peso che le viene attribuito all'interno del rapporto con il contenuto. Vi è però da considerare che quanto più l'immagine di 'Giappone' è artificiale, labile e incontrollabile, tanto più l'obiettivo di essergli 'fedele' diventa arduo.

3.2.3 L'elemento razziale

All'interno di questa 'fedeltà al Giappone immaginato' non può che rientrare come elemento d'influenza quello razziale.

L'elemento della 'razza' è comparso prevalentemente all'interno dei segmenti anglofoni, mentre all'interno di quello italiano e quello giapponese non è quasi mai stato menzionato, se non in relazione al discorso americano del *white-washing* e del concetto di *politically correct*, che grazie a Internet si sta diffondendo ma è vissuto ancora come una problematica distante. Questo è ragionevolmente ipotizzabile sia una

diretta conseguenza della mancanza di un discorso sociale, politico e culturale sviluppato riguardo il problema della rappresentazione etnica e della discriminazione razziale in Italia e in Giappone³⁵.

I dibattiti più feroci sono nati attorno a *Death Note* (2017) e al suo cast perlopiù bianco-caucasico, ad eccezione di L e Watari, rispettivamente interpretati da un attore afroamericano e nippo-americano. Sia Adam Wingard che gli altri produttori hanno risposto fin da subito alle accuse difendendo le proprie scelte.

“I think we got the right actors for the parts that were written,” Lee told *Vulture*. “We didn’t look at race as a factor. We just did the version that was set in the U.S. There are remakes of U.S. movies like *Sideways* in Japan, but there was never a thought for them to bring in American actors to play the [characters] in the Japanese remake.” Producer Masi Oka, who famously played Hiro Nakamura on *Heroes*, emphasized the point that, in the Netflix version, the characters weren’t written to be Asian. “The whole idea of whitewashing is putting white people in roles that were meant to be a different race. But this wasn’t specifically a racially bound story, because it was set in America,” he told *Vulture*. “Anyone could have played that title role, whether it was white, African-American, Latino-American, or Asian-American” (Van Syckle 2017).

Nonostante questo, né i fan né la critica sono rimasti soddisfatti di questa spiegazione. Rimane infatti senza risposta perché tra le tante etnie che compongono gli USA nella realtà concreta di tutti i giorni,

³⁵Non si vuole insinuare che non vi siano razzismo e problematiche legate alla presenza di minoranze etniche in questi paesi, ma che non vi è ancora un discorso attorno sviluppato, attivo e sentito allo stesso modo.

l'intero cast sia perlopiù bianco-caucasico; non sarebbe stata forse l'occasione per dare spazio ad attori asioamericani in un periodo storico dove si stanno cercando di ristabilire equilibri più bilanciati rispetto alla piramide sociale che tende a vedere ancora la 'razza bianca' come 'superiore' o, perlomeno, 'universale'?

"Netflix's *Death Note* fails Asian-Americans in the more mundane way that most Hollywood releases continue to – by not casting Asian-American actors in any significant parts, a fact that has some extra sting given where the source material came from and the film's predominantly Asian-American producers. But *Death Note* isn't an act of cultural ventriloquism or cringey orientalism – it's an earnest, ludicrously overstuffed attempt at reworking the original story for an American context, part of the latest instance of Hollywood's long pattern of devouring international intellectual property and remaking it (for better or worse, usually the latter), from *Vanilla Sky* to *The Departed* to January's ill-fated Jamie Foxx vehicle *Sleepless*. It's not an illustrious tradition, but it's one *Death Note* is part of, and to classify it as straightforward whitewashing is to suggest that Lakeith Stanfield, who plays one of the other two main characters, is effectively white – protesting one act of erasure by committing another kind." (Willmore 2017)

Seppur l'ambientazione a Seattle giustifichi l'assenza di un cast giapponese, rimangono troppe domande scomode senza risposta che fanno emergere come ancora si consideri l'essere bianco' come l'universale di default (Stanfill 2019, 21-47); così come i fan giapponesi non sono stupiti dal cast bianco per l'immagine che hanno degli USA, così i produttori hanno cercato di giustificare la violenta cancellazione della realtà multiculturale e multi-etnica americana in virtù di un'identità astratta omogenea e, soprattutto, bianca. Bianca con

l'eccezione di L, che però rende la questione ancora più spinosa. Al di là della percepita tokenizzazione, vi è come l'implicito assunto che di fronte all'"universale bianco", uno degli 'altri' qualsiasi valga uguale, indistintamente da quale 'altro' sia, come se inserire un personaggio afroamericano e uno secondario asiatico salvi dall'accusa di *white-washing* e risolva il problema³⁶. Questo è un punto doloroso per molti asioamericani³⁷ che si sentono esclusi da questi movimenti e discorsi contro la discriminazione e di decostruzione della 'supremazia bianca', e che si sentono appiattiti in una categoria culturale astratta omogenea di 'asiatico' (Pande 2017, 155-159).

Discussion of race in fandom tends to center around black and maybe Latin@ issues and characters; Asian and Asian-American issues are mostly invisible (Mako Mori is an exception). When they do pop up, I'm sometimes kind of uncomfortable with the tack they take, because they sometimes seem to involve non-Asians making sweeping statements about Asian culture that lack nuance, and then sometimes mashing Asian-Americans (who have complex and widely varying negotiations between the two halves of their identity) into that mold (Intervistato anonimo in Pande 2017, 160).

³⁶Questo è un risultato dell'approccio contro la discriminazione della *racial blindness*, che finisce per essere ugualmente dannoso.

³⁷Una reazione che differisce da quella dei fan giapponesi, che non sentendosi né 'altri' né minoranza, sono molto meno toccati da questo aspetto del discorso della rappresentazione. Si pensi al caso di studio presentato da Choo, per cui i fan giapponesi non erano soddisfatti del cast giapponese del *live-action* di *Fullmetal Alchemist* in quanto non era coerente con l'ambientazione dichiaratamente europea (Choo 2020).

Non solo, ma parte del pubblico finisce per percepire questo tipo di cambiamento della rappresentazione 'razziale' dei personaggi come forzata, soprattutto quando entra in conflitto con un'immagine precedentemente solidificata, e questo causa l'effetto opposto, ovvero una reazione di rifiuto totale e a priori, che diminuisce le opportunità di discorso e di riflessione critica a riguardo.

"Star wars, Terminator, the death note Netflix, the walking dead, the Avengers - every time some forced diversity shit pops up it's just cringe and ruins the vibe, might not ruin the franchise entirely but still, definitely becoming a more prevalent issue." (25 dicembre 2022, Twitter, raccolto via Brand24)

È allora *BLEACH* (2018) una soluzione migliore? Un cast e una produzione totalmente giapponesi a prescindere? Sicuramente ha soddisfatto la maggior parte della critica e dei fan, inclusi quelli anglofoni-americani. Non si può ignorare come Netflix, dando spazio a contenuti e individui appartenenti a paesi 'altri' rispetto agli USA, offra una grande possibilità per decostruire piano piano l'assunto di 'americano' come 'standard universale' e per intaccare gli equilibri asimmetrici di potere culturale che regolano l'assetto mondiale; che questo poi sia l'obiettivo vero di Netflix o meno, e probabilmente non lo è ma è la conseguenza di un accurato calcolo economico, non è necessariamente rilevante: lo spazio lasciato all'*agency*, sia dei creatori dei contenuti sia dei fan che ci si possono confrontare, in grado quindi di riappropriarsene in maniera autonoma, è un primo passo importante in questa decostruzione. Allo stesso tempo, però, alla base di questa entusiasta accettazione di *BLEACH* (2018) vi è il concetto pericoloso di "racial authenticity", ovvero l'idea che esista un insieme

di segni visibili razzializzanti che compongono una categoria di 'razza' a cui la rappresentazione dovrebbe corrispondere per essere 'autentica' (Pande 2017, 155-159). Questo però rafforza in realtà i confini categorici della 'razza' come qualcosa di stabile e fisso, e nel momento della rappresentazione e della sua ricezione si apre una caccia al fantasma dell'autenticità, che non può che dar vita ad ulteriori esclusioni e amplificare le discriminazioni (Pande 2017, 149-159).

To talk exclusively in terms of racial authenticity is to risk ossifying race into a simple subject-object equation, reducing people to little more than objects of racial discourse, characters in racial scripts, dismissing race as only and exclusively the primary cause of social domination and death (Jackson in Pande 2017, 157).

I segni razzializzanti che compongono tale categoria, tanto culturali quanto corporei, andrebbero decisi artificialmente per costruire un'identità omogenea e fissa, che non esiste nella realtà; tale decisione andrebbe necessariamente a escludere tutti coloro che condividono l'etnia ma non quella specifica caratterizzazione³⁸. Un rischio che è da considerarsi ancor più pericoloso se si riprende quanto visto nella sezione precedente, per cui questi segni razzializzanti si basano su una immagine di cultura ed etnia, in questo caso giapponese, che è anch'essa in parte artificiale; si è visto nei commenti a *BLEACH* (2018) quanto neanche il fatto che sono etnicamente giapponesi sia risultato

³⁸Un esempio di questo problema è il cosiddetto colorismo, per cui in genere si tende a preferire attori di colore dal tono di pelle più chiaro, che di conseguenza ha creato dissidi e ulteriori gerarchie e discriminazioni anche all'interno della minoranza stessa.

soddisfacente, in quanto non hanno la rappresentazione 'giapponese' della sorgente.

A questa *racial authenticity* e le sue categorie fisse, Pande, riprendendo Jackson (2005), contrappone la "racial sincerity"³⁹, come scambio di significati e costruzione collaborativa di discorsi che vedono la rappresentazione della 'razza', o in questo sarebbe più corretto dire etnia, come eterogenea, sfuggente e flessibile (Pande 2017, 155-159).

Il dibattito fra fan quanto il discorso critico potrebbe quindi divenire luogo di scambio culturale e di costruzione di un discorso che promuova la rappresentazione etnica come eterogenea e fluida, ma nei casi di studio presentati, tanto i fan quanto i critici anglofoni-americani, rimangono intrappolati in questa ricerca e difesa di una rappresentazione 'razzialmente autentica' che da un lato condanna *Death Note* (2017) e dall'altro premia *BLEACH* (2018). Ancor meno lo è per i segmenti di pubblico italiani e giapponesi, dove a malapena emerge come fattore rilevante all'interno dei loro giudizi e, quando avviene, è in genere sulla scia del discorso americano o sulla base di stereotipi razziali tanto sui giapponesi quanto sugli americani, senza dar vita ad un vero e proprio discorso.

³⁹ "Instead, sincerity presumes a liaison between subjects – not some external adjudicator and a lifeless scroll. Questions of sincerity imply social interlocutors who presume one another's humanity, interiority and subjectivity. It is a subject-subject interaction, not the subject-object that authenticity presumes – and to which critiques of authenticity implicitly reduce every racial exchange" (Pande 2017, 156-157).

3.3 Nuovi modelli

Sono passati circa cinque anni dalla produzione di *Death Note* (2018) e *BLEACH* (2018) e in questa tesi diverse volte si è commentato su come Netflix punti a rinnovarsi e modificare in continuazione le proprie produzioni, per raggiungere i propri obiettivi e soddisfare il proprio pubblico; per tale ragione, l'analisi non sarebbe completa senza un riepilogo di cosa sia stato prodotto successivamente e di quale influenza abbiano avuto questi due adattamenti. Netflix, infatti, non si è fermato e ha continuato a riproporre adattamenti tratti da manga. Nel 2021 ha prodotto *Rurouni Kenshin: The Final* e *Rurouni Kenshin: The Beginning*, con un cast⁴⁰ e una produzione interamente giapponesi, che sono considerati dai fan al momento i migliori adattamenti *live-action* prodotti da Netflix. Nello stesso anno ha prodotto come serie televisiva Netflix l'adattamento dell'omonimo manga cult *Cowboy Bebop*, come espansione e remix della serie originale: nonostante la critica abbia apprezzato di più il risultato rispetto ad altri, alla fine la seconda serie è stata cancellata, facendo intendere come non abbia soddisfatto gli obiettivi prefissati; seppur avesse un cast, un setting e anche una trama che rispettavano da vicino l'originale, e un regista fan dichiarato del manga, il pubblico sembra esserne è rimasto deluso.

“Netflix’s *Cowboy Bebop* feels like the first live-action adaptation I’ve seen from an American production company that not only loves the source material but does everything it can to bring the details of the anime to life. There’s no embarrassment from the Cowboy

⁴⁰Alcuni membri del cast sono gli stessi che hanno recitato nel *live-action* giapponese *Rurouni Kenshin: Densetsu no saigo-hen* (2014).

Bebop team, just a full-throated embrace of the 1998 anime.” (M. Kim 2021)

La critica quanto i fan hanno identificato e lamentato lo stesso problema: l’incapacità di riprodurre quello che considerano essere lo ‘spirito dell’originale’, che attribuiscono a differenze nella caratterizzazione dei personaggi o di trama; questa tesi ha portato a comprendere quanto in realtà queste modifiche non siano il vero problema, ma quanto questo ‘spirito’ non sia realizzabile semplicemente attraverso una resa fedele e vicina all’originale. È evidente che la ‘fedeltà’ per come descritta fino ad ora, nella sua complessa, idealizzata e artificiale costruzione, rimane la cosa più importante per lo spettatore e Netflix, se vuole continuare a produrre adattamenti, dovrà trovare un modo per rapportarsi.

“Despite the initial hype, **many viewers feel that Netflix's live-action version of Cowboy Bebop is not as good as the original Cowboy Bebop anime**, making many of the same mistakes which have repeatedly plagued modern adaptations. The show's creators focus heavily on reproducing the aesthetics of the original, but is considered by many to **have failed to capture the feel of the original anime.**” (Indigo 2021)

“**‘Cowboy Bebop’ review: jazzed-up anime adaptation misses a beat.** The classic Japanese series gets a live-action update it definitely didn't need. [...] And yet herein lies a nod to the fundamental problem with this hollow rendering of original director Shinichirō Watanabe’s vast, expansive, genre-bending vision. With classic scenes reshot frame by frame, **this fleshy adaption of Cowboy Bebop so often feels like dress-up.** The relentless narrative that episodic television requires is another problem. **In Netflix’s update, the space and inertia so core to the**

anime are jettisoned for a pacy tempo that really doesn't fit with the story. It turns Cowboy Bebop into just another show."

(MacMahon 2021)

"As a rule, it's unwise to compare adaptations too closely to their source, because every adaptation changes something about what came before. But this *Bebop* is not its own thing, and it will be compared to the original, and when you inevitably do that, **the live-action version doesn't stand a chance. If you're going to adapt what is not-so-arguably a perfection of the form, you need to bring it.** Something like this should dazzle, rather than simply function. It's like bell peppers and beef without the beef: **It's not that the show is bad – there's just not a whole lot that's really, really good.**" (Stefansky 2021)

Questo fallimento non ha fermato Netflix che, al contrario, ha annunciato di avere grandi piani per il futuro degli adattamenti *live-action*: nel gennaio 2020 è stata annunciata la produzione di una serie *live-action* di *One Piece* di Eiichiro Oda, sotto lo stesso studio di *Cowboy Bebop* (2021); il 6 luglio 2022 è stata annunciata la produzione di una serie televisiva *live-action* basata su *Death Note*, diretta dai Duffer Brothers, i creatori, direttori e produttori esecutivi dietro il successo di *Stranger Things* (2016-2022); l'annuncio più recente è stato di questo dicembre 2022, riguardo l'adattamento del celebre manga *My Hero Academia* di Horikoshi Kōhei (Robinson 2022). Oltre a queste sono state promesse una serie di adattamenti che saranno lasciati totalmente nelle mani di Netflix Giappone, quali *Kimi ni Todoke* di Shiina Karuho e *Yū Yū Hakusho* di Togashi Yoshihiro, e alcuni di cui per ora non si hanno notizie se non l'intenzione di produrle, quali quelle di *Sword Art Online* di Kawahara Reki e *Pokemon* (Robinson 2022).

Questo ha tenuto vivo il discorso sui *live-action* e, grazie all'utilizzo di Brand24, si sono potuti raccogliere dati riguardanti l'opinione pubblica sui social⁴¹ riguardo a *Death Note* (2017) e *BLEACH* (2018) durante il mese tra il 28 novembre e il 28 dicembre 2022. I dati mostrano che, anche a distanza di anni, le opinioni dei fan sono rimaste molto simili: tendenzialmente negative nei confronti di *Death Note* (2017) e positive, o neutre, nei confronti di *BLEACH* (2018).

“Netflix thinks ive forgiven it for death note (2017) but ive been praying for its downfall since” (12 dic 2022, Twitter)

“have you watched death note netflix adaptation?! it was a huge dunk of shit” (12 dic 2022, Twitter)

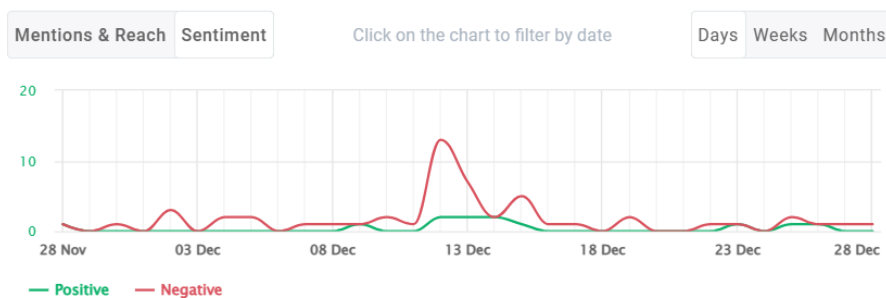


Figura 3-3 Analisi dati dell'opinione pubblica sui social riguardo a *Death Note* (2017) da Brand 24

“#映画ブーリチはいいぞ”(18 dic 2022, Twitter)

“Last I checked, the bleach live action anime was tolerable” (12 dic 2022, Twitter)

⁴¹Il social principale di scambio di opinioni e dibattito fra fan è Twitter, che è infatti risultato la fonte primaria dei dati.

“I like the Bleach live action, people sometimes are too harsh with japanese adaptations, seriously 80 of the complaints can be justified by this isn't fcking hollywood dude” (12 dic 2022, Twitter)

“Side Note: Bleach Live Action is Better” (12 dic 2012, Twitter)

“The Bleach live action was actually good” (12 dic 2022, Twitter)

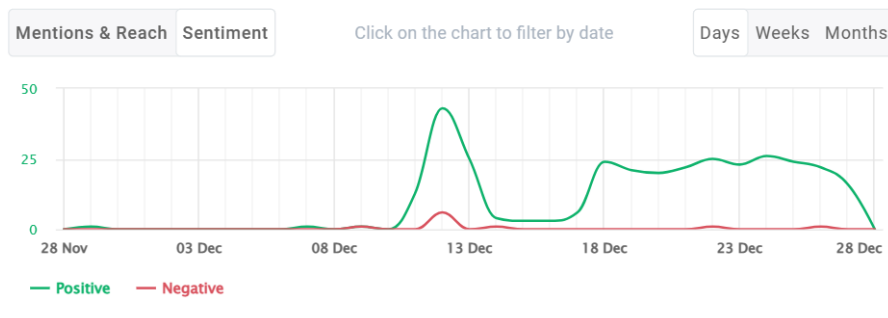


Figura 3-4 Analisi dati dell'opinione pubblica sui social riguardo a BLEACH (2018) da Brand24

Anzi, si può confermare che i due adattamenti sono diventati i modelli di cosa sia un buon adattamento e cosa no per Netflix; nel dibattere sui nuovi *live-action* in produzione⁴², la maggior parte dei fan si augura che Netflix segua la scia di *BLEACH* (2018) e stia quanto più lontano dal replicare *Death Note* (2017).

“There's a lot of amazing live action Manga adaptations. Only meatheads here think that the standard is Death Note Netflix adaptation” (10 dic 2022, Twitter)

“Bleach live action was great though. And its not uncommon for anime to get live action adaptations in japan. We just need more

⁴²Vi è un picco di menzioni e dati dal 12 dicembre perché è il giorno in cui è stato annunciato l'adattamento di *My Hero Academia*, dando vita a grandi discussioni fra i fan; questo ha chiamato in causa in particolare *BLEACH* (2018) perché è stato rivelato che il suo regista, Satō Shinsuke, parteciperà alla produzione.

Bleach live actions and less Atla or Death Note live actions.” (12 dic 2022, Twitter)

“I hope it’s more Bleach live action and not Deat Note” (12 dic, 2012, Twitter)

“Can’t be any worse than Death Note (2017), right?” (12 dic 2022, Twitter)

“Oh no I wonder how this will turn out. It can only go really go or nothing like the original and the fans hate it or dislike the adaptation like the death note Netflix live adaptation” (12 dic 2022, Twitter)



Figura 3-5 Riassunto dati da Brand24 con il numero di menzioni totali comparse sui social nelle due settimane prese in esame, divise tra positive e negative, e le fonti

Sicuramente, vedendo quanto prodotto fino a ora e il tipo di casting, sceneggiatori e produttori che Netflix sta mettendo al lavoro sui futuri *live-action*, si può dedurre che abbia estrapolato alcuni dati importanti dai propri errori e abbia iniziato a modificare i propri contenuti di conseguenza; ad esempio, si è concentrato sulla produzione di serie

TV, imitando la struttura seriale degli anime, e non film, non si è più ripresentato il problema di un cast principalmente bianco-caucasico, ha affidato molte produzioni a Netflix Giappone ed è stato lontano dal proporre una rilocalizzazione americana delle opere: quasi tutte caratteristiche che erano state lodate in *BLEACH* (2018) e criticate in *Death Note* (2018). Nonostante questo, il vero punto interessante sarà vedere se riuscirà ad andare oltre risoluzioni meramente estetiche o imitative che, come si è visto tanto con *BLEACH* (2018) quanto con *Cowboy Bebop* (2021), non sono in ogni caso 'abbastanza'; al contrario, dovrebbe cercare di comprendere quale formula stia dietro alla 'fedeltà' e all'attaccamento allo 'spirito dell'originale' dei fan, che tanto vorrebbe aggiungere stabilmente all'interno della propria *Netflix audience*, e in che 'formato' potrebbe riprodurli. Certo, bisogna riconoscere come questo pubblico di fan che mai dimenticano gli errori passati e che sono sempre più diffidente nei confronti dei *live-action*, pronti a difendere l'originale e il proprio rapporto con esso a tutti i costi, non sarà un avversario facile da conquistare.

Conclusioni

Questa tesi è riuscita a mostrare, nei limiti del caso di studio presentato, come nei fatti Netflix si configuri, all'interno del flusso transnazionale di contenuti che caratterizza il mondo odierno, come un partecipante con strutturazione, funzionamento e strategie complesse, più che solo come promotore di imperialismo culturale e 'americanizzazione'.

Il primo dato emerso a favore di tale tesi è la sua sempre maggior decentralizzazione rispetto agli USA: nonostante le sedi americane rimangano il centro operativo principale, Netflix si caratterizza e distingue dalle altre piattaforme SVOD per la sua strategia di integrazione e assimilazione nei paesi in cui opera. Per raggiungere l'obiettivo di costruire e mantenere un'audience transnazionale che si espande globalmente, massimizzando i profitti, ha infatti scoperto e implementato come strategia dei contenuti quella vincente della glocalizzazione, sulla base della cooperazione e della collaborazione con le industrie di produzione e distribuzione locali. Nonostante si sia diffuso il timore che possa esercitare un potere culturale negativo all'interno dei singoli paesi, spesso fatto coincidere con una possibile 'americanizzazione', in realtà, data la mancanza di un'agenda culturale da implementare e tenuto in considerazione come tenda a ignorare le politiche culturali e di *national branding* dei vari governi, bisogna ridimensionare il potere culturale attribuitogli. Netflix si focalizza, infatti, sull'accumulare quanti più contenuti diversificati, evitando di limitarsi a quelli prodotti domesticamente, così da

soddisfare i segmenti transculturali e transnazionali che compongono la sua audience frammentata, in nome di quell'inclusività che ha reso simbolo della propria piattaforma.

Tuttavia, non sarebbe nemmeno corretto esaltarlo come promotore di vero scambio culturale e di rappresentazioni eterogenee dal punto di vista identitario, in grado di stravolgere gli equilibri che sono eredità dell'assetto di potere globale formato sullo stampo dell'imperialismo 'occidentale'. Se da una parte offre possibilità di creatività transculturale e visibilità a contenuti di paesi con influenze culturali ed economiche minori, dall'altra si è visto come tenda a ripetere immagini stereotipate delle nazioni e culture 'altre', rafforzando idee e divisioni preesistenti, specialmente attraverso la modalità con cui rende fruibili i propri contenuti.

Il caso specifico del Giappone è servito a esemplificare bene questo punto. La cooperazione con l'industria di produzione e distribuzione di contenuti giapponese è nata innanzitutto dal desiderio di sfruttare la già affermata popolarità di tali contenuti, in particolar modo degli anime, e di attrarre a sé i segmenti di fan a essi associati; se si sono aperti e si aprono spazi per ibridismo e scambio culturale, sono conseguenze secondarie più che intenzionali. L'immagine di 'Giappone' contenuta in tali prodotti culturali, che è lontana dalla realtà eterogenea del Giappone quanto quella dell'America di Hollywood dagli USA, non viene contestata o sovvertita, ma replicata e riproposta al pubblico transnazionale così com'è, senza alterazioni né la volontà di farne necessariamente uno spazio di rinegoziazione, inclusività o discorsi culturali e sociali. Inoltre, nel momento in cui la specificità culturale deve diventare prodotto transnazionale, si è

osservato come la matrice attraverso cui viene globalizzata rischi di essere un formato che si fondi sul presupposto che 'universale' e 'occidentale' siano sinonimi. L'inclusività stessa che Netflix promuove ha le sue radici nel discorso politico e culturale sulla *diversity* nato negli USA, che non necessariamente è sentito e costruito allo stesso modo nel resto del mondo e rischia di assumere tratti ideologici. Tale possibilità è chiaramente emersa dall'analisi dei due adattamenti presi come caso di studio.

Death Note (2017), definibile come un adattamento *revision*, si configura, infatti, come un tentativo di ibridismo fallito, che porta ancora in sé i segni di quello che è il processo di globalizzazione inteso come 'americanizzazione', nella convinzione che 'americano' e 'universale' coincidano. Si è potuto vedere come la mancanza di comprensione delle caratteristiche che hanno reso l'opera originale di successo, quali la strutturazione del rapporto fra fan e oggetto di interesse in termini di legittimazione identitaria, e fra fan e personaggi in termini di relazione affettiva parasociale, abbia portato alla scelta di un formato di adattamento che ne ha condannato il risultato finale.

Al contrario, *BLEACH* (2018), un *curatorial adaptation*, ha dimostrato come lasciare spazio, potere e un certo grado di controllo agli agenti locali, anche in termini di formato, abbia dato vita a un prodotto molto più apprezzato dal pubblico transnazionale e transculturale, specialmente il segmento del fandom, in quanto riprende e rispetta meglio quelli che sono gli elementi alla base della popolarità dell'originale. Seppur per Netflix decisioni simili derivino da un calcolo dei profitti, non va sottovalutato il valore di tali collaborazioni, che riflettono la progressiva decentralizzazione del flusso

transnazionale dei contenuti su più fulcri invece che il solo statunitense.

Si è potuto osservare che questo calcolo dei profitti dipende dalla necessità di Netflix di soddisfare in una certa misura desideri e bisogni del proprio pubblico, che dall'analisi si può affermare siano partecipanti attivi del processo di costruzione dei significati e decodificatori critici di quanto consumano. Anzi, si è potuto vedere come i fan e il pubblico di *prosumer* abbiano ormai potere di creazione di contenuti para-testuali e di giudizio critico pari, se non maggiore, della critica; infatti, se la critica inizialmente era il segmento di pubblico con il ruolo di mediatore fra pubblico e industria e di influenzatore dell'opinione di massa, ora si è visto sia diventata una componente marginale, spesso osteggiata dai fan. Certo, all'interno di un'audience strutturata come transnazionale e transculturale si stanno progressivamente sfumando i confini fra quelli che sono i segmenti di pubblico nazionalmente connotati, specialmente all'interno del fandom dove l'identità di 'fan' precede quella di appartenenza nazionale, e, infatti, i parametri di giudizio che sono emersi come fondamentali per la costruzione dell'opinione critica nel momento della decodifica sono condivisi transnazionalmente.

Nonostante questo, si è visto come tali parametri condivisi si configurino poi diversamente in base al contesto socioculturale e nazionale degli spettatori, e alla percezione che essi hanno della propria identità; in particolare, è emerso come il tipo di influenza esercitata dai prodotti culturali giapponesi e la presenza, o meno, di discorsi culturali e razziali all'interno del paese abbiano condizionato diversamente il peso e la considerazione dei diversi parametri.

Il parametro della 'fedeltà' è risultato quello più influente e condiviso trasversalmente da tutti i segmenti di pubblico. Innanzitutto, si è visto come tale parametro, nel caso dei *live-action*, abbia come unità di misura per stabilire se gli adattamenti siano 'fedeli' o meno non solo l'opera sorgente in sé, ma l'intero universo narrativo e i personaggi diegetici che sono già stati approfonditi, modificati o riadattati attraverso l'*anime media mix* prodotto in Giappone; quindi, la 'fedeltà' fa riferimento a delle immagini già consolidate e diffuse, poliedriche ma famigliari, a cui i fan si sono legati e su cui basano le proprie aspettative. Questa dinamica è parte delle motivazioni che si sono individuate per spiegare la mancanza di differenze di ricezione sotto questo parametro da parte dei vari pubblici di differente appartenenza nazionale; a essa si interseca l'importanza che si è osservato acquisisce tale 'fedeltà' per i fan come fattore primario di costruzione identitaria, in relazione alla propria storia personale e alla propria identità basata sull'essere fan'. Dato il suo carattere di costruzione immaginaria e personale e la presenza forte di un immaginario di riferimento consolidato a priori, ne consegue come la 'fedeltà' sia il requisito più difficile, se non impossibile, da soddisfare totalmente per un adattamento di questo tipo, in quanto si basa su fattori di esperienza e attaccamento a livello del singolo, poi condivisi con il fandom e amplificati dalla strategia dell'*anime media mix*, che sono ardui da ricreare; allo stesso tempo non si può ignorare come *BLEACH* (2018) abbia ricevuto giudizi più positivi anche in termini di 'fedeltà', dovuti all'aver usato quella che i fan hanno percepito come una forma vicina a quella dell'originale, al contrario di *Death Note* (2017), facendo supporre vi debba essere un modo di soddisfare o

rapportarsi con tale parametro. In questa tesi, si vuole suggerire come possibile soluzione per creare *live-action* di successo il concepimento degli stessi come frammenti di un universo narrativo di cui va rispettato il formato e l'immaginario già diffuso tra i fan, e una consapevolezza di che tipo di funzione e attributo dovrebbero portare a tale universo, in modo da collocarsi in maniera coerente rispetto alle immagini e alle aspettative degli spettatori; tenere presente il ruolo chiave del rapporto con i personaggi del contenuto e della modalità attraverso cui si costituisce nella costruzione identitaria dei fan, come singoli e come membri del fandom, è un elemento fondamentale per la loro riuscita.

Quando invece la 'fedeltà' è stata considerata in riferimento alla rappresentazione del 'Giappone' e dell'elemento razziale, si sono notate differenze di ricezione in base all'appartenenza nazionale.

Il pubblico anglofono-americano, in virtù dei discorsi sulla rappresentazione culturale e razziale, sulla discriminazione e sul problema del *white-washing* diffusi all'interno degli USA, e in virtù della percezione del 'Giappone' e dei giapponesi come vittime, in un parallelo riconducibile anche allo status di "minoranza" della comunità asioamericana, ha reagito in maniera estremamente negativa e critica al cast bianco-caucasico di *Death Note* (2017) e alla decisione di ambientarlo a Seattle; all'opposto, ha valorizzato *BLEACH* (2018) proprio per la sua scelta di lasciarlo produrre e interpretare a un cast e a un regista giapponesi in Giappone, considerata una possibilità per le realtà culturali 'altre' di riguadagnare visibilità. A questo si intreccia quella che è l'influenza dei prodotti culturali giapponesi e il retaggio dei discorsi di

orientalismo e auto-orientalismo che hanno portato i fan internazionali ad avere un'immagine positiva e idealizzata del 'Giappone', a confronto di quella negativa dell'"America'.

Per il pubblico italiano tale influenza e retaggio sono risultati ancora più marcati e l'apprezzamento del 'Giappone' e dei suoi prodotti culturali, considerati indiscutibilmente 'superiori', si è notato essere percepito come regola implicita per definirsi 'vero fan', in una deriva elitaria; a questo si contrappone invece come i fan italiani possiedano un'immagine spiccatamente negativa degli USA e di quanto producono come 'culturalmente inferiori', riflettendo un discorso europeista critico nei loro confronti. Tuttavia, l'elemento razziale è apparso per loro poco significativo, risultato comprensibile se si considera la mancanza di un discorso culturale e razziale sviluppato, che al massimo giunge come riverbero di quello americano; il giudizio negativo su *Death Note* (2017) si è dedotto dipendere di più da un'ostilità e un'immagine negativa dell'"America' che da un'indignazione per l'operazione di *white-washing*.

Il pubblico giapponese invece, che non si concepisce 'altro' culturale debole, né ha una visione estremamente positiva e idealizzata di sé, ha trovato la scelta di un cast bianco-caucasico in *Death Note* (2017) coerente con la scelta dell'ambientazione; l'elemento razziale e l'immagine di 'Giappone', seppur non assenti, hanno avuto una influenza minore sul giudizio dato rispetto al parametro della fedeltà. Nonostante ciò, è in ogni caso stato evidente che vi sia un'idea condivisa, sempre considerabile come frutto dei discorsi di orientalismo e auto-orientalismo, che esista effettivamente, tanto in positivo quanto in negativo, un'"essenza giapponese' contenuta nei

propri prodotti culturali. Inoltre, da diversi commenti si è intuito come la decisione di Netflix, americano, di acquistare e adattare opere giapponesi sia considerata, indipendentemente dal risultato, *culturally affirming*.

Che Netflix abbia presente quanto e come gli elementi e discorsi finora descritti influenzino il suo pubblico, è difficile a dirsi. Guardando brevemente alle sue produzioni successive e future, si è potuto notare un progressivo perfezionamento della sua strategia di glocalizzazione e una maggior attenzione ai discorsi all'interno degli USA; dall'altra parte, sembra ignorare che vi siano discorsi ugualmente numerosi e influenti, ma diversi per tematiche, criteri e giudizi, negli altri paesi in cui opera, rendendo quindi la transnazionalizzazione dei propri prodotti parziale e i formati che utilizza potenzialmente fallimentari. Nel caso specifico, la comprensione della forte influenza culturale dei contenuti giapponesi e dei fattori che stanno dietro la loro popolarità, sarebbe imprescindibile per un *live-action* di successo.

Trasversalmente all'analisi, si è potuto osservare come per l'industria giapponese la collaborazione con Netflix continui a rivelarsi un investimento conveniente: da un lato, Netflix le fornisce canali e fondi perché possa partecipare e competere attivamente nel mercato quanto nella *soft power competition* sia in Asia che a livello globale; dall'altro, indipendentemente dall'apprezzamento o meno del pubblico per i *live-action* che Netflix produce, il solo fatto che vengano prodotti funge tanto da fonte di *cultural affirmation* quanto da *advertisement* gratuito, grazie ai fan affezionati che sono pronti a indirizzare i nuovi spettatori a consumare gli originali.

In questa tesi, è bene notare che si è cercato di dare un quadro generale del rapporto di Netflix con i paesi in cui opera, dell'*agency* che rimane agli agenti in tali paesi, e al tipo di potere o influenza culturale che si possono attribuire ai suoi contenuti, a partire da due casi di studio specifici. Non si possono, quindi, considerare i risultati ottenuti come applicabili a tutti gli altri paesi, né ad altre tipologie di prodotti culturali: sono da considerarsi influenzati dalle caratteristiche specifiche dell'industria giapponese e dei suoi contenuti. Anzi, privilegiando la costruzione di una cornice generale molto ampia attorno ai casi di studio rispetto all'analisi nel dettaglio di un singolo aspetto, anche all'interno di questo lavoro si è dovuto ricorrere a delle generalizzazioni, in quanto la complessità e il numero dei fattori intersecati erano grandi ma i dati disponibili ridotti; in parte perché Netflix non li divulga e non si può considerare quanto descrivono attraverso la propria rassegna stampa come necessariamente accurato, essendo anch'esso parte di una strategia di marketing. Per questo motivo, si è parlato dell'industria di produzione e distribuzione di contenuti locali in Giappone a livello generale, quando Netflix in realtà stringe una molteplicità di accordi e partnership, a lungo e breve termine, diversificati in base al tipo di compagnia, casa di produzione, o canali di distribuzione con cui vuole collaborare, tenendo conto della rispettiva influenza che hanno all'interno del proprio mercato.

Anche l'influenza culturale degli anime si è trattata solamente in modo parziale, dandola per conosciuta e ragionevolmente effettiva sulla base dei riferimenti utilizzati, ma sarebbe da approfondire in relazione a Netflix e soprattutto a come abbia formato i diversi tipi di pubblico in base all'appartenenza nazionale; l'importazione di anime

da ormai diversi decenni ha sicuramente influenzato in modo eterogeneo i vari contesti socioculturali, anche se qui non si è potuto approfondirlo e diversificarne gli impatti.

Inoltre, anche i dati ricavati dai social e da Internet in generale sono da considerarsi parziali, in quanto non è possibile verificare in maniera affidabile e certa informazioni relative agli utenti singoli, a partire dall'appartenenza nazionale fino all'età o al genere, che sicuramente hanno un'influenza all'interno dei segmenti stessi. Tanto la *Netflix audience* quanto il fandom sono estremamente eterogenei e frammentati al loro interno; seppur i dati ricavati siano stati utilizzati per trarne deduzioni generali, un'analisi approfondita richiederebbe di verificare anche quali fattori esperienziali e personali, che costituiscono l'identità del singolo spettatore o dei micro-segmenti all'interno di quelli principali, influenzino la ricezione.

Data la continua evoluzione di Netflix, sarebbero da studiare più *live-action* nel corso di un arco di anni ampio per potere affermare con certezza il tipo di strategie che sta utilizzando e quali fattori le stiano influenzando in maniera costante e a lunga durata; certamente, visti i programmi futuri di Netflix, il materiale studiabile andrà aumentando. Una possibilità interessante sarebbe compiere uno studio sul campo con la partecipazione di Netflix stesso, grazie a cui sarebbe possibile osservare realmente le differenze fra intenzione e realizzazione della sua strategia e gli elementi che vi stanno alla base, qui solo ipotizzabili. Parallelamente, sarebbe utile condurre un'indagine sociologica tramite questionari e interviste per raccogliere dati specifici su che effetto abbiano i contenuti che Netflix propone sulla sua audience; nel caso del Giappone, dovrebbero venir intersecati ai dati sull'effetto dei

prodotti culturali giapponesi sull'audience, in termini di formazione di aspettative e immagini. La portata e differenza fra influenza culturale e potere culturale delle piattaforme transnazionali e dei contenuti che distribuiscono, così come delle industrie locali che vi collaborano, emerse trasversalmente in questa tesi sono ancora da indagare a fondo.

Bibliografia

- AJA. «Anime Industry Report 2021 Summary_02.» *AJA. The Association of Japanese Animation*. 28 03 2021. https://aja.gr.jp/download/anime-industry-report-2021-summary_02 (consultato il giorno 11 02, 2022).
- Ampere. «30% of Netflix original content spend in 2019 went on international titles.» *Ampere Analysis*. 10 01 2020. <https://www.ampereanalysis.com/insight/30-of-netflix-original-content-spend-in-2019-went-on-international-titles> (consultato il giorno 10 06, 2022).
- Annet, Sandra. *Anime Fan Communities. Transcultural Flows and Frictions*. New York: Palgrave MacMillan, 2014.
- Barbascura X. «Quando DEATH NOTE fa SCHIFO - RIASSUNTAZZO BRUTTO BRUTTO.» *Youtube*. 14 09 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=FtEPY1s14io> (consultato il giorno 12 19, 2022).
- Barducci, Gabriele. «Bleach - Recensione.» *The Games machine*. 22 09 2018. <https://www.thegamesmachine.it/cinema-e-serie-tv/118692/bleach-recensione/> (consultato il giorno 12 22, 2022).
- Barker, Cory, e Myc Wiatrowski. (Eds.). *The Age of Netflix. Critical Essays on Streaming Media, Digital Delivery and Instant Access*. Jefferson: McFarland & Company, 2017.

BiBi. «ブリーチの実写化映画の評価がひどい理由は？キャスト・演技についての感想まとめ buri-chi no jissakaeiga no hyouka ga hidoi riyuuwa? kyasuto ・ enginitsuite no kansoumatome (Perché i film live-action di Bleach sono stati accolti così male? Un riassunto delle opinioni sul cast e sulla recitazione).» *BiBi*. 18 04 2019. <https://bibi-star.jp/posts/7842> (consultato il giorno 12 15, 2022).

Burroughs, Benjamin. «House of Netflix: Streaming media and digital lore.» *Popular Communication* (University of Nevada) 17, n. 1 (2019): 1-17.

Busse, Kristina. «Geek hierarchies, boundary policing, and the gendering of the good fan.» *Participations. Journal of Audience & Reception Studies* 10, n. 1 (2013): 73-91.

Cabral Martins, Ana. «Netflix and TV-As-Film. A Case Study of Stranger Things and The OA.» In *Netflix at the Nexus. Content, Practice, and Production in the Age of Streaming Television*, a cura di Theo Plothe e Amber M. Buck, 81-96. New York: Peter Lang, 2019.

Cain, Rob. «Netflix Japan Launch Over-Hyped, Over-Valued.» *Forbes*. 07 08 2015.
<https://www.forbes.com/sites/robocain/2015/08/07/netflix-japan-launch-over-hyped-over-valued/?sh=19edc8693856>
(consultato il giorno 10 29, 2022).

Carr, David. «Giving Viewers What They Want.» *The New York Time*.
24 02 2013.

<https://www.nytimes.com/2013/02/25/business/media/for-house-of-cards-using-big-data-to-guarantee-its-popularity.html> (consultato il giorno 11 03, 2022).

Choo, Kukhee. «Transmedia storytelling and transmediated bodies in Fullmetal Alchemist (2017).» *Asian Cinema* 31, n. 2 (2020): 187-202.

Cinemandrake. 『Death Note デスノート』感想 (ネタバレ) ...ハリウッド映画版もやっぱり「計画どおり」"Death Note" kansou (netabare)... hariuddoeigabanmo yappari "keikakudōri" (Impressioni su "Death Note" (spoiler)... La versione cinematografica di Hollywood è davvero "come da programma"). 26 08 2017.
<https://cinemandrake.com/deathnote2017#toc3> (consultato il giorno 12 14, 2022).

Comingsoon.it. *Death Note*. 2017.

<https://www.comingsoon.it/film/death-note/53815/scheda/> (consultato il giorno 12 15, 2022).

Cooper-Chen, Anne. «Cartoon Planet: the cross-cultural acceptance of Japanese animation.» *Asian Journal of Communication* (Routledge) 22, n. 1 (2012): 44-57.

Darling-Wolf, Fabienne. «Transnational Popular Culture and Imagination in The Digital Age.» In *Media in Asia. Global, Digital, Gendered and Mobile*, a cura di Youna Kim, 125-138. New York: Routledge, 2022.

- Davis, Stuart. «What is Netflix imperialism? Interrogating the monopoly aspirations of the 'World's largest television network'.» *Information, Communication & Society* (Routledge), 2021.
- Denison, Rayna. «Transcultural creativity in anime: Hybrid identities in the production, distribution, texts and fandoms of Japanese anime.» *Creative Industries Journal* (Intellect Ltd Major Papers) 3, n. 3 (2011): 221-235.
- Ducros, Faustina M., Christina B. Chin, Jong-Hwa Lee Jenny, Wang Yuen Nancy, Meera E. Deo, e Milman Noriko. «Asian Americans and Pacific Islanders on TV.» *Contexts* 17, n. 4 (2018): 12-17.
- Eiga.com. *BLEACH*. 2017. <https://eiga.com/movie/85498/>
(consultato il giorno 12 15, 2022).
- . *Death Note デスノート*. 2018. <https://eiga.com/movie/86788/>
(consultato il giorno 12 16, 2022).
- Eklund, Oliver, e Stuart Cunningham. «State Actor Policy and Regulation Across the Platform-SVOD Divide.» In *Digital Platform Regulation. Global Perspectives on Internet Governance*, a cura di Terry Flew e Fiona R. Martin, 191-208. Londra: Palgrave Macmillan, 2022.
- Elkins, Evan. «Algorithmic cosmopolitanism: on the global claims of digital entertainment platforms.» *Critical Studies in Media Communication* 36, n. 4 (2019): 376-389.

Ellwood, David, Mel van Elteren, Mick Gidley, Rob Kroes, David E. Nye, e Bob Rydell. «Questions of Cultural Exchange: The NIAS Statement on the European Reception of American Mass Culture.» *American Studies International*, 1994: 32-44.

Enciclopedia Nipponica. «死神（人を死に誘う神）shinigami (hito wo shini sasou kami) (Shinigami (gli dei che accompagnano alla morte le persone)).» *Kotobank*. s.d.
<https://kotobank.jp/word/%E6%AD%BB%E7%A5%9E%28%E4%BA%BA%E3%82%92%E6%AD%BB%E3%81%AB%E8%AA%98%E3%81%86%E7%A5%9E%29-1542752> (consultato il giorno 11 18, 2022).

— . «特殊撮影 tokushusatsuei (effetti speciali).» *Kotobank*. s.d.

<https://kotobank.jp/word/%E7%89%B9%E6%AE%8A%E6%92%AE%E5%BD%B1-104760#E6.97.A5.E6.9C.AC.E5.A4.A7.E7.99.BE.E7.A7.91.E5.85.A8.E6.9B.B8.28.E3.83.8B.E3.83.83.E3.83.9D.E3.83.8B.E3.82.AB.29> (consultato il giorno 11 18, 2022).

Fabbrini, Sergio. «LAYERS OF ANTI-AMERICANISM. Americanization, American Unilateralism and anti-Americanism in a European Perspective.» *European Journal of American Culture* 23, n. 2 (2004): 79-94.

Fagerjord, Anders, e Lucy Kueng. «Mapping the core actors and flows in streaming video services: what Netflix can tell us about these new media networks.» *Journal of Media Business Studies* 16, n. 3 (2019): 166-181.

- Fain, Kimberly. «Netflix. Culturally Transformative and Equally Accessible.» In *Netflix at the Nexus. Content, Practice, and Production in the Age of Streaming Television*, a cura di Theo Plother e Amber M. Buck, 129-145. New York: Peter Lang, 2019.
- Fennell, Dana, Ana S.Q. Liberato, Bridget Hayden, e Yuko Fujino. «Consuming Anime.» *Television & New Media* 14, n. 5 (2012): 440-456.
- Filmmarks. *BLEACH*. 2018. <https://filmmarks.com/movies/69734> (consultato il giorno 12 16, 2022).
- . *Death Note / デスノート*. 2017. <https://filmmarks.com/movies/68924> (consultato il giorno 12 16, 2022).
- Ford, Jessica. «At The Fringes of TV. Liminality and Privilege in Netflix's Original Scripted Dramedy Serie.» In *Netflix at the Nexus. Content, Practice, and Production in the Age of Streaming Television*, a cura di Theo Plothe e Amber M. Buck, 97-112. New York: Peter Lang, 2019.
- Frater, Patrick. «Netflix Unveils Huge Expansion of Japanese Content, Greater Emphasis on Feature Films.» *Variety*. 09 11 2021. <https://variety.com/2021/global/asia/netflix-expansion-of-japanese-content-1235107911/> (consultato il giorno 11 04, 2022).
- Fung, Anthony, e Georgia Chik. «Netflix, The Digital West in Asia. New Models, Challenges and Collaborations.» In *Media in Asia. Global, Digital, Gendered and Mobile*, a cura di Youna Kim, 41-52. New York: Routledge, 2022.

- Garofalo, Piero. «Myths and Counter Myths: the Making of America in Fascist Italy.» *Italian Culture* 15, n. 1 (1997): 91-103.
- Genette, Gérard. *Palinsesti. La letteratura al secondo grado*. Traduzione di Raffaella Novità. Torino: Einaudi, 1997.
- Gironi, Federico. «Death Note: la recensione del film Netflix che adatta in live action l'omonimo manga.» *Comingsoon*. 24 08 2017. <https://www.comingsoon.it/film/death-note/53815/recensione/> (consultato il giorno 12 15, 2022).
- Gomez-Uribe, Carlos A., e Neil Hunt. «The Netflix Recommender System: Algorithms, Business Value, and Innovation.» *ACM Transactions on Management Information Systems* 6, n. 4 (2015): 1-19.
- Gray, Jonathan. «The reviews are in. TV critics and the (pre)creation of meaning.» In *Flow Tv. Television in the age of media convergence*, a cura di Michael Kackman, Marnie Binfield, Matthew Thomas Payne, Allison Perlman e Bryan Sebok, 114-127. New York: Routledge, 2011.
- Harata, Shinichiro. «キャラクター・アダプテーション: マンガ・アニメの実写化に対する拒否反応 kyarakuta- · adapute-shon: manga · anime no jisshakani taisuru kyohihannou (Adattamento e personaggi: il rifiuto degli adattamenti live-action di anime e film d'animazione).» *翻訳の文化/文化の翻訳 hon'yaku no bunka/bunka no hon'yaku (Cultura della traduzione/Traduzione della cultura)* 16 (2021): 35-50.

Heibonsha World Encyclopedia. «死神 shinigami (dio della morte).»

Kotobank. s.d.

<https://kotobank.jp/word/%E6%AD%BB%E7%A5%9E-713060> (consultato il giorno 11 14, 2022).

Hieronymus, Mark. «Harry Potter and the Cursed Child Review.»

Heights Forum. s.d. <https://heightsforum.org/review/harry-potter-and-the-cursed-child-review/> (consultato il giorno 11 15, 2022).

Hutcheon, Linda. *Teoria degli adattamenti. I percorsi delle storie fra letteratura, cinema, nuovi media*. Traduzione di Giovanni Vito Distefano. Roma: Armando Editore, 2011.

Hyakusoku, Tomohiro. «実写映画版『ガチャマン』に見る実写化視

座 jisshaeigaban "Gachaman"ni miru jisshaka shiza

(Prospettiva di decifrazione dei live action nel film live-action

"Gachaman").» *芸術世界 : 東京工芸大学芸術学部紀要*

geijutsusekai: toukyou kougei daigaku geijutsu gakubu kiyou (Il mondo dell'arte: Bollettino della Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università Politecnica di Tokyo), n. 22 (2016): 1-7.

Ignazzi, Mattia. «Le caste in India.» *Large Movements -Storie di esseri umani-*. 03 09 2020.

<https://migrazioniontheroad.largemovements.it/caste-india/#:~:text=Il%20sistema%20delle%20caste%20in%20India%20%C3%A8%20tutt%E2%80%99oggi,che%20oggi%20%C3%A8%20ricompreso%20tra%20India%20e%20Nepal.> (consultato il giorno 02 18, 2023).

Il Trono del Muori. «RIASSUNTO ACCURATISSIMO DEATH NOTE NETFLIX - SPECIALE 1 MILIONE DI ISCRITTI NONÈVEROMAI.» *Youtube*. 04 09 2017.

<https://www.youtube.com/watch?v=Oxm1X6KIzKQ>
(consultato il giorno 19 12, 2022).

IMDb. *Bleach*. 2018. <https://www.imdb.com/title/tt5979872/>
(consultato il giorno 12 15, 2022).

–. *Death Note*. 2017.

https://www.imdb.com/title/tt1241317/?ref_=nv_sr_srsrg_2
(consultato il giorno 12 15, 2022).

Indigo, Xan. «Netflix's Cowboy Bebop Reveals A Major Problem With Modern Adaptations.» *ScreenRant*. 06 12 2021. (consultato il giorno 01 02, 2023).

Iwabuchi, Koichi. «Border Crossing and the Question of Transgressive Openness.» In *Media in Asia. Global, Digital, Gendered and Mobile*, a cura di Kim Youna, 107-121. New York: Routledge, 2022.

–. «Pop-culture diplomacy in Japan: Soft power, nation branding and the question of 'international cultural exchange'.» *International Journal of cultural Policy* 21 (2015): 419-432.

–. *Recentering globalization. Popular culture and Japanese Transnationalism*. Durham and London: Duke University Press, 2002.

Jang, Moonkyoung, Dokyung Kim, e Hyunmi Baek. «How do global audiences of TV shows take shape? Evidence from Netflix.» *Applied Economics Letters*, 2021.

- Jenkins, Henry. *Convergence Culture. Where old and new media collide.* New York: New York University Press, 2006.
- . «Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling.» *MIT Technology Review*. 15 01 2003.
<https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/> (consultato il giorno 12 15, 2022).
- Jenner, Mareike. *Netflix and the Re-Invention of Television.* Londra: Palgrave McMillian, 2018.
- Jin, Dal-Yong. *Digital Platforms, Imperialism, and Political Culture.* London; New York: Routledge, 2015.
- . «The Korean Wave.» *Georgetown Journal of International Affairs*. 26 05 2020. <https://gja.georgetown.edu/2020/05/26/the-korean-wave/> (consultato il giorno 11 02, 2022).
- John. «Netflix in Korea - An Overview of Their Expansion Plans in South Korea.» *Seoulz*. 07 03 2022.
<https://www.seoulz.com/netflix-in-korea-an-overview-of-their-expansion-plans-in-south-korea/> (consultato il giorno 02 13, 2023).
- Johnson, Derek. «Fantagonism. Factions, Institutions, and Constitutive Hegemonies of Fandom.» In *Fandom. Identities and Communities in a Mediated World*, a cura di Jonathan Gray, C. Lee Harrington e Cornel Sandvoss, 285-300. New York: NYU Press, 2007.

- Joyner, April. *Blackflix - How the Netflix's algorithm exposes technology's racial bias*. 29 02 2016.
<https://www.marieclaire.com/culture/a18817/netflix-algorithms-black-movies/> (consultato il giorno 10 5, 2022).
- Ju, Hyejung. «Korean TV drama viewership on Netflix: Transcultural affection, romance, and identities.» *Journal of International and Intercultural Communication* (Routledge) 13, n. 1 (2020): 32-48.
- Kackman, Michael, Marnie Binfield, Matthew Thomas Payne, Allison Perlman, e Bryan Sebok. (Eds.). *Flow TV. Television in the Age of Media Convergence*. New York: Routledge, 2010.
- Keating, Gina. *Netflixed: The Epic Battle for America's Eyeballs*. Portoflio, 2013.
- Kim, Matt. «Netflix's Cowboy Bebop: Season 1 Review.» *IGN*. 15 11 2021. <https://www.ign.com/articles/cowboy-bebop-season-1-review> (consultato il giorno 01 02, 2023).
- Kim, Youna. «Soft Power and Cultural Nationalism. Globalization of the Korean Wave.» In *Media in Asia. Global, Digital, Gendered and Mobile*, a cura di Youna Kim, 93-106. New York: Routledge, 2022.
- Kopirōwa, Ōriga. *Media Mix as Adaptation: With Maeda Mahiro's Gankutsuō as an Example (Tesi di Dottorato)*. Kyōto: Kyōto Seika University, 2015.

- Krayden, David. *Daily Caller - Canadian Broadcasting President Calls Netflix 'Cultural Imperialism'*. 02 02 2019.
<https://dailycaller.com/2019/02/02/cbc-netflix-cultural-imperialism/> (consultato il giorno 05 10, 2022).
- Kroes, Rob. «European Anti-Americanism: What's New?» *The Journal of American History* 93, n. 2 (2006): 417-431.
- Kubo, Tite. «@tite_official.» *Twitter*. 14 07 2018.
https://twitter.com/tite_official/status/1017972079390408704 (consultato il giorno 21 11, 2022).
- Kull, Steven. «Culture Wars? How Americans and Europeans View Globalization.» *The Brookings Review* 19, n. 4 (2001): 18-21.
- Laemmerhirt, Iris-Aya. «Could We Have a Geisha in This Scene? Transnational Depictions of Japan in Contemporary Hollywood Movies.» In *Embracing Differences. Transnational Cultural Flows between Japan and the United States*, di Iris-Aya Laemmerhirt, 147-210. Bielefeld: [transcript] Culture & Theory, 2013.
- Lamerichs, Nicolle. «The cultural dynamic of doujinshi and cosplay: Local anime fandom in Japan, USA and Europe.» *Partecipations. Journal of Audience & Reception Studies* 10, n. 1 (2013): 154-176.
- Lee, Dong-Hoo. «Cultural Contact With Japanese Tv Dramas: Modes of Reception and Narrative Transparency.» In *Feeling Asian Modernities. Transnational Consumption of Japanese Dramas*, a cura di Koichi Iwabuchi, 251-274. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2004.

- Leitch, Thomas. *Film Adaptation and Its Discontents. From Gone with the Wind to The Passion of the Christ*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 2007.
- Lobato, Ramon. *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. New York: New York University Press, 2019.
- Lobato, Ramon, e James Meese. (Eds.). *Geoblocking and Global Video Culture*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2016.
- Lotz, Amanda D. «In between the global and the local: Mapping the geographies of Netflix as a multinational service.» *International Journal of Cultural Studies*, 2021: 195-215.
- . *Netflix and Streaming Video. The Business of Subscriber-Funded Video on Demand*. Cambridge: Polity Press, 2022.
- . «Unpopularity and cultural power in the age of Netflix: New questions for cultural studies' approach to television texts.» *European Journal of Cultural Studies* 24, n. 4 (2021): 887-900.
- Lotz, Amanda D., Oliver Eklund, e Stuart Soroka. «Netflix, library analysis, and globalization: rethinking mass media flows.» *Journal of Communication*, 2022: 511-521.
- Lu, Amy Shirong. «What Race Do They Represent and Does Mine Have Anything to Do with It? Perceived Racial Categories of Anime Characters.» *Animation: An Interdisciplinary Journal* 4, n. 2 (2009): 169-190.

MacMahon, James. «'Cowboy Bebop' review: jazzed-up anime adaptation misses a beat.» *NME*. 16 11 2021.

<https://www.nme.com/reviews/tv-reviews/cowboy-bebop-review-netflix-anime-3096762> (consultato il giorno 01 02, 2023).

MAiDiGiTV. «ネットフリックスCEO「我々は黒船ではなく希望を乗せたオレンジの船」 nettofurikkusuCEO: 「warewarewa kurofunedewanaku kibou wo noseta orenji no fune」 (Il CEO di Netflix: "Non siamo una nave nera, ma una nave arancione di speranza").» *Youtube*. 02 09 2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=OAvsh-sdw9g> (consultato il giorno 03 11, 2022).

Manuel Enrico. «BLEACH: LA RECENSIONE DEL LIVE ACTION DI NETFLIX!» *Just Nerd*. 18 09 2018.

<https://www.justnerd.it/bleach-netflix-recensione/> (consultato il giorno 12 22, 2022).

Markham, Annette, Simona Stavrova, e Max Schluter. «Netflix, Imagined Affordances, and the Illusion of Control.» In *Netflix At The Nexus. Content, Practice and Production in the Age of Streaming Television*, a cura di Theo Plothe e Amber M. Buck, 29-46. New York: Peter Lang, 2019.

Martin Roll. «Korean Wave (Hallyu) – The Rise of Korea’s Cultural Economy & Pop Culture.» *MartinRoll. Business & Brand Leadership*. 10 2021.

<https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/> (consultato il giorno 11 02, 2022).

Matsushita, Yōko. *闇の末裔 yami no matsuei (La stirpe delle tenebre)*. Tokyo: Hakusensha, 1996 - 2002.

Melancoliae. «Bleach (Film 2018).» *Nerdevil.it*. 23 09 2018.
<https://www.nerdevil.it/2018/09/23/bleach-film-live-action-recensione/> (consultato il giorno 12 22, 2022).

metacritic. *Death Note*. 2017.

<https://www.metacritic.com/movie/death-note/critic-reviews> (consultato il giorno 12 15, 2022).

Mirrlees, Tanner. *Global Entertainment Media. Between Cultural Imperialism and Cultural Globalization*. Routledge: New York, Oxon, 2013.

Morimoto, Lori Hitchcock, e Bertha Chin. «Reimagining the imagined community: online media fandoms in the age of global convergence.» In *Fandom, Second Edition: Identities and Communities in a Mediated World*, a cura di Jonathan Gray, Cornel Sandvoss e C. Lee Harrington, 174-188. New York: New York University Press, 2017.

Mymovies.it. *BLEACH*. 2018.

<https://www.mymovies.it/film/2018/bleach/> (consultato il giorno 12 15, 2022).

–. *DEATH NOTE*. 2017.

<https://www.mymovies.it/film/2017/deathnote/>
(consultato il giorno 12 15, 2022).

Neta, Alexander. «Catered to Your Future Self: Netflix's "Predictive Personalization" and the Mathematization of Taste.» In *The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*, a cura di McDonald Kevin e Smith-Rowsey Daniel, 81-97. New York: Bloomsbury USA Academic, 2018.

Netflix. *La storia di Netflix*. s.d. <https://about.netflix.com/it>
(consultato il giorno 09 27, 2022).

Novak, Alison N. «Narrowcasting, Millenials and the Personalization of Genre in Digital Media.» In *The Age of Netflix. Critical Essays on Streaming Media, Digital Delivery and Instant Access*, a cura di Cory Barker e Myc Wiatrowski, 228-255. Jefferson: McFarland & Company, Inc., Publishers, 2017.

Ōkubo, Atsushi. ソウルイーター *souru i-ta- (Soul Eater)*. Tokyo: Square Enix, 2004-2013.

Pande, Rukmini. *Squee from the Margins: Investigating the Operations of Racial/Cultural/Ethnic Identity in Media Fandom (Tesi di dottorato)*. Perth: University of Western Australia, 2017.

- Pellitteri, Marco. «The European experience with Japanese animation, and what it can reveal about the transnational appeal of anime.» *Asian Journal of Communication* 31, n. 1 (2021): 21-42.
- Plothe, Theo, e Amber M. Buck. (Eds.). *Netflix at the Nexus. Content, Practice, and Production in the Age of Streaming Television*. New York: Peter Lang, 2019.
- Pusztai, Beáta. «Adapting the Medium: Dynamics of Intermedial Adaptation in Contemporary Japanese Popular Visual Culture.» *Acta Universitatis Sapientiae, Film and Media Studies* 10, n. 1 (2015): 141 - 152.
- Rendell, James. «'I am (not) Major': anti-fan memes of Paramount Pictures' Ghost in the Shell marketing campaign.» *New Review of Film and Television Studies* 19, n. 2 (2021): 173-199.
- Robinson, Jacob. «Live-Action Anime Adaptations Coming to Netflix in 2023 and Beyond.» *What's on Netflix*. 13 12 2022. <https://www.whats-on-netflix.com/coming-soon/live-action-anime-adaptations-coming-to-netflix-in-2023-and-beyond/> (consultato il giorno 01 02, 2023).
- Rotten Tomatoes. *BLEACH*. 2018. https://www.rottentomatoes.com/m/bleach_2018 (consultato il giorno 12 14, 2022).
- . *Death Note*. 2017. https://www.rottentomatoes.com/m/death_note_2017 (consultato il giorno 12 14, 2022).
- Said, Edward W. *Orientalism*. New York: Vintage Books, 1979.

- Salsabila, Khansa. «Netflix: Cultural Diversity or Cultural Imperialism?» *Rubikon. Journal of Transnational American Studies*, n. 8 (2021): 15-27.
- Sanchez, Miranda. «How Netflix's Death Note Alters the Original Story With Its American Setting.» *IGN*. 29 06 2017. <https://www.ign.com/articles/2017/06/29/how-netflixs-death-note-alters-the-original-story-with-its-american-setting> (consultato il giorno 11 17, 2022).
- Sanders, Julie. *Adaptation and appropriation*. New York: Routledge, 2006.
- Schick, Michal. «The Cursed Child as Fanfiction, and Where the Problem Really Lies .» *Hypable*. 02 08 2016. <https://www.hypable.com/the-cursed-child-fanfiction-or-canon/> (consultato il giorno 11 15, 2022).
- Sciamanna, Erika. «Recensione Bleach: il live action che supera le aspettative.» *Movieplayer*. 22 09 2018. https://movieplayer.it/articoli/bleach-recensione-live-action-netflix-manga_19558/ (consultato il giorno 12 15, 2022).
- Shagrir, Oranit Klein. «From VIKI to Netflix.» In *Netflix at the Nexus. Content, Practice, and Production in the Age of Streaming Television*, a cura di Theo Plothe e Amber M. Buck, 147-160. New York: Peter Lang, 2019.
- Shigeaki, Saegusa. «ネットフリックスという“黒船”は日本の政治を変えるかもしれない nettofurikkusutoiu "kurofune" wa nihon

no seiji wo kaerukamoshirenai (La "nave nera" di Netflix potrebbe cambiare la politica giapponese).» *日刊ゲンダイ DIGITAL*. 22 01 2022. https://www.nikkan-gendai.com/articles/view/geino/300281#google_vignette (consultato il giorno 10 29, 2022).

Smith, Jason A., Briana L. Pocratsky, Marissa Kiss, e Christian Rafael Suero. «Programming Gendered Content. Industry, Post-feminism, and Netflix's Serialized Exposition of Jessica Jones.» In *Netflix at the Nexus. Content, Practice, and Production in the Age of Streaming Television*, a cura di Theo Plothe e Amber M. Buck, 113-127. New York: Peter Lang, 2019.

Stanfill, Mel. *Exploiting Fandom. How the Media Industry Seeks to Manipulate Fan*. Iowa City: University of Iowa Press, 2019.

Statista. «Total export value of the content industry in South Korea from 2014 to 2020.» *Statista*. 09 2022. <https://www.statista.com/statistics/1155021/south-korea-export-value-content-industry/#:~:text=Published%20by%20Statista%20Research%20Department%2C%20Oct%205%2C%202022,Korean%20content%20has%20increased%20by%20over%20126%20percent>. (consultato il giorno 10 25, 2022).

Stefansky, Emma. «Netflix's 'Cowboy Bebop' Adaptation Is a Mess.» *Thrillist*. 15 11 2021. <https://www.thrillist.com/entertainment/nation/cowboy-bebop-netflix-review-live-action-anime-adaptation> (consultato il giorno 01 02, 2023).

Stein, Luisa Ellen. «“Word of mouth on steroids”. Hailing the Millennial media fan.» In *Flow TV. Television convergence in the age of media convergence*, a cura di Michael Kackman, Marnie Binfield, Matthew Thomas Payne, Allison Perlman e Bryan Sebok, 128-143. New York: Routledge, 2011.

Steinberg, Marc. *Anime's Media Mix. Franchising Toys and Characters in Japan*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2012.

Stephan, Alexander. *The Americanization of Europe. Culture, Diplomacy and Anti-Americanism after 1945*. New York: Berghahn Books, 2008.

Stoll, Julia. «Netflix statistics & facts.» *Statista*. 07 03 2022. https://www.statista.com/topics/842/netflix/?#topicHeader__wrapper (consultato il giorno 10 05, 2022).

Sugawa-Shimada, Akiko. 「2.5次元文化」における参加型文化による嗜好共同体構築に関する研究 「2.5jigen bunka」 ni okeru sankagata bunkaniyoru shikou kyoudoutai kouchikuni kansuru kenkyū (Ricerca sulla costruzione delle taste communities attraverso la cultura partecipativa nella "cultura 2.5D"). Kakenhi, 2017-2020.

- ー. «第2回 事例1 2.5次元ミュージカル／舞台——2次元と3次元での漂流 dai2kai jirei1 2.5jigen myu-jikaru/butai - 2jigen to 3jigende no hyouryū (Parte 2: Caso di studio 1: musical/stage 2.5D - alla deriva tra due e tre dimensioni).» *WEB 青い弓*. 25 04 2016.
<https://yomimono.seikyusha.co.jp/jigenbukaron/jigenbunkaron02.html> (consultato il giorno 11 15, 2022).
- Tamaki, Taku. «Repackaging national identity: Cool Japan and the resilience of Japanese identity narratives.» *Asian Journal of Political Science* 27, n. 1 (2019): 108-126.
- Tomja, Alida. «Anti-Americanism in Europe: Causes and Consequences.» *Mediterranean Journal of Social Sciences* 4, n. 3 (2013): 259-264.
- Tomlinson, John. *Cultural Imperialism. A Critical Introduction*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1991.
- Trumbore, Dave. «Adam Wingard Shares His Notes on 'Death Note' as Production Begins.» *Collider*. 30 06 2016.
<https://collider.com/death-note-movie-filming/> (consultato il giorno 11 17, 2022).
- Tse, Yu-Kei. «Black Ships? Locating Netflix in Taiwan and Japan.» *Journal of Cinema and Media Studies* 59, n. 3 (2020): 143-148.
- Udhir, Christy Mag. «The Aesthetics of Actor-Character Race Matching in Film Fictions.» *Philosophers' Imprint* 12, n. 3 (2012): 1-17.

Van Syckle, Katie. «Death Note Director Adam Wingard Is Ready to Talk About Whitewashing.» *Vulture*. 18 08 2017. <https://www.vulture.com/2017/08/death-note-director-adam-wingard-on-whitewashing-criticisms.html> (consultato il giorno 12 20, 2022).

Vizzari, Lorenzo. «Bleach (film) – Recensione.» *CineLol*. 17 09 2018. <https://www.cinelol.it/2018/09/17/bleach-film-recensione/> (consultato il giorno 15 12, 2022).

Vlessing, Etan. *The Hollywood Reporter - Canadian TV Boss Accuses Netflix of "Imperialism"*. 31 01 2019. <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/canadian-tv-boss-accuses-netflix-imperialism-1181810/#!> (consultato il giorno 10 05, 2022).

Warner Bros. Japan. *Bleach Movie - Production Note - Action*. s.d. <https://wwws.warnerbros.co.jp/bleach-movie/about/production03.html> (consultato il giorno 11 18, 2022).

— . *Bleach Movie - Production Note - Background*. s.d. <https://wwws.warnerbros.co.jp/bleach-movie/about/production01.html> (consultato il giorno 11 16, 2022).

— . *Bleach Movie - Production Note - CG*. s.d. <https://wwws.warnerbros.co.jp/bleach-movie/about/production04.html> (consultato il giorno 11 18, 2022).

- . *Bleach Movie - Production Note - Location*. s.d.
<https://www.warnerbros.co.jp/bleach-movie/about/production05.html> (consultato il giorno 11 18, 2022).
- Wikipedia. *BLEACH*. s.d. <https://ja.wikipedia.org/wiki/BLEACH> (consultato il giorno 11 18, 2022).
- . *Death (personification)*. s.d.
[https://en.wikipedia.org/wiki/Death_\(personification\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Death_(personification)) (consultato il giorno 11 14, 2022).
- . *DEATH NOTE*. s.d.
https://ja.wikipedia.org/wiki/DEATH_NOTE (consultato il giorno 11 18, 2022).
- Willmore, Alison. «"Death Note" Starts Off Promisingly, Then Gets Lost In Translation.» *BuzzFeed*. 26 08 2017.
https://www.buzzfeed.com/alisonwillmore/shall-we-begin?utm_term=.jvQpv5eO9#.qoa19nrwz (consultato il giorno 12 30, 2022).
- Yamamura, Takayoshi. «Contents tourism and creative fandom: the formation process of creative fandom and its transnational expansion in a mixed-media age.» *Journal of Tourism and Cultural Change* 18, n. 1 (2020): 12-26.
- Yeomans, Annabel. «Why Netflix is investing in Korean content.» *Ampere Analysis*. 28 02 2022.
<https://www.ampereanalysis.com/insight/why-netflix-is-investing-in-korean-content> (consultato il giorno 02 13, 2023).

Yoshida, Hirofumi. «黒船「Netflix」は、日本のテレビ業界に維新をもたらすか? 来訪後の余波を検証 kurofune "nettofurikkusu" wa, nihon no terebigyoukaini ishin wo motarasuka? raihougo no yoha wo kenshou (La nave nera di "Netflix" rivoluzionerà l'industria televisiva giapponese? Analisi dopo l'arrivo di Netflix).» *Digiday*. 12 09 2015.
<https://digiday.jp/platforms/netflix-svod-model-change-industry/> (consultato il giorno 10 29, 2022).

Yoshioka, Shiro. «「脱・テニミュ史観」を目指して — 『サクラ大戦』に見る 2.5 次元ミュージカルの 新たな可能性 — 「datsu・tenimyu shikan」 wo mezashite - 「sakurataisen」 ni miru 2.5jigen myu-jikaru no aratana kanousei (Su una prospettiva storica post-Tenimyu. Nuove possibilità per i musical 2.5D in "Sakurataisen").» *国際基督教大学学報 3-A, アジア文化研究 kokusai kurisutokyō daigaku gakuhō 3-A, ajiabunka kenkyū (ICU Academic Journal 3-A, Studi culturali asiatici)*, n. 44 (2018): 149 - 166.

Zhao, Orina. «Video insight: Analysing Netflix's success in South Korea.» *Ampere Analysis*. 12 08 2021.
<https://www.ampereanalysis.com/insight/video-insight-analysing-netflixs-success-in-south-korea> (consultato il giorno 01 12, 2023).

Zundel, Jana. «TV IV's New Audience. Netflix's Business Model and Model Spectator.» In *Netflix At The Nexus. Content, Practice, and Production in the Age of Streaming Television*, a cura di Theo Plothe e Amber M. Buck, 13-28. New York: Peter Lang, 2019.