



Human&Future

Understanding meme? Sensi del tempo memetico

a cura di Fabiana Gambardella



Federico II University Press



fedOA Press



Human&Future



Human&Future

Direttore

Mario Cosenza – Università degli Studi di Napoli Federico II

Comitato scientifico

Francesco Celentano – Université de Lausanne

Massimiliano Delfino – Università degli Studi di Napoli Federico II

Roberto Delle Donne – Università degli Studi di Napoli Federico II

Colas Duflo – Université Paris Nanterre

Gianluca Giannini – Università degli Studi di Napoli Federico II

Clelia Iasevoli – Università degli Studi di Napoli Federico II

Ignas Kalpokas – Vytautas Magnus University, Kaunas (Lithuania)

Graziano Lingua – Università degli Studi di Torino

Luca Lo Sapo – Università degli Studi di Torino

Niina Meriläinen – Tampere University (Finland)

Lucio Pastore – Università degli Studi di Napoli Federico II

Antonio Pescapè – Università degli Studi di Napoli Federico II

Geminello Preterossi – Università degli Studi di Salerno

Antonino Squillace – Università degli Studi di Napoli Federico II

Simona Venezia – Università degli Studi di Napoli Federico II

Andrea Zhok – Università degli Studi di Milano Statale

Comitato di redazione

Federica Botta – Università degli Studi di Napoli Federico II

Roberto Corso – Università degli Studi di Napoli Federico II

Alessia Gifuni – Università degli Studi di Napoli Federico II

Mattia Papa – Università degli Studi di Napoli Federico II

Valerio Specchio – Università degli Studi di Napoli Federico II

La collana *Human and Future (H&F)* intende accogliere pubblicazioni legate ai lavori dell'omonima Task Force d'Ateneo. Quest'ultima accoglie studiosi di elevata qualificazione e a forte carattere interdisciplinare per promuovere attività di ricerca, di studio, di riflessione ed elaborazione, di relativo trasferimento di conoscenze e competenze sui temi connessi al futuro dell'umano. La collana *H&F* vuole essere anzitutto l'occasione per unire e combinare le competenze di umanisti e scienziati che si occupano direttamente di questioni quali bio-ingegneria, bio-informatica, AI, Industria 4.0, domotica etc., bio-politica, digitalizzazione, sicurezza. Una collana che sia un luogo d'incontro e fusione di saperi e metodologie, distinti dalle vecchie dinamiche di riunione-confronto-sintesi tra ambiti disciplinari separati. Crediamo che la sfida posta dalla transizione umana renda necessaria la co-elaborazione di codici e linguaggi (anche comunicativi e divulgativi) frutto, appunto, non di lavori riepilogativi, bensì di nuovo conio. In tal senso *H&F* vuole interrogarsi sull'impatto delle nuove tecnologie sulle forme di governo e autogoverno della vita – tanto a livello individuale quanto sociale – per promuovere forme di regolazione/regolamentazione politico-sociale del rapporto tra l'uomo e la sua potenza tecnologica e digitale adeguate alle sfide contemporanee, anche in considerazione del rapporto dell'uomo con l'ambiente e della ridefinizione stessa di ambiente (che trascende ormai i confini del nostro stesso pianeta).

Understanding meme? Sensi del tempo memetico

a cura di Fabiana Gambardella

Federico II University Press



fedOA Press

Understanding meme? Sensi del tempo memetico / a cura di Fabiana Gambardella.
– Napoli : FedOAPress, 2026. – 142 p. ; 21 cm. – (Human & Future ; 3).

Accesso alla versione elettronica: <http://www.fedoabooks.unina.it>

ISBN: 978-88-6887-433-9

DOI: 10.6093/978-88-6887-433-9

Volume pubblicato con il contributo dell'Università degli Studi di Napoli "Federico II", Fondi del Dipartimento di Scienze Politiche

© 2026 FedOAPress – Federico II University Press

Università degli Studi di Napoli Federico II
Centro di Ateneo per le Biblioteche "Roberto Pettorino"
Piazza Bellini 59-60
80138 Napoli, Italy
<http://www.fedoapress.unina.it/>
Published in Italy
Prima edizione: maggio 2026

Gli E-Book di FedOAPress sono pubblicati con licenza Creative Commons Attribution 4.0 International

Indice

INTRODUZIONE. Sui futuri narrativi dei Vistosamente Giovani e su come il tempo ha cambiato il Sempre	7
Fabiana Gambardella, <i>Giocare col senso: sugli effetti collaterali del dis-impegno</i>	13
Alessia Gifuni, <i>Oltre la rappresentazione: come il meme ri-pro- duce il reale</i>	39
Alfredo Gorlini, <i>Alcune implicazioni metodologiche e sociali di una possibile morfologia dell'internet meme</i>	63
Mattia Peluso, <i>Sensi e non sensi al di là della realtà: il meme tra simulazione e pseudo-cultura</i>	97
Valerio Specchio, <i>"I am become meme" – Ovvero: come ho im- parato a non preoccuparmi e ad amare le piattaforme</i>	119

Introduzione

Sui futuri narrativi dei Vistosamente Giovani e su come il tempo ha cambiato il Sempre

Siamo alla fine degli anni '80 e in un breve saggio sui *Futuri narrativi e i vistosamente giovani*, David Foster Wallace, scrittore e saggista eclettico, prematuramente scomparso, raccontava di mode e tendenze letterarie, di critici volubili e dei loro evanescenti entusiasmi seguiti da stroncature altrettanto cariche di pathos.

Nella fattispecie ragionava sull'inclinazione da parte di alcuni critici letterari di grido che verso la metà degli anni '80 avevano salutato con entusiasmo la nascita di una promettente generazione letteraria di giovanissimi, per poi scagliarsi qualche anno dopo su quella stessa generazione imberbe di G.R.B.A, *Giovani Romanzieri Bianchi Anomici*, denigrandone la creatività e bollandoli come *effimeri divetti del racconto*¹.

A colpire l'attenzione di Wallace era il fatto che i vistosamente giovani scrittori (tra i quali lui stesso si annoverava) fossero assemblati e giudicati in blocco, in barba alle rilevanti differenze di stile, di interessi e di contesti che ciascuno di essi rappresentava.

Il problema dunque era quello di una "generazione" unita non tanto, a detta di Wallace, dalla cronologia, quanto dal contesto entro il quale tutti loro si trovavano ad operare, un ambiente *nuovo e singolare*, caratterizzato da alcuni elementi chiave che ne condizionavano, loro malgrado, i valori estetici e le scelte letterarie.

¹ D. F. Wallace, *Fictional Futures and the Conspicuously Young*; trad. it. *Futuri narrativi e i Vistosamente giovani*, in *Di carne e di nulla*, p. 92.

La collocazione di questi autori all'interno dell'indistinto calderone dei vistosamente giovani, che comportava il misconoscimento delle loro individuali caratteristiche letterarie a favore di una generica e poco lusinghiera posizionalità eminentemente cronologica, trovava la sua ragion d'essere nella peculiare *Umwelt* all'interno della quale essi erano nati e avevano prodotto le loro singolari esperienze, un ambiente di comportamento completamente modificato e inedito rispetto alla generazione di maestri che li aveva preceduti.

Secondo Wallace il principale fattore a determinare questa inesorabile modificazione del liquido amniotico entro il quale i V.G. erano stati coltivati è il media per eccellenza dell'era elettrica: la televisione. Oggetto conosciuto e utilizzato dalla illuminata generazione di eruditi svezzata tra il 1940 e il 1960, ma ancora oggetto estraneo che non dice, che va imponendosi – nello spazio domestico stratificato di significati, storie e memorie – come cosa muta, malgrado il suo invadente chiacchiericcio, poiché non ancora inglobata in quelle pratiche di senso che trasformano l'ottusità della *semplice presenza in mondo*. Poco più che un trastullo per gli insigni maestri, temporanea e obnubilante distrazione cui abbandonarsi nelle brevi pause che il commercio quotidiano col mondo concede, ché la vita, lo spazio dell'esperienza e dunque della scrittura che quella vita prova a raccontare, è nettamente situata altrove, in quel mondo fatto di parole, corpi e incontri, che a partire dall'esperienza circoscritta e limitata del singolo, conduce, attraverso la trasfigurazione letteraria, all'emersione dell'Umano come Universale e all'esperienza raccontata – seppur perimetrata entro una precisa cornice spazio temporale – come archetipo, come un “senza tempo” nel quale in ogni epoca ci si possa riconoscere.

La televisione, al contrario, comprometteva la serietà narrativa assegnandole una data che la poneva «al di fuori del Sempre platonico»

co che le compete»². L'integrazione della televisione all'interno della nicchia vitale della specie si imponeva dunque come *hybris*, e i V.G., imbevuti di spot televisivi e storie di intrattenimento, diventavano anti-eroi tragici, destinati necessariamente allo scacco dell'irrelevanza, poiché avevano osato mutare la solidità di quel Sempre.

Il nuovo ordine e il nuovo tempo che avevano “cambiato Sempre”³, trasformandolo in contingenza pura, assumevano le forme rarefatte e cangianti delle mode istituite dai consigli per gli acquisti, forgiando personaggi letterari la cui interiorità era ridicibile agli slogan pubblicitari impressi sulle t-shirt che indossavano. Quel sempre allora diventava l'inaggirabile eterno presente del capitale e del mercato.

La televisione quindi allontanava inesorabilmente i V.G. «da buona parte dell'Establishment – letterario, intellettuale, politico – che legge e giudica la nostra produzione dalla sua sponda del... divario generazionale»⁴.

Non smette mai di cambiare il “sempre” e ci si chiede cosa avrebbe pensato Wallace del bizzarro “sempre” inaugurato dalla cultura memetica, un sempre aporetico, indeterministico, consustanzialmente effimero sebbene indefinitamente ricorsivo, che tiene insieme a suo modo essere e divenire, eternità e presente.

La labile caratura ontologica del meme rende difficile persino provare a formularne una definizione. Il meme è segno dei tempi per eccellenza, la rappresentazione plastica della nostra *impasse* ermeneutica, dell'incapacità di definizione di un reale talmente liquido che mentre provi a dirlo ha già cambiato forma. La cultura accademica si mette spesso sulla difensiva e, come i critici citati da Wallace,

² Ivi, p. 97.

³ *Ibid.*

⁴ Ivi, p. 95.

bolla un'intera generazione – che si sta affrancando dal sacro vincolo della scrittura per sperimentare forme inedite di espressione e condivisione – sotto il segno dell'analfabetismo funzionale, della cultura dell'intrattenimento a basso costo e del nichilismo programmatico.

La presente raccolta è forse l'esito della nostalgia e il tentativo di riscatto da parte di chi scrive che, suo malgrado e in un battito di ciglia, ha attraversato la sponda del divario generazionale ed è costantemente attraversato dalla tentazione del critico letterario di bollare ciò che fatica a comprendere come espressione del degrado dei tempi. Ecco perché ad aprire la raccolta il saggio più "conservatore" prova a riflettere sulla natura ibrida del meme, che mescola individualismo e cultura partecipativa, domandandosi quali siano le pratiche rituali che si producono attraverso tali artefatti e che ruolo giochi la cultura della levità nell'influenzare e modellare i maggiori accadimenti di rilievo politico e sociale del nostro tempo. Poiché fortunatamente il progetto nasce grazie al costante e benefico confronto con quei Vistosamente Giovani, che di quel mondo sono gli instancabili produttori, i contributi a seguire sapranno, meglio di chi scrive, delineare limiti e possibilità della cultura memetica.

Di concerto si è scelto un titolo importante e provocatorio, che racconta già la natura opaca di queste produzioni: *Understanding meme?*, dove il punto di domanda annuncia probabilmente già un'impresa votata allo scacco, ché la natura stessa dell'artefatto sembra impermeabile alla definizione, alla parola che ne stabilizzi una volta per tutte l'essenza. E allora il titolo avrebbe potuto essere allo stesso modo *Dis-understanding* o *Mis-understanding Meme*, incomprendimento determinata in parte dal pregiudizio di chi, troppo legato al passato, non riesce a decodificare il nuovo, ma anche fraintendimento creativo che costantemente e in coerenza con la natura del prodotto, si lascia condurre nel flusso poetico delle continue variazioni di una realtà privata del fondamento.

Studenti e giovani ricercatori provano allora a dare il loro contributo e a delineare i *sensi* del tempo memetico: questo plurale polimorfo indica infatti non soltanto la natura proteiforme dell'artefatto meme che sfugge all'univocità dell'interpretazione, che non si lascia ipostatizzare; ma evoca inoltre quella re-immersione descritta da McLuhan, prodotta dalle nuove estensioni tecnologiche che avvolgono in maniera integrale i nostri sensi, trasformando definitivamente l'uomo sequenziale e lineare prodotto dalla scrittura, una trasformazione di cui è ancora difficile comprendere la portata.

La riflessione di Alfredo Gorlini parte dalla definizione darwiniana di meme e sulla scia del costrutto biologico prova a delineare l'evoluzione di questi artefatti, cercando di comprendere – anche attraverso Agamben e il suo concetto di dispositivo – quanta parte in essa giochino le selezioni casuali e quanto invece sia determinato da processi di manipolazione volti a fini diversi dalla mera dimensione creativa degli utenti.

Il saggio di Mattia Peluso intreccia le riflessioni di Niklas Luhmann e Jean Baudrillard: a partire dalle premesse epistemologiche derivate dalle riflessioni di Luhmann sui concetti fondamentali della cibernetica di secondo ordine e attraverso l'apparato concettuale di Baudrillard, nella fattispecie i concetti chiave di simulacro, simulazione e iperrealità, interroga la relazione tra la logica del meme e le idee di significato, referente, realtà.

Il contributo di Alessia Gifuni, utilizzando una prospettiva heideggeriana, evidenzia la trasformazione dell'uso delle immagini nel contemporaneo. Inquadrato in una prospettiva ontologica sull'abitare, l'articolo concettualizza il meme come un dispositivo icono-linguistico e multimodale che contribuisce alla costituzione dell'esperienza digitale stessa, perdendo la tradizionale funzione di rispecchiamento del reale.

Valerio Specchio esamina la relazione tra potere politico, comunicazione memetica e società delle piattaforme attraverso un montaggio critico-memetico incentrato sull'affermazione di Elon Musk *I am become meme*. Servendosi di Baudrillard, Virilio e degli studi sulle piattaforme, l'articolo ricostruisce l'emergere dei meme come armi politiche, evidenziando la convergenza tra sottoculture online anonime, radicalizzazione dell'alt-right e trasformazione degli attori politici in meme virali.

Se la filosofia resta il tentativo mai pago di apprendere il proprio tempo col pensiero e la volontà ferrea di non cadere nell'etica del "si stava meglio quando si stava peggio", è doveroso lasciare la parola agli studenti e ai giovani ricercatori che rappresentano il cuore pulsante di una comunità scientifica che non voglia arroccarsi nella sterile apologia di una storia antiquaria e monumentale incapace di rinnovarsi lavorando sulle proprie categorie e sui propri pregiudizi.

Aprile 2026
Fabiana Gambardella

FABIANA GAMBARDELLA

*Giocare col senso:
sugli effetti collaterali del dis-impegno*



Abstract: This essay explores the meme phenomenon as an emblem of contemporary culture, its position between a pre-modernity where the relationship with the image is paramount and a postmodernity characterized by the end of authorship and by collective, participatory production. If the meme brings together opposing needs such as individualism and visibility on the one hand, and participatory culture and community building on the other, what are the ritual practices produced through these artifacts? And what role does this culture of levity play in influencing and shaping the major political and social events of our time? Are we social agents who build values and communities through digital artifacts, or are we merely vectors of a social machine that exploits our practices for its own benefit?

Keywords: Internet Meme, Social Media, Collective Myths and Rituals.

1. *Il meme tra premoderno e postmoderno*

Tra le forme di esonero che hanno caratterizzato l'evoluzione della nostra specie, un posto dirimente è occupato dalla parola stampata. Come sostenuto da McLuhan «forse il dono più significativo che la tipografia fece all'uomo è quello del distacco e del non coinvolgimento, il potere di agire senza reagire»¹, la possibilità cioè di distinguere tra pensiero ed emozione, di uscire dall'immersione estatica nel guazzabuglio sensoriale e istintuale, trasformando il caos in ordine e in possibilità operativa. Nell'era elettrica, proseguì profeticamente l'autore, «nella quale tutti sono sempre e reciprocamente coinvolti», questo inedito dono, privilegio della nostra specie, «è diventato un impiccio»², per molti una specie di bizzarria, inattuale nel processo di ri-tribalizzazione determinato dai nuovi media.

¹ M. McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*; trad. it. *Gli strumenti del comunicare*, p. 165.

² *Ibid.*

L'epoca del meme radicalizza questa asserzione, determinando la re-immersione estatica nel mondo ri-condotto a immagine. Siamo programmati dai colori, sosteneva Flusser alla fine degli anni '70 del secolo scorso, evidenziando anche in questo caso che le immagini che stavano sostituendo i codici unidimensionali come l'alfabeto avrebbero riprogrammato la nostra specie, anche in questo caso, come in una sorta di ritorno a una condizione primitiva, con la sostanziale differenza che «l'uomo premoderno viveva in un mondo di immagini che significava il "mondo". Noi viviamo in un mondo di immagini che tenta di significare delle teorie relative al mondo»³.

Nella condizione magica primitiva la presenza è catturata dalle immagini, quelle della veglia e anche quelle del sogno, posseduta da esse, ad esse reagisce, poiché l'azione, il potere sulle cose può essere esercitato soltanto laddove queste si situino a una certa distanza⁴. Per i nostri antenati dunque «il mondo era un insieme di scene, le quali esigono un comportamento magico»⁵.

L'invenzione della scrittura come forma di esonero determina una rivoluzione antropologica, sancisce il tempo lineare e l'entrata nell'irreversibilità della storia, non tanto, a detta di Flusser, per la possibilità offerta dal media di conservare i processi, quanto perché essa, plasticamente, *trasforma* le scene in processi, e cioè srotola l'immagine in linee, strappandola dalla sua cornice e ordinandola in modo nuovo, in un modo che potremmo definire del "padroneggiamento". La sequenza alfabetica è una forma di mediazione calco-

³ V. Flusser, *MedienKultur*; trad. it. *La cultura dei media*, p. 5.

⁴ Per Ernesto de Martino nella dimensione magica: «la presenza non ha ancora la forza di "gettare davanti a sé l'oggetto", vincendo la carica emozionale con cui esso si istituisce come contenuto della presenza [...] l'esserci è una realtà condensata», cfr. *Il mondo magico. Prolegomeni a una storia del magismo*, pp. 78 e 75.

⁵ V. Flusser, *op. cit.*, p. 7.

lante, più lontana *di un passo dal vissuto concreto*⁶ e, diversamente dall'immediatezza dell'immagine che è subito mondo, si interpone fra la presenza e il mondo con la potenza del calcolo, depotenzia la scena *trasformandola in un racconto*⁷, risolve l'immagine in concetto, creando una sorta di felice straniamento che determina il potere tecnico di manipolazione del mondo, decretando la vittoria della scienza sulla magia.

A partire dalla fine degli anni '70 del secolo scorso per molti esegeti era chiaro che le innovazioni apportate dalla società dell'informazione che andava imponendosi avrebbero determinato uno strappo nella dialettica distanza-concetto-azione.

Il mondo delle superfici-immagini emerso con la rivoluzione informatica «non significa più processi, non racconta più storie, e vivere in esso non significa agire. Il fatto che non significhi più tutto questo, riceve il nome di “crisi dei valori”»⁸. Come nella battaglia tra scienza e magia, le due dimensioni di senso continueranno a coesistere ancora per un po', ne è prova il fatto che restiamo per ora programmati in larga parte dai testi, «ma la nuova generazione, programmata da tecnoimmagini, non condivide i nostri “valori”»⁹.

Questo rinnovato ritorno all'immagine sembra trovare nel meme la sua caratterizzazione forte; si potrebbe partire, per provare a mettersi subito al riparo nella placenta tiepida delle definizioni, utilizzando quella che Dawkins elaborò anzitempo nel 1976, coniando il termine *meme* per spiegare la cultura dal punto vista evolutivo; la parola è correlata al francese *même* e al termine memoria e cioè indica

⁶ Ivi, p. 9.

⁷ Ivi, p. 8.

⁸ Ivi, pp. 10-11.

⁹ Ivi, p. 11.

al contempo autoriferimento e riproducibilità attraverso imitazione; per questo è risultata in seguito perfettamente adeguata agli artefatti digitali che proliferano in rete, facendo entrare molti anni dopo lo stesso Dawkins nel dibattito¹⁰: il meme sarebbe un'unità di trasmissione culturale che si propaga di cervello in cervello attraverso copia o imitazione e riguarda idee, frasi, melodie o mode¹¹. Sta di fatto che a un certo punto e a prescindere dall'abbozzo di teoria di diffusione culturale dawkinsiana – mai realmente impostasi nel panorama scientifico – grazie all'infrastruttura digitale «i meme sono apparsi. Da vago modello interpretativo della cultura, ispirato all'evoluzionismo darwiniano, la memetica si è fatta carne ed è diventata *i meme*, quelli di internet»¹², veri e propri artefatti culturali caratterizzati da una dimensione intertestuale, dall'intreccio inedito di cultura pop, politica e partecipazione, che ne farebbero il *pilastrino della cultura partecipativa del nostro secolo*¹³.

L'epoca memetica sembra radicalizzare, trasformandola, quell'estetica del *pastiche* descritta da Jameson come caratteristica del Post-moderno, che prevede «la scomparsa del soggetto individuale, insieme alla sua diretta conseguenza formale, ossia la sparizione progressiva

¹⁰ Dawkins spiegherà che il meme di internet costituisce una sorta di dirottamento rispetto all'idea originale, poiché invece di mutare per cambiamento casuale, viene alterato deliberatamente dall'estro dei creatori, perciò non c'è alcuna accuratezza nella copia, poiché i meme di internet vengono deliberatamente modificati, si cfr., l'articolo apparso su Wired il 20 giugno 2013, *Richard Dawkins on the internet's hijacking of the word "meme"*: <<https://www.wired.com/story/richard-dawkins-memes/>>. (Ultima consultazione 7 aprile 2026. La data va estesa a tutti i siti citati all'interno della raccolta).

¹¹ R. Dawkins, *The Selfish Gene*; trad. it. *Il gene egoista. La parte immortale di ogni essere vivente*, cap. 11, pp. 198-210.

¹² A. Lolli, *La guerra dei meme. Fenomenologia di uno scherzo infinito*, p. 43.

¹³ Si cfr. L. Shifman, *Meme in Digital Culture*, p. 4 (trad. mia).

dello stile personale». In altre parole per Jameson la frammentazione e la proliferazione dei linguaggi nell'epoca di un capitalismo avanzato che si autoproduce senza neanche più la necessità di imporre la lingua del padrone, determina l'incapacità da parte del soggetto di «estendere attivamente le sue protensioni e ritenzioni sulla molteplicità temporale e di organizzare il suo passato e il suo futuro in un'esperienza coerente»¹⁴, riducendo la cultura a «un mucchio di frammenti», a una «pratica indiscriminata dell'eterogeneo, del frammentario, dell'aleatorio»¹⁵. Nell'assenza di riferimenti certi e di narrazioni totalizzanti emerge una cultura degradata «di kitsch e scarti, di serial televisivi e cultura da 'Reader Digest', di pubblicità e motel, di show televisivi, film hollywoodiani di serie B e della cosiddetta paraletteratura con i suoi tascabili da aeroporto [...] Materiali che nei prodotti postmoderni non vengono semplicemente "citati", come avrebbero potuto fare un Joyce o un Mahler, ma incorporati in tutta la loro sostanza»¹⁶.

Con l'affermarsi della cultura memetica gli elementi descritti da Jameson subiscono un'ulteriore modificazione: il soggetto frammentato¹⁷ della fine del secolo scorso scompare a favore di uno sciame digitale¹⁸ estaticamente immerso nel presente della fruizione-produzione online, i cui frammenti creativi sono caratterizzati dalla tecnica del copia-modifica-incolla, dove l'elemento mediano della triade costituisce il residuo personalistico e la dimensione creativa di un soggetto più che rarefatto, che mantiene tuttavia una relativa pretesa all'autorialità.

¹⁴ F. Jameson, *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*; trad. it. *Postmodernismo. Ovvero La logica culturale del tardo capitalismo*, p. 42.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *Ivi*, p. 20.

¹⁷ *Ivi*, p. 31.

¹⁸ A tal proposito cfr. B.-C. Han, *Im Schwarm. Ansichten des Digitalen*; trad. it. *Nello sciame. Visioni del digitale*.

Shifman descrive la cultura memetica attraverso l'espressione *Networking Individualism* che accoglie al tempo stesso l'unicità individuale e la connettività, la possibilità cioè di emergere, di essere visibile in quanto individuo partecipando al contempo di un background condiviso e dunque creando comunità.

L'individualismo di rete si impone facendo convergere istanze antitetiche: stare nello sciame, muoversi protetti e in un certo senso nascosti all'interno di una dimensione collettiva, fluida ma compatta, al contempo emergendone, attraverso il guizzo individuale ricorsivamente introdotto nella pratica di taglia e cucì del meme, guadagnando in tal modo il proprio minuto di celebrità¹⁹. Essere anonimi ma visibili al momento opportuno, promuovere se stessi, la propria unicità e insieme sentirsi parte di un terreno comune, delimitare un'appartenenza, produrre comunità.

Per fare questo la tradizionale dimensione narrativa tesa alla costruzione di grandi storie foriere di un senso condiviso, lascia il posto a un processo di accumulazione seriale, caratterizzato da infinite piccole variazioni su un tema, per cui l'unità iniziale, l'originale – che nell'economia memetica non presenta platonicamente un valore ontologico superiore rispetto alle copie e di conseguenza neanche un diritto maggiore alla memoria²⁰ – va modificandosi costantemente in relazione agli apporti creativi degli utenti. Tali modifiche sono carat-

¹⁹ A proposito dell'*homo digitalis* e della sua appartenenza allo sciame, Han sostiene che esso «è tutt'altro che "Nessuno": egli conserva la sua identità privata persino quando si presenta come parte dello sciame. Si esprime in modo anonimo, ma di norma ha un *profilo* e lavora senza posa all'ottimizzazione di sé. Invece di essere "Nessuno" è insistentemente *Qualcuno* che si espone e ambisce all'attenzione», ivi, p. 23.

²⁰ Si cfr. A. Lolli, *op. cit.*, secondo cui «il meme non è identificabile con la sua prima incarnazione, ma con il volume complessivo delle sue versioni, o ancora meglio, con la sua potenzialità riproduttiva», p. 49.

terizzate da un principio di accumulazione, non solo perché aggiungono di fatto varianti alla prima versione, ma anche perché, per ottenere visibilità, diffusione e viralizzazione, tendono spesso ad adottare una logica iperbolica, a caricare l'intensità dell'originale, in una sorta di effetto booster che consente in alcuni casi il passaggio nell'evoluzione dell'unità dall'ironico, al comico, al grottesco, finanche talvolta all'aggressivo. Ne è un esempio il meme *Leave Britney alone*²¹: il video originale fu pubblicato nel 2007 dall'influencer Chris Crocker, e mostrava il giovane transessuale in lacrime e visibilmente sconvolto mentre implorava pubblico e stampa di lasciare per l'appunto in pace Britney Spears, bersaglio all'epoca di numerose critiche dirette ad alcune sue performance nonché alla sua tumultuosa vita privata. Il video, divenuto in poco tempo virale, scatenò una serie di meme di reazione, caratterizzati da una sorta di accumulazione parossistica, cominciata col *mirroring* – semplici parodie speculari che imitavano il contesto e il pathos eccessivo di Crocker – proseguita attraverso una graduale scomposizione dell'originale, una sua decontestualizzazione, con le frasi di Crocker remixate in ritornelli dance inseriti in altri contesti, e culminata in performance in cui venivano accentuati e distorti i tratti dell'influencer – il trucco colato, i capelli in disordine o la voce stridula – creando caricature grottesche che rasentavano il bullismo. È il piacere dell'iperbole, della ridondanza, della scommessa dissacrante a chi riesce a fare di più, alimentata dallo stesso meccanismo di facile riproduzione e diffusione, che vede i suoi esordi in quella cultura libertaria, politicamente scorretta e costantemente sfidante nata agli inizi degli anni Duemila su piattaforme come 4chan e Reddit²².

²¹ Cfr. <<https://knowyourmeme.com/memes/leave-britney-alone>>.

²² Si tratta di piattaforme nate rispettivamente nel 2003 e nel 2005, considerate essenziali per lo sviluppo e la diffusione del fenomeno meme. Se la prima è

Ancora una volta questa tensione fra unicità dell'apporto individuale e architettura di senso collettiva e partecipativa viene fuori come elemento caratterizzante di queste produzioni, in cui postmoderno e pre-moderno sembrano intrecciarsi senza soluzione di continuità: per un verso la postmoderna fine del soggetto forte e dell'autorialità, «a nessuno importa davvero la prima battuta» e cioè la creatività del primo autore, poiché essa è «quasi sempre meno divertente di tutte le variazioni che la attraversano in seguito»²³, proprio in virtù di quella tendenza ad alzare la posta; per l'altro una dimensione quasi pre-moderna, tribale, che evoca l'immediatezza dell'oralità, in cui la legittimità dell'enunciato sta nell'atto stesso della sua produzione e in cui tutti sono al contempo destinatori, referenti e destinatari²⁴, legati da una trama di senso condivisa che decreta l'appartenenza a una data comunità, nel nostro caso community. Seguendo il discorso di Lyotard potremmo considerare allora il meme come una nuova forma di sapere narrativo che paradossalmente non narra ma accumula, una inedita melopea digitale, che spezza la logica calcolante della sequenzialità rigorosa e che produce legame sociale. Non a caso se per raccontare un meme non si fa il nome dell'utente che per primo lo ha postato, risulta al contrario di grande importanza la citazione della community in cui esso ha iniziato a circolare. In altre parole il senso di appartenenza prodotto dalla rete fa volentieri

un'*imageboard*, caratterizzata dalla pubblicazione di immagini che producono *thread* di discussione, la seconda nasce come una sorta di forum basato sulla condivisione di links, immagini, video e testi organizzati in comunità tematiche, i subreddit. Al di là delle differenze condividono l'anonimato e lo spirito dissacrante e politicamente scorretto.

²³ A. Lolli, *op. cit.*, p. 49.

²⁴ Si cfr. la riflessione di Lyotard sulla pragmatica del sapere narrativo, evidente nei racconti popolari, nei miti, nelle leggende, in J. F. Lyotard, *La condition postmoderne. Rapport sur le savoir*; trad. it. *La condizione postmoderna*, pp. 37-68.

a meno di miti, leggende ed eroi e, sulla base di un microinput individuale, va modellando nondimeno «le mentalità, i comportamenti e le azioni dei gruppi sociali»²⁵. Potremmo dire che la comunicazione che avviene attraverso il meme non è di tipo denotativo, non trasmette informazioni, poiché in essa gli elementi caratterizzanti sono prevalentemente di natura performativa, prescrittiva, hanno a che fare cioè con la «costruzione e rappresentazione di credenze condivise [...] valori, simboli e sensibilità che incarnano ciò che gli individui sentono come comunità»²⁶.

Ci si potrebbe domandare allora, in questa inedita dialettica io-comunità, cosa venga prima, quale sia l'elemento propulsore, ma si tratterebbe anche in questo caso di una domanda anacronistica, incapace di cogliere la logica circolare del fenomeno che, come tutti i fenomeni complessi, rifugge dal problema dell'origine e dai rapporti unilineari di causa ed effetto. Potremmo dire, parafrasando la teoria dei sistemi autopoietici di Maturana e Varela, che il meme, come qualsiasi tipo di linguaggio, «serve ad orientare l'orientato entro il suo dominio cognitivo»²⁷, risponde cioè a una logica di chiusura e autoproduzione del sé. Tuttavia nel far questo inevitabilmente il linguaggio modifica i contorni di chi lo produce e al contempo dell'ambiente in cui viene prodotto, tenendo dunque insieme senza soluzione di continuità io e altri.

Inoltre, a voler restare nella teoria dei sistemi autopoietici, per dirla alla Luhmann, il proliferare della comunicazione tipico del

²⁵ L. Shifman, *op. cit.*, p. 18.

²⁶ Ivi, p. 60. Per la differenza tra comunicazione come trasmissione e comunicazione come rituale si cfr. anche J. W. Carey, *Communication as Culture. Essays on Media and Society*.

²⁷ H. Maturana - F. Varela, *Autopoiesis and Cognition. The Realization of the Living*; trad. it. *Autopoiesi e cognizione. La realizzazione del vivente*, p. 80.

moderno, non ammettendo nessuna descrizione assoluta o metanarrazione che dall'esterno indichi "il valore", immette i sistemi nella pura contingenza, nel presente della loro prestazione, per cui lo sfondo valoriale e simbolico che si produce attraverso tali artefatti, non è stabilito a priori una volta per tutte, non presenta riferimenti fissi e i suoi effetti non sono facilmente rintracciabili. Si tratta allora di un costante processo di definizione e ri-definizione del senso in cui io e mondo, identità e comunità vengono ricorsivamente negoziati²⁸.

La nostra epoca sarebbe allora caratterizzata da una logica iper-memetica²⁹, dove l'iper racconta non solo della diffusione capillare e veloce degli artefatti, quanto anche del fatto che la storia, ciò che accade e che presenta una rilevanza dal punto di vista politico, sociale ed economico, viene raccontata o meglio fissata attraverso un flusso memetico che traduce i fatti, modellandoli in tempo reale, diventando l'espressione vernacolare di un'intera generazione che ne custodisce la memoria, i codici e dunque i segreti, molto spesso inaccessibili ai più *âgés*.

2. Che vuol dire? Pratiche di senso ed esorcismi memetico-rituali

Forse l'errore ermeneutico di fondo del *boomer* al cospetto del meme risiede nel suo anacronistico retaggio metafisico, nella ricerca ostinata del vero celato dietro al velo delle apparenze, in quella passione certosina volta a recuperare significati attraverso un procedimento ordinato e sequenziale che dalla superficie visibile conduca, di

²⁸ Si cfr. N. Luhmann, *Beobachtungen der Moderne*; trad. it. *Osservazioni sul moderno*, in particolare da p. 34 a p. 85.

²⁹ Il concetto viene utilizzato da L. Shifman, *op. cit.*

causa in causa, alla verità della cosa. Per i più ortodossi esponenti di questa generazione, la verità della cosa dovrebbe poi addirittura presentarsi come edificante. Questa procedura, assieme al paradigma che la sostiene, viene completamente messa in scacco dall'insostenibile leggerezza dell'artefatto digitale e dalla sua cieca autopoiesi che non rinvia ad altro che a se stessa: come sistemi autopoietici i meme si autoproducono generando differenza nella ripetizione, poiché ad ogni passaggio e in maniere variegata a seconda delle tipologie «troviamo un elemento fisso e uno che varia»³⁰. Questi pezzi di discorso, questi enunciati mai conclusi producono il riso, un riso disimpegnato, disinvolto, che non smaschera, ma per l'appunto irride; il riso è allora suscitato proprio da un'opacità di fondo che non svela e mantiene il senso ambiguo.

Il discorso che si propaga di utente in utente non deve subire necessariamente modifiche di rilievo. Molto spesso la cornice iniziale di riferimento, ad esempio un'immagine accompagnata da testo, resta inalterata³¹, l'unico cambiamento apportato all'artefatto, fondamentale a suscitare la reazione, è l'immersione di quell'elemento all'interno di un contesto completamente modificato. L'effetto surreale e di straniamento prodotto dalla decontestualizzazione dell'originale e dalla sua ri-contestualizzazione in territori di senso e di utilizzo completamente diversi dalla matrice determina immediatamente il riso e soprattutto rende il meme nuovo e iconico.

³⁰ A. Lolli, *op. cit.*, p. 61. Il testo fornisce anche una disamina dei vari tipi di meme e delle loro caratteristiche.

³¹ È il caso, per citare un esempio, del "meme muto", che ha una natura paradossale, poiché pare contraddire se stesso e cioè la sua costante modificabilità prodotta dall'azione degli utenti. In esso l'immagine si ripete sempre uguale ma in contesti di senso diversi, dato che viene utilizzata dai fruitori come reaction a dei contenuti precedenti.

La reazione dipende naturalmente dall'appartenenza a quel background generazionale condiviso che ha costruito il vernacolo, maturato una memoria storica delle produzioni ed è dunque in grado di decodificarle subito, afferrandone gli slittamenti di senso, le distorsioni, gli ammiccamenti³².

La generalizzabile opacità, l'ambiguità semantica del meme, a prescindere dalle varie tipologie in cui si incarna, è determinata dal fatto che il segno non ha un rapporto immediato e diretto col referente e cioè non si limita a rappresentarlo, ma costantemente lo trascende, irridendolo, deformandolo, riconfigurandolo; istituisce per un verso la leggerezza del gioco, l'innocenza di un presente che fa a meno del fondamento, per l'altro tuttavia trasforma il meme in mito, in immagine che proprio a causa della sua opacità non ammette smentite: piuttosto il suo polimorfismo allarga il gioco delle interpretazioni e ri-configurazioni e al contempo rafforza tra i partecipanti il sentimento di appartenenza e insieme di distanza rispetto alla comunità dei "non-iniziati".

Fatto sta che nel rituale condiviso e costantemente aggiornato del meme la community digitale prova, come in tutti i riti che si rispettino, a esorcizzare il presente, la sua asprezza, che è sempre asprezza della storicità.

Quando Ernesto de Martino provava a descrivere la dimensione mitico-rituale, configurava la tensione temporale tra un presente vissuto come angoscia, la necessità di ritorno al passato e la possibilità di aprirsi verso il futuro. Il passato mitico rappresenta uno spazio

³² «Il meme è l'unione di più unità semantiche che bisogna conoscere per comprendere l'insieme e solo di conseguenza, eventualmente, riderne [...] La decodifica di una tale stratificazione dei segni diventa il motivo stesso della risata», cfr. A. Lolli, *op. cit.*, p. 58.

protetto, culla e rifugio rispetto all'alea del presente, in cui è possibile il paradosso della destorificazione, che è stare nella *storia come se non ci si stesse*³³, ritornando a un tempo senza tempo dove tutto è già stato deciso e risolto dall'intendimento di numi o eroi. Questa sospensione entro il regime protetto del passato mitico di fondazione, consente alla comunità di sporgersi verso il futuro, superare la crisi del presente e dare vita a valori nuovi, diversi certo, ma indissociabili da quel passato vissuto come fondamento e identità.

Sebbene il tempo nei rituali della community sembri ridursi all'immediato presente di ogni produzione digitale, al qui e ora della sua esposizione mediatica, in realtà non si può sostenere che i *memers* non intrattengano un legame col passato e soprattutto, come già detto, una specifica e talvolta anche certossina memoria dello stesso, sebbene si tratti spesso di un passato prossimo. In questo caso tuttavia pare che si sviluppi un diverso movimento di destorificazione: la memoria del passato infatti, laddove venga formulata memeticamente, è già per certi versi destoricizzata, svuotata in parte del suo contenuto reale, nella fattispecie della sua drammaticità; in questo senso il passato resta ancora spazio protetto a cui attingere e tuttavia in maniera affatto diversa rispetto alla lettura demartiniana: il passato protegge, non perché sia fortemente fondato e ontologicamente stabile, ma al contrario perché reso da subito leggero, fluido, radicalmente manipolabile, scomponibile e per questo praticabile. Rispetto ad esso la comunità/community agisce ancora di concerto, ma frammentando, collettivamente deformando – un pezzetto per ciascuno – il passato, e di conseguenza il presente e le sue vicissitudini. Si tratta di un passato che non impone – non pre-

³³ E. de Martino, *Fenomenologia religiosa e storicismo assoluto*, in *Storia e metastoria. I fondamenti di una teoria del sacro*, p. 63.

sentandole – determinazioni ontologiche ed assiologiche forti con cui doversi razionalmente ed eticamente confrontare, fosse anche per smentirle e tradirle, come sempre la vita fa, per dare origine a una serie nuova nel tempo. Il passato che si produce e riproduce memeticamente, sottoforma di riferimenti e reazioni è infinitamente duttile, con esso non ci si confronta drammaticamente, ci si gioca, ci si intrattiene facendo a meno del dramma, al contrario lo si esorcizza ridicolizzandolo, non prendendolo e non prendendosi sul serio. L'esito che produce perciò non è l'azione ma la reazione, sarebbe meglio dire la reaction, estemporanea e anch'essa priva di fondamento.

Il mito secondo de Martino è *parola che arresta e configura*; a seguire fino in fondo il suo ragionamento dovremmo dire che la parola memetica risulta un dispositivo a metà, poiché produrrebbe una sorta di catabasi priva di anabasi, che indugia nella passione per l'assurdo, senza alcun reale tentativo di riscatto. Ma si tratterebbe di un'interpretazione anacronistica che, sebbene tentante, non coglie la complessità del presente, il felice autoriferimento dei sistemi³⁴, che per certi versi sembrano recuperare l'innocenza del presente e di un divenire che non necessita più di ancoraggi forti e di grandi narrazioni.

³⁴ A tal proposito si cfr. la riflessione di Peter Sloterdijk su *Luhmann avvocato del diavolo*, in cui si descrive la nostra tradizione filosofica come caratterizzata non solo dall'idea del male, ma anche dal fatto di attribuire da sempre il male all'autoriferimento dei sistemi, a un'autonomia in grado di fare a meno del fondamento. Per l'autore si tratterebbe al contrario della possibilità di recuperare un sano narcisismo di specie, caratterizzato dall'innocenza del divenire; P. Sloterdijk, *Nicht gerettet. Versuche über Heidegger*; trad. it. *Non siamo ancora stati salvati. Saggi dopo Heidegger*, in particolare da p. 65 a p. 112.

3. *Miti d'oggi: quando un meme diventa presidente*

Anche per Roland Barthes il mito è una parola, è linguaggio, anche quando si esprime con l'immagine e tuttavia si tratta di un linguaggio speciale, al contempo ancorato e distante rispetto al contesto dal quale emerge, insieme dentro e fuori la storia alla quale pure fa riferimento. Nel saggio *Il mito, oggi*, Roland Barthes ci propone una fotografia: un giovane di colore in divisa francese con lo sguardo rapito rivolto in alto, mentre saluta la bandiera, ovviamente quella francese. Questa immagine entra a tutti gli effetti nella categoria del mito. A renderla tale è una certa potenza evocativa, che la allontana dal suo senso diretto, trasformandola in pura forma. Il *sens*o dell'immagine è infatti legato a una storia, fatta di accadimenti, drammi, sistemi di valori, vincitori e vinti: nella fattispecie racconta il colonialismo francese, la sua violenza, il suo umanesimo "circo-scritto alla sola civiltà occidentale". Questa immagine, al contrario, divenuta pura *forma*³⁵, sposta sul piano dell'orizzonte indistinto la storia e le sue tribolazioni, mettendo in primo piano l'innocenza del giovane sguardo, il saluto militare e lasciando all'osservatore la tranquillità della buona coscienza.

Si tratta di una prodigiosa alchimia, tanto più sorprendente perché, diversamente da altre strategie comunicative tese a orientare i destinatari, il mito non nasconde nulla, non dissimula, non cancella la storia³⁶, che resta lì, sullo sfondo, sempre eventualmente disponibile, eppure depotenziata. È depotenziata la storia perché il mito de-

³⁵ «Diventando forma, il senso allontana la sua contingenza; si svuota, s'impoverisce, la storia evapora», R. Barthes, *Mythologies*; trad. it. *Miti d'oggi*, in particolare *Il mito, oggi*, p. 199.

³⁶ Al contrario il mito è sempre «una parola scelta dalla storia: il mito non può sorgere dalla "natura" delle cose», ivi, p. 192.

forma senza nascondere e senza dichiarare: «non è né una menzogna né una confessione: è un'inflessione»³⁷.

In altre parole, la *storia* che fa da sfondo all'immagine subisce un processo di transustanziazione che la rende *natura*, perciò innocente e dunque legittima: non scompare il colonialismo francese, o meglio l'imperialità francese, ma nello sguardo del giovane alla bandiera la storia assume le sembianze della natura, come ordine dato, fatto incolpevole, razionale e di conseguenza necessario: «il mito è una parola *eccessivamente* giustificata»³⁸, in cui la contingenza, il frutto della decisione, si fa eternità e in quanto tale inappellabile: «Il mito si costituisce attraverso la dispersione della qualità storica delle cose: le cose vi perdono il ricordo della loro fabbricazione. Il mondo entra nel linguaggio come un rapporto dialettico di attività, di atti umani: esce dal mito come un quadro armonioso di essenze»³⁹.

I miti d'oggi, diversamente da quelli del secolo scorso, si costruiscono, si propagano e si dileguano alla velocità della luce sulle piattaforme social, ma non per questo risultano meno efficaci nel determinare una certa immagine del mondo.

Pepe the Frog nasce come personaggio del fumetto *Boy's Club* dalla penna di Matt Furie nel 2005: si tratta di una rana antropomorfa spensierata e in pace col mondo, il cui motto è *feels good man*. Diventa vero e proprio meme su 4chan nel 2008, dove comincia a subire delle trasformazioni in linea con la natura dissacrante e politicamente scorretta degli utenti della piattaforma; il motto resta sempre lo stesso ma accompagna immagini della rana meno edificanti, come quella che la ritrae mentre urina.

³⁷ Ivi, p. 210.

³⁸ Ivi, p. 211.

³⁹ Ivi, p. 223.

In seguito il meme viene utilizzato come *reaction* a indicare diverse situazioni emotive, *angry frog*, *sad frog* e *smug frog* e si impone come definitiva mascotte della community 4chan.

Quando nel 2014 si diffonde sulle piattaforme *mainstream*, tra cui Facebook e Tumblr⁴⁰, a corollario delle banalissime peripezie quotidiane degli utenti – fra cui anche molte celebrità – la comunità 4chan se ne allontana definitivamente, dichiarando ufficialmente la morte del meme. Accade tuttavia nel 2015 che una parte degli utenti di 4chan confluisca nel movimento Alt-right, continuando a servirsi della rana per diffondere contenuti razzisti e misogini, fino all'apoteosi della pubblicazione, il 13 ottobre 2015 su Twitter, di un'illustrazione di Pepe presidente degli Stati Uniti, col volto del candidato Donald Trump e la didascalia *You Can't Stump the Trump*. Il tram-busto mediatico scatenato da una parte della stampa e dall'autore del fumetto conducono nel 2016 l'*Anti-Defamation-League* a classificare Pepe come simbolo di odio razziale⁴¹.

Che dispositivo è quello della rana-presidente? Anche in questo caso l'immagine, divenuta forma pura, non nasconde nulla, al contrario tutto palesa: c'è l'ironia legata alle origini del meme, la goliardia ad esso associata, una certa scorrettezza anti-istituzionale, un certo irridente libertarismo e c'è d'altro canto, non meno palese, la storia recente delle evoluzioni o involuzioni di quell'immagine: il suprematismo, il razzismo, la misoginia. In altre parole, anche in

⁴⁰ Per una ricognizione dell'origine e della diffusione del meme Pepe The Frog si consulti <<https://knowyourmeme.com/memes/pepe-the-frog>>.

⁴¹ A tal proposito si cfr. l'articolo apparso sul Corriere della Sera nel 2016 di M. Rovelli, *Pepe the Frog, il meme virale che diventa simbolo d'odio e veste i panni di Donald Trump*: <https://www.corriere.it/tecnologia/cyber-cultura/16_settembre_29/pepe-the-frog-meme-virale-che-diventa-simbolo-d-odio-veste-panni-donald-trump-8f0c5d3e-8628-11e6-9ddf-2c9d29242dcc.shtml>.

questo caso, come in quello meno recente del soldato di Barthes, tutta la storia attuale e la nascita stessa di un movimento con la sua chiara ideologia neo-fascista è lo sfondo dell'immagine. E anche in questo caso il suo presentarsi senza veli, alla luce del sole, produce la deformazione, e cioè il passaggio dalla storia come frutto di scelta alla natura come "così deve essere", che è anche passaggio dalla responsabilità alla deresponsabilizzazione, tanto più forte quanto più la diffusione dell'immagine diventa virale.

Mettere in luce, palesare l'indecente nella veste rassicurante e spensierata della rana-presidente e diffonderlo in maniera capillare e immediata, sdrammatizza lo scandalo.

In questo caso ciò che opacizza la storia naturalizzandola è l'ironia, un dispositivo che genera ambiguità, perché consente a chi osserva di colludere emotivamente col sistema di valori mostrato, senza dover prendere una posizione ideologica netta nei suoi confronti, senza per l'appunto decidere razionalmente, perché quel corollario di idee non viene percepito nella sua pericolosità⁴²: «Irony has a strategic function. It allows people to disclaim a real commitment to far-right ideas while still espousing them [...] In other words, troll culture became a way for fascism to hide in plain sight»⁴³.

L'ambiguità del dispositivo gioca dunque un ruolo fondamentale e potentissimo in questo contesto poiché, tra le innumerevoli tragedie della storia, quella del fascismo pesa ad oggi come l'onta più grave, con cui ancora è difficile fare i conti. Il fatto che esso si diffonda come gioco all'interno di ambienti di comportamento peculiari e

⁴² Su questo argomento A. Reid Ross, *Against the Fascism Creep*.

⁴³ Si cfr. l'articolo apparso su *The Guardian*, Maggio 2017, *Hiding in plain sight: how the 'alt-right' is weaponizing irony to spread fascism*: <<https://www.theguardian.com/technology/2017/may/23/alt-right-online-humor-as-a-weapon-facism>>.

generazionalmente connotati, in cui gli istinti peggiori dell'umano vengono palesati giocando, sembra mettere al riparo il pensiero ragionante dal faticoso lavoro che gli compete: davvero bisogna prenderli sul serio? Si tratta di uno scherzo, sebbene di cattivo gusto? Di una provocazione da parte di una generazione rabbiosa nei confronti dei valori dei padri? È in tal modo che minimizza Milo Yannopoulos, altro controverso esponente dell'ultra destra contemporanea. Per il giornalista britannico si tratterebbe solo del modo provocatorio in cui i giovani provano a infastidire i nonni.

Sta di fatto che la diffusione memetica di persona in persona è già legittimazione, la sua semplicità è già natura, poiché oggi più che mai la natura è il dato, l'informazione che si autolegittima producendosi, cioè funzionando.

Succede dunque che il meme deformi la realtà e la realtà diventi meme decretando la vittoria di Trump alle presidenziali del 2016. Il mito memetico dunque ha prodotto «un effetto immediato: poco importa se successivamente il mito viene smontato, la sua azione si presume più forte delle spiegazioni razionali che un po' più avanti possono smentirlo»⁴⁴.

Si potrebbe sostenere che una certa tendenza alla naturalizzazione dei fenomeni sia una delle caratteristiche del nostro presente. Una tendenza che è l'esito di variabili complesse ma che trova forse le sue espressioni più forti per un verso nel modello neoliberista del capitale impostosi a partire dagli anni '80 del secolo scorso e per l'altro nella rivoluzione informatica⁴⁵. Agli esordi degli anni 2000, Mark

⁴⁴ R. Barthes, *op. cit.*, p. 211.

⁴⁵ In merito alle conseguenze di questo fatale intreccio si cfr. i lavori di B.-C. Han, *Müdigkeitsgesellschaft* e *Vom Verschwinden der Rituale. Eine Topologie der Gegenwart*.

Fisher, nel descrivere il realismo capitalista, sosteneva che «qualsiasi posizione ideologica non può affermare di aver raggiunto il suo traguardo finché non viene per così dire naturalizzata, e non può dirsi naturalizzata fino a quando viene recepita in termini di principio anziché come fatto compiuto»⁴⁶. Ad oggi sperimentiamo sulla nostra pelle quanto *sia più facile immaginare la fine del mondo che la fine del capitalismo*⁴⁷, che si è affermato, dopo il crollo dell'Unione Sovietica e della sua ideologia, come naturale movimento delle cose, necessario terreno a partire dal quale soltanto sono possibili le esistenze e le forme di manipolazione dell'umano.

L'aspetto interessante è che i leader della contemporanea epopea neoliberista sono proprio le big tech della comunicazione che hanno implementato i nuovi spazi di partecipazione nei quali la cultura memetica è sorta e in cui il dato assurge a natura.

Ritornando un istante alla riflessione di Barthes, l'autore sosteneva che la borghesia aveva costruito la propria affermazione attraverso una doppia mossa: aveva forzato la natura, l'aveva messa in movimento manipolandola, aveva spazzato via il quadro di essenze entro il quale era stata tradizionalmente intrappolata, e col lavoro e l'ingegno aveva prodotto la Storia, che è sempre frutto di una scelta. Nell'imporre poi la sua ideologia, la borghesia aveva tuttavia prodotto un movimento opposto, trasformando le sue scelte parziali, le sue peculiari selezioni in dati di fatto, in natura inamovibile e dunque sottratta alle intemperanze del tempo, ad ogni forma di cambiamento: in poche parole, nella società borghese «il passaggio dal reale all'ideologico si definisce come il passaggio da un'*anti-physis* a una *pseudo-physis*»⁴⁸.

⁴⁶ M. Fisher, *Capitalist Realism*; trad. it. *Realismo capitalista*, p. 51.

⁴⁷ F. Jameson, *Future City*.

⁴⁸ R. Barthes, *op. cit.*, p. 222.

Questo movimento paradossale sembra oggi confermarsi ma con una radicalità e una virulenza maggiori rispetto al passato, a causa del potere e soprattutto della volontà di potenza degli attori di tale vicenda.

Agli esordi di questa grande rivoluzione i suoi promotori, nel forzare i limiti del già conosciuto, nel rimodellare la natura, avevano promosso le loro innovazioni attraverso istanze progressiste di emancipazione, democratizzazione e inclusione⁴⁹; ad oggi molti di quegli stessi innovatori, da Elon Musk a Peter Thiel, a Palmer Luckey sono al contrario diventati i maggiori portavoce e – grazie al loro potere mediatico – i maggiori propagatori di quell'orientamento ideologico ultra reazionario che si sta imponendo come pericolosa deriva globale e che trasforma i loro valori nei Valori, in quanto aderenti all'ordine naturale ed eterno delle cose.

Come la borghesia del secolo scorso descritta da Barthes, anch'essi, nell'imporre la loro ideologia, presentano un'immagine del mondo pietrificata e manichea entro la quale è in gioco la battaglia eterna tra bene e male, tra tutela di una natura, che pericolosamente si identifica sempre più con patria, sangue e suolo e disgregante progressismo; la loro battaglia è caratterizzata da un'implicita teleologia che vedrà infine le forze del bene – e dunque essi stessi e i loro progetti di supremazia – prevalere.

Ne è un caso recentissimo, il raduno blindato a Roma di Peter

⁴⁹ Si esprimeva così Mark Zuckerberg in un discorso lanciato dalla pagina del suo profilo Facebook, il 16 febbraio del 2017, a proposito delle possibilità offerte dalla sua piattaforma «Our greatest challenges also need global responses, like ending terrorism, fighting climate change, and preventing pandemics. Progress now requires humanity coming together not just as cities or nations, but also as a global community»; M. Zuckerberg, *Building Global Community*: <https://www.astrid-online.it/static/upload/zuck/zuckerberg_facebook_16_2_17.pdf>.

Thiel e dei suoi accoliti, riuniti dal 15 al 18 marzo per discutere dell'Anticristo⁵⁰.

E allora l'espansione della cultura memetica ci pone davanti a una domanda cui è difficile dare una risposta, date la fluidità del mondo in cui si esprime e la velocità con cui esso cambia. Si tratta è vero di una cultura fortemente partecipativa, dove la tradizionale autorialità viene sostituita da una dimensione condivisa, promossa dalla rete, che consente a tutti di giocare la propria mossa nell'agone linguistico e, come voleva Lyotard, di avere un impatto sul sistema, contribuendo a costruire una visione del mondo e anche una certa operabilità. C'è tuttavia da chiedersi, nell'epoca del dataismo compiuto e dell'algoritmo che modella – certo a partire dalla nostra “natura” e cioè dalle informazioni che gli forniamo – orientamenti e tendenze, quanta reale agentività appartenga ai soggetti protagonisti del gioco creativo e quanto essi, fluidamente assecondando le proprie inclinazioni, stiano al contempo assecondando quelle della *mega-macchina sociale*⁵¹ entro la quale si producono. Riprendendo la definizione di Dawkins, il meme come unità di trasmissione culturale, che sfrutta le persone come meri vettori della diffusione, potrebbe allora essere interpretato come macchina sociale, una megamacchina contemporanea, che ricorsivamente produce se stessa, realizzando i suoi scopi grazie all'apporto variegato degli utenti.

⁵⁰ Poche sono le notizie trapelate da questo ciclo di quattro lezioni, avvenuto in forma blindatissima. A tal proposito si cfr., l'articolo su Wired, *Peter Thiel a Roma raccontato da chi lo ha invitato: parla con Wired l'organizzatore del ciclo di conferenze sull'Anticristo*: <<https://www.wired.it/article/peter-thiel-vincenzo-gio-berti-alberto-garzoni-roma/#lanticristo-una-metafora-ma-per-dire-cosa>>.

⁵¹ L. Mumford, *The Myth of the Machine*; in relazione alle macchine sociali nell'era del digitale si cfr. N. Cristianini, *La scorciatoia. Come le macchine sono diventate intelligenti senza pensare in modo umano*.

Ora c'è da chiedersi se in tale contesto di costante produzione e riproduzione, le persone siano meri vettori della trasmissione autopoietica o agenti intenzionali dotati di poteri decisionali.

La storicamente ricorsiva dialettica fra allevatori e allevati⁵² diventa cioè, nell'epoca di internet, molto più subdola e difficile da decodificare, sia per il proliferare degli attori in campo, decorporeizzati, deterritorializzati e ubiqui, sia per quella consustanziale levità con cui questa cultura si esprime, che pare non volersi mai prendere sul serio, irridere ogni forma di affermazione convinta, ma nietzschianamente voler giocare privata del fondamento, nella radicale immanenza della costruzione e de-costruzione del mondo.

Il problema è che mentre ci si trastulla nel gioco ricorsivo dei botta e risposta a suon di meme, le reaction a catena sembrano – la storia di oggi pare raccontarcelo – produrre deflagrazioni.

Bibliografia

- R. Barthes, *Mythologies*, Paris, Edition du Seuil, 1957; trad. it. *Miti d'oggi*, Torino, Einaudi, 1994.
- J. W. Carey, *Communication as Culture. Essays on Media and Society*, New York-London, Routledge, 1989.
- N. Cristianini, *La scorciatoia. Come le macchine sono diventate intelligenti senza pensare in modo umano*, Bologna, Il Mulino, 2023.
- R. Dawkins, *The Selfish Gene*, Oxford, Oxford University Press, 1976; trad. it. *Il gene egoista*, Milano, Mondadori, 1992.
- R. Dawkins, *Richard Dawkins on the internet's hijacking of the word "meme"*, intervista a cura di O. Solon, in «Wired», 20 giugno 2013, <<https://web.archive.org/web/20130709152558/http://www.wired.co.uk/news/archive/2013-06/20/richarddawkins-memes>>.

⁵² Cfr. P. Sloterdijk, *Reglen für den Menschenpark, Ein Antwortschreiben zu Heideggers Brief über den Humanismus*.

- E. de Martino, *Il mondo magico. Prolegomeni a una storia del magismo* (1948), Torino, Bollati Boringhieri, 2000.
- E. de Martino, *Fenomenologia religiosa e storicismo assoluto*, in «Studi e Materiali di Storia delle religioni», XXIV-XXV, 1953-54, poi in *Storia e metastoria. I fondamenti di una teoria del sacro*, Lecce, Argo, 1995.
- M. Fisher, *Capitalist Realism. Is There no Alternatives?*, UK, Zero Books, 2009; trad. it. *Realismo capitalista*, Roma, Nero Editore, 2018.
- V. Flusser, *MedienKultur*, Frankfurt am Main, Fischer Taschenbuch, 1997; trad. it. *La cultura dei media*, Milano, Bruno Mondadori, 2004.
- B.-C. Han, *Müdigkeitsgesellschaft*, Berlin, MSB Matthes&Seitz, 2010; trad. it. *La società della stanchezza*, Roma, Nottetempo, 2020.
- B.-C. Han, *Im Schwarm. Ansichten des Digitalen*, Berlin, MSB Matthes&Seitz, 2013; trad. it. *Nello sciame. Visioni del digitale*, Milano, Nottetempo, 2015.
- B.-C. Han, *Vom Verschwinden der Rituale. Eine Topologie der Gegenwart*, Berlin, Ullstein, 2019; trad. it. *La scomparsa dei riti. Una topologia del presente*, Roma, Nottetempo, 2021.
- Hiding in plain sight: how the 'alt-right' is weaponizing irony to spread fascism*, «The Guardian», May 2017, <<https://www.theguardian.com/technology/2017/may/23/alt-right-online-humor-as-a-weapon-facism>>.
- F. Jameson, *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, Duke University Press, 1991; trad. it. *Postmodernismo. Ovvero La logica culturale del tardo capitalismo*, Roma, Fazi Editore, 2007.
- F. Jameson, *Future City*, in «New Left Review», Vol. 21, May 2003.
- A. Lolli, *La guerra dei meme. Fenomenologia di uno scherzo infinito*, Firenze, Effequ, 2020.
- N. Luhmann, *Beobachtungen der Moderne*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 1992; trad. it. *Osservazioni sul moderno*, Roma, Armando Editore, 2006.
- J. F. Lyotard, *La condition postmoderne. Rapport sur le savoir*, Paris, Les Editions de Minuit, 1979; trad. it. *La condizione postmoderna*, Milano, Feltrinelli, 1997.
- H. Maturana - F. Varela, *Autopoiesis and Cognition. The Realization of the Living*, Dordrecht, Holland, 1980; trad. it. *Autopoiesi e cognizione. La realizzazione del vivente*, Venezia, Marsilio, 1985.
- M. McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, New York, McGraw-Hill 1964; trad. it. *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il Saggiatore, 2015.
- L. Mumford, *The Myth of the Machine. Technics and Human Development*, San Diego, Harcourt Brace Jovanovich, 1967.

- A. Reid Ross, *Against the Fascism Creep*, Chico, Ak Press, 2017.
- M. Rovelli, *Pepe the Frog, il meme virale che diventa simbolo d'odio e veste i panni di Donald Trump*, <https://www.corriere.it/tecnologia/cyber-cultura/16_settembre_29/pepe-the-frog-meme-virale-che-diventa-simbolo-d-odio-veste-panni-donald-trump-8f0c5d3e-8628-11e6-9ddf-2c9d29242dcc.shtml>.
- S. Santi, *Peter Thiel a Roma raccontato da chi lo ha invitato: parla con Wired l'organizzatore del ciclo di conferenze sull'Anticristo*, «Wired», 30-03-2025, <<https://www.wired.it/article/peter-thiel-vincenzo-gioberti-alberto-garzo-ni-roma/#lanticristo-una-metafora-ma-per-dire-cosa>>.
- L. Shifman, *Meme in Digital Culture*, Massachussets, MIT Press, 2014.
- P. Sloterdijk, *Nicht gerettet. Versuche über Heidegger*, Frankfurt am Main, Suhrkamp, 2001; trad. it. *Non siamo ancora stati salvati. Saggi dopo Heidegger*, Milano, Bompiani, 2004.
- M. Zuckerberg, *Building Global Community*, <https://www.astrid-online.it/static/upload/zuck/zuckerberg_facebook_16_2_17.pdf>.

Sitografia

<https://knowyourmeme.com/memes/leave-britney-alone>.

<https://knowyourmeme.com/memes/pepe-the-frog>.

Fabiana Gambardella

Università degli studi di Napoli Federico II

fabiana.gambardella@unina.it

<https://orcid.org/0009-0005-5005-2946>

ALESSIA GIFUNI

*Oltre la rappresentazione:
come il meme ri-produce il reale*



Abstract: This paper argues that the digital revolution entails a profound reconfiguration and centralization of images, revealing a crisis of the traditional paradigm that equates image with representation. Within this crisis of representation, the Internet meme emerges as a paradigmatic form of contemporary visuality. Rather than claiming to represent an external object or reality, the meme operates as an object of play, manipulation, and continuous reworking. As such, it exemplifies a broader transformation in the use of images today: images no longer primarily function to mirror the real, but to actively re-elaborate it. Framed within an ontological perspective on dwelling, the paper conceptualizes the meme as an icono-linguistic and multimodal dispositif that contributes to the constitution of digital experience itself. Drawing on Heidegger, Günther Anders, and media theory, it contends that media are not neutral instruments but ontologically charged structures that reshape both the form of the world and the subject's mode of inhabiting it.

Keywords: Digital Dwelling, Internet Meme, Image of the World, Ontological Mediation, Media Philosophy.

1. *Radicati nel mondo*

Che il *mondo* sia incrocio tra l'artificio umano e la materia chiama in causa una caratteristica propriamente umana, di quel vivente che, interagendo con una circostanzialità pre-data la modifica, non soltanto nelle proprie condizioni di vivibilità – capacità condivisa anche da altri viventi – ma anche nella sua semantica. È infatti l'uomo, in quanto ente che si sa e che sa di essere, ad attribuire *senso* a ciò che lo circonda, al punto che il circostanziale diventa *mondo* e l'uomo, così, fa ciò di cui egli soltanto è capace: *abita*¹.

¹ Martin Heidegger rivendica l'abitare come tratto identitario dell'uomo, e non come attività tra le altre. Si cfr. M. Heidegger, *Bauen Wohnen Denken*; trad. it. *Costruire abitare pensare*, p. 97. La struttura a partire dalla quale Heidegger introduce la propria interpretazione dell'«abitare» è quella dell'*In-Sein*, «in-es-

D'altro canto, la coimplicazione in cui circostanza e uomo sono uniti non è soltanto attribuzione di senso ma anche costitutiva, in senso ontologico: l'uomo *fa* il mondo che abita ed è a sua volta *fatto* da ciò che propriamente abita.

La struttura dell'essere-nel-mondo (*In-der-Welt-Sein*)², uno dei grandi insegnamenti di *Sein und Zeit*, ha il principale proposito filosofico di scardinare una relazionalità basata sul modello soggetto-oggetto, tematizzando un'apertura costitutiva al mondo che si presenta, rispetto a quella soggetto-oggetto, pre-teoretica – in tal senso, *primaria*³. L'*In-der-Welt-Sein* costituisce una relazionalità originaria che fonda – senza fondere – esserci e mondo, tale per cui l'uno si compone dell'altro, non senza differenze eppure senza netta separazione. Una tale configurazione ontologica tematizza una relazione *immediata* con il mondo che sembra argomentare *contro* ogni

sere». Tale struttura non esprime il modo di stare di una presenza (il *Dasein*) dentro un'altra (la *Welt*), un «esser dentro», come l'acqua nel bicchiere, o il vestito nell'armadio. Il significato dell'*In-Sein* si esplicita, secondo Heidegger, a partire dall'etimo del vocabolo tedesco *in*, come segnalato dai fratelli Grimm: «*in*» deriva da *innan-*, abitare, *habitare*, soggiornare; *an* significa: sono abituato, sono familiare con, sono solito...: esso ha il significato di *colo*, nel senso di *habito* e *diligo*. L'espressione *bin*, «sono», è connessa a *bei*, «presso». «Io sono» significa, di nuovo: abito, soggiorno presso...il mondo», M. Heidegger, *Sein und Zeit*; trad. it. *Essere e tempo*, §12, pp. 74-75. È degna di nota la proposta etimologica che indica l'abitare come significato principale del verbo essere, nel momento in cui esso si riferisce al *Dasein*, se si considera che il filosofo la riprenda anche in altri testi. In *Bauen Wohnen Denken*, Heidegger argomenta: «Che significa allora: *ich bin*, io sono? L'antica parola *bauen*, a cui si ricollega il *bin*, risponde: «*ich bin*», «*du bist*» vuol dire: io abito, tu abiti. Il modo in cui tu sei e io sono, il modo in cui noi uomini siamo sulla terra è il *Bauen*, l'abitare. Esser uomo significa: essere sulla terra come mortale, e cioè: abitare», M. Heidegger, *Costruire abitare pensare*, p. 97.

² M. Heidegger, *Essere e tempo*, §12.

³ Per una soggettività non teoreticistica, si cfr. S. Venezia, *La misura della finitezza. Evento e linguaggio in Heidegger e Wittgenstein*, pp. 111-123.

forma di mediazione: la trascendenza⁴ dell'esserci è una trascendenza immanente e *immediata* nel mondo giacché indica propriamente l'apertura costitutiva dell'ente che siamo rispetto al mondo. Questo nel senso che, superata l'idea di una soggettività monadicamente chiusa in se stessa, essa diventa contaminata dal mondo che la circonda tale che il mondo diventa perentorio e impositivo: non è scelto, eppure struttura irrimediabilmente questa soggettività che, dunque, non semplicemente subisce il mondo, ma ne è costituita, al punto tale che il suo progetto (*Entwurf*) esistenziale non può essere pensato al di là di quella gettatezza (*Geworfenheit*) che ne sancisce il perimetro. Immediata e immanente trascendenza come relazione non scelta, che sembra escludere una relazione mediata.

Eppure questa trascendenza immanente indica verso una contaminazione *da tematizzare*: i tratti immanenti di questa trascendenza non negano la mediazione con il mondo, semmai la *qualificano*. E, a sua volta, la mediazione qualifica questa trascendenza immanente, dal momento che il *come* della mediazione impatta la trascendenza che siamo. Per cui, la mediazione con il mondo diventa modo operativo e attuazione in cui la relazione abitativa viene costituita.

La questione della mediazione chiama in causa la figura del *medium*, un termine ambiguo semanticamente, che indica tanto verso

⁴ Sull'essere come trascendenza: «L'essere, in quanto tema fondamentale della filosofia, non è un genere dell'ente, e tuttavia riguarda ogni ente. La sua "universalità" è da cercarsi più in alto. L'essere e la struttura dell'essere si trovano al di sopra di ogni ente e di ogni determinazione possibile di un ente. L'essere è il *transcendens* puro e semplice. La trascendenza dell'essere dell'Esserci è eminente perché in essa hanno luogo la possibilità e la necessità dell'individuazione più radicale. Ogni aprimento dell'essere in quanto *transcendens* è conoscenza trascendentale. La *verità fenomenologica* (l'apertura dell'essere) è *veritas transcendentalis*». Heidegger chiarisce in nota che questa trascendenza non va intesa in senso metafisico, bensì come *orizzonte*. M. Heidegger, *Essere e tempo*, §7c, p. 54.

il «mezzo» quanto verso il «medio» come tale; esso può avere tanto una caratura strumentale – mezzo per l'uso – quanto una caratura ontologica – mediazione per qualcosa. Sulla differenza insita nel *medium* stesso si dispiega il terreno ermeneutico per l'interpretazione dei media contemporanei: sono strumenti di uso del mondo oppure mediatori di esperienza? Oppure entrambi? A rigore, alla luce dell'ontologia relazionale attraverso cui osserviamo il fenomeno della mediazione con il mondo, un approccio meramente *strumentale* alla mediazione e ai media mostra limiti sostanziali.

Radio e televisioni stesse sono realtà; e realtà che ci plasmano. [...] La verità è che lo scindere grossolanamente la nostra vita in «mezzi» e «scopi», come si fa a proposito di questo argomento, non ha nulla a che vedere con la realtà. [...] Quel che ci plasma e ci altera, che ci forma e deforma, non sono soltanto gli oggetti mediati dai «mezzi», ma i mezzi stessi, i congegni stessi: i quali non sono soltanto oggetti di un possibile impiego, ma hanno una loro struttura e funzione determinata, che determina il loro impiego e con ciò anche lo stile delle nostre occupazioni e della nostra vita, insomma: *noi*.⁵

I media non sono soltanto *strumenti per l'uso del mondo*, ma piuttosto dispositivi con una specifica *caratura ontologica*: essi non servono soltanto a mediare l'esperienza, ma contribuiscono a *costituirla*. Secondo chi scrive, il *medium* non impatta soltanto le possibilità di azione e di disposizione del mondo, ma anche la struttura che esso assume oltre che la postura che in esso si conduce.

In tal senso, la *Lehre* andersiana, sebbene riferita ad artefatti tecnici in quanto tali – televisione e radio –, coglie pienamente questa visione: la tecnica non è essenzialmente strumentale, come già Hei-

⁵ G. Anders, *Die Antiquiertheit des Menschen, I: Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution*; trad. it. *L'uomo è antiquato I: Considerazioni sull'anima all'epoca della seconda rivoluzione industriale*, pp. 97-98.

degger insegnava⁶ perché ha una implicazione ontologica, nel senso che *modifica* il mondo presso cui agisce. Ciò significa che la questione della tecnica richiede una riflessione mondana nella propria dirompenza ontologica.

2. *La Kehre digitale*

La rivoluzione digitale – che si definisce rivoluzionaria per la portata della trasformazione che introduce – non è che un ulteriore passaggio storico in cui tale processo di interazione trasformativa e identità tra soggettività e mondo si costituisce.

Il fenomeno del digitale come tale, infatti, investe il paradigma-mondo come tale, la sua definizione come delimitazione – si amplia⁷ oltre la sua materica certezza – dal momento che non è

⁶ M. Heidegger, *Die Frage nach der Technik*; trad. it. *La questione della tecnica*, p. 5. Heidegger non nega che tale visione della tecnica, quindi strumentale e antropologica, abbia una valenza: di fatto essa è *esatta*, poiché, in effetti, la tecnica è la mediazione attraverso cui l'uomo sta al mondo. Il punto è che tale concezione *esatta* della tecnica non ne coglie l'*essenza*. Sull'esattezza della concezione strumentale-antropologica della tecnica, si cfr. in particolare, M. Heidegger, *Überlieferte Sprache und technische Sprache*; trad. it. *Linguaggio tramandato e linguaggio tecnico*, pp. 36-37. Sebbene Anders spinga verso una lettura più critica e antropologica, mentre Heidegger verso una ontologica tale per cui in Heidegger la tecnica è *un modo di svelamento dell'essere* (ivi, p. 15), entrambi ritengono che essa agisca, per Anders, sulla forma del mondo, per Heidegger, sul disvelamento dell'essere. Che si tratti di forma di mondo o di disvelamento dell'essere però il punto resta lo stesso: tanto Anders quanto Heidegger riconoscono nella tecnica un'azione ontologica di ristrutturazione del «ciò che è» come tale, qualsiasi nome gli si voglia attribuire.

⁷ A. Pessina, *L'essere altrove. L'esperienza umana nell'epoca dell'intelligenza artificiale*, p. 11.

un fenomeno semplicisticamente ludico, ma *serio* perché si istituisce come spazio di costruzione di identità e di relazione – le costruzioni di identità digitali e di relazioni digitali *sono* forme di identità e relazioni, nonostante con caratteri e *limiti* specifici, ma pur sempre *reali* finanche per investimento di tempo e spazio che il soggetto contemporaneo impiega per la loro costruzione⁸.

La mediazione contemporanea si struttura, in particolare, sotto il paradigma *iconico*: che il mondo sia esperito attraverso lo schermo non fa che trasformare il mondo in immagine⁹. La rivoluzione digitale – a cui si associa, non a caso, la cosiddetta *pictorial turn* o *iconic turn*¹⁰, come svolta in cui la centralità del linguaggio cede il posto

⁸ Basti pensare al *crash test* che il Covid-19 ha rappresentato: se in precedenza ci si limitava a «scambiarsi foto di cibo prima di assaggiarlo», successivamente «si è iniziato a consumarlo insieme, attraverso schermi interposti» (cfr. M. Carbone - G. Lingua, *Antropologia degli schermi*, pp. 8-9). Un'indagine sui caratteri propri di tali relazioni, soprattutto nella loro portata ridefinente, risulta dunque necessaria. In questa prospettiva, un atteggiamento tecnoscettico che contrasta il digitale mediante divieti politici non risolve il problema; al contrario, finisce per eluderlo, poiché ne sottovaluta innanzitutto l'incidenza. Si tratta piuttosto di comprendere tali fenomeni, tenendo conto tanto della loro portata quanto dei loro potenziali rischi. Emblematico, in tal senso, è il divieto d'uso dei social media per i minori di sedici anni in Australia dal 10 dicembre 2025: provvedimenti di questo tipo rischiano infatti di alimentare pratiche illegali e sotterranee, anziché promuovere un uso consapevole delle piattaforme. Si cfr. J. Drosdowski, *Vietare i social media non serve*, p. 17.

⁹ Su questo seguiamo la linea che B.-C. Han presenta: «Lo smartphone fa il mondo, cioè se ne impadronisce creandolo in forma d'immagine. L'obiettivo fotografico e lo schermo diventano quindi elementi centrali dello smartphone in quanto formano la trasformazione in immagini del mondo», B.-C. Han, *Undinge. Umbrüche der Lebenswelt*; trad. it. *Le non cose. Come abbiamo smesso di vivere il reale*, p. 30.

¹⁰ Sulla distinzione tra *pictorial* e *iconic turn*, si cfr. *Pictorial versus Iconic Turn: Two Letters*.

all'immagine – radicalizza il processo moderno di trasformazione del mondo in immagine, fino a farne il principio stesso di costituzione dell'esperienza: «il prossimo passo di civiltà si spingerà oltre la trasformazione del mondo in immagini. Consisterà nel creare il mondo, cioè una realtà iperreale, partendo dalle immagini»¹¹.

Ciò però non significa che la riformulazione dell'immagine sia da ricondurre soltanto al *mondo in immagine*, ma anche alla ristrutturazione ontologica della stessa immagine, giacché entro siffatto paradigma ciò che si risemantizzano sono anche i cosiddetti “portali iconici”, cioè le immagini stesse¹².

Con ciò non intendiamo *limitare* la portata della rivoluzione digitale entro la cornice teorica di un imagocentrismo che riconosce nella centralità dell'immagine il solo fulcro del cambiamento. Piuttosto intendiamo sottolineare il carattere *iconico* della rivoluzione contemporanea, riconoscendo, tuttavia, in esso uno spiccato aspetto *non-iconico*, che concerne la costruzione e lo statuto dell'immagine. Se è vero che, quindi, il mondo ci si presenta sotto le sembianze di un'immagine, è pur vero che siffatta sembianza ha ben poco in comune con l'immagine tradizionale e, soprattutto, con uno statuto *strettamente* iconico, giacché è proprio nell'incrocio con il testuale – che la scrittura algoritmica implica – che si può effettivamente cogliere lo statuto delle immagini digitali. Esse, infatti, sono ibride già soltanto per il modo in cui sono costruite¹³. Ciò rimette pienamente in gioco lo statuto dell'immagine dell'orizzonte della rivoluzione digitale, in cui il meme – come ulteriore portale iconico

¹¹ B.-C. Han, *Le non cose*, p. 31.

¹² Per una ricostruzione del dibattito contemporaneo sull'immagine, si cfr. *Teorie dell'immagine*.

¹³ Vilém Flusser le definisce *tecno-immagini* per sottolineare che esse nascono dalla “costruzione tecnica”. V. Flusser, *Ins Universum der technischen Bilder*.

di siffatto orizzonte – è esemplificazione che condensa tanto tratti strettamente propri quanto indicatori di alcuni aspetti che riguardano, in linea generale, la rivoluzione digitale come riformulazione dell'immagine.

Nelle immagini digitali agisce un indebolimento del rapporto referenziale tra immagine e oggetto, aprendo un orizzonte in cui il mondo non viene più rappresentato ma costantemente riformulato attraverso le immagini. La rivoluzione digitale mette in crisi il paradigma moderno fondato sull'identificazione tra immagine e rappresentazione, una crisi della rappresentazione che si colloca entro una rivoluzione nondimeno fortemente *iconica*. L'immagine contemporanea non risponde più alla funzione di raffigurare il reale, ma opera su di esso: l'uso delle immagini si configura come una pratica di rielaborazione e manipolazione, in cui l'immagine diventa un dispositivo attivo di produzione di senso. In tal modo, l'immagine assume uno statuto *operativo* che eccede la logica della rappresentazione.

In tal senso, l'Internet meme¹⁴ – che è soltanto *un* modo del meme – rientra in siffatta rivoluzione iconica. Il fenomeno del meme si iscrive propriamente entro questa estradizione del senso tradizionale dell'immagine a partire da cui e attraverso cui interagiamo con quella circostanza che chiamiamo mondo: il meme può essere pensato come figura paradigmatica della mediazione iconico-linguistica nella contemporaneità, che assume importanza soprattutto alla luce della centralità di cui gode tra i *portali iconici* attraverso cui il digitale si costruisce.

¹⁴ L'idea di *Internet meme* viene introdotta da Mike Godwin nel 1994, in riferimento alle dinamiche di diffusione e replicazione dei contenuti all'interno delle comunità online; il termine compare nel saggio "Meme, Counter-meme", pubblicato su *Wired* il 1° ottobre 1994.

Se la mediazione qualifica la nostra apertura al mondo, allora anche le forme specifiche della mediazione – come quella iconica – assumono rilievo ontologico.

3. *Identikit teorico del meme*

Definire il meme soltanto come immagine significa ridurre il fenomeno¹⁵, giacché esso è anzitutto *ibridazione*. È il luogo in cui l'immagine nasce dalla contaminazione di molteplici modalità espressive generando un fenomeno di *multimodalità* ontologica, che congiunge linguaggi – iconici e testuali – ma anche immagini per sé divergenti. Sebbene, infatti, si costituisca come *contenuto visivo*, si definisce meme quel contenuto che, contaminato di *alterità*, strappa un senso nuovo al contenuto su cui si costruisce: in tal senso, il meme è primariamente un prodotto frutto di ibridazione. Gli Internet meme sono, perché ibrido per eccellenza, «testi appartenenti a diverse sostanze espressive (immagini, statiche o animate, comprendenti porzioni di testo, e video)»¹⁶, che non sono soltanto una giustapposizione di elementi divergenti. Essi si *compongono* «dalla segmentazione, manipolazione, risemantizzazione di testi pre-esistenti»¹⁷.

¹⁵ Sebbene i meme di internet vengano comunemente identificati con quelli basati sull'accostamento di testo e immagine, le forme che essi assumono online sono in realtà molteplici, come mostra il database *Know Your Meme*. Accanto ai meme statici, esistono infatti meme in formato di GIF animate, ampiamente diffusi su piattaforme come *Giphy*, così come meme video e video-musicali.

¹⁶ G. Marino, «*Keep calm and Do the Harlem Shake*»: meme, *Internet meme e meme musicali*, p. 87.

¹⁷ *Ibid.*

La strutturazione del meme, d'altro canto, non è casuale, giacché nasce da un «vero e proprio schema strutturale»¹⁸. E, in effetti, il meme è riconoscibile per la sua forma, poiché segue, nonostante la propria *assurdità*, una certa struttura compositiva¹⁹, struttura che permette di *riconoscere* un meme in quanto meme.

In questo senso, considerare il meme significa comprenderlo come «testo», dunque a partire dal contenuto, ma anche come «il formato, il modello, l'insieme di criteri che stanno dietro a questi testi, in base ai quali questi testi sono costruiti»²⁰.

La storia costruttiva di un meme, tuttavia, non si arresta *nel* meme, a partire dall'intervento (*agency*) degli utenti che li modificano; essa continua – come se la creazione del meme ne generasse contemporaneamente un'eco che ne diventa parte costitutiva. La comparsa e la circolazione di un nuovo meme attivano processi di costruzione collettiva di *backstories* che ne orientano il significato e ne definiscono le caratteristiche: i *prosumer*, produttori e consumatori al tempo stesso,

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ Per la creazione dei meme esistono i cosiddetti *Meme Generator*, app o siti web che consentono sia di attingere a template di tendenza sia di crearne di completamente originali. Si tratta di strumenti che permettono di scegliere un'immagine nota (*template* di meme), aggiungere testo sopra e/o sotto l'immagine, personalizzare font, dimensioni e colori, nonché salvare o condividere il meme sui social. Essi sono pensati per un utilizzo facile e veloce, anche a livello amatoriale, da parte di utenti privi di competenze specifiche in grafica. Molte piattaforme social non dispongono di un generatore di meme “puro”, ma offrono funzionalità di editing foto e video integrate (aggiunta di testo, adesivi, effetti, GIF) che rendono possibile la creazione di meme direttamente all'interno dell'app. In questo quadro rientra anche l'esplosione delle app di editing, delle pratiche di accumulo di immagini e della frenesia dello scatto fotografico: fenomeni sociali e tendenze interne alla rivoluzione digitale che ne contribuiscono a definire il carattere iconico e a identificarla come tale.

²⁰ *Ibid.*

continuano a riscrivere il senso del meme. L'elemento della collettività, che attraversa tanto la creazione quanto l'interpretazione dei meme, risulta dunque *decisivo* per la definizione del meme²¹.

Saranno anche contenuto dallo spiccato carattere ludico – che in senso ampio include quello umoristico, parodico, satirico – eppure, godono comunque di una potenza *collettiva*, sia nella costituzione, sia nell'uso, sia nel riconoscimento²²; in tal senso, *dicono* qualcosa circa il modo in cui la relazione con il mondo *si fa* laddove siamo entro la rivoluzione digitale.

Nella potenza strutturante di cui il meme è capace si iscrive, nondimeno, una storicità intrinseca che non può essere elusa. Il meme si configura infatti come una risposta insieme generazionale²³ e geo-storica, inscritta in coordinate temporali e spaziali determinate. Non è soltanto il “mondo in immagine” ad avere una storia che nel meme trova momentanea cristallizzazione; anche il meme, dal canto suo, possiede una propria genealogia e una propria geografia²⁴,

²¹ Che il meme si costruisca a partire da un continuo rimaneggiamento da parte degli utenti, motiva la ragione per cui la memetica può essere intesa come una forma di narrativa non lineare. S.-Y. Her, *The Memetic Bottleneck*: <<https://the-philosophersmeme.com/2019/04/05/the-memetic-bottleneck/>>.

²² A tal proposito, è significativa la nozione di *participatory culture*, che indica uno sviluppo per cui produttori e consumatori dei media non occupano più ruoli nettamente distinti, ma possono essere intesi come partecipanti che interagiscono tra loro secondo un nuovo insieme di regole. Si cfr. H. Jenkins, *Convergence Culture*, p. 3.

²³ La figura del *boomer* si iscrive proprio in questo carattere generazionale del meme. Per *boomer* si intende il tipo generazionale caratterizzato da un rapporto percepito come distante o inadeguato rispetto ai codici digitali e alla cultura dei meme.

²⁴ Carisaghi parla anche di *glocalizzazione*, un termine che mette insieme due tendenze che appaiono opposte, globale e locale. Si tratta di meme che hanno origine globale ma subiscono una sorta di *adattamento* locale, quindi riferito ad

poiché le società e i contesti culturali entro cui emerge ne plasmano radicalmente forma, senso e funzione²⁵. Neppure la viralità, assunta generalmente come criterio esplicativo autosufficiente, riesce a rendere conto della selettività che opera nel meme. Esso è tale – ovvero è dotato di senso ed efficacia simbolica – solo per determinate fasce d'età e all'interno di specifici contesti storico-geografici. Ciò implica che il meme funzioni come esposizione di un'appartenenza più originaria, senza la quale l'“effetto-meme” semplicemente non si produce.

Nell'analisi dei meme, in genere, l'attenzione si rivolge alla loro viralità, come tratto proprio e identitario per tale fenomeno: «ciò che rende i meme un interessante oggetto di studio è la loro notevole diffusione nella comunicazione digitale contemporanea, e in particolare sui social media^{26,27}. Nonostante gli elementi e le implicazioni che contraddistinguono la potenza del meme, piuttosto riteniamo che «ciò che rende i meme un interessante oggetto di studio» sia, in prima istanza, che sono modo ulteriore, inedito e ancora poco esplorato, di stabilire una connessione con il mondo e di esprimere siffatta connessione, che – non dimentichiamo – è per l'esserci *identitaria*.

un certo contesto geografico e storico. Un esempio è il meme del “Distracted Boyfriend”: pur diffondendosi globalmente come immagine virale, in quanto nasce da un'immagine stock, il suo significato viene adattato localmente. L. Carisaghi, *One does not simply create a meme in Italian: Uno studio esplorativo sulla cultura del meme in Italia*, p. 5.

²⁵ Cfr. L. Carisaghi, *op. cit.*, per un'analisi del fenomeno dei meme in Italia; M. Canepari, *Issues of Globalization and Localization in Youth Culture: The Case of Memes*, che esplora il fenomeno in ottica transnazionale confrontando meme britannici e italiani, evidenziando tendenze sia alla globalizzazione sia alla localizzazione culturale e linguistica.

²⁶ Uno studio del 2019 mostra come siano proprio i social media a rendere possibile la diffusione di tali artefatti. G. Mazzoleni - R. Bracciale, *La politica pop online: i meme e le nuove sfide della comunicazione politica*.

²⁷ L. Carisaghi, *op. cit.*, p. 4.

Sarà pure la viralità a costituire il tratto sorprendente del meme, ciò che lo distingue sul piano descrittivo da altri fenomeni comunicativi. Tuttavia, ciò che qui preme indagare è l'incidenza che esso esercita entro l'aspetto iconico della rivoluzione digitale, che si presenta come aspetto primario.

Tale scenario restituisce il meme come dispositivo politicamente sensibile, il cui impatto sociale impone un'attenzione critica alle sue strumentazioni economico-politiche.

Come si è detto, il loro fine è prevalentemente umoristico e di intrattenimento, ma, visto il loro successo e la loro immediatezza comunicativa, i meme sono sempre più spesso utilizzati anche nella diffusione di messaggi politici e come mezzo di propaganda, nonché per scopi di attivismo e sensibilizzazione dell'opinione pubblica. Inoltre, sono spesso integrati nelle strategie di marketing delle aziende. In alcuni casi, è stato proprio l'utilizzo dei meme ad aver determinato la notorietà di certi brand, dentro e fuori i social media. Nel contesto italiano, si pensi, per esempio, al caso dell'agenzia di onoranze funebri Taffo, che si è distinta per uno stile di comunicazione del tutto originale nel suo settore.²⁸

La domanda resta sulla questione del *medium*: siamo noi a esprimerci attraverso esso, ma cosa succede laddove esso viene usato *contro* di noi, dunque per fini politico-economici? La sua irriverenza diventa domesticazione. Da quale lato, allora, guardiamo il *medium*? Da quello da cui *noi* mediamo l'esperienza o piuttosto il contrario?²⁹ Se il meme *costituisce* il modo in cui costituiamo il senso del mondo, con inesorabile immediatezza, siffatto uso politico rende questo portale iconico, adesso sì, *strumento*.

²⁸ *Ibid.*

²⁹ Sulla possibilità che il medium *usi* l'utente e non il contrario, si cfr. F. Gambardella, *Più in alto della realtà. La sottrazione del possibile nel tempo dell'algoritmo*, p. 35.

La strumentazione politica può esacerbare l'istituzione di senso di cui il meme è capace, arrivando a usare il meme contro se stesso, ossia a impiegare la sua forza simbolica per l'imposizione di una determinata visione politica o di un interesse economico. Ciò avviene in particolare laddove l'uso del meme è orientato al consumo e rientra pienamente nel sistema pubblicitario, in cui la circolazione del senso è inseparabile dalle logiche dell'attenzione e della monetizzazione. In questo quadro, la manipolazione del meme consiste non solo nella sua riduzione a mero strumento, ma anche nella cattura e nell'orientamento della sua potenza operativa.

Si tratta, in definitiva, di una forma di potere che agisce tanto più efficacemente quanto più riesce a occultare la propria mano: un potere che non si impone dall'esterno, ma che si insinua nella riellaborazione collettiva del senso, sfruttando la stessa forza che rende il meme un portale iconico di primo ordine della rivoluzione digitale.

Emergono così alcuni tratti essenziali di un fenomeno interno alla rivoluzione digitale che non si limita a riflettere il mondo, ma interviene attivamente nella ristrutturazione delle nostre forme di esperienza, di riconoscimento e di relazione con il reale.

4. Il parricidio della rappresentazione

Che sia ibridazione, il meme rifiuta una categorizzazione come rappresentazione in senso stretto: il meme non nasce come immagine della realtà; piuttosto, il meme si sviluppa a partire dalla realtà ma funziona come tale laddove se ne allontana attraverso la combinazione che non è soltanto quella di immagine e testo, ma anche di simbolico e didascalico, detto e non detto, a volte addirittura sacro e profano. Non come mera immagine, ma senz'altro come trascrizione – e non rappresentazione – del mondo in immagine, nasce il meme: il suo carattere

non mimetico ma *memetico* consiste propriamente nell'incontro che ibrida l'immagine da cui nasce e quella alterità che lo costituisce.

Il meme, dunque, non ha *alcuna* pretesa di correttezza, giacché non si fonda sulla *corrispondenza* del proprio contenuto a quello del reale: come tale, si costituisce come non-rappresentazione.

Di una crisi della rappresentazione all'interno della rivoluzione digitale si occupa anche Byung-Chul Han in uno dei paragrafi di *Im Schwarm. Ansichten des Digitalen*, significativamente intitolato in tal modo. La riflessione di Han, tuttavia, resta per molti versi allo stadio introduttivo: essa segnala il problema senza dispiegarne fino in fondo le conseguenze, in particolare rispetto alla trasformazione radicale dello statuto dell'immagine come tale.

Ciò che Han mette efficacemente in luce è anzitutto la rottura del nesso con il referente, un referente che, nella fotografia analizzata da Barthes, rimane invece strutturalmente "attaccato" alla riproduzione, come sua garanzia ontologica. Il digitale, al contrario, inaugura un orizzonte di «iper-realtà» che rivendica una realtà superiore al reale stesso, nella quale «il reale vi è ancora presente soltanto come citazione e frammento»³⁰. In tale orizzonte non siamo più di fronte a una *ra-presentazione* – che ripresenta il reale – bensì a una *presentazione*, ossia al porsi innanzi di qualcosa di nuovo: un regime iconico che si ispira al realismo ma lo oltrepassa, anche in senso *progressista*.

È infatti in gioco, nel paradigma iperrealista, un'istanza di *ottimizzazione* dell'immagine, che espunge il difetto, l'opacità e la resistenza propri della realtà. L'immagine digitale non tollera l'imperfezione: la leviga. In questo senso, essa non si limita a trasfigurare il reale, ma ne propone una versione funzionale, priva di attriti.

³⁰ B.-C. Han, *Im Schwarm. Ansichten des Digitalen*; trad. it. *Nello sciame. Visioni del digitale*, p. 81.

Il meme, tuttavia, non si colloca pienamente entro questa logica di ottimizzazione dell'immagine. Esso appartiene piuttosto, in modo più radicale, alla crisi della rappresentazione. Ciò in quanto costituisce un *movimento operativo* sull'iconico che ha dismesso, sin dall'origine e per definizione, il carattere *rappresentativo*. Il meme non mira a mostrare il reale né a perfezionarlo, ma a manipolarne i residui simbolici, a riarticolargli i frammenti in un gesto che è già, sempre, presa di posizione, scarto, intervento. In tal senso, il meme non rappresenta: agisce.

Il meme, dunque, non risponde al paradigma della rappresentazione per ragioni che investono la stessa struttura della rappresentazione. La riflessione heideggeriana sulla rappresentazione (*Vorstellen*) pone al centro alcuni aspetti del fenomeno alla luce dei quali si comprende la lontananza dal meme.

La determinazione heideggeriana della *repraesentatio/rappresentatio* consiste nell'atto del porre-innanzi: «portare innanzi a sé la semplice-presenza come qualcosa di contrapposto, rapportarla a sé, cioè al rappresentante e, in questo rapporto, ricondurla al soggetto come al principio di ogni misura»³¹. L'uomo veste i panni del soggetto, che nasce in quanto tale nel momento in cui pone dinanzi a sé l'ente, «diventando centro di riferimento dell'ente come tale»³². Ciò che muta, allora, insieme al soggetto, è anche l'ente, che diventa oggetto, *Gegenstand*, «ciò che sta (*stehen*) di fronte (*gegen*)»: «l'ente assume la stabilità di ciò che ci sta dinnanzi come oggetto e riceve così il sigillo dell'essere. È un unico processo quello in virtù del quale il mondo si costituisce come immagine e l'uomo a *subjectum* nel

³¹ M. Heidegger, *Die Zeit des Weltbildes*; trad. it. *L'epoca dell'immagine del mondo*, pp. 92-94.

³² Ivi, p. 86.

mezzo dell'ente»³³. Il mondo è quell'insieme di enti che il soggetto ha capacità di rappresentarsi: il mondo diventa immagine. «Quando il mondo diviene immagine, l'ente nel suo insieme è assunto come ciò in cui l'uomo si orienta, e quindi come ciò che egli vuole portare innanzi a sé e avere innanzi a sé»³⁴. «Immagine del mondo, in senso essenziale, significa quindi non una raffigurazione del mondo, ma il mondo concepito come immagine»³⁵: non parliamo dell'immagine del mondo – come *Weltanschauung* – ma del mondo *come* immagine.

Il paradigma heideggeriano mostra con evidenza il nesso essenziale che tiene insieme immagine e rappresentazione. Sono propri questi elementi che indicano la divergenza del meme, che si specifica come modo ulteriore della crisi della rappresentazione.

Il meme non rimanda a un oggetto da rappresentare, ma si costituisce come un oggetto aperto alla variazione e alla rielaborazione. Nel caso del meme non è un soggetto a produrre l'immagine del mondo³⁶, ma i soggetti che *compartecipano* alla costruzione di essa e, a loro volta, subiscono la narrazione che con il meme emerge. Ciò implica che il suo significato non è dato una volta per tutte, né ancorato a un referente stabile, ma emerge attraverso pratiche di uso, circolazione e trasformazione, rendendo il meme una figura paradigmatica dell'immagine post-rappresentativa. Per questa ragione viene

³³ Ivi, pp. 93-94.

³⁴ Ivi, p. 87.

³⁵ Ivi, pp. 87-88.

³⁶ Tratto fondamentale della relazione rappresentativa con l'oggetto è la «presentazione» (*Präsentation*): «il rappresentare presenta l'oggetto mentre lo rappresenta al soggetto, rappresentazione, questa, in cui il soggetto presenta se stesso come tale». Per «presentazione» si intende, allora, il modo in cui la relazione rappresentativa si costituisce nel senso della presentazione di un oggetto per un soggetto che, come tale, si pone dinanzi al mondo. M. Heidegger, *Hegels Begriff der Erfahrung*; trad. it. *Il concetto hegeliano di esperienza*, p. 120.

meno anche la pretesa di corrispondenza al reale, tradizionalmente propria delle rappresentazioni³⁷.

Il meme diventa deviazione segnica che irrompe sull'immagine come scrittura estranea a qualsiasi funzione esplicativa. Tale ibridazione non spiega l'immagine che, come tale, intende rappresentare il mondo, bensì la *ri-orienta*, la *ri-significa*, la *traduce* in significato che indica verso un certo senso. L'umorismo, di cui si nutre, stana, non dicendo, la contraddizione e, così, la mostra alludendo a essa, ma senza smascherarla³⁸.

È nell'ambiguità comunicativa che giace il *senso* che il meme veicola. Non è necessario che si tratti di un'icona che guarda nelle maglie del reale: proprio perché se ne allontana, proprio perché *non dice* indicando ma *dissimulando* che il meme irrompe sulla scena. Sicché, da un lato, getta luce sulla rivoluzione digitale da cui nasce e, insieme, quella rivoluzione si chiarisce alla luce del meme.

³⁷ Diversamente, nel caso di alcune immagini prodotte dalla rivoluzione digitale, la questione assume tutt'altro che un carattere marginale. In un orizzonte di intensa elaborazione che destabilizza la nozione stessa di rappresentazione, il persistere di una pretesa referenziale configura una problematica di grande rilievo per i *Media Studies*. Casi di studio emblematici sono quelli del reportage e del reality, la cui pretesa veritativa si fonda proprio sulla corrispondenza ai fatti. Muovendo da una distinzione tra correttezza e verità, alcuni studiosi mostrano come la correttezza non costituisca di per sé una garanzia di verità e come, al contrario, la non-verità possa annidarsi proprio in una *sovrabbondanza di corrispondenza*. Si cfr. D. J. Gunkel - P. A. Taylor, *Heidegger and the Media*, p. 62.

³⁸ Pirandello definisce l'umorismo come «sentimento del contrario» (L. Pirandello, *L'umorismo*, p. 178), distinguendolo dal comico, che è invece «avvertimento del contrario» (*ibid.*). I due si distinguono per il fatto che il primo implica una comprensione più profonda – l'umorismo, dice Pirandello, «analizza» (*ibid.*) – rispetto al secondo. Esso si configura come una sorta di *comicità ponderata* mediata dalla riflessione – «la riflessione, lavorando in me, mi ha fatto andar oltre a quel primo avvertimento» (*ibid.*) – che non sfocia in una risata fragorosa, ma in un sorriso consapevole, segno di una più matura comprensione della realtà.

Con il fenomeno del meme si comprende anzitutto il carattere fortemente iconico, sebbene non soltanto imagocentrico, che contraddistingue la rivoluzione digitale, ma anche l'immediatezza e la dissacralità con cui i contenuti si diffondono e strutturano. Le mani in pasta sono collettive, l'autorevolezza cade. Il meme non è di nessuno perché è di tutti, o meglio diventa meme proprio quando diventa condiviso dall'intera comunità digitale.

E d'altro canto, siffatta comunità digitale, di cui volenti o nolenti, siamo parte, si esprime per forma memetica. Se è vero che il meme è così condiviso resta che esso veicola una certa sensibilità generazionale, ma anche geografica e storica.

Il mondo è quella sua immagine oppure si tratta di interrogarsi sullo scarto che li divide? Si tratta pur sempre di comprendere come tale immagine, dal mondo, si staglia e come, in fondo, investa il mondo come tale, mondo che – osservando alcuni fenomeni digitali, come le immagini ottimizzate – a volte si nasconde dietro le sue immagini, altre viene fuori secondo nuovi codici linguistici.

Questa è la sfida teorica che il digitale pone, in cui il meme è fenomeno emblematico, catabatico e anabatico insieme. Indica una mediazione specificamente digitale e rivela alcune sue caratteristiche identitarie. La rivoluzione digitale comporta una forte centralizzazione dell'immagine, ma mostra anche la crisi del paradigma che identifica immagine e rappresentazione.

In questo contesto, il meme si colloca come una nuova forma di immagine, una forma che non ha mai preteso di rappresentare qualcosa: non c'è oggetto da riprodurre, ma un oggetto con cui giocare, da rielaborare. In questo senso, il meme esprime come l'uso contemporaneo delle immagini non serva più a rappresentare il reale, una non-necessità gravida insieme di potenzialità e pericoli. In fondo, dove finisce il reale laddove esso viene continuamente rielaborato?

Bibliografia

- G. Anders, *Die Antiquiertheit des Menschen. I: Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution*, München, C.H. Beck, 1956; trad. it. *L'uomo è antiquato I: Considerazioni sull'anima all'epoca della seconda rivoluzione industriale*, Torino, Bollati Boringhieri, 2003.
- X. Barandiaran - A. Moreno, *A Naturalized Account of the Inside-Outside Dichotomy*, in «Philosophica», 73, 1, 2004, pp. 11-26.
- G. Boehm - W. J. T. Mitchell, *Pictorial versus Iconic Turn: Two Letters*, in «Culture, Theory & Critique», 50, 2-3, 2009, pp. 103-12.
- M. Carbone - G. Lingua, *Antropologia degli schermi, Mostrare e nascondere, esporre e proteggere*, Roma, Luiss, 2024.
- L. Casiraghi, *One does not simply create a meme in Italian: Uno studio esplorativo sulla cultura del meme in Italia*, in «Simultanea», 2, 1, 2021.
- M. Canepari, *Issues of Globalization and Localization in Youth Culture: The Case of Memes*, Proceedings of the 2nd International Conference on Future of Social Sciences, 2019.
- C. Di Lucente, *Come nascono e come si diffondono i meme? Un nuovo studio cerca di dare la risposta*, in «Wired», 29/04/2022, <<https://www.wired.it/article/meme-come-nascono-come-si-diffondono-studio-universita-stanford/>>.
- J. Drosdowski, *Vietare i social media non serve*, in «Internazionale», 1644, 12-12-2025, p. 17.
- V. Flusser, *Ins Universum der technischen Bilder*, Berlin, Andreas Müller Pohle, 2000⁶; trad. it. *Immagini. Come la tecnologia ha cambiato la nostra percezione del mondo*, Roma, Fazi, 2009.
- E. Fornaro, *Dalla risata alla resistenza: il ruolo dei meme tra arte, politica e critica*, in «Agenda Digitale», 23/06/2025, <<https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/dalla-risata-alla-resistenza-il-ruolo-dei-meme-tra-arte-politica-e-critica/>>.
- D. A. Fumagalli, *Meme come arma politica? Ma la vera battaglia è culturale*, in «Agenda Digitale», 22/11/2019, <<https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/meme-come-arma-politica-ma-la-vera-battaglia-e-culturale/>>.
- F. Gambardella, *Più in alto della realtà. La sottrazione del possibile nel tempo dell'algoritmo*, Milano, Meltemi, 2025.
- M. Godwin, *Meme, Counter-meme*, in «Wired», 1-10-1994, <<https://www.wired.com/1994/10/godwin-if-2>>.
- D. J. Gunkel - P. A. Taylor, *Heidegger and the Media*, Cambridge, Polity Press, 2014.

- G. Gurisatti, *Scacco alla realtà. Dialettica ed estetica della derealizzazione mediatica*, Macerata, Quodlibet, 2012.
- B.-C. Han, *Im Schwarm. Ansichten des Digitalen*, Berlin, MSB Matthes&Seitz, 2013; trad. it. *Nello sciame. Visioni del digitale*, Milano, Nottetempo, 2015.
- B.-C. Han, *Undinge. Umbrüche der Lebenswelt*, Berlin, Ullstein, 2021; trad. it. *Le non cose. Come abbiamo smesso di vivere il reale*, Torino, Einaudi, 2022.
- M. Heidegger, *Sein und Zeit* (1927), Gesamtausgabe bd. 2, hrsg. von F.-W. von Herrmann, Frankfurt am Main, Klostermann, 1977; trad. it. *Essere e tempo*, a cura di F. Volpi sulla versione di P. Chiodi, Milano, Longanesi, 2008³.
- M. Heidegger, *Die Zeit des Weltbildes* (1938), in *Holzwege*, Gesamtausgabe bd. 5, hrsg. von F.-W. von Herrmann, Frankfurt am Main, Klostermann, 2003; trad. it. *L'epoca dell'immagine del mondo*, in *Sentieri interrotti*, a cura di P. Chiodi, Firenze, La Nuova Italia, 1968.
- M. Heidegger, *Hegels Begriff der Erfahrung* (1942/1943), in *Holzwege*, cit.; trad. it. *Il concetto hegeliano di esperienza*, in *Sentieri interrotti*, cit.
- M. Heidegger, *Bauen Wohnen Denken* (1951), in *Vorträge und Aufsätze*, Gesamtausgabe bd. 7, hrsg. von F.-W. von Herrmann, Frankfurt am Main, Klostermann, 2000; trad. it. *Costruire abitare pensare*, in *Saggi e discorsi*, Milano, Mursia, 1976.
- M. Heidegger, *Die Frage nach der Technik* (1953) in *Vorträge und Aufsätze*, cit.; trad. it. *La questione della tecnica*, in *Saggi e discorsi*, cit.
- M. Heidegger, *Überlieferte Sprache und technische Sprache* (1962), hrsg. von H. Heidegger, St. Gallen, Erker, 1989; trad. it. *Linguaggio tramandato e linguaggio tecnico*, Pisa, ETS, 1997.
- S.-Y. Her, *The Memetic Bottleneck*, <<https://thephilosophersmeme.com/2019/04/05/the-memetic-bottleneck/>>.
- H. Jenkins, *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, New York, NYU Press, 2006.
- P. Levy, *Qu'est-ce que le virtuel?*, Paris, Editions La Découverte, 1995; trad. it. *Il virtuale. La rivoluzione digitale e l'umano*, Milano, Meltemi, 2023.
- S. Maggiolo, *Perché usiamo i meme: cosa sono e da cosa dipende il loro successo*, <<https://www.geopop.it/perche-usiamo-i-meme-cosa-sono-e-da-cosa-dipende-il-loro-successo/>>.
- G. Marino, «Keep calm and Do the Harlem Shake»: *meme, Internet meme e meme musicali*, in *Corpi mediali. Semiotica e Contemporaneità*, a cura di I. Pezzini - L. Spaziente, Pisa, ETS, 2014, pp. 85-105.
- G. Marino, *La Gente, Gli Arcobaleni E Salvini. Internet Meme, Viralità E Politica Italiana*, in «Rivista Italiana Di Filosofia Del Linguaggio», 13, 2, 2019, pp. 103-138.

Oltre la rappresentazione

- G. Mazzoleni - R. Bracciale, *La politica pop online: i meme e le nuove sfide della comunicazione politica*, Bologna, Il Mulino, 2019.
- A. Pessina, *L'essere altrove. L'esperienza umana nell'epoca dell'intelligenza artificiale*, Milano, Mimesis, 2023.
- L. Pirandello, *L'umorismo*, Firenze, Luigi Battistelli Editore, 1920.
- A. Pinotti - A. Somaini (a cura di), *Teorie dell'immagine. Il dibattito contemporaneo*, Milano, Raffaele Cortina Editore, 2009.
- L. Shifman, *Memes in Digital Culture*, Massachussets, The MIT Press, 2014.
- S. Venezia, *La misura della finitezza. Evento e linguaggio in Heidegger e Wittgenstein*, Milano-Udine, Mimesis, 2013.

Alessia Gifuni

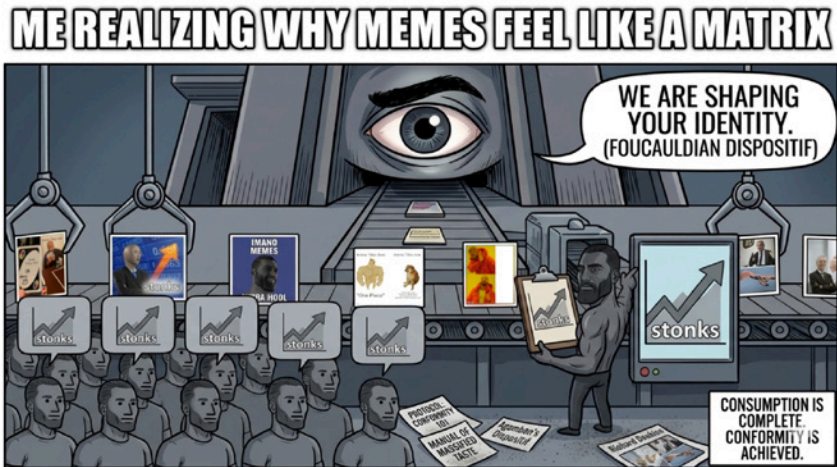
Università degli Studi di Napoli Federico II

alessia.gifuni@unina.it

<https://orcid.org/0009-0003-3487-9818>

ALFREDO GORLINI

*Alcune implicazioni metodologiche e sociali
di una possibile morfologia dell'internet meme*



Abstract: This paper examines the theoretical, methodological, and social implications of a possible morphology of the internet meme. Starting from Richard Dawkins's idea of the meme as a unit of cultural replication, it traces the shift that led the internet meme to become its most visible contemporary form. Through a genealogical approach, the study examines how memes developed as multimodal communicative artifacts shaped both by cultural selection and by deliberate human intervention. The paper then investigates the transformation of the audience from passive spectators to the so-called "active audience." This narrative of democratization is critically reconsidered by distinguishing between "darwinian memes," which spread through decentralized cultural selection, and "manipulated memes," intentionally produced by professional communication networks for marketing and persuasive purposes. Within this framework, memes are interpreted not only as cultural replicators but also as dispositifs in the Foucauldian sense, following Giorgio Agamben's interpretation: mechanisms capable of shaping behaviors, identities, and subjectivities. Finally, the essay proposes a third perspective by considering the meme as a potential artistic form. Subcultural meme formats are analyzed as potential counter-cultural expressions that challenge processes of standardization and commercialization and that can be understood only by moving beyond purely memetic or communicative models and adopting a broader interpretative framework that integrates cultural theory, media studies, and philosophical analysis.

Keywords: Meme, Cultural Replicator, Internet Meme, Foucauldian Dispositif, Culture Industry.

1. *Replicatori culturali*

A mezzo secolo di distanza dalla sua prima comparsa, la parola *meme* ha ampiamente superato i limiti della iniziale destinazione d'uso, emancipandosi dall'ambito di studio in cui è nata e ritagliandosi un posto d'onore tra i neologismi che hanno arricchito il lessico delle interazioni quotidiane. Difficile, oggi, incappare in un interlocutore che si mostri confuso al sentir parlare di meme; altrettanto difficile che l'interlocutore conosca l'origine del termine e il momen-

to in cui esso è entrato a far parte del vocabolario contemporaneo, fino ad esserne, a tratti, una componente indispensabile. Eppure, la sua storia – quantomeno dal punto di vista semantico – non lascia spazio a dubbi. Mezzo secolo è il lasso di tempo che ci separa da *Il gene egoista* di quel Richard Dawkins a cui è insindacabilmente attribuita la coniazione del termine meme, e nelle cui pagine si fa spazio, per la prima volta, l'idea di un'unità minima della replicazione culturale paragonabile a ciò che il gene rappresenta per la replicazione biologica. Proprio dal mondo della biologia il saggio prende avvio, per poi seguire strade non banali, sempre conservando intatta un'idea di fondo: gli esseri viventi non sono mossi da nessuna volontà di preservare la specie, e a guidare il processo evolutivo non sono l'individuo o gruppi di individui, ma i geni e le loro – per reali o apparenti che siano – tendenze egoistiche¹. Il dettato di Dawkins è, sì, un testo di biologia – di teoria dell'evoluzione genica, a voler essere precisi – ma ben volentieri si lascia cullare da altre correnti. Una di queste spinge l'autore lontano dalle eliche del DNA, per farlo approdare a quella che è tutti gli effetti una teoria della cultura. È a questo punto che il termine meme fa la sua comparsa; è a questo punto che l'interesse si sposta dal primigenio brodo primordiale – ribollente di amminoacidi, ammoniaca e idrocarburi – ad un nuovo brodo, quello della cultura umana². Per Dawkins lo si può chiamare anche *pool memico*³: come il brodo da cui si suppone sia nata la vita pullulava di replicatori biologici – grandi molecole capaci di creare copie di sé stesse⁴ – così in questo nuovo brodo sono sospese e proliferano unità

¹ R. Dawkins, *The Selfish Gene*; trad. it. *Il gene egoista*, p. 25.

² Ivi, p. 225.

³ Ivi, p. 226.

⁴ Ivi, p. 29.

di replicazione culturale: i *memi*, per l'appunto. Una prima precisazione di carattere linguistico: i traduttori dell'opera di Dawkins hanno conservato in italiano la differenza tra forma singolare e plurale, adottando la coppia "meme/memi" (in inglese, *meme/memes*). Negli ultimi anni – e soprattutto in riferimento ai memi digitali – si nota, però, la sempre più diffusa tendenza ad usare la forma "meme" anche per il plurale: si parla, allora, dei *meme di internet*, e non dei *memi di internet*. Assecondando la regola che pare implicita nell'uso comune, la scelta più logica – e che si seguirà in queste pagine – è quella di utilizzare, per il plurale, la forma "memi" se si tratta dei replicatori culturali – ovvero, l'originaria formulazione dawkinsoniana – quella "meme" per riferirsi al fenomeno del web.

Una seconda precisazione: quanto la descrizione funzionale fatta del meme nell'undicesimo capitolo de *Il gene egoista* è netta, tanto quella morfologica è, al contrario, lasciata indefinita. Detto in altre parole, ciò che rende il meme tale è soltanto la sua funzione di replicatore culturale, e non la forma che questo di volta in volta assume nell'adempiere il suo scopo. Del resto, Dawkins fa rientrare nella grande famiglia dei memi una incredibile varietà di elementi, dalle melodie delle canzoni popolari a idee ben più estese e universali, come quella della divinità o del fuoco infernale⁵. Ancora, occorre precisare che – per ovvi motivi cronologici⁶ – Dawkins

⁵ Ivi, p. 231.

⁶ Dawkins propone l'idea del *meme* come replicatore culturale per la prima volta nel 1976. A questa altezza cronologica non esiste ancora internet come oggi inteso. Nel 1969 nasce la rete di computer ARPANET, destinata principalmente alle comunicazioni militari. Negli anni successivi, il sistema viene lentamente esteso a poche applicazioni civili, restando legato a settori di nicchia come quello della ricerca universitaria. È solo nel 1989 che viene dato avvio al progetto del *World Wide Web*, accessibile al pubblico a partire dal 1991, anno in cui si fa convenzionalmente iniziare la nascita di Internet.

introduce il concetto di meme all'interno di una teoria della cultura ancora totalmente aliena ad internet e ai meccanismi di diffusione e replicazione online, e quindi ancorata a forme più tradizionali di trasmissione culturale. Puntualizzazione necessaria se si considera che, al contrario, alla parola meme sembra essere ora assegnato come significato principale – quando poi si tratterebbe, invece, di un caso particolarissimo – quello di *internet meme*.

Quale dinamica ha causato questa sovrapposizione? Nel tentativo di trovare una risposta, ci si può lasciare sedurre da una prima suggestione: è lecito supporre che nell'internet meme si sia voluta vedere la perfetta incarnazione del meme-replicatore ipotizzato da Dawkins, permettendogli, così, di assorbirne totalmente la caratterizzazione originaria? Come spesso accade, tracciare una genealogia può aiutare a fare luce sui protagonisti della vicenda, sul ruolo da questi assunto e sul movente alla base delle loro azioni. *Il gene egoista* viene pubblicato per la prima volta nel 1976, e nello stesso anno si ha la prima formulazione del meme come replicatore culturale. Più difficile è stabilire con precisione la comparsa del primo meme di internet e, soprattutto, il momento in cui diventa chiara l'originalità del fenomeno. La tradizione individua in Scott Elliot Fahlman il creatore dell'internet meme, ma non sono mancate – e non mancano tutt'ora – delle opposizioni⁷. Solo nel 2002 si è stabilito con certezza

⁷ Le opposizioni riguardano sia l'aspetto storico – dubitando che sia Fahlman l'inventore delle emoticon – sia l'aspetto, per così dire, concettuale, ovvero, mettendo in discussione il fatto che le emoticon possano essere considerate il primo caso di *meme* di internet. Mentre la prima questione è stata definitivamente risolta nel 2002, con la scoperta del post originale del settembre 1982 in cui Fahlman propone il marcatore “:-)”, la seconda è tuttora motivo di dibattito. Cfr. *Original Bboard Thread in which :-) was proposed*: <<https://www.cs.cmu.edu/~sef/Orig-Smiley.htm>>.

che è da attribuirsi a Fahlman la paternità del marcatore “:-)”, sorridente faccina testuale da questi proposta per la prima volta nel 1982 per venire incontro alla necessità di contrassegnare velocemente e inequivocabilmente i messaggi come ironici. La sequenza “due punti - trattino alto - chiusa parentesi” ha dato avvio alla felice tradizione delle emoticon – elemento ormai irrinunciabile delle conversazioni online – ed è considerata il primo caso di meme di internet. Almeno, questa è la tesi supportata da una nutrita schiera di esperti di media e comunicazione digitale: per Patrick Davison, numerosi elementi garantiscono la classificazione delle emoticon come meme, a partire dal meccanismo di replicazione, dalla velocità di utilizzo e dalla semplicità di sperimentazione⁸. Le emoticon fanno parte di un linguaggio universalmente compreso – quantomeno, nella internet community – che sopravvive replicandosi e che coinvolge attivamente gli utilizzatori nella sua proliferazione. Nuove emoticon possono essere create direttamente dalle principali piattaforme di messaggistica, dando vita a quelle mutazioni che sono un tratto fondamentale dei memi e della loro replicazione⁹. Un secondo momento fondamentale nella storia degli *internet memes* è datato 1997, anno in cui Deidre LaCarte – ai tempi studentessa universitaria – utilizza il servizio di hosting GeoCities per creare il sito “Hampton Hampster’s Hamster House”, popolandolo di immagini animate di criceti e di jingle musicali a tema¹⁰. Il portale nasce da una sfida tra amici, l’obiettivo è generare il maggiore traffico possibile: dopo un avvio in sordina, raggiunge nella primavera del 1999 le sessantamila visite giornaliere, diventando uno dei primi fenomeni del web di portata planetaria. Nei mesi

⁸ P. Davison, *The Language of Internet Memes*, p. 124.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Wikipedia, *Hampster Dance*: <http://en.wikipedia.org/wiki/Hampster_dance>.

successivi, moltissimi utenti si lasciano coinvolgere dal tormentone “Hamster Dance”, realizzando la propria versione del “criceto danzante”. Parallelamente, inizia la vendita di merchandising ufficiale, il sito compare in alcuni spot televisivi e, grazie alla collaborazione con il duo The Boomtang Boys, viene pubblicato un brano musicale – “The Hamsterdance Song” – che scala le classifiche dei singoli in Canada, Australia e Stati Uniti¹¹. A questo farà poi seguito un album a tema, pubblicato nell’autunno del 2000¹².

Ripercorrere le tappe della storia dei meme di internet non è un vezzo da antichisti della rete, ma un esercizio indispensabile se l’intento è capire in che modo questi abbiano raggiunto la popolarità attuale e, di riflesso, come e perché siano entrati a far parte della cultura ufficiale. Già con “Hamster Dance” si hanno tre svolte importanti: la migrazione verso una forma di meme multimodale che affianca alla componente testuale una grafico-visiva; la trasformazione del pubblico da pubblico fruitore a pubblico fruitore-creatore; la volontà di fare del meme un fenomeno commerciale, estrapolandolo dal suo ambiente originario, la *web culture*. Quanto alla prima, è lecito includere questo passaggio tra quelli che – a partire dalla fine degli anni Novanta – hanno avviato o accelerato il processo culminato con la convergenza degli internet memes verso una prima forma comune, l’*image macro*. Una *image macro* è un contenuto online che consiste in una immagine a cui sono aggiunte in sovraimpressione una o più righe di testo¹³. Questa categoria rappresenta tutt’ora la ve-

¹¹ Wikipedia, *The Hamsterdance Song*: <https://en.wikipedia.org/wiki/The_Hamsterdance_Song>.

¹² Wikipedia, *Hamsterdance: The Album*: <https://en.wikipedia.org/wiki/Hamsterdance:_The_Album>.

¹³ E. Zenner - D. Geeraerts, *One does not simply process memes: Image macros as multimodal constructions*, p. 171.

ste canonica dell'internet meme, nonostante gli ultimi anni abbiano visto il proliferare di forme nuove e meno tradizionali. Quanto alle altre due "svolte", ci sarà modo in seguito di analizzare, con la dovuta attenzione, quei cambiamenti che hanno riguardato non soltanto i meme, ma anche il pubblico che ne fruisce e il modo in cui essi vengono diffusi e manipolati. Per ora, basti sapere che lo stesso Dawkins – intervenuto in tempi più recenti nel dibattito sui meme di internet e sul loro rapporto con l'idea originaria di meme¹⁴ – ha individuato in questa inedita modalità ricettiva-creativa una delle principali differenze tra il meme e l'internet meme, laddove il secondo è per lo scienziato un dirottamento (*hijacking*) del concetto di partenza, una variante che non muta più sotto la spinta di cambiamenti casuali e della selezione darwiniana, ma per effetto di alterazioni volontariamente introdotte dalla creatività umana¹⁵. Il meme di internet, come ogni meme, si trasforma replicandosi; diversamente dai memi tradizionali, risente direttamente dell'intervento consapevole dell'uomo, ovvero della volontà di partecipazione del pubblico che lo accoglie e che ne garantisce la diffusione senza preoccuparsi dell'accuratezza della replicazione, ma – spinto dalla volontà di personalizzare – favorendone le mutazioni.

La filogenesi dei meme di internet è il riflesso, allora, sia di movimenti casuali – gli stessi che rendono tutti i memi soggetti a imprevedibili variazioni – sia delle ingerenze esterne, mirate e volontarie

¹⁴ Nel 2013 Dawkins risponde alle domande postegli dalla giornalista di "Wired" Olivia Solon sul rapporto tra i meme di internet e l'idea originale di meme. L'intervista, non più disponibile e intitolata *Richard Dawkins on the internet's hijacking of the word "meme"*, può essere letta utilizzando la Wayback Machine di Internet Archive: <<https://web.archive.org/web/20130709152558/http://www.wired.co.uk/news/archive/2013-06/20/richard-dawkins-memes>>.

¹⁵ *Ibid.*

della comunità dei fruitori-creatori. Difficile tracciare i confini di questi due campi di forza, impossibile ricollegare all'uno o all'altro i vari esiti del processo evolutivo. Se si considera, ad esempio, come punto d'arrivo di una linea evolutiva quella veste del meme che si è prima chiamata *image macro*, si ha la tentazione di collegarne la nascita ad una calcolata ed esterna azione demiurgica. Secondo questa lettura, si finisce col vedere nell'*image macro* la trasposizione *online* di ciò che altre forme comunicative rappresentano *offline*. L'immagine digitale con testo sovraimpresso viene allora inserita nella lunga tradizione della comunicazione di massa, non rappresentando altro che un'ulteriore evoluzione della forma mediale che include, per esempio, la grafica pubblicitaria. Neanche la *web archeology* può trovare – scavando tra i fossili e le macerie dell'internet che fu e che, in parte, è ancora accessibile – indizi insindacabilmente a sostegno o a sfavore di questa tesi. Non è importante dare una risposta definitivamente valida, quanto accettare che le risposte valide possono essere più di una. Alla tesi del meme come stadio ultimo di una tradizione – e, quindi, come prodotto culturale volontariamente determinato dalla comunità cui pertiene – si contrappone la tesi del meme multimodale – dotato, cioè, di una componente visiva e di una verbale – come prodotto di un processo libero, modellato non da una razionalità esterna, ma da una serie di adattamenti più o meno fortunati e più o meno casuali. Se con lo sguardo si ritorna per un attimo al mondo della biologia – sempre tenendo a mente la pericolosità insita nel porre sullo stesso piano natura e cultura – si ha la conferma che è la stessa evoluzione darwiniana ad ammettere una simile possibilità. Gli zoologi parlano di convergenza evolutiva quando esseri viventi appartenenti a specie diverse, non legate da nessun grado di parentela, convergono – a causa di pressioni ambientali simili – ad una forma comune. Meccanismi di questo tipo possono indurre all'errore: la somiglianza morfologica tra i delfini e gli squali è alla base

della tendenza – comune soprattutto tra i non esperti in materia – di associare i primi alla classe dei pesci, e non a quella dei mammiferi, classificazione che, per quanto meno intuitiva, è l'unica tassonomicamente corretta. Delfini e squali appartengono a due linee evolutive totalmente separate e afferenti a *pool* genetici lontanissimi tra loro: la convergenza verso una forma comune si deve esclusivamente alla necessità di adattamento ad una stessa nicchia, l'ambiente marino.

Il paragone con la biologia dà – in una certa misura – fondamento all'idea che anche la cultura possa presentare forme di convergenza evolutiva. Dando per corretta questa tesi, si può supporre che i meme di internet abbiano finito con l'assomigliare a modelli comunicativi più datati – come quello del fumetto o della locandina pubblicitaria – non a causa di una manipolazione consapevole, ma di un processo evolutivo che, influenzato da un ambiente simile e da simili necessità, ha premiato gli stessi caratteri. Il meme di internet giunge alla forma di *image macro* perché questa permette di veicolare con semplicità un messaggio breve e incisivo – caratteristiche condivise con lo *slogan*, parte testuale della comunicazione di massa – e di catturare l'attenzione anche dello spettatore meno attento¹⁶ grazie alla sua predominante componente grafico-visiva. Dal punto di vista più strettamente tecnico, la facilità di replicazione e di elaborazione delle immagini digitali rispetto ad altri tipi di file – quali possono essere, ad esempio, i video – ha garantito il successo replicativo

¹⁶ Non è azzardato paragonare lo spettatore della pubblicità a quello dei meme. Cartelloni e locandine sono studiati per catturare l'occhio anche di un passante distratto. Passanti distratti possono essere considerati gli utenti dei *social* a cui sono destinati i meme: da qualche anno viene utilizzata l'espressione *doomscrolling* per indicare la “scrollata abissale”, ovvero la tendenza a navigare tra i contenuti social – soprattutto di carattere negativo – in uno stato catatonico e con sempre minore lucidità.

dell'*image macro*, così come la tecnica litografica ha permesso al manifesto, nel secolo scorso, di imporsi su forme artistiche manuali più difficilmente adattabili alla riproduzione in serie.

In questo come in molti altri casi, la tentazione di accettare collegamenti all'apparenza intuitivi è figlia della volontà di scovare nell'esito di un processo un finalismo e una teleonomia che non gli appartengono. Lo stesso Dawkins precisa – dimostrando in questo frangente di condividere ampiamente le istanze di una certa parte dell'antropologia filosofica del Novecento¹⁷ – che non bisogna essere mistici né quando si parla di geni, né quando si parla di memi, perché l'idea della finalità è, in entrambi casi, soltanto una metafora¹⁸. Nessuna entelechia, nessun disegno divino e nessuna relazione genetica hanno causato la morfologia simile di squali e delfini, così come nessuna azione calcolata e nessuna parentela culturale hanno fatto in modo che il meme finisse con l'assomigliare a forme comunicative già presenti nella nostra tradizione. Nel secondo caso, non essendoci alcuna analisi genica in grado di smentire o confermare definitivamente l'una o l'altra ipotesi, resta costante la necessità di confrontarsi con entrambe. Dare il dovuto peso ai meccanismi autonomi di selezione culturale significa, nel caso dei memi di internet, ricordarsi che questi devono il loro successo anche e soprattutto al processo evolutivo democratico che li ha coinvolti. Oggi che sembra

¹⁷ Sulla non necessità della teleonomia nella descrizione dell'organizzazione del vivente si sono espressi, appena qualche anno prima di Dawkins, anche Humberto Maturana e Francisco Varela. Cfr. H. Maturana - F. Varela, *Autopoiesis and Cognition. The Realization of the Living*; trad. it. *Autopoiesi e cognizione. La realizzazione del vivente*. Si rimanda, in modo particolare, alla sezione *Non necessità della teleonomia*, pp. 139-142, facente parte del breve testo *Autopoiesi. L'organizzazione del vivente*, edito per la prima volta nel 1973 (tre anni prima de *Il gene egoista*) e successivamente incluso in *Autopoiesi e cognizione*.

¹⁸ R. Dawkins, *op. cit.*, p. 230.

essersi quasi del tutto esaurita la visione della rete globale come di uno spazio di libera condivisione del sapere e di formazione spontanea della cultura – idea che permeava i primi anni della *internet revolution*¹⁹ – e che, come si vedrà, anche la libera gemmazione dei meme è sempre più compromessa da manipolazioni esterne al fenomeno, conservare la memoria di un passato diverso è qualcosa che va oltre la pignoleria da storico della cultura.

2. Dispositivi di (de)soggettivazione: l'antropogenesi spettrale

Nel 2012 Michael Mandiberg, professore associato di Cultura dei Media presso il College of Staten Island, cura quella che può essere considerata la prima grande antologia dei social media: *The Social Media Reader*²⁰. Il testo raccoglie una ricca serie di contributi, sviluppati attorno ad aree tematiche diverse, ma accomunati dall'interesse per le nuove forme sociali nate parallelamente al *boom* di internet e delle piattaforme social. Tra questi si fa notare – se non altro, per il suo titolo innegabilmente tagliente – un breve saggio di Jay Rosen²¹. *The People Formerly Known as the Audience* colpisce con assoluta precisione il cuore di una questione più che mai fondamentale: chi sono, oggi, le persone un tempo note come “il pubblico”? Provando a rispondere a questa domanda Rosen traccia una linea che separa un prima e un dopo. Questo dopo è il dopo delle moda-

¹⁹ Lunga è la lista di quanti, agli albori di internet, hanno visto nella rete globale una possibilità di *enhancement* dell'umano e della sua creatività. Si ricordano, tra gli altri, i lavori di Howard Rheingold sulle *comunità virtuali* e il concetto di *intelligenza collettiva* proposto da Pierre Lévy già nei primi anni Novanta.

²⁰ *The Social Media Reader*.

²¹ J. Rosen, *The People Formerly Known as the Audience*, pp. 13-16.

lità comunicative di cui si fa quotidianamente esperienza da almeno due decenni²², e che si caratterizza per una massa di spettatori radicalmente trasfigurata nella forma e nelle abitudini. *Le persone un tempo note come il pubblico* sono quelle che – diversamente da quanto accadeva in passato – non sono più disposte a posizionarsi nella parte ricettiva della comunicazione, accogliendo passivamente il messaggio a loro trasmesso attraverso un canale unidirezionale²³.

Nell'età dei *social media*, tutti chiedono un ruolo attivo, da protagonista, nei processi comunicativi e culturali. Piccola grande rivoluzione antropologica, i cui germi – stando a Rosen – sono rintracciabili già nell'era pre-social: la fotocopiatrice, la videocamera e il *podcasting* ribaltano, rispettivamente, i rapporti di forza di stampa, TV e radio, dando avvio ad una radicale trasformazione del pubblico²⁴. Mark Thompson, direttore generale della BBC, ha sintetizzato così la questione: il pubblico (*audience*) si è trasformato in pubblico attivo (*active audience*), e «non vuole più starsene soltanto seduto, ma essere una parte attiva, discutendo, creando, comunicando, condividendo»²⁵. Se nel cuore di queste recenti riflessioni viene iniettato il problema dei meme, si corre ancora una volta il rischio di trarre conclusioni all'apparenza ovvie, ma non del tutto corrette, se non addirittura inesatte. Che il pubblico voglia essere sempre più un pubblico attivo – chiedendo a gran voce inclusione e potere decisionale – è un dato di fatto, così come lo è il ribaltamento delle gerar-

²² Convenzionalmente, l'inizio dell'era dei *social media* viene fissato ai primi anni duemila. Non manca chi sceglie come data cardine il 4 febbraio 2004, giorno che vede il debutto di Facebook.

²³ Ivi, p. 13.

²⁴ Ivi, pp. 13-14.

²⁵ M. Thompson, *BBC Creative Future: Mark Thompson's Speech in Full*: <<http://www.guardian.co.uk/media/2006/apr/25/bbc.broadcasting>>.

chie comunicative, soprattutto a basso livello²⁶. Che questa volontà venga realmente rispettata, è tutto da dimostrare, considerando che proprio l'analisi del "fenomeno meme" apre la strada una linea interpretativa in controtendenza rispetto a quella più diffusa. Gli ultimi sviluppi degli internet memes – e dei loro processi di produzione e riproduzione – possono far vacillare l'idea dell'*active audience*, mostrando le ombre della presunta democratizzazione della cultura e della comunicazione.

Come si è visto, l'evoluzione del meme di internet risente sia di una selezione dei caratteri vincenti di tipo – si potrebbe dire – darwiniano, sia dell'intervento diretto e meno casuale della creatività umana. Chi scrive ha l'impressione che da queste due famiglie di influenze siano derivate altrettante diverse linee evolutive: un tempo intrecciate – o, almeno, parallele – tra loro, tendono ora sempre più a divergere. Ai "meme darwiniani" – quelli, cioè, che evolvono per effetto della competizione – si contrappongono nuovi meme di internet, che vengono invece selezionati e modificati intenzionalmente, senza per forza tenere conto delle regole dettate dalla pura e democratica evoluzione culturale. Non sembra poi così avventato congetturare che tali meccanismi di "selezione guidata" rispondano alla volontà di aumentare la performatività – soprattutto comunicativa – del meme, così come le strategie di miglioramento genetico hanno permesso all'uomo di accelerare e incanalare a proprio vantaggio il processo evolutivo di specie animali e vegetali. La questione principale non riguarda tanto l'esistenza di questa seconda classe di

²⁶ Le piattaforme di condivisione di contenuti online hanno permesso a chiunque, potenzialmente, di diventare un polo di trasmissione. YouTube prima – con lo sharing di video online – e i social network poi – soprattutto con il fenomeno dell'*influencing* – hanno dato vita ad una nuova forma di comunicazione dal basso, che non tiene più conto delle gerarchie tradizionali.

internet memes, quanto l'effettiva democraticità del suo prodursi. Se quelli che sono stati prima definiti meme darwiniani sono, per forza di cose, almeno in parte democratici – perché la loro componente democratica è insita nella tautologia dell'evoluzionismo culturale, che garantisce la sopravvivenza dei caratteri culturali che la cultura stessa decreta vincitori – quelli che, invece, si possono a questo punto chiamare “meme manipolati” lasciano, quanto alla loro democraticità, più di qualche dubbio.

Innanzitutto, è facilmente smentibile – nel secondo caso – la compartecipazione dei fruitori al processo creativo. La dinamica delineatasi negli ultimi anni sembra essere la seguente: la famiglia dei meme darwiniani si arricchisce regolarmente e spontaneamente di nuovi meme, il cui apprezzamento da parte del pubblico viene garantito dal processo di selezione culturale che li ha prodotti; il nuovo meme darwiniano viene fagocitato dalla seconda classe di meme, che lo trasforma in un modello tipizzato (*template*), potendolo così adattare a scopi comunicativi non contemplati nella sua genesi. Questa tipizzazione è agevolata dalla forma dell'*image macro*, che presenta una componente fissa – l'immagine – in grado di garantire l'immediata riconoscibilità del meme, e una variabile – il testo – che, opportunamente manipolata, permette di soddisfare numerose e varie esigenze comunicative. Il meme trasformato in *template*, in sintesi, coniuga la riconoscibilità dell'elemento visivo con la versatilità della componente microtipografica, permettendo di mandare a segno atti illocutori del tutto assenti nella sua formulazione originaria. Questo meccanismo fa in modo che utilizzatori diversi riescano a sfruttare con successo uno stesso meme: la compagnia aerea *low cost* che pubblicizza le nuove offerte sui voli e la casa discografica che promuove l'ultimo album di un artista della sua scuderia comunicano efficacemente con il pubblico per mezzo di un *template* che questo già conosce bene. L'idea illusoria della compartecipazione del

pubblico nel processo creativo trova legittimazione nella originaria democraticità genetica del meme, ovvero, nella selezione darwiniana che ne ha decretato l'iniziale successo a seguito della prima gemmazione. Il pubblico rivede sé stesso e il suo potere decisionale nella parte statico-visiva del meme – che riconosce come un suo prodotto – non accorgendosi che le manipolazioni successive lo hanno reso, soprattutto dal punto di vista funzionale, qualcosa di totalmente diverso. La cultura e la comunicazione camminano, in questo tratto, sottobraccio al marketing e alle sue dinamiche, a partire da quel principio di simpatia formulato da Robert Cialdini nella prima metà degli anni Ottanta, che decreta la propensione del pubblico a lasciarsi persuadere da forme e oggetti che riconosce come propri, o con cui ha familiarità²⁷.

Se si guarda agli sviluppi recenti del web e dei protagonisti in gara, numerosi indizi paiono confermare l'alienazione del pubblico dalla poiesi culturale. Il decennio che va dal 2010 al 2020 vede l'imporsi dell'internet meme come fenomeno di massa: contestualmente, inizia il suo inserimento nella cultura ufficiale. In questo intervallo di tempo si assiste ad una prima scissione tra chi produce il meme – i *memer* o mematori – e chi ne fruisce. Su Facebook – da sempre tra i principali canali di diffusione dei meme – la dinamica è resa chiara dal proliferare delle pagine di meme, account specializzati nel creare nuovi meme, o nel rielaborare in modo inedito modelli già esistenti. In questa prima fase il distacco tra chi produce attivamente e chi fruisce passivamente non è ancora così marcato. Alle pagine

²⁷ Il principio di simpatia è uno dei sei principi della persuasione proposti dallo psicologo statunitense Robert Cialdini: ad esso è dedicato il quinto capitolo de *Le armi della persuasione*, testo di riferimento per chiunque si avvicini allo studio del marketing e delle sue dinamiche. Cfr. R. Cialdini, *Influence: The Psychology of Persuasion*; trad. it. *Le armi della persuasione*, pp. 132-162.

– canali di comunicazione unidirezionali, che permettono solo ai propri amministratori di pubblicare contenuti – si affiancano, quasi sempre, i relativi gruppi Facebook, che garantiscono a tutti i membri partecipanti le stesse possibilità comunicative. Ancora a questa altezza cronologica il processo creativo del meme è corale e democratico: il primo stadio di sviluppo è interno al gruppo, ed è qui che viene deciso – utilizzando sistemi come i like e i commenti – quali meme presentano – per usare ancora la semantica dell’evoluzionismo – i caratteri migliori, rivelandosi più adatti a riscuotere l’approvazione di un pubblico più ampio, meritando di essere pubblicati nella pagina principale.

Questa dinamica si è estremamente affievolita, fino a scomparire del tutto se si circoscrive l’analisi alle pagine – da qualche anno autodefinitesi “*network* di intrattenimento” – di grosso calibro. I nuovi *network* sono assolutamente unidirezionali e monofonici: non coinvolgono il proprio pubblico nella creazione del meme. Se ancora fino a pochi anni fa le pagine social erano espressione di una *web culture* caratterizzata da elementi spontanei e radicalmente popolari, e godevano della gestione di pochi – in genere, meno di cinque – *admin* non professionisti, ora i *network* dell’intrattenimento *social* possono contare su redazioni vere e proprie. A ricoprire il ruolo di mematori c’è un fitto stuolo di professionisti della comunicazione persuasiva – media manager, copywriter, grafici pubblicitari – che guardano alla e attingono dalla sottocultura dei meme darwiniani solo per preservare una impronta di apparente genuinità. La questione si sposta, allora, dal piano culturale a quello sociale – o, addirittura, antropologico – e il problema della morfologia del meme diventa anche e soprattutto un problema di morfologia del pubblico. Non a caso si è prima usato il termine sottocultura per riferirsi allo spazio descritto dai meme darwiniani, che con sempre minor forza oppongono al modello mediatico centralizzato uno diffuso. È sufficiente

guardare ai numeri in gioco per cogliere l'enorme differenza di peso mediatico tra i meme manipolati – che formano ora, di fatto, una cultura egemone – ed i meme darwiniani, sempre più relegati alla sottocultura delle nicchie di internet²⁸. Va preso atto che, quando si parla del meme come fenomeno di massa, si parla non del meme in senso generale, ma del meme di massa, formalmente coincidente con il meme manipolato. Raccolti questi elementi, il sillogismo è naturale e inconfutabile: il fenomeno di massa del meme ha – in questo momento storico – ben poco di democratico e, soprattutto, il suo pubblico è tutt'altro che attivo. Il meme, spogliato della democraticità della sua genesi originaria, si riduce a mera forma comunicativa, e viene utilizzato in virtù della sua popolarità, così come in passato la radio e la televisione hanno sfruttato per i propri spot, rispettivamente, melodie di facile memorizzazione – ereditate, magari, dal mondo della canzone – e volti noti dello spettacolo.

Se il pubblico di internet continua a vivere nell'illusione di godere di prodotti culturali su cui ha – o ha avuto – in qualche modo influenza, è anche grazie alla diversificazione che i *network* mettono in campo. Non pare tanto avventato sfruttare qui le chiavi interpretative che i teorici della Scuola di Francoforte hanno utilizzato, nel secolo scorso, per sostenere l'esistenza di un mercato di massa della cultura e di una relativa industria culturale (*Kulturindustrie*). Un esempio tra tanti: durante il loro soggiorno negli Stati Uniti, Horkheimer e Ador-

²⁸ Mancano ancora statistiche e “censimenti” ufficiali, ma il dato empirico sembra, in questo caso, sufficiente. Limitandosi al caso italiano, si nota che i grandi *network* di intrattenimento che usano abitualmente la forma del meme “manipolato” possono contare su un numero di *follower* nell'ordine delle decine di milioni, mentre le pagine meme “di nicchia” – quelle a cui principalmente si deve la sperimentazione e la nascita di nuovi meme – difficilmente si spingono oltre le poche decine di migliaia di *follower*.

no notano che l'incredibile varietà dei marchi automobilistici che transitano per le strade newyorkesi è, a conti fatti, soltanto apparente, sia perché le auto finiscono per assomigliarsi tutte, sia perché il ricchissimo mosaico di marchi si può, in realtà, ricondurre a pochissimi gruppi; questi, distribuendo sotto nomi diversi la propria produzione, riescono a raccogliere l'interesse di un numero più elevato di acquirenti, dando loro l'illusione della scelta²⁹. Le attuali "fabbriche dei meme" non lavorano diversamente: i *network* diversificano l'offerta creando una rete di canali tematici, una struttura flessibile e adatta alla variegatezza del pubblico di internet. A gruppi demografici diversi vengono proposti meme diversi: ci sono i meme per i tifosi di calcio e per quelli che, invece, seguono il basket; i meme per gli universitari – che sono, addirittura, divisi per facoltà – per i liceali, per gli operai; su base territoriale, nascono pagine di meme a dimensione nazionale, regionale, finanche cittadina e comunale – se non, addirittura, rionale. Ogni "consumatore" può riconoscersi in una o più categorie, e questa limitata possibilità decisionale fa proprio, contrabbandandolo, il tono della libertà e della partecipazione. È chiaro che la lettura dell'internet meme come replicatore culturale si rivela insufficiente se tale modello viene coinvolto in analisi di più ampio respiro, e di stampo più marcatamente sociale e antropologico. Forse, i tempi sono maturi per affiancare alla proposta di Dawkins – che, è bene ricordare, nasce all'interno di una teoria della cultura – una formulazione nuova e meglio attrezzata a sostenere queste letture inedite del fenomeno. Ancora nessuno – stando a quanto mi risulta – si è lanciato in un'impresa di tal genere. Non si tenterà neppure in queste pagine di farlo: esse si limiteranno, al più, a fornire qualche spunto.

²⁹ M. Horkheimer - Th. W. Adorno, *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*; trad. it. *Dialettica dell'illuminismo*, p. 130.

Una descrizione del meme – così come della *Kulturindustrie* del web – capace di tenere legati insieme cultura, sapere, potere, società e individuo non può rinunciare al confronto con un concetto che già in passato ha messo in relazione tali dimensioni. L'idea foucaultiana di “dispositivo” compare esplicitamente nei lavori del filosofo francese a partire dalla metà degli anni Settanta, e ne caratterizza l'ultima parentesi di pensiero. Non un confronto semplice: anche in questo caso, a mancare è una definizione propriamente detta. Lo stesso Foucault non ha dato che descrizioni parziali – operative e analitiche – del dispositivo, adatte più ai singoli casi d'uso che non ad una formulazione generale. Lasciandosi aiutare dalle diverse linee esegetiche diramatesi a partire dal concetto di dispositivo, è comunque possibile trovare elementi che supportino la delineazione del nuovo ruolo assunto dal meme e del suo *essere-dispositivo* – tesi che qui si intende proporre. Una, in particolare, si rivela particolarmente adatta allo scopo, e porta la firma di Giorgio Agamben.

In *Che cos'è un dispositivo?*³⁰, Agamben attua una ripresa del problema del dispositivo foucaultiano, ricollegandosi all'omonima conferenza che Gilles Deleuze tenne sull'argomento a pochi anni dalla scomparsa del filosofo francese³¹. La continuità è solo apparente: le differenze tra i due interventi sono notevoli, e non certo esauribili all'interno di queste poche righe. A questo riguardo, si può trovare nel lavoro di Sandro Chignola un supporto di maggior pregio e utilità³². Limitatamente alla questione del meme di massa, la lettura agambeniana del dispositivo ne rende convincente l'accostamento per più aspetti. Innanzitutto, Agamben vede nel “dis-positivo” l'evo-

³⁰ G. Agamben, *Che cos'è un dispositivo?*

³¹ G. Deleuze, *Qu'est-ce qu'un dispositif?*

³² S. Chignola, *Sul dispositivo. Foucault, Agamben, Deleuze*, pp. 185-206.

luzione del concetto di “positività” già presente nelle opere precedenti di Foucault, ricollegandolo alla forma della religione positiva: di quella religione, cioè, che a differenza della religione naturale «non riguarda l'immediata e generale relazione della ragione umana col divino, [...] [ma] comprende l'insieme delle credenze, delle regole e dei riti che in una certa società e in un certo momento storico sono imposti agli individui dall'esterno»³³. Ancora, nelle battute finali del suo intervento, Agamben caratterizza tecnologicamente il dispositivo, arrivando a parlare esplicitamente di *dispositivi tecnologici*, definendo tali quei nuovi dispositivi che non offrono possibilità di evasione, perché permeano ogni aspetto del quotidiano. Il paragone con internet e con i suoi meme è, a questo punto, naturale.

Dall'accostamento con la positività e con la religione positiva, Agamben fa derivare una precisa definizione di dispositivo: «qualunque cosa abbia in qualche modo la capacità di catturare, orientare, determinare, intercettare, modellare, controllare e assicurare i gesti, le condotte, le opinioni e i discorsi degli esseri viventi»³⁴. Una formulazione di tal genere propone – cosa che lo stesso Agamben esplicita – «una generale e massiccia partizione dell'esistente in due grandi gruppi o classi: da una parte gli esseri viventi (o le sostanze) e dall'altra i dispositivi in cui essi vengono incessantemente catturati»³⁵. Dall'incontro-scontro tra queste due parti in gara nasce il soggetto³⁶: il processo di soggettivazione deriva dalla relazione tra gli esseri viventi e i dispositivi con cui entrano in contatto. Non è tutto: «uno stesso individuo, una stessa sostanza, può essere il luogo di molteplici processi

³³ G. Agamben, *op. cit.*, p. 6.

³⁴ Ivi, p. 18.

³⁵ Ivi, p. 17.

³⁶ Ivi, p. 19.

di soggettivazione: l'utilizzatore di telefoni cellulari, il navigatore in internet, lo scrittore di racconti, l'appassionato di tango, il no-global ecc.ecc. Alla crescita sterminata dei dispositivi nel nostro tempo, fa così riscontro una altrettanto sterminata proliferazione di processi di soggettivazione»³⁷. È questo uno dei principali paradossi della contemporaneità: ciò che dovrebbe garantire la formazione identitaria – il processo di soggettivazione – distrugge, col suo pluralismo, la possibilità stessa di una identità di fondo. Una soggettivazione che non produce soggetti – quale è quella dei dispositivi tecnologici – è a tutti gli effetti una desoggettivazione, e tale la definisce Agamben³⁸.

I meme sono il liquido di contrasto che rende più visibile questa deriva. Dalla relazione con il meme manipolato – che, proprio perché alterato, funziona come dispositivo antropogenico imperfetto – nasce una soggettivazione senza soggetto, fatta di identità posticce. L'individuo viene frammentato, e a questa frammentazione non segue nessuna «ricomposizione di un nuovo soggetto, se non in forma larvata e, per così dire, spettrale»³⁹. L'individuo che va regolarmente allo stadio, che segue tutte le partite della propria squadra, che legge le riviste sportive, si soggettiva organicamente come tifoso, e può unire coerentemente questa caratterizzazione alla sua identità: l'essere-tifoso è un *più* che si aggiunge al soggetto, e non un *meno* che contribuisce alla sua frammentazione. Dalla relazione con il meme manipolato viene fuori un tipo diverso di soggettivazione: un dispositivo alterato genera un'antropogenesi alterata, spettrale come le figure che produce. Il meme calcistico non genera il tifoso, ma un qualcosa che a questo assomiglia solo fenomenologicamente, e ope-

³⁷ *Ibid.*

³⁸ Ivi, p. 26.

³⁹ Ivi, p. 27.

rativamente solo nel suo potenziale di consumatore. La differenza è ancora più apprezzabile prendendo come riferimento i meme con pretese culturali, oggi più che mai popolari. Dai versi di poesie ridotti a poster, alle “lezioni” lampo con una durata pari a non più di qualche decina di secondi, questi prodotti dovrebbero rappresentare l'evoluzione digitale di tutto ciò che, in passato, concorreva alla formazione culturale dell'individuo. Nessuno di questi meme riesce a portare a termine – né ha come obiettivo – la produzione di soggetti-colti. È anche questa una labile soggettivazione delle pure forme: non deve stupire che si sia arrivato a parlare di “cosplay della cultura”, collegando il fenomeno all'arte del *cosplay*, del travestimento fumettistico. C'è una differenza: nessun *cosplayer* crede, indossandone il costume, di acquistare i poteri di un supereroe. Gli spettri prodotti dalla soggettivazione che desoggettiva sembrano non aver maturato ancora questa consapevolezza: ad essi viene concesso quel tanto che basta per riconoscere come la propria identità i costumi che gli sono proposti, e che permettono di orientarne i gusti e le esigenze con più facilità. Al soggetto-tifoso, al soggetto-colto, al soggetto-cinefilo – tutti pseudo-soggetti ottenuti per mezzo di meme cuciti su misura – si può più facilmente proporre la nuova maglietta da gara, il nuovo spettacolo a teatro, la nuova edizione restaurata di un grande classico del cinema, certi che questi accetteranno ben volentieri qualsiasi prodotto, purché in grado di dare sostegno alle loro identità fantasmatiche. La nuova industria culturale ha bisogno dei soggetti solo in quanto soggetti governabili, e in questo processo il meme-dispositivo porta a termine la sua missione: perché il dispositivo è «innanzitutto una macchina che produce soggettivazioni, e solo in quanto tale è anche una macchina di governo»⁴⁰.

⁴⁰ Ivi, p. 25.

3. *Quoddam ubique, quoddam semper, quoddam ab omnibus*

Un dispositivo non si limita a dare una descrizione della rete che lega insieme i poteri e i saperi che caratterizzano una società, ma è esso stesso parte attiva nella formazione e nel mantenimento di tale rete. Un dispositivo, cioè, non è «soltanto l'ordine epistemico che esaurisce il dicibile o l'enunciabile di un'epoca, ma il rapporto di forza che impone dei saperi e che si alimenta dei saperi»⁴¹. Caratterizzando il meme come dispositivo gli si riconoscono tutta una serie di influenze impossibili da cogliere restando ancorati all'analisi tradizionale del fenomeno, che ne limita l'azione al solo campo della replicazione culturale. Forse per poca audacia, forse per troppa abitudine, gran parte delle letture finora proposte faticano a riconoscere questo importante capovolgimento di fronte: gli attuali meme di internet non sono un riflesso digitale della realtà, ma si costituiscono come entità autonome, ed è anzi quello che oggi viene ancora definito – forse, verrebbe da dire, con una terminologia ormai impropria – il “mondo reale” a trasformarsi, successivamente, in un riflesso più o meno pallido di ciò che originariamente e originalmente nasce sul web. Queste trasformazioni non possono essere colte se ci si ostina a voler vedere nel meme un mero strumento della comunicazione, così come all'inizio del secolo scorso – come già lamentava Benjamin – non è stato possibile cogliere le vere potenzialità del mezzo fotografico senza smettere di considerare la fotografia in quanto arte, e iniziando a considerare l'arte in quanto fotografia⁴².

⁴¹ S. Chignola, *op. cit.*, p. 190.

⁴² W. Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproduction mécanisée*; trad. it. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, p. 73.

Gli ultimi anni hanno segnato una rapida accelerazione del processo che rende la cultura di internet sempre più indipendente da quella tradizionale, e che ha causato il ribaltamento dei rapporti di forza tra le due, tanto che è la seconda, oggi, a dover rincorrere la prima, e a doverla imitare. I meme non descrivono un mondo, ne creano uno nuovo – seppur, spesso, fragilissimo – a cui quello vecchio prova ad adeguarsi, non di rado con esiti tragici. I creatori dei meme manipolati ne massimizzano le capacità comunicative ricorrendo spesso a forme iperboliche. La realtà che guarda al meme diviene a sua volta, per forza di cose, una realtà in cui ogni processo di soggettivazione tende all'ipertrofia. Lo si è visto chiaramente con gli esiti più recenti del fenomeno: tutti quei meme che sembravano offrire al proprio pubblico caratteri identitari in cui riconoscersi – e che rappresentano, per inciso, una parte sempre più preponderante – hanno trasformato in stereotipizzazione e ghettizzazione il tradizionale processo di riconoscimento comunitario. I meme calcistici hanno trasformato il normale tifoso in ultra-tifoso, dove la componente “ultra” è frutto del tentativo di ridurre, per mezzo di una ipercompensazione formale, l'insita fragilità di questo pseudo-soggetto, che non gode della stabilità data dai processi antropogenici tradizionali. I meme a carattere regionale, a loro volta, hanno favorito la nascita di un neocampanilismo che assume toni sempre più violenti, sulla base di differenze e divisioni che, a ben vedere, non sono reali – intendendo con *reale* ciò che appartiene al *mondo reale* – ma che sono state intenzionalmente fabbricate per aumentare la presa – sfruttando il richiamo all'autentico – su un determinato pubblico⁴³. Chi manipola

⁴³ A questo filone appartiene, ad esempio, la tendenza *social* a bagnare le friselle – prodotto da forno tipico del Sud Italia – nell'acqua di mare, gesto giustificato dal richiamo ad una tradizione, in realtà, inesistente. Al tema ha dedicato un ar-

la il meme non manipola più soltanto la cultura, ma il mondo e, con esso, l'Uomo.

Il meme manipolato è cosa fabbricata che a sua volta fabbrica, seguendo ordini e regole che rigidamente collegano gli effetti alle cause. Eppure, il meme in sé può essere anche e ancora qualcosa di diverso, che può essere colto solo abbandonando ogni pregiudizio. Se alla prima e alla seconda caratterizzazione – il meme come replicatore e il meme come dispositivo – si provasse ad affiancarne una terza, questa non potrebbe che essere il meme come opera d'arte. Un accostamento simile può far nascere un sorriso. Nel 1936, Heidegger afferma – in un passaggio di uno dei più celebri *Sentieri interrotti* – che «l'opera d'arte è, sì, una cosa fabbricata, ma dice anche qualcos'altro oltre la pura cosa: *άλλο αγορεύει*. L'opera d'arte rende noto qualcos'altro, rivela qualcos'altro: è allegoria»⁴⁴. Il meme manipolato non ha dimensioni ulteriori, non è allegoria, è totalmente esposto: ad essere nascosti possono essere, al più, i rapporti di forza e le intenzioni che ne hanno guidato la manipolazione. I meme allegorici esistono: sono i più difficili da analizzare, ma la difficoltà si riduce proprio riconoscendone lo statuto di opera d'arte.

Il discorso sull'*essere-opera* del meme non è un discorso inedito: nato all'interno della stessa community di internet, si è caratterizzato per il proliferare di discussioni a tema su piattaforme come *Reddit* e *Quora*. Queste sono accomunate da un difetto di fondo: approcciano la questione soltanto dal punto di vista estetico, o al più

ticolo Alfonso Lanzieri, docente incaricato presso la Facoltà Teologica di Napoli e l'ISSR "Duns Scoto" di Nola-Acerra. Cfr. A. Lanzieri, *Freselle in mare. Breve psicanalisi del regresso italiano*: <<https://ilpensierostorico.com/freselle-in-mare-breve-psicanalisi-del-regresso-italiano/>>.

⁴⁴ M. Heidegger, *Der Ursprung des Kunstwerkes*; trad. it. *L'origine dell'opera d'arte*, pp. 5-6.

domandandosi cos'è che rende un meme tale – la sua *cosalità*, per così dire. Temi interessanti, certo: per il meme – così come per gran parte dei prodotti digitali – è difficile stabilire – continuando ancora con la lezione heideggeriana – i confini del *τό ὑποκείμενον*, ciò che sta nel fondo e che precede ogni determinazione, e le caratteristiche, che sono invece *τά συμβεβηκότα*⁴⁵. La stessa sequenza di *bit* – che parrebbe fissare univocamente l'identità dell'oggetto digitale – muta sotto l'azione degli algoritmi di compressione e di conversione nei vari formati, sicché è solo la forma fenomenica a mantenersi, almeno all'apparenza, invariata. Temi interessanti, si diceva, che mostrano l'incalzante esigenza di affiancare alla più diffusa etica, anche una ontologia del digitale. La questione qui è, però, un'altra: se a rendere l'opera d'arte tale è la sua capacità di rivelare un mondo, in che modo il meme porta a termine questo disvelamento, e qual è il mondo che compare sotto il velo sollevato dall'*ἀλήθεια*?

Il fenomeno più recente che ha coinvolto il mondo dei meme di internet, nonché il più popolare e attualmente discusso, è quello del *brainrot*⁴⁶. Lo stesso nome affibbiato a questa nuova tendenza tradisce un (pre)giudizio di valore: il meme *brainrot* è il meme della marcescenza del cervello, incomprensibile non per mancanza di

⁴⁵ Ivi, p. 8.

⁴⁶ I meme *brainrot* – anche noti come *Italian Brainrot* – consistono in immagini generate grazie all'intelligenza artificiale, che raffigurano esseri in larga parte zoomorfi. All'immagine viene spesso affiancata una descrizione, non sempre dotata di senso e generata anch'essa per mezzo della IA. L'espressione "brain rot" precede cronologicamente questi meme – diventati popolari nel 2025 – ed è stata coniata per indicare il decadimento cerebrale dovuto ad un uso eccessivo di contenuti online di bassa lega. "Brain rot" è stata scelta come parola dell'anno 2024 dall'*Oxford English Dictionary*. Cfr. "Brain rot" named Oxford Word of the Year 2024: <<https://corp.oup.com/news/brain-rot-named-oxford-word-of-the-year-2024/>>.

mezzi adeguati, ma perché, privo di senso, non offre nessuna possibilità di comprensione. Questa l'analisi condivisa: analisi cieca, perché guarda al fenomeno nella sua forma finale, e ne ignora la tradizione. Per Heidegger, ancora una volta, «l'investigazione deve quindi rappresentare il mutevole nel suo mutamento, portarlo a stabilità, ma, tuttavia, lasciare che il movimento sia movimento. La stabilità dei fatti e la costanza del loro mutamento è la regola. La costanza del mutamento nella necessità del suo corso, è la legge. Solo nell'orizzonte della regola e della legge i fatti si manifestano come i fatti che sono»⁴⁷. Prima del *brainrot* a guadagnarsi l'etichetta di marciume cerebrale sono stati i “meme fritti”, o *deep fried memes*. Un meme fritto è un meme che presenta una forma estremamente distorta, ottenuta alterando l'immagine di partenza per mezzo di filtri che la rendono del tutto o quasi irriconoscibile. Questa degradazione volontaria coinvolge anche la componente microtipografica: il testo è monco o sillabato, parzialmente nascosto, di difficile lettura, e presenta spesso errori sintattici o ortografici. Dal punto di vista contenutistico, i meme fritti sono soliti attingere dal bacino dei temi banditi dalla cultura ufficiale e da quello che si è soliti definire il *politicamente corretto*: non di rado integrano frasi volgari, se non addirittura di stampo razzista, misogino, omofobo. Il formato del meme fritto non è stato metabolizzato dall'industria dei meme, non esistono meme fritti manipolati. La loro stessa essenza “orroristica” li ha resi impossibili da riadattare ad un pubblico diverso da quello che li ha generati. Viene da chiedersi se alla base di questo tipo di fenomeni non ci sia una causa esattamente contraria a quella individuata dalle analisi tradizionali. Questi meme, forse, non sono frutto di cervelli

⁴⁷ M. Heidegger, *Die Zeit des Weltbildes*; trad. it. *L'epoca dell'immagine del mondo*, p. 76.

marcescenti, ma, al contrario, di cervelli lucidissimi, consci del fatto che solo forme particolari – come quella della volgarità esasperata, dell'orrore e del nonsense – possono opporsi alla manipolazione del meme⁴⁸.

Il *brainrot*, da questo punto di vista, ha avuto meno successo, paradossalmente avendo più successo. Pur nascendo come apoteosi dell'insensato, non è riuscito a sfuggire alle fauci dall'industria culturale, che ne ha fatto un fenomeno di massa: i meme *brainrot* – ora presenti su t-shirt, zaini, quaderni, diari – sono persino diventati i protagonisti di uno dei giochi di carte collezionabili più popolari del momento⁴⁹. È questa una fase successiva, che con il fenomeno di partenza condivide solo l'aspetto esteriore. Il *brainrot* manipolato, commercializzato, popolarizzato, cessa di essere opera d'arte, quale invece si deve riconoscere – almeno *lato sensu*, così come il meme fritto – nella sua prima iterazione. La chiusura ermetica data dall'incomprensibilità, dall'apparente mancanza di senso, permette a queste forme culturali di conservare – sia consentito un ultimo richiamo heideggeriano – lo storicizzarsi della verità in opera, preservandola da qualsiasi manipolazione. All'eccessiva formalizzazione dell'arte, i dadaisti opponevano la tautologia del *Dada ist Dada*. I meme sovversivi – quelli che agli occhi della mas-

⁴⁸ Questa tesi sembra godere, negli ultimi anni, di una crescente approvazione. Nel 2022 viene pubblicato in rete un interessante contributo a cura di Günseli Yalcinkaya, che pone l'accento sulla componente anti-establishment della cultura dei *deep fried memes*. Cfr. G. Yalcinkaya, *Deep-fried memes: what are they and why do they matter?*: <<https://www.dazeddigital.com/life-culture/article/57422/1/deep-fried-memes-surveillance-capitalism-instagram-reddit-censorship>>.

⁴⁹ In Italia il fenomeno ha avuto portata tale da catturare l'attenzione di Panini S.p.A., azienda leader nel mondo dei fumetti e delle carte collezionabili, che ha dedicato al *brainrot* la linea *Skifidol Italian Brainrot*, attualmente distribuita nelle edicole italiane ed europee.

sa appaiono insensati e marcescenti – oppongono alla strumentalizzazione e al manierismo perbenista della nuova *internet culture* una forma che si ribella ad ogni stile, consapevoli forse che – oggi come sempre – lo stile non è altro che l'equivalente estetico del dominio⁵⁰. Il mondo incomprensibile che disvelano tenendo nascosto è forse l'unico mondo possibile in un'epoca in cui tutto ciò che è comprensibile e visibile è manipolabile e, una volta manipolato, cessa di essere la verità.

In *Suspiria* di Dario Argento, la giovane Susy Benner cerca nel professor Milius risposte per i fenomeni paranormali che l'hanno coinvolta sin dal suo arrivo all'Accademia di danza di Friburgo. Questi le spiega – riprendendo un passo del *Ramo d'oro* di Frazer – che l'elemento magico-irrazionale è *quoddam ubique, quoddam semper, quoddam ab omnibus creditum est*⁵¹. Tutte le epoche hanno avuto il loro *non razionale*, il loro mondo fuori dal mondo, che nel suo essere tale opponeva resistenza alla morsa del Potere e della cultura egemone: forse, con buona pace di chi ostinatamente prova a ricondurre ogni – per lui incomprensibile – fenomeno sociale ad

⁵⁰ Th. W. Adorno - M. Horkheimer, *op. cit.*, p. 137.

⁵¹ Il professor Milius riprende un passaggio del *Ramo d'Oro* di Frazer, che a sua volta cita una formula contenuta nel *Canone* di Vincenzo di Lerino. Va notato che la forma originaria *quod* – presente sia in Frazer che nel santo della Chiesa cattolica – diventa *quoddam* nella citazione di Milius. In questa variazione si può vedere sia un errore, sia un'alterazione volontaria: nel secondo caso, il passaggio dal pronome relativo *quod* all'aggettivo indefinito *quoddam* può essere giustificato da una sottile differenza di significato. Laddove in Frazer e in Vincenzo di Lerino la magia e l'ortodossia religiosa sono, rispettivamente, “quella [precisa] cosa che” (*quod*), nell'affermazione del professor Milius l'elemento magico è invece “una certa cosa che” (*quoddam*), ovvero un qualsiasi elemento che in un dato momento storico e in una data società può soddisfare il bisogno di un irrazionale in cui credere. Cfr. J. G. Frazer, *The Golden Bough: A Study in Comparative Religion*; trad. it. *Il ramo d'oro. Studio sulla magia e la religione*, p. 91.

un qualche tipo di razionalità mancata o male applicata, non è poi tanto sbagliato credere che il *quoddam* del nostro tempo abbia preso la forma – consapevolmente o meno ribellandosi all’omologazione e alla strumentalizzazione della cultura – di un elefante-cactus che calza sandali di cuoio⁵².

Bibliografia

- G. Agamben, *Che cos'è un dispositivo?*, Roma, Nottetempo, 2006.
- W. Benjamin, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, in «Zeitschrift für Sozialforschung», 5, 1936, pp. 9-44; trad. it. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, Einaudi, 2000.
- “Brain rot” named Oxford Word of the Year 2024, in «Oxford University Press», 2 dicembre 2024, <<https://corp.oup.com/news/brain-rot-named-oxford-word-of-the-year-2024>>.
- S. Chignola, *Sul dispositivo. Foucault, Agamben, Deleuze*, in *Genealogie della modernità. Teoria radicale e critica postcoloniale*, a cura di C. Conelli - E. Meo, Roma, Meltemi, 2017, pp. 185-206.
- R. Cialdini, *Influence: The Psychology of Persuasion*, New York City, William Morrow and Company, 1984; trad. it. *Le armi della persuasione*, Firenze, Giunti, 1995.
- P. Davison, *The Language of Internet Memes*, in *The Social Media Reader*, a cura di M. Mandiberg, New York City, New York University Press, 2012.
- R. Dawkins, *The Selfish Gene*, Oxford, Oxford University Press, 1976; trad. it. *Il gene egoista*, Milano, Mondadori, 1992.
- R. Dawkins, *Richard Dawkins on the internet's hijacking of the word “meme”*, intervista a cura di O. Solon, in «Wired», 20 giugno 2013, <<https://web>>.

⁵² Il riferimento è a Lirilì Larilà, tra le creature più popolari a far parte del bestiario nato dalla prima generazione di meme *brainrot*. Lirilì Larilà – così come altri *brainrot* – è un peculiare essere zoomorfo, che si presenta come l’ibridazione tra un elefante e un cactus. Per descrizioni più approfondite dei vari *brainrot*, si rimanda alla “Italian Brainrot Wiki”, enciclopedia online in costante aggiornamento: <https://italianbrainrot.miraheze.org/wiki/Main_Page>.

- archive.org/web/20130709152558/http://www.wired.co.uk/news/archive/2013-06/20/richarddawkins-memes>.
- G. Deleuze, *Qu'est-ce qu'un dispositif?*, Paris, Seuil, 1989; trad. it. *Che cos'è un dispositivo?*, Napoli, Cronopio, 2024.
- J. G. Frazer, *The Golden Bough: A Study in Comparative Religion*, London, Macmillan and Co., 1890; trad. it. *Il ramo d'oro. Studio sulla magia e la religione*, Torino, Bollati Boringhieri, 2012.
- M. Heidegger, *Der Ursprung des Kunstwerkes*, Frankfurt am Main, Vittorio Klostermann GmbH, 1950; trad. it. *L'origine dell'opera d'arte*, in *Sentieri Interrotti*, a cura di P. Chiodi, Firenze, La Nuova Italia, 1968.
- M. Heidegger, *Die Zeit des Weltbildes*, Frankfurt am Main, Vittorio Klostermann GmbH, 1950; trad. it. *L'epoca dell'immagine del mondo*, in *Sentieri Interrotti*, a cura di P. Chiodi, La Nuova Italia, Firenze 1968.
- M. Horkheimer - Th. W. Adorno, *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*, Amsterdam, Querido Verlag, 1944; trad. it. *Dialettica dell'illuminismo*, a cura di R. Solmi, Torino, Einaudi, 2010.
- A. Lanzieri, *Freselle in mare. Breve psicanalisi del regresso italiano*, in «Il Pensiero Storico», <<https://ilpensierostorico.com/freselle-in-mare-breve-psicanalisi-del-regresso-italiano/>>.
- H. Maturana - F. Varela, *Autopoiesis and Cognition. The Realization of the Living*, Dordrecht, Holland, 1980; trad. it. *Autopoiesi e cognizione. La realizzazione del vivente*, Venezia, Marsilio, 1985.
- M. Mandiberg (a cura di), *The Social Media Reader*, New York City, New York University Press, 2012.
- J. Rosen, *The People Formerly Known as the Audience*, in *The Social Media Reader*, a cura di M. Mandiberg, New York City, New York University Press, 2012.
- M. Thompson, *BBC Creative Future: Mark Thompson's Speech in Full*, in «Guardian», 25 aprile 2006, <<http://www.guardian.co.uk/media/2006/apr/25/bbc.broadcasting>>.
- G. Yalcinkava, *Deep-fried memes: what are they and why do they matter?*, in «Dazed Media», 11 novembre 2022, <<https://www.dazeddigital.com/life-culture/article/57422/1/deep-fried-memes-surveillance-capitalism-instagram-reddit-censorship>>.
- E. Zenner - D. Geeraerts, D., *One does not simply process memes: Image macros as multimodal constructions*, in *Cultures and Traditions of Wordplay and Wordplay Research*, a cura di E. Winter-Froemel - V. Thaler, Berlino/Boston, De Gruyter, 2018.

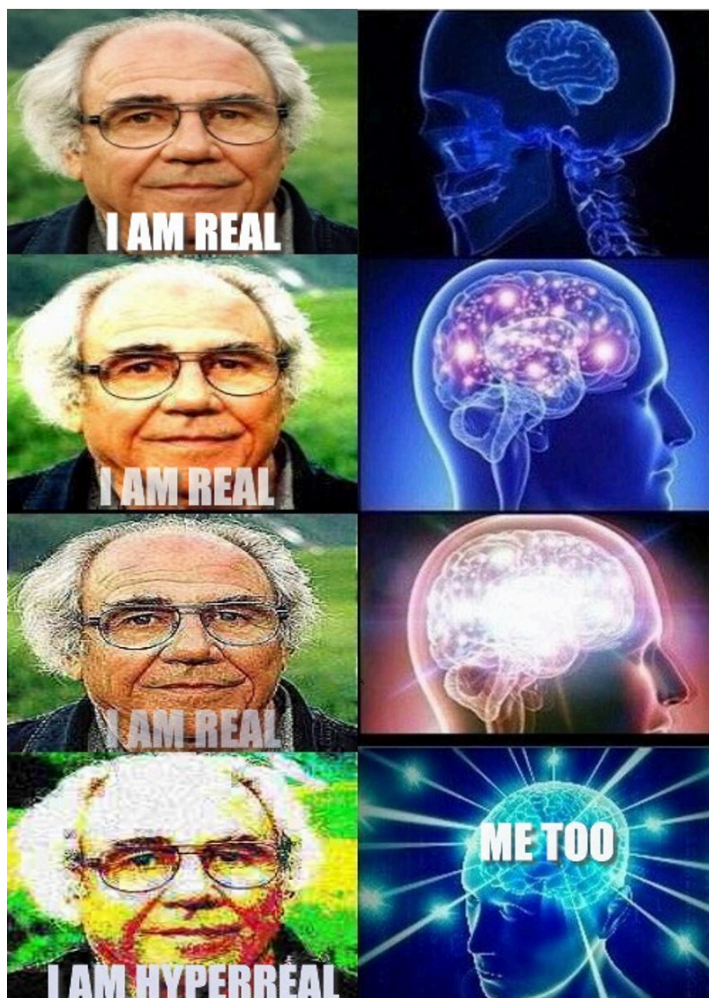
Sitografia

Italian Brainrot Wiki: <https://italianbrainrot.miraheze.org/wiki/Main_Page>.
Original Bboard Thread in which :-) was proposed: <<https://www.cs.cmu.edu/~sef/Orig-Smiley.htm>>
Wikipedia, *Hampster Dance*: <http://en.wikipedia.org/wiki/Hampster_dance>.
- *Hampsterdance: The Album*:
<https://en.wikipedia.org/wiki/Hampsterdance:_The_Album>.
- *The Hampsterdance Song*: <https://en.wikipedia.org/wiki/The_Hampsterdance_Song>.

Alfredo Gorlini
Università degli studi di Napoli Federico II
a.gorlini@studenti.unina.it

MATTIA PELUSO

*Sensi e non sensi al di là della realtà:
il meme tra simulazione e pseudo-cultura*



Abstract: The aim of this work is to situate the phenomenon of the meme within a dual—yet ultimately convergent—analytical trajectory, seeking to identify, without any claim to exhaustiveness (given the inherently kaleidoscopic nature of the object under consideration), two principal dimensions or interpretative suggestions. Beginning from epistemological premises drawn from the reflections of Niklas Luhmann on the fundamental concepts of second-order cybernetics, the broader theoretical background of this text ultimately aligns with the extensive debate concerning the need to conceptually and culturally reconsider what we mean by reality. Indeed, the assumption that a meme may refer to something external to itself—whether a meaning, an idea, or a referent—appears to have been profoundly destabilized by the unpredictable speed that characterizes the processes of post-culture in which contemporary communication is embedded. From this perspective, the adoption of a critical stance that remains strictly on a descriptive level, without lapsing into facile normative or value judgments, becomes both necessary and methodologically indispensable. With regard to the bibliographical and theoretical framework, the conceptual apparatus developed by Jean Baudrillard is considered to provide a particularly productive methodological tool, especially in relation to the key notions of simulacrum, simulation, and hyperreality.

Keywords: Meme, Reality, Simulation, Simulacrum, Hyperreality.

È evidente che dove ci si basa sul primato dell'essere, le realtà artificiali possono essere concepite solo come dei bastardi ontologici, in cui il nulla avrebbe strappato all'essere, ingiustamente, parte della sua pienezza. Estetica e teoria della tecnica, sotto il segno dell'essere, conducono sempre e necessariamente a denunce più o meno esplicite del “mondo apparente”, come sfera di ampliamenti inutili creati su di un nucleo più antico. Le opere d'arte sono, così come quelle della tecnica, propriamente figlie del nulla; nel migliore dei casi sorellastre dell'ente vero, prodotti dell'ingiustizia ontologica, prive di un modello originario, e da intendersi solo come indebolimenti della pienezza, non giustificate da una dimensione originaria e inessenziali nel senso forte del termine. In esse, all'interno di un mon-

do denso di ordinamenti naturali ed essenziali, si nasconde un'aggiunta di nulla, incapace di venire concettualizzata.

P. Sloterdijk, *Non siamo ancora stati salvati. Saggi dopo Heidegger*

1. *Voli pindarici tra cibernetica e iconoclastia: qualche premessa epistemologica*

In riferimento alla nuova epistemologia appropriatasi dell'apparato teorico della seconda cibernetica, Niklas Luhmann rifletteva sulla necessità di una nuova logica che contenesse in sé un paradosso irrisolvibile. Con le nozioni messe a punto da George Spencer Brown, che nella sua *Laws of form* aveva fornito al sociologo una serie di elementi essenziali per la sua teoria dei sistemi sociali¹, Luhmann denunciava come ogni distinzione distinguesse uno spazio distinto (*mark*) da uno indistinto (*unmarked*). Tuttavia, attraverso la nozione di *re-entry*, per cui una stessa distinzione fatta potesse essere ricondotta all'elemento distinto, Luhmann portava la conoscenza a implodere su se stessa. Chiedersi se una distinzione tra vero e falso è essa stessa vera ne è un esempio lampante. Insomma, ogni conoscenza nasce da una distinzione e ogni epistemologia è essenzialmente possibile come osservazione di secondo ordine sulle distinzioni operate da un osservatore di primo ordine². Per utilizzare una parola

¹ Cfr. N. Luhmann, *Beobachtungen der Moderne*; trad.it *Osservazioni sul moderno*, p. 9; 28; pp. 40-44; 63-65; p. 97; 133.

² In un luogo di *Osservazioni sul moderno*, precisamente in apertura del quarto paragrafo del primo saggio, discutendo dei problemi di referenza e codificazione dei sistemi, Luhmann si esprimerà così: «La distinzione tra verità analitiche e sintetiche deve essere abbandonata, come ha già proposto Quine. Essa può diret-

cara a Derrida, l'epistemologia di secondo ordine messa a punto da Luhmann ha funzione essenzialmente decostruttiva: «Chi si ritiene ragionevole e lo dice, viene osservato e decostruito»³, avrebbe detto nelle ultime pagine del primo saggio di *Osservazioni sul moderno*.

In effetti, la nuova cibernetica poneva una questione spinosa anche da un punto di vista più ampio e costringeva se stessa a fare i conti con un problema epistemologico che da Platone in poi era diventato uno dei grattacapi millenari della filosofia: la diatriba tra realismo e idealismo, o costruttivismo nelle sue versioni più aggiornate. Se la premessa epistemologica fondamentale, mutuata dalla

tamente essere sostituita da autoreferenza (= analitico) ed eteroreferenza (=sintetico). Solo così la distinzione tra referenza e codificazione può generare effetti, e si vede che i valori positivi/negativi del codice sono applicabili come vero/falso sia ai contenuti materiali intesi come eteroreferenziali, che a quelli intesi come autoreferenziali. Queste verità che hanno solo senso come analitiche non sono solo il risultato di un'impostazione strumentale, non sono solo un modo di arrivare ad una prova, di creare un modello ecc., prima di iniziare con una ricerca vera e propria, cioè empirica. Esse sono piuttosto l'ambito in cui l'autoriflessione del sistema può riconoscere la propria base paradossale e risolverla con l'aiuto dell'asimmetria tra sistema e ambiente, nel senso di autoreferenza ed eteroreferenza. Nel contesto dell'autoreferenza si può riflettere che anche la distinzione tra autoreferenza ed eteroreferenza costituisce ancora una distinzione propria del sistema, distinzione che noi abbiamo sotto gli occhi come conseguenza dello sviluppo mediante differenziazione e della chiusura del sistema. Da un punto di vista logico ciò conduce alla problematica, nota da Gödel in poi, dell'impossibilità di garantire a se stessi di non cadere in contraddizione. Da un punto di vista di teoria del sistema, questo conduce alla prova di Ashby, secondo cui l'autoorganizzazione non è possibile senza ambiente. In matematica ciò spinge a pensare di riferire tutte le forme matematiche ad un'unità originaria di autoriferimento e distinzione (e dunque alla condizione della possibilità dell'osservare)», in N. Luhmann, *op. cit.*, p. 22. Scelgo questo passo per pura coerenza con la citazione della pagina successiva, tuttavia la riflessione di Luhmann sulla nuova epistemologia è il filo rosso sotteso a tutti i saggi che compongono il testo. Segnalo solo pp. 39-41, p. 86.

³ Ivi, p. 28.

biologia sistemica di Maturana e Varela, era quella per cui «tutto ciò che è detto è detto da un osservatore»⁴, risultava chiaro come ciò volesse dire che ogni descrizione possibile fosse, in ultima istanza, una operazione effettuata tramite distinzioni. Ma se ogni distinzione, come su detto, è parziale, un osservatore può vedere solo ciò che la distinzione rende possibile e, conseguentemente, non può vedere ciò che la stessa non rende visibile⁵. Si palesa la questione spinosa: ci troviamo in una prospettiva di costruttivismo puro? A primo impatto, sembrerebbe di sì: dire che «tutto ciò che è detto è detto da un osservatore» sembrerebbe non lasciare dubbi. Tuttavia, nonostante le critiche di mancato costruttivismo mosse al paradigma autopoietico esplicitato dalla biologia sistemica di Maturana e Varela⁶, una terza via sembrava essere possibile. Per uscire dall'*impasse* in cui erano finiti «due millenni di filosofia»⁷ era necessaria infatti una torsione di atteggiamento: occorreva, cioè, mantenersi letteralmente sul filo del rasoio tra le due posizioni. Infatti, in accordo con alcuni esiti contemporanei raggiunti dalla filosofia analitica di ambito anglosassone negli ultimi decenni⁸, gli autori sostenevano sì l'esistenza di un

⁴ Cfr. H. Maturana - F. Varela, *Autopoiesis and Cognition: The Realization of the Living*; trad. it. *Autopoiesi e cognizione. La realizzazione del vivente*, p. 53.

⁵ Con una specie di gioco di parole Luhmann avrebbe detto: «Piuttosto l'osservatore ripropone a questo livello il problema dell'osservazione, e con ciò anche a se stesso. Infatti non si può vedere ciò che non si vede, ma forse si può vedere, almeno, che non si vede ciò che non si vede», in N. Luhmann, *op. cit.*, p. 53.

⁶ Come segnala Giorgio de Michelis nella prefazione alla prima edizione di *Autopoiesi e cognizione* è rilevante la critica mossa al paradigma autopoietico da Danilo Zolo. Cfr. H. Maturana - F. Varela, *op. cit.*, p. 16.

⁷ Riprendo l'espressione di Stafford Beer utilizzata nella prefazione al secondo saggio di *Autopoiesi e cognizione*, dal titolo *Autopoiesi. L'organizzazione del vivente*. Ivi, p. 117.

⁸ Penso a Quine e alle affascinanti ricadute antropologiche delle sue tesi ma anche all'Hilary Putnam del realismo interno.

“qualcosa” di indistinto e indipendente da un potenziale soggetto percipiente (e dunque si liberavano dalle sabbie mobili dell’idealismo puro), ma erano ben consapevoli del fatto che il neutro “c’è” del mondo non potesse prendere forma senza qualcuno in grado di imprimergliela (e così si scrollavano di dosso la fanghiglia del realismo puro)⁹. Per dirla con uno dei pionieri della seconda cibernetica, Heinz von Foerster: «lì fuori non ci sono né luce né colore, ma solo onde elettromagnetiche: lì fuori non ci sono né suono né musica, ma solo variazioni periodiche della pressione dell’aria; lì fuori non ci sono né caldo né freddo, ma solo molecole in movimento dotate di minore o maggiore energia cinetica [...]»¹⁰.

Discutendo dei problemi di referenza e codificazione dei sistemi, in apertura del quarto paragrafo del primo saggio di *Osservazioni sul moderno*, dal titolo *Il moderno della società moderna*, anche Niklas Luhmann parlava in questi termini della questione:

Per quanto riguarda innanzitutto la conoscenza in generale e il sistema scientifico in particolare, il problema del *riferimento* si trova oggi al centro della discussione. *Persino di “semiotica” si parla nel frattempo in un senso che non presuppone più rapporti fissi, in senso temporale e intersoggettivo, tra segno e referente.* Si sposta così tendenzialmente il punto di partenza dalle teorie della corrispondenza alle teorie costruttivistiche. Il nesso di definizione, valido per il positivismo, tra (etero)riferimento, senso e verità è stato messo in crisi dall’efficace critica di Quine. Con ciò si può considerare

⁹ Come sottolineato da Maturana, il problema è essenzialmente linguistico. Diamo per buone le nozioni di “soggetto percipiente” ed “esistenza” per facilitare la comprensione, tenendo ovviamente conto della sostanziale ambiguità e del peso metafisico millenario di cui tali categorie sono caricate.

¹⁰ Cfr. H. von Foerster, *Costruire una realtà*, in *La realtà inventata. Contributi al costruttivismo*, p. 41. Riprendo la citazione da P. Amodio - C. Fuschetto - F. Gambardella, *Underscores. Darwin_Nietzsche_vonUexküll_Heidegger_Portmann_Arendt*, p. 48.

fallito un (temporaneamente) ultimo tentativo di far coincidere per tutti senso ed essere. Ma come conseguenza ci si è inizialmente gettati nella controversia teorica priva di senso tra teorie “realiste” e “costruttiviste”. La solita tiepida risposta ad un problema mal posto è poi che il costruttivismo non è possibile se non è temperato dal realismo. Questa controversia è sbagliata già solo in base al fatto che nessun costruttivista – né i rappresentanti dello *strong programme* di Edimburgo, né Piaget o von Glaserfeld, né la teoria evuzionistica della conoscenza di provenienza biologica o non biologica, né la *second order cybernetics* di Heinz von Foerster – metterebbe in discussione il fatto che le costruzioni debbano venire realizzate attraverso operazioni concrete che si adattino all’ambiente [...]. Non appena si distingue tra problemi di referenza e problemi di codice, i rapporti si ridefiniscono in un nuovo ordine [...]. Queste riflessioni liberano infine il codice binario della verità dal suo essere ancorato a sicurezze prestrutturative, siano queste le presunzioni sulla natura o sulla natura dell’uomo (idee), oppure le teorie linguistiche, razionalistiche o consensualistiche che da esse derivano.¹¹

Dunque, già Luhmann, travestito da semplice sociologo, si inseriva nella più ampia diatriba epistemologica sopracitata. Ora, tra le molteplici questioni che la nuova epistemologia andava a sollevare, intaccando i paradigmi tradizionali e costringendo il sapere a ripensarsi concettualmente e linguisticamente, ne salta all’occhio una, essenziale da tenere a mente per il proseguimento del discorso. Denunciando la centralità del problema del *riferimento* «all’interno della conoscenza in generale e del sistema scientifico in particolare»¹², Luhmann parlava infatti di una “crisi” semiotica, proprio in virtù del fatto che non è più possibile discuterne in termini di rapporti fissi tra segno e referente. Data questa premessa, è chiaro come la tradizionale struttura triangolare del segno, su cui si costituiva la semiotica, venga in

¹¹ Cfr. N. Luhmann, *op. cit.*, pp. 21-23. Corsivi miei.

¹² Ivi, p. 21.

qualche modo a incrinarsi¹³. Infatti, nella serie di processi complessi e rapidissimi che ci caratterizzano e determinano, l'apparizione di entità segniche dalla forma non più riducibile agli schemi comprensivi e linguistici tradizionali è all'ordine del giorno. Più o meno negli stessi anni di Luhmann, un altro "eretico" della sociologia come Jean Baudrillard ragionava sulla medesima questione e prendeva le distanze dalla semiotica tradizionale. Pur diversi per intenti e formazione, il tassello comune ai due è la riflessione sull'*autoreferenzialità*, nel caso del primo rispetto ai sistemi sociali, in quello del secondo rispetto ai segni, che nel mondo *iperreale* in cui siamo immersi, hanno perso ogni riferimento con un potenziale originale, moltiplicandosi come copie di copie fino a farsi *simulacri*¹⁴. Insomma, per tornare a discutere di epistemologia, l'"ossessione" per la realtà che per due millenni ha avuto il pensiero razionale viene totalmente ribaltata.

Ma che cosa diventa la divinità quando si diffonde in icone, quando si moltiplica in simulacri¹⁵? Resta l'istanza suprema, che semplicemente si incarna, attraverso le immagini, in una teologia visibile? Oppure si volatilizza nei simulacri, che di per sé dispiegano un loro fasto e un loro potere di fascinazione – dal momento che il macchinario visibile delle icone si sostituirebbe all'Idea pura e intelligibile di Dio? È proprio quello di cui avevano paura gli Iconoclasti, la cui disputa millenaria è ancora oggi la nostra. La

¹³ Si fa riferimento all'idea secondo cui un segno, unità elementare della semiotica, sia costituito da tre elementi: il significante (l'elemento linguistico-materiale), il riferimento (l'oggetto a cui rimanda), il significato (il concetto, l'entità astratta).

¹⁴ Oltre al tema dell'autoreferenzialità, un altro punto di contatto tra Luhmann e Baudrillard potrebbe essere rintracciato nella convinzione comune che sia impossibile uscire dalla modernità. A tal proposito cfr. V. Codeluppi, *Jean Baudrillard*, p. 9.

¹⁵ Il discorso sulla "divinità" è funzionale a quello sulla "realtà", come si vedrà nel corso della citazione.

loro furia di distruggere le immagini proveniva, appunto, da questa onnipotenza dei simulacri, [...] la loro disperazione metafisica derivava dall'idea che le immagini non nascondono assolutamente niente, che erano, insomma, *non tanto immagini e dunque trasformabili, in quanto tali, da parte del modello originale*, bensì simulacri perfetti, che risplendevano per sempre di fascinazione propria. Ora, *bisogna sconfiggere a tutti i costi questa morte del referente divino*. Accusati di disprezzare e negare le immagini, gli Iconoclasti erano invece - come si vede - quelli che accordavano loro il giusto valore, [...] gli Iconoclasti furono gli spiriti più moderni, più avventurosi, dal momento che, col pretesto di una trasparenza (*trasparition*) di Dio nello specchio delle immagini, recitavano già la sua morte e la sua scomparsa (*disparition*) nell'epifania delle sue rappresentazioni (rispetto alle quali sapevano, forse, che non rappresentavano più niente, [...] sapevano anche che è pericoloso smascherare le immagini, giacché dissimulano che dietro non c'è niente). [...] Così la posta in gioco sarà sempre stata la potenza assassina delle immagini, *assassine del reale, assassine del loro proprio modello*, come le icone di Bisanzio potevano esserlo nei confronti dell'identità divina. A questa potenza assassina si contrappone quella delle rappresentazioni come potenza dialettica, mediazione visibile e intelligibile del Reale. Tutta la fede e la buona fede occidentale si sono impegnate in questa scommessa della rappresentazione; che un segno possa rimandare alla profondità del senso, che un segno possa scambiarsi con del senso, e che qualcosa funga da garanzia a questo scambio – Dio, naturalmente. Ma se Dio stesso può essere simulato, e cioè ridursi ai segni che ne fanno fede? Allora tutto il sistema perde la sua legge di gravitazione, a sua volta non è più che un gigantesco simulacro – non irrealista, ma simulacro, vale a dire che non si scambia più con del reale, ma si scambia in sé, *in un circuito ininterrotto a cui non appartengono affatto né la "referenza" né la circonferenza*. Così è la simulazione, in quanto contrapposta alla rappresentazione. Quest'ultima parte dal principio di equivalenza del segno e del reale (anche se è un'equivalenza utopistica, resta comunque un assioma fondamentale). *La simulazione parte, al contrario, dall'utopia del principio di equivalenza, parte dalla negazione radicale del segno come valore, parte dal segno come reversione e messa a morte di ogni referente*¹⁶. Mentre la

¹⁶ I primi due e gli ultimi tre corsivi sono miei, il terzo e il quarto (tra parentesi) sono corsivi nel testo.

rappresentazione tenta di assorbire la simulazione interpretandola come falsa rappresentazione, la simulazione avvolge tutto l'edificio della rappresentazione stessa come simulacro.¹⁷

Come d'un tratto, la fatidica domanda appare all'orizzonte: che si chiami Dio o che si chiami realtà, quale *altro* può darsi dietro a un segno (o immagine) che ha perso ogni corrispondenza con un referente?

2. *Il meme attraverso i quattro stadi del simulacro*

In uno dei testi cardine del suo pensiero, *Simulacres et Simulation*, Jean Baudrillard mette a punto la nozione di simulacro, intendendolo come elemento cardine della nostra contemporaneità. Sulla scia dei già citati autori, anche qui l'intento, pur muovendo da premesse socio-antropologiche, è quello di intaccare una serie di partizioni tradizionali che hanno caratterizzato il nostro modo di pensare e agire. Due fra tutte: la distinzione soggetto/oggetto e quella reale/virtuale. Dominata dalla vetrinizzazione e dalla capillare riproduzione, apparentemente senza fine, dello spettacolo, che non fa altro che auto-prodursi (e auto-riprodursi) senza alcun fine o intervento esterni¹⁸, la nostra contemporaneità è un fenomeno complesso e, come Luhmann insegna, l'armamentario concettuale con cui per due millenni e mezzo abbiamo distinto e definito il "reale", risulta

¹⁷ Cfr. J. Baudrillard, *Simulacres et simulation*; trad. it. *Simulacri e impostura*, pp. 63-66.

¹⁸ Prendo in prestito il lessico della teoria autopoietica per coerenza (e convergenza) con gli autori sopracitati, in particolare Maturana, Varela e Luhmann.

obsoleto. È in questo senso che Baudrillard parla dei simulacri, distinguendone tre, talvolta quattro, tipi¹⁹.

Tenendo a mente la proposta di *Simulacres et Simulation*, in cui Baudrillard radicalizza le tesi de *Lo scambio simbolico e la morte* includendo un quarto “stadio” dell’immagine, si distinguerà dunque tra una *prima fase*, in cui l’immagine «è il riflesso di una realtà profonda»²⁰, una *seconda* in cui essa «maschera e snatura una realtà profonda»²¹, una *terza* in cui «maschera l’assenza di realtà profonda»²² e una quarta e ultima in cui l’immagine «è priva di rapporto con qualsivoglia realtà: è il puro simulacro di sé»²³. In questa quadruplici distinzione a venire costantemente messa in discussione è la relazione che un segno (o immagine) intrattiene con la realtà. E infatti, se nel primo stadio il simulacro è semplice copia della realtà, nel quarto e ultimo stadio, in cui la nozione di realtà viene del tutto ripensata e sostituita da quella di *iperrealtà*, il simulacro ha perso interamente ogni relazione con un “originale” (probabilmente non avendone neppure mai avuta una), divenendo entità autonoma, auto-riproducentesi e generando a sua volta comportamenti e interazioni, potenzialmente condivisi in una comunità di fruitori che negoziano un senso sempre fluido e mai solidificato.

Se in precedenza si parlava di proliferazione di entità segniche, sempre più difficili da ridurre agli schemi comprensivi abituali, ora si tenterà di sondare le profondità di questa affermazione. Scendendo

¹⁹ In questo senso si veda J. Baudrillard, *Simulacri e impostura*, p. 66; ma anche J. Baudrillard, *Cyberfilosofia*, pp. 7-23 e J. Baudrillard, *L’Échange symbolique et la mort*; trad. it. *Lo scambio simbolico e la morte*, pp. 61-98.

²⁰ Cfr. J. Baudrillard, *Simulacri e impostura*, p. 66.

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*

²³ *Ibid.*

più nello specifico, all'interno di questo panorama di "nuovi" segni, proveremo a prendere in esame il caso *mime*. Foriero di molteplici problemi definitivi, un *mime* è un oggetto poliforme e camaleontico, contemporaneo e già subito datato. La sua presenza capillare all'interno dei circuiti mediatici e delle nuove comunità di senso, soprattutto quelle nate in seguito alle conseguenze rapide e imprevedibili della rivoluzione informatica, è quantomai centrale e necessaria da indagare. I *mime* appaiono ancora difficilmente comprensibili, soprattutto se interpretati con lo sguardo di una "cultura tradizionale" che prova ad adattare le sue strategie ermeneutiche e finisce per scontrarsi con l'obsolescenza delle stesse. In tutta coerenza con quest'atteggiamento, gli esiti interpretativi appaiono perlopiù reazionari e prevenuti: la morale finisce per entrare in scena e, riprendendo il vocabolario luhmanniano, per "inquinare" un dettato più fruttuoso se condotto sul puro piano descrittivo. Appartenente al genere purgatorio della post-cultura, sempre più a metà strada tra ciò che siamo soliti definire "cultura" e ciò che teniamo fuori da tale perimetro, tuttavia sempre più pervasiva nei circuiti del quotidiano²⁴, un *mime*, esattamente come un sistema autopoietico, vive anche e soprattutto delle sue storpiature, nel tentativo infinito di ricomporle lungo la sua storia evolutiva. In quest'ottica, l'evoluzione non è altro che «la storia del cambiamento nella realizzazione di una organizzazione invariante (il *mime* come tale) materializzata in unità indipendenti (i vari *mime* che si susseguono) generate sequenzialmente

²⁴ A tal proposito cfr. V. Codeluppi, *op. cit.*, p. 66, che a proposito dei rapporti tra Baudrillard e McLuhan rispetto alla loro concezione dei *media*, si esprime così: «Riportava pertanto i media a un ruolo primario, assegnando a tali strumenti addirittura la capacità di mettere in crisi la cultura sociale. Dunque di produrre quello che [...] ha definito "l'implosione del sociale nelle masse", vale a dire un processo di progressiva disintegrazione della società».

attraverso passi riproduttivi, nei quali la particolare realizzazione strutturale di ciascuna unità ha origine come modificazione di quella (o quelle) precedente che, così, costituisce sia il suo antecedente sequenziale che storico»²⁵.

Insomma, definire il meme un artefatto, povero d'essere e pertanto indegno di considerazione ontologica, appare quantomai riduttivo²⁶. La stessa influenza politica e comunicativa che esso può avere è ancora tutta da capire. Solo per citare un esempio, nella società dello spettacolo avanzato sembra farsi strada una tendenza particolarissima: in maniera sempre più persistente si diffondono modi di fare e prendere decisioni letteralmente *per il meme*, non solo all'interno degli universi comunicativi giovanili e ultra-giovanili ma anche ai piani alti dell'economia e della politica. Atteggiamenti e comportamenti di tal genere trovano la loro caratteristica sostanziale nell'essere a metà strada tra il serio e il faceto, con un seguito logico del tutto prevedibile: la perdita – ormai abituale – di distinzione tra realtà e finzione²⁷.

Ad ogni modo, la tesi che qui si vuole provare a dimostrare è più modesta ed è quella di considerare il meme come incarnazione di un'entità simulacrale proprio come su definita. Si proverà, pertanto, a sottoporre un generico *meme x* a un breve esperimento esemplifi-

²⁵ Cfr. H. Maturana - F. Varela, *op. cit.*, p. 200. Riprendo la definizione dal glossario che segue i due saggi.

²⁶ Cfr. P. Sloterdijk, *Nicht gerettet. Versuche über Heidegger*; trad. it. *Non siamo ancora stati salvati. Saggi dopo Heidegger*, pp. 415-416.

²⁷ A tal proposito penso alla diffusione della formula *doing it for the meme* (lett. "fare qualcosa per il meme") e alla sua utilità ermeneutica per comprendere alcune azioni, atteggiamenti e tratti caratteriali controversi di personaggi altrettanto controversi del nostro tempo. A titolo di esempio, penso alla possibilità – reale, non reale? – di "affittare", al fine di ospitare il loro "combattimento", il *Colosseo* a Elon Musk e Mark Zuckerberg (2023).

cativo, allo scopo di mostrare come un solo meme possa attraversare le quattro fasi dell'immagine sopra elencate. Dunque, poniamo un meme x. Esso attraverserà il primo stadio simulacrale fintanto che manterrà un referente forte e un rapporto ben individuabile con la realtà sottostante (originale) a cui rimanda. Il passaggio al secondo stadio avverrà nel momento in cui il meme x diventerà format replicabile (*template*) e modificabile dalla comunità di fruitori. La logica è quella della riproduzione seriale, evidenziata da Walter Benjamin ne *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*²⁸. Tuttavia, per quanto snaturato, è ancora individuabile un riferimento con un originale. Il terzo stadio è quello in cui l'immagine «maschera l'assenza di realtà profonda»²⁹: il meme x perde il contatto con l'originale e inizia a circolare come segno autonomo, non rimandando più a un reale di fondo. Nel quarto e ultimo stadio, il meme x diventa entità autonoma, puro segno slegato *in toto* da un originale. La tesi benjaminiana viene qui radicalizzata: il meme x non solo viene riprodotto in serie ma acquista vita propria. Immerso in un oceano di diffusione mediatica, che trasforma la riproducibilità in viralità pervasiva, il meme x rientra all'interno di un circuito di segni che a loro volta generano ulteriori segni in un processo potenzialmente infinito. Qualunque ricerca di paternità è ormai fuoriluogo: il meme x è più reale del reale, cioè *iperreale*³⁰.

²⁸ Cfr. W. Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproduction mécanisée*.

²⁹ Cfr. J. Baudrillard, *Simulacri e impostura*, p. 66.

³⁰ Cito a tal proposito un caso esemplificativo che si concentra sull'evoluzione del *meme* di *Pepe the frog* e sulla sua relazione con gli stadi simulacrali come su riportati. Il caso di studio è contenuto nella seguente tesi di laurea: B. Pettis, *PEPE THE FROG: A Case Study of the Internet Meme and its Potential Subversive Power to Challenge Cultural Hegemonies*, in particolare il capitolo *Meme Magic: The Real and Wide-Reaching Potential of Memes*, pp. 68-73.

Forme sempre più peculiari di *meme*, come si tenterà di dire più avanti, sembrano combaciare con la descrizione del quarto stadio simulacrale. Non è un caso che vi abbiamo indugiato più a lungo. Scardinando totalmente la logica modello-copia, il *meme* “al quarto stadio” ribalta le carte in tavola e costringe a un ripensamento categoriale e semantico, perfino rispetto al vocabolario abituale della simulazione, al punto tale che

se abbiamo potuto prendere, come più bella allegoria della simulazione, la favola di Borges in cui i cartografi dell’Impero disegnano una carta così dettagliata che finisce per coprire con la massima precisione il territorio [...] – ebbene, per noi questa favola è sorpassata, ha ormai soltanto il fascino discreto dei simulacri del secondo ordine. Oggi [...] la simulazione non è più quella di un territorio, di un’entità referenziale, di una sostanza. Oggi, essa genera attraverso i modelli di un reale senza origine né realtà: iperreale, il territorio non precede più la carta, né le sopravvive. Ormai, è la carta che precede il territorio – PRECESSIONE DEI SIMULACRI – che lo genera; e, se si dovesse riprendere la favola, oggi sono piuttosto i brandelli del territorio che imputridiscono lentamente sull’estensione della carta. Qui e là sono vestigia del reale che sussistono [...]. *Il deserto del reale stesso*. [...] I simulatori attuali tentano di confondere il reale, tutto il reale, con i loro modelli di simulazione. Ma non si tratta più né di carta né di territorio. Qualcosa è scomparso: la differenza sovrana tra l’una e l’altro [...]. Il reale è prodotto a partire da cellule miniaturizzate, da matrici e memorie, da modelli di comando [...]. In effetti, non si tratta più di reale, poiché nessun immaginario lo circonda più. È un iperreale, prodotto di sintesi che s’irraggia da modelli combinatori in un iperspazio senza atmosfera. Il passaggio a uno spazio la cui curvatura non è più quella del reale, né quella della verità, segna, dunque, *l’inizio dell’era della simulazione, attraverso una liquidazione di tutti i referenti*³¹ – peggio: attraverso la loro risurrezione artificiale nei sistemi di segni [...]. Si tratta di una *sostituzione al reale dei segni del reale*.³²

³¹ Questo corsivo e il seguente sono miei.

³² Cfr. J. Baudrillard, *Simulacri e impostura*, pp. 59-61. Riporto questa citazione per segnalare ancora un luogo di incontro tra Baudrillard e gli autori men-

3. *Il meme e le vestigia dell'arte contemporanea: il contrasto eterno tra interpretazione e seduzione*

Con la filosofia nasce la malattia del senso. *Senso* dell'essere, *senso* del reale, *senso* dell'esistenza. Se già Nietzsche lo aveva denunciato *ante tempora*, uno dei più «eminenti nietzscheani della scuola francese»³³ si impegnava in un tentativo “terroristico” di ribaltamento del senso, scagliando contro l'interpretazione gli strumenti della seduzione: «Il simulacro, la simulazione, l'iperrealtà, l'apparenza, declinano la presenza di Nietzsche all'interno dei meccanismi di disvelamento messi in atto da Baudrillard»³⁴. Ogni qual volta un *meme* appare allo sguardo, la domanda sul suo senso è immediata. Tuttavia, la risposta appare sempre meno scontata, soprattutto se teniamo a mente l'evoluzione del fenomeno in tempi più recenti. Con tutta la paradossalità del caso, forme peculiarissime di *meme* trovano il loro senso nel non averne³⁵. Dunque, provare a ricondurre ai meccanismi interpretativi e familiari della quotidianità “oggetti” che per essenza

zionati nel primo paragrafo. In particolare, faccio riferimento alla distinzione mappa-territorio, esemplificativa della nuova teoria della conoscenza proposta dalla seconda cibernetica, in realtà risalente a von Uexküll, che qui Baudrillard riprende nella versione di Borges per mostrarne i limiti ermeneutici circa l'interpretazione dei simulacri di terzo e quarto ordine. Sui rapporti tra von Uexküll e la biologia sistemica di Maturana e Varela vedi anche il saggio di F. Gambardella, *Il pensiero di un tempo fuori della nostra esperienza è insostenibile: ovvero dell'eterna pazienza della zecca*, contenuto in P. Amodio - C. Fuschetto - F. Gambardella, *Underscores*, pp. 47-77.

³³ Cfr. J. Baudrillard, *Simulacri e impostura*, p. 5. Riprendo qui le parole di Matteo G. Brega utilizzate nella prefazione al testo, dal titolo *Politiche del simbolo e della dissolvenza*.

³⁴ *Ibid.*

³⁵ Faccio riferimento soprattutto ai *meme* generati dall'IA e ai *meta-meme* (lett. *meme di meme*), solo per citare due casi.

ne vogliono sfuggire risulta quantomai fuorviante, al punto tale da generare attriti comunicativi difficilmente ricomponibili³⁶.

Come già detto in forma più edulcorata, il *meme* ha un potenziale sovversivo rispetto alla cultura (perlomeno rispetto a ciò che intendiamo con cultura tradizionale) e, a buona ragione, potrebbe figurare tra le molteplici forme pseudo-artistiche assorbite dall'«effetto *Beaubourg*». Quando Baudrillard discute del *Beaubourg*, il celebre museo d'arte contemporanea parigino, sostiene che esso, all'apparenza simile agli altri musei nella sua funzione promozionale della cultura, sia in realtà un «monumento ai giochi di simulazione di massa»³⁷, che «funziona come un inceneritore che assorbe e divora tutta l'energia culturale»³⁸. *Beaubourg*, insomma, dipinge la morte della cultura, che tuttavia non muore, «perché continua comunque a operare in forma di finzione»³⁹. In questo senso, Baudrillard distingue il *Beaubourg*-Museo dal *Beaubourg*-carcassa e, se l'uno incarna la volontà di acculturare le masse al senso e alla profondità, l'altro si presenta come un «immenso lavoro di trasmutazione di questa cultura tradizionale

³⁶ A tal proposito, penso in particolare alla pubblicità e alle sue storpiature. Solo per citare un caso recente, la diffusione del fenomeno *brainrot* – immagini totalmente insensate generate con l'IA – all'interno dell'universo *meme* è stata in breve assorbita dalla dimensione pubblicitaria. Un tale assorbimento, tuttavia, non è esente da conseguenze radicali sul piano comunicativo. La pubblicità, infatti, conducendo il discorso su tutt'altro piano rispetto a quello relativo alla genesi del *meme*, finisce per operare un sostanziale cambio di dimensione: il *meme brainrot* assume un valore economico, viene trasposto in accessori e gadget (figurine, album, poster), finendo, in breve, per acquistare un senso. Così facendo, il *meme* viene snaturato, traposto in una dimensione altra – quella del senso per l'appunto – e vede smantellato il suo privilegio di essere non-senso.

³⁷ Ivi, p. 26.

³⁸ *Ibid.*

³⁹ Cfr. V. Codeluppi, *op. cit.*, p. 115.

del senso»⁴⁰. Il *meme*, che figura tra i rampolli più recenti di una genealogia che ha per progenitrice la Pop Art, ha radicalizzato ciò che quest'ultima ha portato alla luce per la prima volta: lo stridore reversibile delle opere d'arte rispetto alla quotidianità. Le immagini, cioè, oltre ad aver perso la capacità di portare a compimento un processo di estremo realismo, per cui non riuscirebbero più a cogliere la verità del quotidiano, avrebbero anche perduto la possibilità di una totale fusione con esso, non riuscendo di fatto a soddisfare la loro aspirazione più alta. La soluzione proposta da Baudrillard è ancora una volta radicale: nell'epoca della *transestetica*, in cui spariscono i confini tra arte e non-arte, perché tutto è arte e quindi infine nulla lo è, l'unica strada da percorrere è condurre al limite estremo il processo di "oggettivazione assoluta" avviato dalla Pop Art⁴¹. Spingendosi oltre Marcel Duchamp, è Andy Warhol, secondo Baudrillard, ad aver imboccato questa strada estrema: le sue opere, infatti, «devono essere considerate dei simulacri»⁴², alla stregua di quelle *immagini mediatriche* «dotate di una capacità quasi "diabolica" di seduzione»⁴³.

La lunga meditazione di Baudrillard sul tema della seduzione segue una traiettoria trasversale all'interno della sua opera. Oltre a dedicargli il testo *Della Seduzione* ne ha infatti discusso in relazione alla questione dell'interpretazione nel terzo saggio di *Simulacres et Simulation*, dal titolo *L'orizzonte sacro delle apparenze*⁴⁴. Se la sedu-

⁴⁰ Cfr. J. Baudrillard, *Simulacri e impostura*, pp. 31-33.

⁴¹ In questo senso vedi V. Codeluppi, *op. cit.*, pp. 118-119; sul rapporto Baudrillard-Warhol vedi anche J. Baudrillard, *Le Crime parfait*; trad. it. *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?*, pp. 81-90.

⁴² Cfr. V. Codeluppi, *op. cit.*, p. 119.

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ Per una disamina più articolata del concetto di seduzione all'interno dell'opera baudrillardiana vedi il capitolo *Seduzione* contenuto in V. Codeluppi, *op. cit.*, pp. 106-114.

zione viene qui definita come «qualcosa che sottrae al discorso il suo senso e lo svia dalla sua verità»⁴⁵, l'*interpretazione* è di rimando «qualcosa che, mandando in frantumi le apparenze e il gioco del discorso manifesto, libererà il senso [...]»⁴⁶. È evidente come il mondo dei media e dell'immediato, dell'istantaneo e del tempo reale abbia tutto l'interesse a prendere le parti della trasparenza: quasi ricalcando il Nietzsche della *Seconda Inattuale*, non si ha nemmeno il tempo che un evento accada e già esso è trasformato in caso mediatico. In questo senso, il tempo reale e la diretta non sono altro che il compimento e la radicalizzazione della profezia nietzschiana. L'esito paradossale, però, è che l'ossessione per la storia è divenuta così ipertrofica da divorare se stessa; la distanza tra l'oggi e lo ieri si è accorciata al punto tale da scomparire e ha lasciato il posto al presente eterno della diretta, che non conosce né passato né futuro, né prima né dopo. È il puro dominio dell'interpretazione, l'*eldorado* del senso, il «gioco del discorso manifesto»⁴⁷. La realtà è condotta alle sue colonne d'Ercole ed è ora divenuta *iperrealtà*⁴⁸.

È invece evidente come la seduzione non abbia nulla a che vedere con il principio di realtà, a seguito della sua appartenenza a una dimensione del tutto altra, quella dell'apparenza e dell'illusione.

⁴⁵ Cfr. J. Baudrillard, *Simulacri e impostura*, p. 45.

⁴⁶ *Ibid.*

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ Sarà apparso chiaro che il concetto di interpretazione qui presentato ha un significato univoco e parzialmente deviato rispetto alla teoria ermeneutica classica. Mi sembra, infatti, che più che indicare il gioco infinito di rimandi che negoziano sensi sempre diversi, questo modo di intendere l'interpretazione scavi più in profondità, attentando alla dinamica stessa della ricerca di senso – l'interpretazione *tout court*. In un simile scenario, con un tale ripensamento in senso castrante e “diserotizzante” dell'interpretazione, che ruolo assume l'ermeneutica? È la sua fine o il suo nuovo inizio?

Femminile *par excellence*⁴⁹, la seduzione conosce oggi un momento di crisi: «Le sue strategie stanno modificandosi e il segreto, l'illusione e l'apparenza, ovvero tutto ciò che faceva tradizionalmente parte degli strumenti impiegati nel corso della tattica seduttiva, si stanno sempre più indebolendo»⁵⁰.

La seduzione fredda, divenuta “fascinazione” e diffusa *in toto* nei meandri dell'informazione e della comunicazione, può però riscoprire il suo potenziale “diabolico” grazie a quelle *immagini mediatiche* più sopra paragonate alle opere di Warhol. Esse, tra cui possono a buon diritto figurare i meme, mettono «in scacco quel principio di referenza che veniva applicato in precedenza dalle immagini tradizionali. Attraverso la loro oscenità, ovvero il loro presentarsi come il luogo per eccellenza della visibilità, e il loro incessante processo di moltiplicazione fanno progressivamente scomparire il mondo reale con i suoi referenti»⁵¹. È proprio in questa indistinzione tra realtà e rappresentazione che emergono i concetti correlati di “violenza dell'immagine” e di “metalepsi”, laddove il primo indicherebbe il carattere “violento” della seduzione che l'immagine mediatica (*meme*) esercita su di noi a seguito della confusione tra reale e non-reale; mentre il concetto di “metalepsi”, in accordo con quello di “precessione dei simulacri” più sopra discusso, farebbe riferimento al fatto che le immagini mediatiche (*meme*), «anziché riprodurre una realtà

⁴⁹ Cfr. V. Codeluppi, *op. cit.*, pp. 107-108.

⁵⁰ Ivi, p. 110. Molti dei temi qui presentati ritornano in maniera consistente anche nella riflessione di Byung-Chul Han. Segnalo solo B.-C. Han, *Agonie des Eros*; ma anche B.-C. Han, *Vom Verschwinden der Rituale. Eine Topologie der Gegenwart*; trad. it. *La scomparsa dei riti. Una topologia del presente*, in particolare l'ultimo capitolo *Dalla seduzione al porno*, pp. 117-124.

⁵¹ Cfr. V. Codeluppi, *op. cit.*, p. 119.

che già esiste, precedono ciò che rappresentano»⁵². È evidente perciò che le immagini mediatiche (meme) si pongono *al di là* del bene e del male, *al di là* della rappresentazione, *al di là* del vero e del falso e, soprattutto, *al di là* del senso.

E quindi: l'aspirazione umana al senso non significa forse castrazione, snaturamento rispetto a oggetti che trovano la loro ragion d'essere nel non voler farsi capire, come i *meme*? E dunque, se l'aspirazione al senso nasce con l'uomo e la filosofia, non saremo forse già immersi in un processo di cambiamento antropologico volto a ribaltare una delle nostre più essenziali caratteristiche? E, se all'interno dell'universo informatizzato del digitale ci abitueremo ad accettare il non senso, diventeremo forse *animali insensati*? E, infine, se la peculiarità dell'umano sta proprio nella sua ricerca di senso, non staremo forse già diventando qualcosa di *diverso*?

Bibliografia

- P. Amodio - C. Fuschetto - F. Gambardella, *Underscores. Darwin_Nietzsche_von Uexküll_Heidegger_Portmann_Arendt*, Napoli, Giannini Editore, 2012.
- W. Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproduction mécanisée*, Paris, Zeitschrift für Sozialforschung, 1936; trad. it. *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, Einaudi, 2014.
- J. Baudrillard, *Cyberfilosofia*, Milano, Mimesis, 2010.
- J. Baudrillard, *Le Crime parfait*, Paris, Galilée, 1995; trad. it. *Il delitto perfetto. La televisione ha ucciso la realtà?*, Milano, Raffaello Cortina, 1996.
- J. Baudrillard, *L'Échange symbolique et la mort*, Paris, Gallimard, 1976; trad. it. *Lo scambio simbolico e la morte*, Milano, Feltrinelli, 1979.
- J. Baudrillard, *Simulacres et simulation*, Paris, Galilée, 1981; trad. it. *Simulacri e impostura*, Milano, Pgreco, 2024.
- V. Codeluppi, *Jean Baudrillard*, Milano, Feltrinelli, 2020.

⁵² *Ibid.*

- M. Foucault, *Spazi altri. I luoghi delle eterotopie*, Milano, Mimesis, 2000.
- F. Gambardella, *L'animale autopoietico. Antropologia e biologia alla luce del postumano*, Milano, Mimesis, 2010.
- B.-C. Han, *Agonie des Eros*, Berlin, Matthes & Seitz, 2012; trad. it. *Eros in agonia*, Roma, Nottetempo, 2019.
- B.-C. Han, *Vom Verschwinden der Rituale. Eine Topologie der Gegenwart*, Berlin, Ullstein, 2019; trad. it. *La scomparsa dei riti. Una topologia del presente*, Roma, Nottetempo, 2021.
- L. Keep, *From Kilroy to Pepe: A Brief History of Memes*, 2020, <<https://www.pbs.org/independentlens/blog/from-kilroy-to-pepe-a-brief-history-of-memes/>>.
- N. Luhmann, *Beobachtungen der Moderne*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 1992; trad. it. *Osservazioni sul moderno*, Roma, Armando Editore, 2006.
- H. Maturana - F. Varela, *Autopoiesis and Cognition: The Realization of the Living*, Dordrecht, D. Reidel Publishing Company, 1980; trad. it. *Autopoiesi e cognizione. La realizzazione del vivente*, Venezia, Marsilio Editore, 1985.
- V. Packard, *The Hidden Persuaders*, New York, David McKay Company, 1957; trad. it. *I persuasori occulti*, Torino, Einaudi, 1958.
- B. Pettis, *PEPE THE FROG: A Case Study of the Internet Meme and its Potential Subversive Power to Challenge Cultural Hegemonies*, , 2018, <<https://hdl.handle.net/1794/24067>>.
- P. Sloterdijk, *Nicht gerettet. Versuche über Heidegger*, Frankfurt am Main, Suhrkamp, 2001; trad. it. *Non siamo ancora stati salvati. Saggi dopo Heidegger*, Milano, Bompiani, 2004.

Sitografia

<https://knowyourmeme.com/memes/four-stages-of-simulation/>?

Mattia Peluso
Università degli studi di Napoli Federico II
matt.peluso@studenti.unina.it

VALERIO SPECCHIO

*“I am become meme” – Ovvero:
come ho imparato a non preoccuparmi
e ad amare le piattaforme*



Abstract: This article examines the relationship between political power, memetic communication, and platform societies through a critical-memetic montage centered on Elon Musk's statement "*I am become meme*". The first paragraph, "*Braccio teso all'apocalisse. Revival della bomba*," interprets the memetic overlap between Musk and Dr. Strangelove to conceptualize digital platforms as "informatic bombs". Drawing on Baudrillard, Virilio, and platform studies, the article theorizes the transformation of users into fractal, image-based subjects within environments of viral pressure and informational violence. The second paragraph, "*Trump-Troll, Alt-Right e viralità memetica. Il caso Pepe The Frog*" situates Musk's memetic self-identification within the historical genealogy of memetic warfare during Donald Trump's rise to American presidency. Through the case of Pepe the Frog and the role of 4chan, the article reconstructs the emergence of memes as political weapons, highlighting the convergence between anonymous online subcultures, alt-right radicalization, and the transformation of political actors into viral meme. This section argues that political memefication enables the conversion of irony, anonymity, and nihilism into tools of ideological mobilization. The third paragraph, "*X: il volto dell'anonimato*", focuses on the transformation of Twitter into X as the emblematic platform of contemporary memetic power. It analyzes anonymity, viral antagonism, and platform-driven polarization as structural conditions for "ironic fascism" as post-representational politics. The article concludes that the memetic politics functions to short-circuit univocal meaning, predating critical discourse itself, and facilitating the erosion of democratic rational mediation within public and political speech, setting any communication as instant trigger without alterity.

Keywords: Meme, Elon Musk, Donald Trump, Alt-right, Platform society.

1. *Braccio teso all'apocalisse. Revival della bomba*

Il presente contributo intende esaminare il rapporto tra comunicazione politica e meme¹ all'interno delle platform so-

¹ Dati i casi storici selezionati le analisi riguarderanno specifiche caratteristiche della comunicazione politica caratterizzante i due mandati presidenziali di Trump.

ciety² a partire da un montaggio critico-memetico³ tra: a) la dichiarazione *"I am become meme"* pronunciata da Elon Musk in occasione della *Conservative Political Action Conference* (CPAC) tenutasi il 20 febbraio 2025 nel Maryland; b) il presunto *saluto-revival nazi-fascista* commesso da Musk durante il suo discorso nella *Capital One Arena* di Washington DC, il 20 Gennaio 2025, all'inaugurazione del secondo mandato di Trump. Quest'ultimo avvenimento ha scatenato non solo un acceso dibattito sulle piattaforme social⁴ ma, nel meme qui proposto, intende evocare la scena clou della satira grottesca di Stanley Kubrick in cui il Dottor Stranamore, paraplegico scienziato tedesco, consigliere del presidente degli Stati Uniti, più e più volte, faticando a trattenere *il proprio braccio* dall'esplicitare il proprio rimosso⁵, stre-

² «Il termine si riferisce a una società nella quale i flussi di traffico sociale ed economico sono sempre più spesso convogliati da un ecosistema globale di piattaforme online (prevalentemente aziendali), guidato da algoritmi e alimentato da dati», in J. van Dijck - T. Poell - M. de Wall, *The platform society: public values in a connective world*; trad. it. *Platform society. Valori pubblici e società connessa*, p. 27.

³ Nel ritagliare, sovrapporre e ibridare la figura di Elon Musk a quella del Dottor Stranamore, scienziato-consigliere tedesco nel film capolavoro di Stanley Kubrick *Il dottor Stranamore – Ovvero: Come ho imparato a non preoccuparmi e ad amare la bomba*, 1964. Sebbene sia di cattivo gusto e scorretto spiegare un meme, l'articolo non è altro che decostruzione di alcuni *layer* di cui si compone il meme Musk-Dottor Stranamore qui proposto.

⁴ Probabilmente come sagacemente voluto dallo stesso Musk in quanto consapevole *agente memetico* della comunicazione contemporanea, conscio dell'importanza, appunto, del *trasfigurarsi* in meme nell'era delle piattaforme digitali. Nel secondo paragrafo, tuttavia, verrà argomentato il perché e a quale tipo di pubblico/clienti questa sua conversione e riconversione mimetica ambiva (e continua ad ambire) e, sul perché, voler riempire di significato *semantico* e *storico* un gesto memetico, come quello del presunto saluto romano commesso da Musk sia, per la specificità della comunicazione politico-memetica contemporanea, un errore.

⁵ Ovvero il proprio passato (presente) nazista essendo passato, tra la seconda Guerra mondiale e la Guerra Fredda, dalla parte degli statunitensi.

mato dal proprio conflitto interiore, arriva ad urlare: “Mein Führer, io cammino”. Ebbene, il primo obiettivo del contributo critico-memetico qui proposto consiste nell’interpretare il meme Musk-Dottor Stranamore come meme *animato*, proprio in *sovrapposizione* alla scena qui richiamata, da un *ritorno del rimosso*⁶, dall’eccitazione costantemente auto-lubrificata di una parte del *corpo politico vibrante*⁷, al pari del *difficilmente reprimibile* braccio del Dottor Stranamore, tele-proiettato e in costante *touch* su piattaforme digitali⁸, al fine di fomentare, a propria volta, il ritorno della figura del *paraplegico* riconvertito in autistico⁹. Ed è all’interno di tale sovrapposizione

⁶ Di cui il braccio teso, “saluto romano” nazi-fascista, sarebbe espressione ultima ma non ultimata. Come vedremo, la discesa in campo di Musk nella politica statunitense si poggia sull’ascesa di Trump alla presidenza caratterizzata da uno specifico *endorsement memetico* dell’eterogeneo movimento politico dell’alt-right a partire da contenuti *negati, ignorati e rimossi* dai principali media mainstream. Come verrà argomentato nel prossimo paragrafo, difatti, l’ascesa di Trump alla presidenza statunitense è avvenuta tramite il bypassare i media tradizionali, sfruttando i propri *account personali ufficiali*, cavalcando l’onda memetica dell’alt-right in una guerra culturale contro il politicamente corretto e la censura, fino ad arrivare al ban ufficiale dell’imprenditore newyorkese dalle principali piattaforme social in seguito all’assalto al Campidoglio, da parte dei patrioti trumpiani, accaduto il 6 gennaio 2021. In seguito, non a caso, il 21 febbraio 2022 è stata rilasciata sul mercato la piattaforma social network creata dalla “Trump Media & Technology”, dal nome quanto mai indicativo: *Truth*.

⁷ Circoscrivibile, come anticipato, nell’eterogeneo bacino d’utenza dell’alt-right statunitense e del suo ruolo decisivo nell’ascesa alla presidenza di Donald Trump.

⁸ Non a caso, l’acquisizione e rinominazione di Twitter in X da parte di Elon Musk del 27 febbraio 2022 viene giustificata come *missione salvifica* costituita dal donare una *piazza digitale comune* all’umanità dove *esprimersi liberamente*, ovvero, liberare una *parte*, braccio-mano digitante, del corpo politico mondiale represso. Per dirla nelle sue stesse parole, Musk ha “liberato l’uccellino”: <<https://x.com/elonmusk/status/1585841080431321088>>.

⁹ Come vedremo nel prossimo paragrafo, la condizione autistica, più che condizione clinica-diagnostica, qui risulta intercettare una specifica *fazione* di

memetica che è possibile proporre un rimando e riconoscimento reciproco tra le *condizioni apocalittiche* dell'autistico (Musk) e il paraplegico (Dottor Stranamore), così come confermato dalla biografia di Isaacson sull'imprenditore sudafricano: «La mentalità da assedio di Musk era spesso apocalittica. Negli affari e in politica, aveva la tendenza a percepire – e a trarre energia da – minacce terribili»¹⁰. Questa mentalità di assedio apocalittico, inoltre, permette di chiudere il circuito memetico qui proposto evidenziando un'ulteriore *layer* racchiuso nella frase *"I am become meme"*, ovvero, l'esplicito richiamo alla citazione del padre della bomba atomica, J. Robert Oppenheimer: *"I am become death"*¹¹.

combattimento nella guerra dei meme che ha contraddistinto la prima campagna elettorale di Donald Trump. Difatti, come sostenuto da Alessandro Lolli, nella sottocultura dei *memers* esistono «due zone, identificate con tipi di umani: l'*autist* e il *normie* [...] l'autistico, la figura in cui si rispecchiano i memers [...] vive una condizione patologica dovuta all'eccesso di certe abilità cognitive, si fissa sulle cose, ricorda tutto, non si interessa di altro. Questo è proprio ciò in cui i memers, ironicamente o autocommiserandosi, si riconoscono: l'autistico è l'unico in grado di tenere conto dell'evoluzione rapidissima dei meme, di tutti i riferimenti interni ed esterni necessari a capirli e a rispondere con altri meme più evoluti e arguti», in A. Lolli, *La guerra dei meme. Fenomenologia di uno scherzo infinito*, pp. 108-109. Il nemico dell'autistico, nella sottocultura meme, è il *normie*: «Il normie non ha coltivato la sensibilità di un autistico, ha di meglio da fare dicono gli autistici: lui ha una vita. È un membro produttivo della società, ha amici, partner, interessi, eppure [...] brutalizza [i meme], esaurendone tutto il potenziale comico», in *ibid.*

¹⁰ W. Isaacson, *Elon Musk* (trad. mia).

¹¹ In questo senso, il presente contributo intende decostruire il meme Musk-Stranamore-Oppenheimer qui proposto con l'obiettivo di argomentare una *specificata sovrapposizione e continuità* tra il termine *"meme"* e il termine *"death"* all'interno della condizione memetica antropica contemporanea delle *platform society*.

In tale ottica, in una sorta di *revival della bomba* di ricongiungimento tra il meme Musk-Dottor Stranamore e Oppenheimer¹², le piattaforme digitali verranno qui interpretate come *bombe informatiche* in quanto «sviluppo incontrollabile di una manipolazione delle fonti e dunque della stessa opinione pubblica [...] la rivoluzione dell'informazione è anche quella della *disinformazione virtuale*»¹³. La correlazione memetica qui proposta tra bomba e piattaforme, pertanto, risulta punto chiave per interpretare, come vedremo nel prossimo paragrafo, una specifica genesi e *utilizzo politico dei meme* dell'alt-right statunitense in quanto *caso storico* di trasfigurazione memetica dei *soggetti frattali disseminato nelle reti*: «dietro ogni schermo della televisione e del calcolatore, in ogni operazione tecnica con cui si confronta ogni giorno, l'individuo viene analizzato a sua volta, funzione per funzione, testato, sperimentato, frammentato, molestato, intimato a rispondere – soggetto frattale ormai votato alla disseminazione nelle reti, a rischio della mortificazione dello sguardo, del corpo, del mondo reale»¹⁴.

Difatti, la memizzazione¹⁵ della politica contemporanea, risulta incomprensibile senza il riconoscimento del cambio di paradigma antropologico contrassegnato dalla diffusione e sviluppo dei social

¹² Non ci si soffermerà sulla figura di Oppenheimer, tuttavia, il richiamo della figura del Dottor Stranamore al padre della bomba atomica è abbastanza *diretto* essendo due scienziati che, in un modo o nell'altro, risultano intrappolati, tramite finzione e storia, nella possibile escalation apocalittico-nucleare di rimando alla cornice bellica tra fine Seconda guerra mondiale e Guerra Fredda.

¹³ P. Virilio, *La bombe informatique*; trad. it. *La bomba informatica*, p. 102.

¹⁴ J. Baudrillard, *L'échange impossible*; trad. it. *Lo scambio impossibile*, pp. 59-60.

¹⁵ «La memizzazione della politica trova così la sua cifra nell'appropriazione e nel *reframing* dell'agenda pubblica, attingendo a dinamiche di polarizzazioni ibride», in G. Mazzoleni - R. Bracciale, *La politica pop online. I meme e le nuove sfide della comunicazione politica*, p. 127.

network¹⁶ e dalla progressiva frammentazione delle *platform society* in camere d'eco personalizzate e finalizzate al "*politainment online*": «cornice entro la quale si sviluppa l'interazione disintermediata e orizzontale della neo-comunicazione politica, nella quale il registro umoristico-irriverente ha una parte rilevante»¹⁷. Ed è in tale cambio di paradigma che è possibile calare il meme Musk-Dottor Stranamore o, meglio, all'interno del rapporto triadico tra virtualità-viralità-violenza delle immagini digitali come proposto da Baudrillard:

quello che ci interessa è questa *virulenza delle immagini e dell'informazione*, ovvero non solo la violenza del reale, ma anche quella del medium, che si sovrappone alla violenza "reale" e, d'altra parte, a volte la neutralizza [...]. È la stessa *violenza del virus*; anche il virus è informazione, ma una informazione molto speciale: è medium e messaggio allo stesso tempo. Da qui la sua proliferazione incontrollabile, da qui la sua "virulenza" [...]. Gli uomini non sono più vittime delle immagini: si trasformano inesorabilmente in *immagini* (non esistono ormai più che in due dimensioni, o in una sola dimensione superficiale). Questo significa che sono leggibili in qualsiasi istante, sovraesposti alle luci dell'informazione, e sollecitati ovunque a mettersi in mostra, a esprimersi.¹⁸

Ebbene, la proposta del contributo consiste esattamente nel contestualizzare storicamente e politicamente la frase "*I am become meme*" pronunciata da Musk per comprendere la *trasfigurazione degli utenti in immagini-meme* all'interno delle *platform society*, ovvero, in ambienti informazionali antropici virali, costantemente *intimanti* gli utenti ad *esprimersi* al fine di accrescere la *violenza* della pressione selettiva di *generazione di contenuti* delle piattaforme/bombe informatiche.

¹⁶ S. Mazzini, *Il lato oscuro dei social network. Come la rete ci controlla e ci manipola*.

¹⁷ G. Mazzoleni - R. Bracciale, *op. cit.*, p. 10.

¹⁸ J. Baudrillard, *L'agonia del potere*, pp. 38-40.

2. *Trump-Troll, Alt-Right e viralità memetica. Il caso Pepe The Frog*

Per approfondire, quindi, lo *Zeitgeist* delle società delle piattaforme presentificato tramite la dichiarazione del meme-Musk, bisogna contestualizzare storicamente e politicamente la frase “*I am become meme*”.

Quest'ultima viene dichiarata da Musk durante la *Conservative Political Action Conference* (CPAC) tenutasi il 20 febbraio 2025¹⁹. La presenza dell'uomo più ricco del mondo, in quanto *main event*, alla CPAC, oltre che celebrare la nomina ufficiale di Musk a capo del Dipartimento per l'efficienza governativa²⁰, il DOGE (*Department of Government Efficiency*), permette di approfondire le analisi qui proposte sul rapporto complementare tra la frammentazione del soggetto frattale sulle piattaforme digitali, la pressione selettiva delle bombe informatiche finalizzate alla disinformazione virtuale²¹, la riconversione del potere politico in comunicazione memetica. Difatti, così come affermato dallo stesso Musk nell'intervista sopracitata:

¹⁹ L'intervista completa, “*FULL INTERVIEW: Elon Musk CPAC 2025 Day One - 2/20/25*”, è reperibile sul canale youtube ufficiale del “*Right Side Broadcasting Network*” (RSBN), *media company* nota per la condivisione streaming dei comizi trumpiani, al seguente link: <<https://www.youtube.com/watch?v=fCB9aLZGJSQ>>.

²⁰ Che, come affermato da Donald Trump, era stato costituito al fine di smantellare la burocrazia governativa, tagliare i regolamenti in eccesso, le spese inutili e ristrutturare le agenzie federali avendo come obiettivo il mantra: “*Make America Great Again*”.

²¹ L'ideologica giustificazione di Musk nell'acquisizione di Twitter per dare libertà di parola a chiunque, non a caso, coincide con la falsificazione storica degli avvenimenti: «Questa libertà include anche la possibilità di dire falsità storiche senza portare alcuna prova o di raccontare, senza remore, che il nazismo è stata un'ideologia comunista», in A. Mulieri, *Tecnomonarchi. Gli ideologi della nuova destra all'attacco della democrazia*, p. 166.

«*DOGE started out as a meme, think about it... And, now, is real, isn't crazy? ...But it's cool*»²².

Prendendo sul serio la sfida memetica lanciata da Musk, il presente paragrafo intende ripensare quell'espressione "*I am become meme*" approfittando della contro-domanda dell'intervistatore: «*A year ago if someone would have told you that you'd be at CPAC and working with the President to absolutely shred the government, the swamp, whatever you wanna call it, would you ever believe that?*»²³.

Il siparietto iniziale qui riportato, difatti, permette di investigare il meme-Musk in quanto possibilità dei *meme virali*, non solo di

²² I puntini sospensivi delle dichiarazioni qui riportate sono in realtà occupate dalle risate euforiche del pubblico presente che fa da contrappunto ad ogni espressione intenzionalmente memetica pronunciata da Musk.

²³ Come sostenuto da Anna Myers, la metafora del "prosciugare la palude", all'interno della politica statunitense, ha un duplice senso di lettura politica che, come vedremo, al pari del meme-Musk e dell'amministrazione Trump, è contraddistinto dal giustificare la propria missione libertaria economico-contro-statuale a partire da e in direzione di fondamenti ideologici razzisti e coloniali (terrestri e marziani). Difatti, l'espressione del "*Drain the Swamp*", da un lato, viene utilizzata da «politici e attivisti negli Stati Uniti per indicare l'intenzione di liberare le istituzioni da vari agenti di corruzione, ideologie economiche e politiche dannose, al fine di eliminare in senso ampio – *la palude* – che si suppone essere all'origine di queste figure» (trad. mia); dall'altro, così come ripreso dalle tesi della filosofia ambientale Irene Klaver: «Le paludi vengono connotate negativamente con l'ascesa della mentalità utilitaristica dalla prima modernità in poi, fino all'epoca coloniale. Le zone paludose figuravano nell'immaginario dei primi coloni euroamericani come un ostacolo alla sopravvivenza della frontiera e, quindi, come una potenziale minaccia ai progetti coloniali. Terreni e acque torbide ostacolavano le pratiche agricole preferite dai coloni e la formazione di piccole città. *In altre parole, [le paludi] ostacolavano il progresso. Le paludi dovevano essere prosciugate, dominate e controllate, per essere trasformate in terreni stabili e produttivi*» (trad. mia), in A. Myers, "*Draining the Swamp*" as a Metaphor for Control: <<https://niche-canada.org/2024/05/15/draining-the-swamp-as-a-metaphor-for-control/>>.

influenzare la realtà sociale del dibattito pubblico ma di diventare *essi stessi realtà*, trasudando gli schermi digitali, prendendo in controtempo la realtà sociale e gli accadimenti storici. Non a caso, dopo le dichiarazioni sopracitate, Musk²⁴ ha re-twtittato se stesso in quanto meme, sulla propria piattaforma X, condividendo il tweet dall'account ufficiale *Doge Designer*: «*Elon Musk re-created his DOGE A.I. avatar in real-life today*»²⁵. E da quale piattaforma digitale/bomba informatica, zona *anonima* interstiziale del web, prende vita il meme-Musk? O meglio, a partire da quali *trasfigurazioni memetiche* di soggetti frattali ha avuto origine? La risposta va ricercata nell'ascesa della prima presidenza Trump all'interno della *great meme war*²⁶ entro cui il meme, per la prima volta, è stato utilizzato in quanto *arma politica* e «produzione caratteristica dell'alt-right»²⁷.

Difatti, per comprendere il senso della frase “*I am become meme*” bisogna evidenziare una caratteristica specifica dell'ascesa di Trump alla presidenza statunitense, ovvero, il ruolo centrale occupato dalla viralità di produzioni memetiche la cui gestazione e diffusione va ricondotta non a piattaforme digitali *mainstream*, ma a piattaforme della sottocultura dei *memers*, in particolare 4chan²⁸. In tale ottica il lavoro di Alessandro Lolli su *Guerra dei meme. Fenomenologia di uno scherzo*

²⁴ <<https://x.com/elonmusk/status/1892781703317389345>>.

²⁵ A. Lolli, *op. cit.*, p. 140.

²⁶ *Great meme war* contraddistinta da due eventi specifici, ovvero, il *Gamergate* del 2014 e le elezioni presidenziali del 2016 come analizzati da Alessandro Lolli in *Ibid.*

²⁷ A. Nagle, *Kill all normies. Online culture wars from 4chan and Tumblr to Trump and Alt-Right*.

²⁸ «4chan, fondato alla fine del 2003 da Christopher Mole era, ed è, un' *imageboard*, ovvero un forum incentrato sulle immagini in cui la condivisione delle stesse era facilitata nei commenti e addirittura prescritta all'opener, cioè all'utente che apriva un nuovo thread. È piuttosto evidenze come una siffatta piattaforma sia stata terreno ideale per lo sviluppo dei meme», in A. Lolli, *op. cit.*, p. 96.

infinito fornisce una «genealogia della cultura dei meme»²⁹ funzionale alle analisi qui proposte poiché finalizzata al decostruire la *superficie buffa e ironica* dei meme e mostrare un «grido di disperazione»³⁰ che, come intende sostenere il presente articolo, risulta a fondamento tanto dell'ascesa di Trump come President Troll³¹ quanto del meme-Musk.

Nel dettaglio, il lavoro di Lolli permette non solo di sondare la genesi e lo sviluppo del web e dei social media come milieu produttivo-viralizzante dei meme, selezionando alcune tappe specifiche della «storia dei meme di Internet» ma, soprattutto, rinforzare le tesi precedentemente sviluppate sulla complementarità tra le piattaforme digitali in quanto *bombe informatiche* e la *frammentazione degli utenti* in soggetti frattali. Difatti, «il primo web [...] [era] caratterizzato da dinamiche per così dire 'dall'alto': i contenuti venivano creati da una piccola percentuale di professionisti ed elargiti all'utenza. Era, in sostanza, paragonabile a una televisione con migliaia di canali». Il web 2.0 si sostiene, invece, sul «*prosumer*, cioè al contempo *producer* e *consumer*, un utente fondamentalmente interattivo»³².

Su questo punto è possibile richiamare e approfondire le riflessioni di Baudrillard precedentemente assunte sulla reciproca alimentazione tra la *violenza delle immagini* digitali (di cui i meme risultano contenuto virale) e la frammentazione del soggetto frattale (individuale e collettivo)³³ nello schermo delle piattaforme. Tale

²⁹ R. A. Ventura, *Prefazione alla prima edizione*, in *ivi*, p. 17.

³⁰ *Ivi*, p. 19.

³¹ W. Merrin, *President Troll: Trump, 4chan and Memetic Warfare*, in C. Happer A. Hoskins W Merrin (edited by), *Trump's Media War*, pp. 201-226. Da questo punto di vista Trump incarna perfettamente la "Troll Face [...] *l'informale mascotte di 4chan*" in A. Lolli, *op. cit.*, p. 72.

³² *Ivi*, pp. 93-94.

³³ Per un approfondimento sul tema è possibile far riferimento a V. Specchio, *Estasi e frammentazione dell'io nella governamentalità algoritmica*.

rapporto di complementarità si riversa, nelle analisi qui svolte, a sostegno del continuo esser *toccati e tastati sintatticamente*, non semanticamente, dalla viralità dei meme e dalla targetizzazione politica all'interno delle *platform society* come specifico regime osceno dell'«estasi della comunicazione»³⁴: «Tutte le nostre macchine sono schermi, e l'interattività degli uomini è diventata quella degli schermi [...] la lettura di uno schermo è affatto diversa da quella di uno sguardo. È un'esplorazione digitale dove l'occhio circola seguendo una linea spezzata incessante. Il rapporto con l'interlocutore nella comunicazione, col sapere nell'informazione, è dello stesso tipo: *tattile ed esplorativo*. La voce nella nuova informatica, come anche al telefono, è una voce tattile, una voce nulla e funzionale. Non è più propriamente una voce, come nel caso dello schermo non si tratta più esattamente di uno sguardo [...] *i nostri occhi sono come disseminati nell'immagine*»³⁵. Ritornando all'ascesa trumpiana in quanto memizzazione politica decisiva nella storia contemporanea, il web 2.0 ha contrassegnato, quindi, il passaggio fondamentale tra piattaforme verticali e *piattaforme orizzontali* entro cui, un fo-

³⁴ «Parlare, parlare, *comunicare instancabilmente*. Tale è la violenza fatta al singolo individuo e al suo segreto. E allo stesso tempo si tratta di una violenza fatta al linguaggio, perché a partire da qui esso perde anche la sua originalità, non è più che *medium, operatore di visibilità*, perde ogni dimensione ironica o simbolica – laddove il linguaggio assume un'importanza maggiore di ciò di cui parla. E il peggio di questa oscenità, di questa mancanza di pudore, è la condivisione forzata, quella complicità automatica dello spettatore che altro non è se non il risultato di un vero e proprio *ricatto*. È questo l'obiettivo più chiaro dell'operazione: la schiavitù delle vittime, ma una schiavitù volontaria [...]. La condivisione da parte di un'intera società del suo meccanismo fondamentale: *l'esclusione interattiva*, è il colmo! Decisa in comune, consumata con entusiasmo», in J. Baudrillard, *Patafisica e arte del vedere*, p. 35 (corsivo mio).

³⁵ Id., *La Transparence du Mal*; trad. it. *La trasparenza del male*, pp. 62-63 (corsivo mio).

rum specifico, 4chan, è risultato piattaforma specifica di gestione memetica dell'alt-right: «quelle piattaforme virtuali, piene di adolescenti, fragili e arroganti come tutt'è adolescenti, che nei primi tempi potevano sembrare semplici bizzarrie da archiviare tra le molteplici stranezze di Internet, si sono rivelate delle palestre politiche per un'intera generazione di americani (e anglofoni in generale), capaci di orientare il dibattito pubblico, passando oltre i loro marginali luoghi di origine e le loro appartenenze, trasformando intere linee editoriali, fino a essere uno dei vari attori in campo delle elezioni americane»³⁶. In tale ottica, è possibile rintracciare una decisiva «continuità forte tra 4chan, Anonymous e Alt-right»³⁷ per la vittoria di Trump nella *great meme war*, così come sostenuto da Angela Nagle: «the year 2016 may be remembered as the year the media mainstream's hold over formal politics died. A thousand Trump Pepe memes bloomed and a strongman larger-than-life Twitter troll who showed open hostility to the mainstream media and to both party establishments took The White House without them»³⁸.

Ed è in questo punto di non ritorno della politica statunitense che il meme «Pepe the Frog»³⁹ permette di decostruire il *layer me-*

³⁶ A. Lolli, *op. cit.*, p. 140.

³⁷ Ivi, p. 136.

³⁸ A. Nagle, *Kill all normies. Online culture wars from 4chan and Tumblr to Trump and Alt-Right*, p. 3.

³⁹ «L'uso di Pepe da parte della destra nazionalista lo porta addirittura a essere identificato come un simbolo d'odio da parte dell'Anti-Defamation League. Uno dei meme più famosi di internet si era trasformato in un driver culturale usato per diffondere ideologie razziste, per alimentare l'antisemitismo, per attaccare gli altri candidati, come la fake news sul Pizzagate, la rete pedofila che avrebbe visto coinvolta Hilary Clinton e il suo stuff», in G. Mazzoleni - R. Bracciale, *op. cit.*, p. 119.

metico della trasfigurazione degli utenti di 4chan in *memers* e comprendere da quale frammentazione e trasfigurazione memetica di soggetti frattali ha avuto origine la *spinta vitale* di quel *ritorno del rimosso* introdotto nel precedente paragrafo tramite il meme Musk-Dottor Stranamore. Secondo questa decostruzione critico-memetica, la spinta decisiva alla memizzazione politica di Trump e del suo ultimo contenuto politico, il meme-Musk, deriva dalla *trasfigurazione memetica* dei *memers* di 4chan in contenuti memetici. Pertanto, la frase pronunciata da Elon Musk, “*I am become meme*” non è altro che eco e *ricondivisione*, nel discorso pubblico e in mondovisione, di una *gestazione anarco-politica*, specificamente nichilista, avvenuta nei lontani meandri delle piattaforme non mainstream della sottocultura meme.

Ed è qui che il meme Pepe The Frog risulta centrale. Nella cultura memetica, difatti, Pepe the Frog, in quanto «reaction dalle molte facce», nel corso della gestazione del forum 4chan «cresce lentamente ma costante, finendo per diventare la moneta più commerciata su 4chan e in un certo senso il simbolo della community stessa»⁴⁰. Ed è nella diffusione virale di Pepe The Frog, oltre la propria piattaforma d'origine, che è possibile sostenere che «la progressiva egemonia di Pepe è andata di pari passo con la radicalizzazione politica di 4chan»⁴¹. L'eco-ricondivisione e trasfigurazione di Musk in meme, “*I am become meme*”, quindi, deriva dalla mutuale radicalizzazione politica di 4chan in quanto forum-fabbrica di meme, piattaforma/bomba informatica, e l'ascesa trumpiana nella vittoria della guerra dei meme: «una fetta consistente di 4chan, di quella sponda reazionaria che avrebbe poi preso il nome di Alt-Right,

⁴⁰ A. Lolli, *op. cit.*, p. 112.

⁴¹ Ivi, p. 113.

aveva scelto di continuare a usare Pepe all'interno della loro guerra culturale: venivano prodotti dei Pepe politicamente scorretti, impossibili da cooptare: Pepe misogini, Pepe Ku Klux Klan, Pepe Hitler, e infine, Pepe Donald Trump. Infatti, quell'impresentabile candidato alle primarie del partito Repubblicano divenne immediatamente il loro idolo per via della comune, chiassosa, scorrettezza politica»⁴².

Il punto di contatto, quindi, tra la radicalizzazione politica del forum 4chan e l'ascesa di Pepe The Frog come contenuto virale dell'alt-right segna un caso storico decisivo per le analisi qui proposte sul rapporto tra comunicazione politica e memizzazione come evidenziato dal seguente avvenimento storico: «Il 13 Ottobre 2015 Donald Trump ha condiviso sul suo profilo Twitter un meme con se stesso trasformato in Pepe mentre parla da un podio in qualità di presidente degli Stati Uniti e uno degli slogan con cui l'alt-right lo sosteneva per la campagna elettorale: "You can't stump the Trump", incoraggiando così l'adozione di Pepe da parte dei nazionalisti bianchi»⁴³. La memizzazione di *Trump-Troll* in Pepe Donald Trump, in tale ottica, ha codificato l'imprenditore newyorkese quale nuovo "salvatore della patria mandato da Dio" a partire da e in direzione di «una narrativa patriarcale, sessista, razzista, politicamente scorretta che si è basata sulla diffusione capillare di un frame altamente misogino»⁴⁴, ovvero, un ritorno del *rimosso* a partire da e in direzione di *indefiniti bracci tesi* riconvertiti in dita costantemente mobilitate dal *touch, share e like*.

⁴² Ivi, p. 114.

⁴³ G. Mazzoleni - R. Bracciale, *op. cit.*, p. 118.

⁴⁴ Ivi, p. 121.

3. *X: il volto dell'anonimato*

Come lucidamente ricostruito dal lavoro di Lolli, quindi, il movimento eterogeneo e de-centralizzato⁴⁵ dell'alt-right, in stretta continuità con la metafora della palude ricostruita precedentemente, permette di individuare la fonte originaria della complementarità meme-politica di Trump-Musk in una *frammentaria trasfigurazione* di soggetti frattali proiettati in un movimento che «occulca pozzi senza fondo di razzismo, misoginia e omofobia» tramite «la sacrosanta reazione alla 'polizia del pensiero' dei progressisti: l'Alt-right vuole ergersi a baluardo della libertà di parola»⁴⁶. Ed ecco rintracciata l'origine dell'ideologica giustificazione del meme-Musk nella liberazione dell'espressione del rimosso/negato, braccio teso riconvertito al *free speech*, tramite l'acquisizione e *liberazione* della piattaforma Twitter riconvertita in X. Quest'ultima, infatti, eredita, come modello di *business*, la radicalizzazione mutuale tra fazioni culturali e politiche polarizzate e polarizzanti, rimodulando i fronti della guerra culturale cultura che ha contraddistinto *tanto* la presa di maturazione del movimento dell'alt-right a partire dalla piattaforma 4chan *tanto* l'ascesa politica di Trump. La rinominazione, da parte di Musk, di Twitter in X, pertanto, non è un caso: esprime, come proprio mito fondativo e missione, lo spargimento di odio virale, umiliazione e *cancellazione* del nemico politico, letteralmente, in uno sviluppo geometrico di *en-*

⁴⁵ «Non esiste un programma dell'Alt-right, un organo centrale, un partito e forse neppure esistono degli obiettivi condivisi: la galassia Alt-right è tenuta insieme non tanto da ciò che ama, quanto da ciò che odia [...] il 'buonismo di sinistra' [...] 'PC culture', che sta per cultura del Politicamente Corretto», in A. Lolli, *op. cit.*, p. 129.

⁴⁶ Ivi, p. 129.

tropia informazionale contrassegnata dall'anonimato⁴⁷ e dal caos: «Le forze del caos della 4chan culture, che hanno sempre avuto l'interesse nel presentarsi come un *indefinibile ordigno* di nichilismo, tanto puro quanto generico, che non *guarda in faccia a nessuno*»⁴⁸. Seguendo questa interpretazione, pertanto, è possibile individuare una caratterizzazione del meme e della memificazione della politica contemporanea non a partire dal *contenuto*-significato dell'artefatto culturale ma dalla propria *funzione*, ovvero, sia dal come *funziona* (come si ricondivide tramite viralità) sia *in funzione di cosa*: «non è quindi casuale che la piattaforma principale della 'golden age' dei meme sia stata 4chan, che *prescriveva l'anonimato [...] esplicita creatività ricombinatoria collettiva*. Ecco cos'è il meme: quel fenomeno virale che non mira a riprodursi ma a reinventarsi [...] ogni meme veramente nuovo, cioè che introduce una cornice memetica mai vista, in prima battuta è solo un contenuto virale [...] ma quando la collettività degli utenti coglie la palla al balzo e inizia a reinventarlo, è allora che nasce un meme»⁴⁹.

Pertanto, la viralità dell'indefinibile ordigno memetico prodotto *da e su* 4chan, a fondamento dell'ascesa memetica di Trump e di Musk, rinforza la precedente argomentazione sul rapporto complementare tra piattaforme-bombe informatiche e frammentazione dei soggetti frattali in trasfigurazione memetica, ovvero, *l'interconnessione tra la trasfigurazione e riconoscimento in immagine-meme e l'anonimato radicale*: «è la decostruzione di ogni residuo di identità online, compresi nickname e avatar: su 4chan, pur potendo scegliere un nickname, la maggior parte degli utenti interveniva semplice-

⁴⁷ «Anonymous si appella alla frustrazione maschile che necessita un riscatto violento e, come in *Fight Club*, vuole liberare la rabbia primordiale dei poveri uomini castrati dalla società», in *ivi*, p. 134.

⁴⁸ *Ivi*, pp. 143-145 (corsivo mio).

⁴⁹ *Ivi*, pp. 49-59.

mente come ‘Anonymous’, il nome che la piattaforma assegnava automaticamente»⁵⁰. In tal senso, il caso storico dell’ascesa trumpiana alla presidenza statunitense risulta contraddistinto dal meme come «forma espressiva dello sciame senza centro e senza obiettivo, dell’anonimato radicale»⁵¹ e, pertanto, speculare allo *svuotamento dell’identità collettiva* e della *politica rappresentativa* che contraddistingue l’esplosione delle bombe informatiche/piattaforme digitali nella frammentazione dei soggetti frattali.

Tutto ciò, in piena continuità con la frase pronunciata da Musk, “*I am become meme*”, risulta perfetta espressione della condizione memetica contemporanea delle *platform society*, in quanto, in ogni produzione memetica, «il referente originale è insignificante o perduto»⁵² al pari della frammentazione degli utenti in soggetti frattali: «il meme non è identificabile con la sua prima incarnazione, ma con il volume complessivo delle sue versioni, o ancora meglio, con la sua potenzialità riproduttiva, ovvero il meccanismo umoristico che racchiude»⁵³. La questione della produzione orizzontale-virale dei meme e del ruolo decisivo degli utenti dell’alt-right nel diffondere contenuti memetici pro-Trump, quindi, risulta in piena continuità con la tesi assunta da Baudrillard nel precedente paragrafo sul rapporto triadico tra violenza-viralità-immagine digitale entro cui: «il soggetto è solo l’agente dell’apparizione ironica delle cose. L’immagine è il *medium* per eccellenza di questa gigantesca pubblicità che si fa il mondo, che si fanno gli oggetti, costringendo la nostra immaginazione a cancellarsi»⁵⁴.

⁵⁰ Ivi, p. 96.

⁵¹ Ivi, p. 100.

⁵² Ivi, p. 77.

⁵³ Ivi, p. 49.

⁵⁴ J. Baudrillard, *La trasparenza del male*, pp. 166-167.

All'interno della condizione memetica contemporanea, quindi, la pressione selettiva delle piattaforme/bombe informatiche si costituisce in quanto pressione all'accrescimento delle *community*, ovvero, ambiente-collettivi costitutivamente anonimi e frammentati, poiché, personalizzati e targetizzati per ogni singolo utente, avendo un obiettivo specifico: hackerare la *mediazione razionale* come medium del discorso politico pubblico. Trump, in questo senso, attraverso «un uso personale di Twitter con l'account @realDonaldTrump, con cui parla direttamente ai suoi pubblici, ignorando quello ufficiale della Casa Bianca, @POTUS»⁵⁵ ha segnato la storia della politica statunitense bypassando i media tradizionali *trasfigurandosi* come meme-immagine di riconoscimento e canale di sfogo di: «suprematisti bianchi [che] sono stati *opportunisti dell'innovazione* perché sono riusciti a individuare meglio di altri le opzioni tecnologiche più adeguate a diffondere in maniera capillare i loro messaggi. Non potendo accedere ai media, i protagonisti del discorso pubblico della destra hanno creato un nuovo impero mediale alternativo online che si muove a diversi livelli, interconnettendo le piattaforme»⁵⁶.

Quindi, il braccio teso all'apocalisse precedente esaminato a partire dal meme Musk-Dottor Stranamore e la frase, "*I am become meme*", va interpretata in continuità alla memizzazione e viralizzazione del Trump-Troll concretizzatasi nella *duplicità* del meme Pepe the Frog: «da re dei meme è diventato nuova svastica. Ma la forza mitica di Pepe (barthesianamente mitica, diremmo adesso) risiede nel fatto che possa essere *contemporaneamente* il re dei meme e la nuova svastica: ogni volta che si prova a inchiodarlo a una faccia

⁵⁵ G. Mazzoleni - R. Bracciale, *op. cit.*, p. 118.

⁵⁶ Ivi, p. 120.

può, alternativamente, mostrare l'altra, oppure rivendicarla con soddisfazione»⁵⁷.

In conclusione, la frase "*I am become meme*" pronunciata dal meme-Musk, contestualizzata storicamente e politicamente come ultima manifestazione dell'ascesa del President Troll-Trump, risulta manifesto ultimo e ritorno del rimosso (di precedenti totalitarismi) in nuove forme di *azzeramento* della *distanza comunicativa* tra leader politico ed elettorato, venditore e cliente, ovvero, volontà di massima *nullificazione rappresentativa e politica* del corpo politico in funzione dello svuotamento dello Stato di diritto. Tale azzeramento della distanza tra leader e corpo politico, nell'attraversamento e negazione di qualsiasi diritto nazionale e internazionale, se non quello della *violenza* e del *potere economico* viene ideologicamente giustificato, all'interno delle *platform society*, attraverso diverse modalità, tra cui la sostituzione del meme alla realtà sociale attraverso il *marketing politico*: «l'uso dei meme nella comunicazione pubblicitaria rientra in una più ampia strategia Social che mira ad avvicinare il brand al pubblico [...] è il capitalismo dal volto umano che, nell'inedita vicinanza tra marchio e cliente consentita dai Social, un tempo impensabile, ha trovato un campo perfetto per trasformare l'immagine di un'azienda in quello che da sempre cercava di diventare: un tuo amico»⁵⁸.

Ed è all'interno di questa strategia comunicativa e marketing politico di azzeramento della distanza tra meme e realtà, elettorato-leader, che va inteso il meme-Musk del braccio teso all'apocalisse del primo paragrafo. L'ambiguità precedentemente delineata nel meme Musk-Dottor Stranamore, difatti, risulta pienamente inscritta nella

⁵⁷ A. Lolli, *op. cit.*, p. 168.

⁵⁸ Ivi, p. 121.

trasfigurazione memetica dei politici e assistenti-consiglieri/endorsement, abilitando, attraverso l'ironia dei meme come dispositivo di ambiguità permanente, la generazione di un «fascismo ironico»⁵⁹. Su questo punto, è doveroso specificarlo, sarebbe un errore voler interpretare la comunicazione memetica come *sostanziale, univoca e sensata* dato che il punto centrale è la *viralità sintattica* dei contenuti, ovvero, accrescere la *de-storicizzazione* dei contenuti sulle piattaforme digitali/bombe informatiche in quanto ambienti informativi antropici tendenti alla polarizzazione, frammentazione sociale e allo scontro. Ecco il punto chiave per accedere alla tesi centrale del contributo, racchiusa nel titolo e costruita a partire dal meme Musk-Dottor Stranamore: «la *forma* del meme è perfetta per mandare fuori giri la significazione univoca»⁶⁰, in quanto, «*preda la sfera discorsiva virtuale come fosse parte del suo meme*»⁶¹. Difatti, questo stesso contributo risulta predato dal meme-Musk che, dichiarando *"I am become meme"*, neutralizza qualsiasi discorso esplicativo e critico-interpretativo, gettando nel ridicolo, ovvero predando qualsiasi tentativo di significazione univoca, nel meme stesso.

In altre parole, la svolta ideologica contrassegnante la memizzazione politica consiste nel rendere la politica la *piatta-forma* da indossare per giustificare l'accrescimento di potere che, nel caso specifico del duo Trump-Musk, fomenta l'ideologia della «nuova destra

⁵⁹ Come punto chiave della comunicazione memetica della strategia alt-right-Trump-Musk: «il "nascondersi in bella vista" grazie al meccanismo ironico [...] Un fascismo ironico che è diventato fascismo reale ma può sempre tornare ironico se le condizioni di una battaglia a viso aperto non sono favorevoli», in Ivi, p. 164. Per un'ulteriore analisi sul tema: J. Wilson, *Hiding in plain sight: how the 'alt-right' is weaponizing irony to spread fascism*: <<https://www.theguardian.com/technology/2017/may/23/alt-right-online-humor-as-a-weapon-facism>>.

⁶⁰ A. Lolli, *op. cit.*, p. 164.

⁶¹ Ivi, p. 74.

tecnofascista americana e dei suoi protagonisti»⁶². Difatti, dietro l'ascesa del trumpismo non c'è «nessuna improvvisazione, ma un disegno coerente di distruzione della democrazia liberale, frutto di anni di elaborazione coltivate ai margini e ora spinte al centro del potere». Pertanto, la distruzione della democrazia liberale contemporanea va rintracciata nella medesima piattaforma di gestazione memetica del Trump-Troll e del meme Musk-Dottor Stranamore, ovvero, il «mondo della rete dove idee tecnomonarchiche e tecnofasciste navigano indisturbate da anni»⁶³.

In chiusura, quindi, il meme Musk-Dottor Stranamore qui decostruito non è altro che lettura di un contenuto generato da una sovranità orbitale e virale⁶⁴, post-storica e post-rappresentativa, poiché *alimentata* a partire da frammentazioni di soggetti frattali, de-storicizzati, anonimi e indeterminati, proiettati su piattaforme/bombe informatiche di cui X risulta espressione emblematica: *de-significazione pura di ogni messaggio antropico, ogni messaggio si equivale, è equivalente, appunto, una X che può significare qualsiasi cosa e dare qualsiasi risultato*. Tutto ciò, in qualche modo, risulta racchiuso nello stesso volto memetico di Musk, come sagacemente descritto da Federico Leoni: «la faccia perfettamente levigata di Musk dice

⁶² A. Mulieri, *Tecnomonarchi. Gli ideologi della nuova destra all'attacco della democrazia*, p. 4.

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ «Sfera pubblica e sfera privata si confondono fino a rientrare in un solo mega-progetto di sovranità nemmeno più globale, ma orbitale e virale al tempo stesso, esteso verso l'illimitato nello spazio e verso la microfisica delle particelle elementari del potere sulla Terra. X si prepara a essere una *everything-app* per conversazioni, pagamenti, consegne e molto altro. La posatura della fibra ottica è superata, almeno tecnologicamente, da un sistema reticolare di satelliti, Starlink, sempre della stessa proprietà», in S. Catucci, *Elon Musk è il nostro destino?*: <<https://www.doppiozero.com/elon-musk-e-il-nostro-destino>>.

*qualcosa di quest'assenza di singolarità. È infantile e anziana, ancora implume e già di nuovo liscia, senza espressione e senza tensione. Non ha rughe, se ci fate caso. Nessun passato l'ha visitata. Nessun futuro la funesta con la sua venuta quotidiana. Piatta come l'orizzonte infinito [...]. Dobbiamo meditare quest'assenza di corpo, quest'assenza di sesso, quest'assenza di terra, quest'assenza di storia, perché sono il terreno del contendere contemporaneo. Musk lo indica e forse lo abita e senz'altro lo produce allo stato puro*⁶⁵.

Bibliografia

- J. Baudrillard, *La Trasparance du Mal*, Paris, Galilée, 1990; trad. it. *La trasparenza del male. Saggio sui fenomeni estremi*, Milano, SugarcoEdizioni, 2018.
- J. Baudrillard, *L'échange impossible*, Paris, Galilée, 1999; trad. it. *Lo scambio impossibile*, Trieste, Asterios, 2000.
- J. Baudrillard, *Patafisica e arte del vedere*, Firenze, Giunti, 2006.
- J. Baudrillard, *L'agonia del potere*, Milano-Udine, Mimesis, 2008.
- S. Catucci, *Elon Musk è il nostro destino?*, in «DoppioZero», 2025, <<https://www.doppiozero.com/elon-musk-e-il-nostro-destino>>.
- W. Isaacson, *Elon Musk*, Simon&Shuster, New York, 2023.
- F. Leoni, *Elon Musk. Un gesto senza storia*, in «DoppioZero», 2025, <<https://www.doppiozero.com/elon-musk-un-gesto-senza-storia>>.
- A. Lolli, *La guerra dei meme. Fenomenologia di uno scherzo infinito*, Firenze, Effequ, 2020.
- S. Mazzini, *Il lato oscuro dei social network. Come la rete ci controlla e ci manipola*, Rizzoli, Milano, 2025.
- G. Mazzoleni - R. Bracciale, *La politica pop online. I meme e le nuove sfide della comunicazione politica*, Bologna, Il Mulino, 2019.
- W. Merrin, *President Troll: Trump, 4chan and Memetic Warfare*, in C. Happer A. Hoskins W Merrin (edited by), *Trump's Media War*, Cham (CH), Palgrave MacMillan, 2018.

⁶⁵ F. Leoni, *Elon Musk. Un gesto senza storia*: <<https://www.doppiozero.com/elon-musk-un-gesto-senza-storia>> (corsivo mio).

- A. Mulieri, *Tecnomonarchi. Gli ideologi della nuova destra all'attacco della democrazia*, Donzelli, Roma, 2025.
- A. Myers, "Draining the Swamp" as a Metaphor for Control, <<https://niche-canada.org/2024/05/15/draining-the-swamp-as-a-metaphor-for-control/>>.
- A. Nagle, *Kill all normies. Online culture wars from 4chan and Tumblr to Trump and Alt-Right*, Winchester (UK), ZeroBooks, 2017.
- V. Specchio, *Estasi e frammentazione dell'io nella governamentalità algoritmica*, in «Tecnica E Potere», Mechane, 8, 2024.
- J. van Dijck - T. Poell - M. de Wall, *The platform society: public values in a connective world*, Oxford, Oxford University Press, 2018; trad. it. *Platform society. Valori pubblici e società connessa*, Milano, Guerrini Scientifica, 2019.
- P. Virilio, *La bombe informatique*, Paris, Galilée, 1998; trad. it. *La bomba informatica*, Milano, Raffaello Cortina, 2000.
- J. Wilson, *Hiding in plain sight: how the 'alt-right' is weaponizing irony to spread fascism*, <<https://www.theguardian.com/technology/2017/may/23/alt-right-online-humor-as-a-weapon-facism>>.

Valerio Specchio

Università degli studi di Napoli Federico II

anicetovalerio.specchio@unina.it

<https://orcid.org/0009-0005-5005-2946>

“Understanding meme?” continua un percorso editoriale legato alla Task Force *Human&Future* dell’Università degli Studi di Napoli Federico II. Questo terzo volume costituisce un ulteriore laboratorio di collaborazioni; nella fattispecie si tratta di un progetto che nasce dal basso, dalla proposta di alcuni studenti durante un appassionato corso di Antropologia Filosofica vissuto come la possibilità di lavorare sul nostro tempo, riflettendo sulle sue produzioni culturali, in particolare sui *sensi della cultura memetica*, sulle forme inedite di condivisione, appartenenza e costruzione di significati cui tali artefatti danno vita. Studenti e giovani ricercatori si sono cimentati nell’ermeneutica del presente, corredando i propri testi con un meme, rappresentazione immediata e plasticamente significativa dei lavori stessi, in una relazione di co-autorialità con l’IA, dando vita a una sorta di metatesto, che già racconta la natura ibrida della nostra contemporaneità, l’intreccio inestricabile di vecchi e nuovi media, la nostalgia nei confronti della scrittura e l’apertura verso nuovi orizzonti di comunicazione e di senso.

Fabiana Gambardella insegna Filosofia Morale e Antropologia Filosofica presso l’Università degli Studi di Napoli Federico II. Si occupa di biologia contemporanea, epistemologie della complessità e dell’impatto dei nuovi media sulla trasformazione e ridefinizione della nostra specie. È autrice di diverse monografie tra cui *Più in alto della realtà. La sottrazione del possibile nel tempo dell’algoritmo* (2025), *Trasumanar e organizzar* (2023), *Sotto una piccola stella* (2017). Collabora con la rivista “S&F_scienzaefilosofia.it”.

ISBN 978-88-6887-433-9

DOI 10.6093/978-88-6887-433-9

ISBN 978-88-6887-433-9



9 788868 874339