

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE, GIURIDICHE E
STUDI INTERNAZIONALI

Corso di laurea *Triennale* in
SCIENZE POLITICHE, RELAZIONI INTERNAZIONALI E DIRITTI
UMANI



WEBPOLITICS 2.0: GUERRE CULTURALI IN RETE

Relatore: Prof. Marco Almagisti

Laureando: Bryant Osah

matricola N. 2040817

A.A. 2023/2024

Indice

Introduzione.....	2
Capitolo 1-Media digitali e camere d'eco.....	4
1.1. 4chan: il regno degli estremisti di destra.....	8
1.2. Tumblr: la tua identità viene prima di tutto.....	11
1.3. 4chumblr: soluzioni virtuali per la vita reale.....	13
Capitolo 2-Identity Politics, la rivoluzione identitaria.....	15
2.1. <i>Alt Right</i> , l'evoluzione di 4chan.....	16
2.2. <i>Woke</i> , svegli per cancellare.....	20
2.3. Caratteri dell'attivismo digitale.....	23
Capitolo 3-La rivoluzione memetica.....	28
3.1. ABC della memetica: fenomenologia dei <i>meme</i>	31
3.2. <i>Pepe</i> , la rana (a)politica.....	36
3.3. La rivincita di <i>Pepe</i>	40
Capitolo 4-Quando le guerre culturali escono dalla rete.....	43
4.1. Social media e rapporti polarizzati.....	45
4.2. Una guerra narrata da <i>meme</i>	54
Conclusioni.....	60
Bibliografia.....	62
Sitografia.....	63

Introduzione

È il 1991, anno in cui per la prima volta James Davidson Hunter introduce nel discorso politico il termine “*culture wars*” nel suo saggio “*Culture wars: the struggle to define America*”. Quelle che Hunter chiama “*culture wars*”, in italiano “guerre culturali”, non sono altro che la ragione per cui gli Stati Uniti, ai tempi di Hunter, sono internamente divisi su determinate questioni che investono la sfera socio-politica del paese. Nel suo scritto, Hunter descrive una nazione segnata da lotte fra gruppi polarmente opposti, ispirati da ideali divergenti e che si scontrano quotidianamente per l’affermazione dei propri valori di riferimento.

In realtà, le “*culture wars*” non sono un concetto del tutto estraneo a noi oggi. Secondo lo storico Dominic Brooks, Le divisioni culturali esistono dall’alba dei tempi e fanno da sempre parte della storia dell’uomo: già dai tempi dell’Impero Romano, si segnala la presenza di battaglie culturali tra pagani e cristiani in merito alla questione iconoclasta e ai soggetti rappresentati nei templi pubblici (Piacenza, 2023, p. 22).

Le divisioni sembrano essere quindi un passaggio necessario per definire l’eredità culturale e i valori tramandati a noi oggi, ma soprattutto, conducono a ciò che Hunter definisce una “lotta sul piano morale tra elementi culturalmente divisivi”¹ in cui ortodossi (spinti da una visione conservatrice volta a mantenere la realtà così per come è) si contrappongono ai progressisti (spinti dalla volontà di riformare i simboli e i valori che caratterizzano la cultura predominante).

È interessante come i fatti teorizzati da Hunter possono essere oggi giorno ascritti alla nostra realtà, dove la rete influenza gran parte delle nostre interazioni sociali, e noi stessi lottiamo in prima linea come difensori dei valori che ci definiscono, con uno schermo e una tastiera come armi da guerra.

¹ *Is There a culture War? A Dialogue on Values and American Public Life:*
<https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/7/2006/11/culturewar-execsum.pdf>

I media digitali hanno stravolto l'intero assetto sociale e politico della nostra realtà, specialmente negli ultimi anni, dove l'emergere di nuovi movimenti web come “*the Alt-right movement*” e “*Wokeism*”, ridefinisce gli elementi tradizionali canonicamente associati alle visioni politiche di destra e di sinistra.

In merito allo sviluppo recente delle tecnologie nell'ambito della comunicazione, è da notare l'importanza che Hunter attribuisce al ruolo dei media nel narrare le guerre culturali: “è attraverso i media che il discorso pubblico acquisisce una vita propria, [...] sovrastano anche le sottigliezze di personalità e di opinione della stragrande maggioranza dei cittadini [...]”², sottolinea il sociologo americano.

Le parole quasi profetiche di Hunter rivelano come i media rivestono oggi un ruolo decisivo nel formare l'opinione pubblica attorno certe tematiche. Non solo i media influenzano e plasmano il nostro pensiero e le nostre opinioni, ma come se non bastasse, danno vita ad un dialogo sempre più polarizzato e inconciliabile tra la molteplicità degli attori coinvolti nell'enorme dibattito pubblico.

Hunter afferma inoltre: “le differenze sono spesso intensificate e esasperate dal modo in cui vengono presentate al pubblico”³. È quindi naturale supporre che nell'era contemporanea, dove i media digitali sembrano aver raggiunto l'apice dello sviluppo, che i contrasti culturali già presenti, ora siano ancora più radicati nella nostra società, sempre più politicamente frantumata.

² *Chronicle of the Online Culture Wars: Reactionary Affective Publics in Neoliberal Postmodernity*:

<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc1808416/m1/37/?q=%22Music%22>

³ *Chronicle of the Online Culture Wars: Reactionary Affective Publics in Neoliberal Postmodernity*:

<https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc1808416/m1/37/?q=%22Music%22>

Capitolo 1-Media digitali e camere dell'eco

Quello che per l'utente medio di "Meta" o "Instagram" sembra un semplice "like", potrebbe essere in realtà un elemento significativo nel determinare i contenuti consigliati quotidianamente dagli algoritmi dei social media. Chiedersi se ci sia un secondo fine dietro un semplice "like", è un quesito più che lecito nel tentativo di decostruire il funzionamento del web.

Prendendo in considerazione le modalità di comunicazione politica attuale, si può osservare che esse in realtà sono il risultato delle informazioni prodotte sia dai media digitali che dai media tradizionali. Oggi lo scenario è scandito da una convergenza effettiva di due modi di divulgare informazione che operano su due logiche completamente differenti. Se per i mass media tradizionali l'obiettivo è informare il maggior numero di persone possibili e geograficamente definite in uno spazio, per i media digitali, invece, l'obiettivo è superare le tradizionali regole del *newsmaking* e qualsiasi limite sancito dallo spazio e dal tempo, per creare comunità virtuali di individui costantemente connessi a livello globale. Tuttavia, tra i due modi distinti di diffondere notizie esiste comunque un punto di intersezione, una sorta di interspazio virtuale che prende le sembianze di una vera e propria comunità politica estesa, che Mazzoleni definisce con il termine "*enlarged digital polity*": uno spazio digitale dove soggetti individuali, collettivi e istituzionali competono tra di loro per il potere attraverso la comunicazione mediata dalle piattaforme digitali (Mazzoleni, 2019, p. 25)

Gli utenti che navigano sul web sono continuamente esposti a un *mare magnum* di informazioni, contenuti, video e post che non riuscirebbero mai a visualizzare in un lasso di tempo umanamente pensabile. Basti pensare che il primo video in assoluto su YouTube viene pubblicato nel 2005 e intitolato "*Me at the zoo*"⁴, della durata di

⁴*Me at the zoo*: https://youtu.be/jNQXAC9IVRw?si=gwWBw1-Nra02T_9o

5 secondi. Ad oggi è impossibile quantificare la cifra esatta dei video che circolano sulla piattaforma dopo la pubblicazione del video precursore. Se si stimasse una cifra di 800 milioni di video della durata di 11,7 minuti ciascuno, un essere umano impiegherebbe all'incirca 156 milioni di ore, ovvero 17, 810 anni di visione ininterrotta⁵.

Come se le cifre surreali di YouTube non bastassero per quantificare l'infinità di informazioni che circolano sul web, nell' undicesimo report annuale della società americana di software *Domo*, "*data never sleeps*"⁶, i dati rivelano che il sovraccarico informativo è un fenomeno vero e proprio riconducibile ad internet. "I risultati di quest'anno riflettono il panorama digitale in continua e rapida evoluzione, accentuata dalla popolarità crescente di modelli di intelligenza artificiale come *ChatGPT*", queste sono le parole di Josh James *CEO* e fondatore di *Domo*. Il web si configura quindi come un enorme enciclopedia di informazioni, che non abbiamo né il tempo né le capacità di visualizzare interamente.

Ma in questa immensa quantità di contenuti digitali, come vengono selezionati per noi quelli che vediamo? C'è effettivamente un nesso tra le nostre preferenze politiche e il "*web content*" con cui interagiamo?

Il funzionamento di ogni social media è garantito da un algoritmo, ovvero una raccolta selettiva di dati e informazioni che ipotizzano ciò che un utente potrebbe ritenere interessante. Non è niente di nuovo ovvio, ma alla luce di alcuni studi potrebbe esserci un link effettivo tra la varietà di opinioni politiche del web e il materiale prodotto dai media digitali.

A tal proposito, gli studi dell'economista comportamentale Cass R. Sunstein, relativi alla logica algoritmica dei social media, rivelano come la comunicazione su internet è capace di influenzare le scelte elettorali e la partecipazione politica dei cittadini. Sunstein sostiene che i media digitali, con una particolare attenzione verso

⁵ *Man estimates how long it would take us to watch everything on Youtube:* <https://www.unilad.com/technology/news/how-long-to-watch-all-youtube-videos-635203-20231119>

⁶ *Data Never Sleeps 11.0:* <https://www.domo.com/learn/infographic/data-never-sleeps-11>

i social media, sono conformi al “principio della sovranità del consumatore”⁷, ovvero che tendono a selezionare determinati contenuti sulla base di una logica algoritmica, la quale propone al consumatore ciò che potrebbe gradire, a seconda del tipo di interazioni che fa, come i “like”, i “repost” o le condivisioni con i propri *followers*.

Un’ulteriore ricerca condotta da Eytan Bakshy nel 2015,⁸ riguarda gli utenti di Facebook e la loro esposizione a contenuti di natura politica ideologicamente eterogenea. I risultati riportano che le persone online sono esposte con meno frequenza a contenuti contrastanti con le proprie ideologie, e generalmente, quando li ritrovano sulle loro pagine, sono meno propense a interagire con essi. L’algoritmo possiede quindi la libertà di propinare nelle varie pagine degli utenti, video e contenuti visivi che potrebbero confermare le loro convinzioni e visioni preesistenti. La conseguenza del filtraggio algoritmico è quindi la somministrazione di contenuti che potrebbero dar vita a posizioni sempre più polarizzate.

Gli esiti dell’indagine effettuata da Bashky non sono altro che la dimostrazione dell’effetto *echo chamber* prodotto dalle notizie digitalizzate: gli iscritti su Facebook e non solo (poiché questo discorso può essere esteso a qualsiasi tipo di social media) tendono a favorire rapporti online con coloro che possiedono visioni simili a loro, dando origine ad un effetto eco, in cui le opinioni e pregiudizi di un individuo ricevono conferma grazie alla diffusione di determinati contenuti meticolosamente selezionati.

Dalla selezione sempre più puntigliosa di contenuti scelti da un algoritmo consegue la creazione di “*filter bubbles*”, ovvero spazi digitali in cui vengono divulgate determinate notizie, tematiche e fonti scelte sulla base delle abitudini comportamentali di un utente sui social. In relazione a questo aspetto, secondo Gabriele Giacomini la logica algoritmica degli ecosistemi produce un processo di

⁷ “#Republic. La democrazia nell’epoca dei social media”:
<https://www.pandorarivista.it/articoli/republic-social-media-cass-r-sunstein/>

⁸ *Exposure to ideologically diverse news opinion on Facebook*:
<https://education.biu.ac.il/files/education/shared/science-2015-bakshy-1130-2.pdf>

“neointermediazione” in cui le piattaforme sociali rivestono il ruolo di intermediari tra i consumatori e i produttori di notizie, sfruttando così un “potere simile a quello dell’*agenda setting*” che influenza le persone mediante la tipologia di post che i social ritengono più in linea coi loro gusti o preferenze (Mazzoleni, 2019, p.21).

Anche se le nozioni di “*filter bubble*” e “*eco chambers*” si dimostrano utili per decostruire parte del funzionamento dei media digitali, non sono tuttavia sufficienti per spiegare che tipo di interazione ha luogo nelle sfere “tecno-mediali” della *enlarged digital polity*. Senza ombra di dubbio, il fattore umano è coprotagonista nel funzionamento di internet: se c’è un fattore positivo da riconoscere, è che il web ha condotto ad una crescita esponenziale di contenuti inediti e accessibili a una pletera immensa di utenti online.

Coloro che interagiscono sulla rete possiedono la libertà (parzialmente limitata dalle linee guida predisposte dai social), di pubblicare, creare e condividere contenuti inediti e originali sul cyberspazio. Chiunque oggi può diventare un “*content creator*”, dar voce ai propri pensieri e creare una comunità. È quindi chiaro che accanto al processo di digitalizzazione dei media, permane comunque un componente umano, che non è stato del tutto sostituito dal pensiero computazionale⁹. È ancora presente una libertà direttamente interconnessa all’essere umano, il quale possiede un certo margine di discrezionalità sul web, grazie al quale può trasferire culture, ideologie, pensieri e opinioni declinate nel linguaggio di internet.

Le molteplici camere d’eco presenti online portano alla creazione di una vera e propria cultura politica online, caratterizzata dalla presenza di blog, siti, forum o semplicemente profili che divulgano determinati contenuti per diffondere delle ideologie. I media digitali aprono le porte ad un dialogo politico caratterizzato da culture e subculture differenti tra loro, che mirano a rimodellare le modalità canoniche di partecipazione politica.

⁹ *Pensiero computazionale significato e legame con il coding*: <https://techcamp.polimi.it/pensiero-computazionale-significato/>

È bene comunque evidenziare che le piattaforme sociali nascono generalmente come degli spazi politicamente neutri. L'avvicinamento ad un determinato credo politico è una fase successiva, che si consolida mediante le interazioni degli utenti insieme agli hashtags, immagini e post più popolari. Lo stadio iniziale di neutralità è ciò che caratterizza alcune delle piattaforme virtuali come, 4chan e Tumblr, che nel dialogo odierno politicamente polarizzato, sono due esempi di come i social possono essere utilizzati come strumenti di estremizzazione politica e dissociazione dalla realtà, se non vi è una qualche forma di moderazione che regola le attività degli utenti.

Al fine di comprendere come avviene il processo di politicizzazione degli spazi digitali, nei capitoli seguenti verranno comparate due forme primordiali di piattaforme sociali (4Chan e Tumblr), tenendo in considerazione la loro storia e il loro ruolo nel sostenere ideologie che fomentano oggi le battaglie culturali del web.

1.1. 4chan: il regno degli estremisti di destra

*“4Chan is a simple image-based bulletin board where anyone can post comments and share images anonymously”*¹⁰: queste sono le premesse del sito, che da come si può intendere nasce inizialmente come una semplice piattaforma, in cui gli utenti possono condividere in forma anonima delle immagini. Originariamente ideato da Chris Poole (noto nel sito con lo pseudonimo di “Moot”), 4chan è uno spazio web in cui la gente può condividere i propri pensieri, pubblicare immagini e meme in forma anonima. Tuttavia, da questa semplice idea, Poole non avrebbe mai predetto che la condivisione anonima di contenuti della più disparata natura, avrebbe scoperchiato un vaso di pandora, contenente uno dei lati più oscuri del web.

In breve tempo il sito di Poole si trasforma in un focolaio di svariate sottoculture che all'interno della piattaforma discutono di argomenti che nella società *off-line* vengono generalmente etichettati come *taboo* o contro corrente, e per tale motivo esclusi dai discorsi *mainstream* dei media tradizionali (le sezioni di 4chan sono

¹⁰ 4Chan: <https://www.4chan.org/index.php>

dedicate a molteplici argomenti, tra cui videogiochi, pornografia, anime, politica e molti altri).

Su 4chan vige la regola del “*free speech*” ma in breve tempo tutto ciò si trasforma in una forma collettiva di “*hate speech*”. Nessun limite e poca regolamentazione, sono i motivi per cui iniziano a nascere su questa parte del web le prime comunità digitali di estrema destra, che si esprimono politicamente attraverso un linguaggio truculento, a tratti grottesco politicamente scorretto e brutalmente misogino (Nagle, 2018, p. 25). Inizialmente tutto ha luogo nella sezione generica denominata */b/* (*random*) in cui gli utenti discutono di qualsiasi argomento o tema senza alcun tipo di limitazione; ma come osserva Angela Nagle, il vero spostamento di 4Chan verso l’estrema destra si consolida nella sezione del sito dedicata alla politica */pol/* (*politically incorrect*).



Figura 1 screenshot di dicembre 2019 della sezione /pol/, fonte: wikipedia

/pol/ riscontra un’ampia risonanza all’interno della comunità di 4chan e diventa una delle aree del sito più controverse. La sezione politica, proprio come le altre, permette la libera circolazione di cyber-contenuti di qualsiasi tipo forma e matrice politica, ma nella quantità infinita di immagini e produzioni inedite di *meme*, solo quelle che incitano al razzismo, all’antisemitismo, alla misoginia e all’odio in qualsiasi sua forma esistente, sembrano ottenere un’esposizione maggiore. L’aspetto innovativo di 4Chan è proprio la natura non permanente dei post, i quali vengono eliminati se non ricevono un riscontro positivo con la *chan community*. Poole definisce questa modalità di selezione algoritmica con il termine “*survival of*

the fittest”¹¹, ovvero “la sopravvivenza del più adatto”. Solo i post “migliori” possono essere visualizzati a lungo termine nelle sezioni del sito.

Nel tentativo di chiedersi come mai si verifica una trasformazione del genere in un sito apparentemente innocuo, una risposta può essere trovata nelle stesse caratteristiche di 4Chan: un ambiente virtuale con poca o quasi assente moderazione, in cui chiunque, in forma anonima, può dire qualsiasi cosa. La cultura dell’anonimato e la presenza di una comunità emergente di estrema destra sono gli elementi promotori della cosiddetta “*Chanculture*”¹².

In un articolo di *Wired*¹³ si specula che la rapida radicalizzazione di 4chan viene favorita in parte da un moderatore, conosciuto all’ interno della community con lo pseudonimo di “*RapeApe*”. Secondo le dichiarazioni anonime rilasciate da un altro ex-moderatore di 4Chan, *RapeApe* crede negli stessi ideali di estrema destra diffusi dagli utenti nella sezione */pol/* e si auto dichiara un “conservatore e razzista”. Tali dichiarazioni controverse fanno intendere che dietro il diffondersi in maniera dilagante dei contenuti incitanti all’odio, c’è effettivamente il sostegno di moderatori quasi o totalmente assenti, che proprio come *RapeApe* appoggiano la messa in atto di determinate condotte.

4chan è quindi un primo esempio di come la struttura e il format di uno spazio web, possono diventare elementi chiave per favorire la diffusione di ideologie estremiste. Tuttavia, se da questa parte del web si incontra il male più assoluto, da un’altra si entra in contatto con il bene, o meglio, un bene apparente. È il caso di Tumblr, altro esempio di social media con una presenza rilevante negli anni 10’ del 2000.

¹¹ *The website with No Rules: 4 Chan (ft. Luv)*: <https://youtu.be/2t48dXd1c3s?si=r1YDk2pNbd-wObe4>

¹² *Kill All Normies-with Angela Nagle, Virtual Futures Salon*: <https://youtu.be/wv91UiPZYWo?si=zLoHjIE6rEudy7Hi>

¹³ *Inside 4chan’s Top-secret Moderation Machine*: <https://www.wired.com/story/4chan-moderation-buffalo-shooting/>

1.2. Tumblr: la tua identità viene prima di tutto

Se da una parte del web si assiste ad uno spettacolo terrificante condotto da odiatori seriali su 4chan, dall' altra parte le cose sembrano prendere una rotta differente, e chiunque, indipendentemente dalla propria identità, può trovare uno spazio in cui sentirsi accolto e rappresentato. In questa zona della cyber-sfera insorge una sensibilità giovanile incentrata sul riconoscimento delle diversità di ognuno, e proprio qui, iniziano a fare i primi passi le prime politiche identitarie della sinistra del web. Tumblr viene lanciato nel 2007 da David Karp e Marco Armet come sito di *microblogging* in cui artisti e appassionati d'arte possono condividere con altri utenti le proprie creazioni. Agli inizi, Tumblr viene considerata come l'opzione alternativa e *undeground* di Facebook. Ma dalla semplice idea di blog artistico, Tumblr si trasforma rapidamente nel luogo in cui, secondo Walter Benn Michaels, il riconoscimento della diversità di ognuno sostituisce la lotta contro le disuguaglianze economiche, tipiche della sinistra marxista. (Nagle, 2018, p. 101).

Grazie alla sua interfaccia semplice e molto intuitiva Tumblr riesce ad attrarre un'ampia fetta di utenti e nei suoi anni d'oro conta la presenza di 120 milioni di contenuti postati al giorno. La rivista *Atlantic*¹⁴ descrive il sito di microblogging come un terreno fertile per la formazione di una serie di movimenti politici e subculture di qualsiasi tipo, grazie alla presenza di una vasta gamma di iscritti composta da artisti, attivisti, comunità *Queer* e *fandom* isteriche di qualsiasi tipo. Quindi, è abbastanza chiaro che uno dei fondamenti di questo social è una politica volta al riconoscimento della diversità e di tutti i generi di appartenenza degli utenti. Tumblr vuole creare una zona sicura sul web, lontana dal bigottismo tipico di chi bazzica su 4chan, per dare una voce e uno spazio di rappresentanza a tutti coloro che nella vita *offline* non vengono sufficientemente raffigurati nelle pagine dei media *mainstream*.

Angela Nagle descrive il sito come “il rovescio speculare a sinistra di quello che 4chan fu per la destra” (Nagle, 2018, p. 101). Sempre la Nagle attribuisce un nome

¹⁴ *How the Snowflakes won*: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2022/02/tumblr-internet-legacy-survival/621419/>

all'impronta culturale dilagante sulla piattaforma di *microblogging*, definendola "liberalismo di Tumblr" (Nagle, 2018, p. 100), ovvero una cultura ossessivamente incentrata sui danni prodotti dai pregiudizi sistemici della nostra società e che ha come preoccupazioni principali, il riconoscimento identitario assieme alle sue diverse gradazioni e la fluidità di genere (Nagle, 2018, p. 101).

Le posizioni tendenzialmente liberal-progressiste degli utenti di Tumblr raggiungono in breve tempo un livello di politicizzazione tale da portare alla formazione di un enorme *eco-chamber*, in cui chi non crede nella "*woke culture*", (tendenza di chi solidarizza nei confronti di chi subisce ingiustizie sociali dovute a questioni legate al genere e/o etnia), rischia di essere "cancellato"¹⁵ dalla maggioranza, disdegnata da un determinato comportamento, frase o atto politicamente scorretto. In molte occasioni i membri di Tumblr, nel tentativo di promuovere le loro politiche identitarie, dimostrano una vemenza comparabile alla controparte polarmente opposta proveniente da 4chan. Nagle denota, tra le varie sottoculture della piattaforma, una tendenza incentrata sulla "cultura del vittimismo" unita a una "cultura violenta, fatta di attacchi di gruppo, umiliazioni collettive e tentativi di distruggere la reputazione e le vite degli altri", la cosiddetta "cultura del bullo piangente" (Nagle, 2018, p. 109).

Secondo i *4channers*, gli identitaristi di Tumblr aderenti all'onda della "*woke culture*" sono anche fin troppo coscienti delle disuguaglianze sociali e dinanzi ad esse non fanno altro che denunciare accusando di transfobia, razzismo, misoginia chiunque ritengono "problematico", ovvero chiunque non si unisce alla bolla del *politically correct* dei "Tumblerini" (termine utilizzato dalla destra web per definire con tono dispregiativo la comunità di Tumblr).

Non a caso, sulla piattaforma di *microblogging* nascono le prime forme di attivismo digitale incentrate sul "*re-blogging*", l'atto di ripubblicare con i propri seguaci un post per dimostrare il proprio sostegno verso una determinata causa o tematica particolarmente sentita. Esiste una parola che descrive questa forma di attivismo, lo

¹⁵ Termine che spiega la "*cancel culture*", ovvero una forma di ostracismo digitale condotto dalla *community* nei confronti di individui che non rispettano determinate regole o condotte

“*Slacktivism*”¹⁶, coniata da Fred Clark per definire “l’attivismo lowcost” dei social. una forma di attivismo performativo, che è incentrata su azioni di facciata che non rispecchiano un effettivo impegno di chi repubblica post per sensibilizzare nei confronti di una determinata causa.

Le lotte di inclusione di genere di Tumblr, pur avendo un carattere nobile e innovativo, cadono nell’ assurdo nel momento in cui una sottocultura denominata “*otherkin*” si inserisce nell’ enorme discorso identitario, appropriandosi malamente di esso. Gli *Otherkin* sono delle persone che si identificano spiritualmente in delle creature mitologiche. Ovviamente, molti utenti del social network riconoscono la natura puramente performativa e autoreferenziale di questa sottocultura (Nagle, 2018, p. 104). Naturalmente, essa non apporta alcun contributo alle lotte di riconoscimento delle identità non binarie e LGBTQ+ della *community* presente su Tumblr.

Tumblr passa alla storia come un social innovativo e inclusivo, ma esempi come lo *Slacktivism* e la sottocultura degli *Otherkin* dimostrano come i principi fondanti del Blog possono essere ribaltati e svuotati del loro significato iniziale.

Si parla di Tumblr come uno spazio virtuale finalizzato a portare alla luce questioni sociali importanti, ma ciò viene oscurato dalla presenza di persone che in realtà non credono veramente negli ideali promossi sulla piattaforma, o che comunque, nel tentativo disperato di riconoscersi in essi, utilizzano vie estreme per sentirsi parte del gruppo, senza ovviamente comprendere la vera essenza delle politiche di inclusione sociale promosse dal blog.

1.3. *4chumblr*: soluzioni virtuali per la vita reale

Il ricercatore Sal Hagen, nel suo articolo intitolato “*4chumblr divorce: revisiting the online culture wars though the 2014 Tumblr-4chan raids*”¹⁷, definisce il rapporto

¹⁶ *A new vocabulary for the 21st Century: “slacktivism”*: <https://blog.thegovlab.org/a-new-vocabulary-for-the-21st-century-slacktivism>

¹⁷ *4Chumblr divorce: revisiting the online culture wars though the 2014 Tumblr-4Chan raids*: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/13548565231190008>

tra Tumblr e 4chan con la fusione di termini “4Chumblr”. Mediante l’unione delle due parole, Hagen allude al fatto che ambe le piattaforme, pur presentandosi come diametralmente opposte, presentano in realtà alcune caratteristiche comuni. Innanzitutto, Tumblr e 4chan possono essere categorizzate come due forme introduttive di piattaforme, utilizzate principalmente da una generazione di gioventù cronicamente online. I due social, seppur in modalità diverse, forniscono soluzioni radicalmente estreme agli adolescenti che entrano in contatto per la prima volta con la politica. Da una parte, si formano degli estremisti di destra filo fascisti che attraverso dei *meme* e un linguaggio grottesco criticano tutto ciò che rientra nel discorso progressista della sinistra; dall’altra parte, invece, si crea un discorso totalmente opposto, incentrato sulla diversità, sull’inclusione sociale, sul politicamente corretto, e sulla lotta contro i pregiudizi etero normativi.

Nonostante gli elementi antitetici, Tumblr e 4chan possono essere considerate due forme di social media estremamente alienanti. In entrambe le piattaforme, gli utenti medi sono individui che, trovano rifugio in degli spazi cyber-utopici, per sfuggire dalla complessità della realtà. L’anonimato e libertà di pensiero danno vita a nuove sensibilità e identità che nella vita reale non riceverebbero alcun tipo di attenzione. Gli utenti di 4chan e Tumblr sono accomunati da un rapporto negativo con la società fuori dallo schermo, e per tale motivo, la loro attrazione verso un universo digitale costruito su ideologie radicali e algoritmi sembra più che plausibile.

L’idea di avere degli spazi virtuali sorretti da algoritmi e completamente isolati dal mondo offline, unita a un senso di territorialità culturale e a una logica del gruppo, sono tutti gli elementi che messi insieme, contribuiscono alla diffusione di determinate ideologie sul web e alla nascita di fazioni sempre più polarizzate e contrapposte, che utilizzano le proprie identità anonime e virtuali per esprimersi politicamente.

Capitolo 2 – *Identity Politics*, la rivoluzione identitaria

L'elemento identitario è ciò che accomuna tutti gli attori che operano all'interno del palcoscenico della comunità digitale politica. Per loro, salvaguardare la propria identità dalle minacce esterne significa rafforzare la coesione del gruppo, diffondere ideologie *ingroup* e affermare la propria cultura, ossia il vero collante sociale. Stando ai recenti sviluppi, segnati dalla nascita di movimenti politici emergenti, la comunità digitale percepisce oggi l'istanza politica in termini di *identity politics*; quindi, non c'è da stupirsi se nell'ecosistema digitale la politica è interpretata secondo valori identitari che ispirano movimenti politici e diffondono determinate ideologie nella sfera cyber-netica.

Con il termine *identity politics*, si intende fare riferimento ad una visione della politica basata su alcuni tratti che costituiscono l'identità dell'individuo (Piacenza, 2023, p. 26), quali, etnia, orientamento sessuale, genere e così via. Molti ritengono che internet abbia dato la possibilità ad un vasto numero di utenti, una volta attori marginali nella discussione pubblica, di potersi esprimere, portando sotto i riflettori della politica alcune questioni identitarie, attraverso la mobilitazione digitale di vere e proprie comunità.

Gli esperti ritengono che oggi sia opportuno parlare di una “logica dell'azione connettiva”, dove l'agire collettivo dei principali movimenti attivistici non è coordinato da un unico leader, ma da una pluralità composta da singoli individui connessi digitalmente (Mazzoleni, 2018, p. 27).

Mazzoleni, utilizzando come riferimento le considerazioni di Coleman, riporta che i social network sono oggi dei centri di proliferazione di organizzazioni e gruppi molteplici dal carattere dinamico, che hanno il potere di influire la vita online e la vita reale (Mazzoleni, 2018, p.27). Le piattaforme digitali possono originare un capitale sociale caratterizzato da un rapporto coeso tra i componenti dei vari gruppi e sottogruppi politici online, i quali hanno la possibilità di riunirsi per dar vita a mobilitazioni sociali e politiche che superano i confini del web e hanno un impatto vero e proprio sulla vita reale.

Ad oggi, le due mobilitazioni digitali con un maggior rilievo online e che descrivono appieno la polarizzazione degli ambienti virtuali, sono l'*Alt Right* e il

wokeism, due forme di attivismo digitale tra di loro contrastanti per molteplici aspetti, che verranno descritti nei capitoli seguenti.

2.1. *Alt Right*, l'evoluzione di 4chan

Durante un'intervista della CNBC¹⁸ una giornalista domanda ad un giovane Milo Yiannopoulos “Sei tu l'*Alt Right*? E che cos'è l'*Alt Right*?”. Lui risponde alla domanda postagli in modo beffardo con una velata ironia, dichiarando: “No, non mi sono mai identificato come l'*Alt Right*, anche se la stampa sembra quasi che mi abbia incoronato la regina di essa [...], penso che i termini identità bianca e nazionalismo bianco siano un po' fuorvianti. Credo sia più corretto dire che all'*Alt Right* interessi la supremazia occidentale, piuttosto che la supremazia bianca. Porta a cuore i valori occidentali e si preoccupa dei capitalisti liberali, dei valori democratici, della libertà e dell'uguaglianza [...]”

In questo particolare episodio, l'intento di Yiannopoulos è controbattere alle descrizioni erranee e riduttive, a suo parere, che i media forniscono dell'*Alt Right*, in particolare il *Wall Street Journal*, che definisce l'*Alt Right* come un “movimento nazionalista incentrato principalmente sul rifiuto del conservatorismo tradizionale e della società multiculturale, minaccia per la sopravvivenza dell'identità bianca”.¹⁹

Il noto commentatore politico, prima di alcune vicende controverse riguardanti alcune sue dichiarazioni,²⁰ riveste il ruolo di esponente pubblico del movimento *Alternative Right*, la cosiddetta “destra alternativa” che fonda le sue radici online durante gli anni dieci del 2000', e riesce a conquistare un ampio consenso online

¹⁸ Milo Yiannopoulos: *What The “Alt right” Is Really About*:
<https://youtu.be/Lgl53EXInPc?si=um1EWDMvS1IW3WCS>

¹⁹ *Defining the “Alt Right” and the Donald Trump Connection*:
<https://www.wsj.com/video/defining-the-alt-right-and-the-donald-trump-connection/6541A3D0-E11F-44C4-BB0B-CF85CB0B7EA0>

²⁰ *Milo Yiannopoulos resigns from Breitbart News over pedophilia remarks*:
<https://www.theguardian.com/us-news/2017/feb/21/milo-yiannopoulos-resigns-breitbart-pedophilia-comments>

grazie alla popolarità mediatica che acquisisce in breve tempo su 4chan, centro di proliferazione per molte delle ideologie estremiste di destra nella rete.

Milo nel suo intervento utilizza attentamente termini come “nazionalismo”, “libertà”, “democrazia”: parole che per certi versi potrebbero sembrare contrastanti tra loro, ma che se accostate assieme in un unico discorso, proprio come nella risposta di Yiannopoulos, racchiudono la vera essenza della *Alt Right*, ossia un movimento composto da una pluralità di idee di estrema destra.

Le molteplici ideologie, dell’*Alt Right*, in alcuni casi contrastanti tra loro, conferiscono al movimento una struttura fortemente disomogenea e disorganizzata. Tuttavia, questo carattere fallace non ha impedito alla destra alternativa di diffondersi a macchia d’olio anche oltre i confini stabiliti dalle camere d’eco del web. Ad oggi l’*Alt Right* conta molti seguaci per un unico motivo: non richiede ai suoi adepti di essere d’accordo con tutte le ideologie che la formano, è sufficiente essere d’accordo con una delle mille voci del coro, per permettere la diffusione anche di una sola parte della propaganda.²¹

Il termine *Alt Right* viene in realtà coniato da Richard Spencer, uno dei personaggi più influenti del movimento, per indicare lo scisma dalla classica destra conservatrice, obsoleta in confronto alla nuova destra “dedicata unicamente all’identità e futuro delle persone di discendenza europea negli Stati Uniti”²².

“La destra alternativa si occupa a vari livelli di quoziente intellettuale, calo demografico, declino della civiltà europea, decadenza culturale, marxismo culturale, anti egualitarismo, islamizzazione e soprattutto come il nome stesso suggerisce, di creare un’analisi alternativa all’ establishment conservatore della destra, che loro definiscono con l’espressione *cuckservative* (conservatori cornuti e contenti)” (Nagle, 2018, p. 22). Questa è la definizione fornita da Nagle per descrivere l’*Alt Right* che da come si può intendere, sembra interessarsi in maniera trasversale a svariate questioni, che molto spesso porta nel dibattito pubblico con

²¹ *Cos’è l’Alt Right?*: <https://youtu.be/nPNWmUinFCw?si=fGaBowKiqZdtd2aC>

²² *What Is the Alt-Right?*: <https://youtu.be/MHXL00wY3nY?si=CtWQOLLJt4q2XycX>

argomentazioni volutamente misogine, omofobe, antisemite e che generalmente inneggianti alla supremazia bianca. Sempre Nagle, spiega che all' *Alt Right* non corrisponde un volto; non si parla infatti di un movimento con a capo un leader, ma di una marea di sottoculture segregazioniste e nazionaliste, rappresentate nei media da alcuni portavoce, tra questi, i più noti sono: Gli autori del manifesto dell' *Alt Right*, *An Establishment Conservative's Guide to the Alt Right*, Milo Yiannopolous e Allum Bohkari, il nazionalista e cospiratore Richard Spencer e il blogger Millennial Woes (Piacenza, 2023, p. 207) (Nagle, 2018, p. 21)

Nonostante la struttura alquanto disomogenea, la destra alternativa presenta comunque una suddivisione interna caratterizzata dalla presenza di alcuni gruppi principali che agiscono in maniera indipendente e sostengono posizioni diverse. I membri si suddividono in varie categorie e sottocategorie a seconda della causa che sostengono nel movimento, tra questi, i gruppi principali sono: i *troll*, gli antifemministi, gli *antiestablishment* e i nazionalisti.

Il primo gruppo, ovvero quello dei *troll*, opera principalmente sul web. Come fa intendere il nome, lo scopo principale di questa componente è quello di "trollare", ossia burlarsi dell'avversario online mediante dei *meme* volutamente trasgressivi. In genere, i *troll* si prendono burla dei sostenitori del politicamente corretto e i loro peggior nemici online sono gli *SJW*, i *social justice warriors*, ovvero i giustizieri sociali della sinistra *woke*. I *gamer* antifemministi, gli anarcotransumanisti amanti della tecnologia e i complottisti sono alcune delle sottocategorie dei *troll*.

Il gruppo degli antifemministi è costituito da una comunità di uomini che ritiene che il femminismo sia uno dei mali peggiori della civiltà (Nagle, 2018, p. 125). Si oppongono a qualsiasi forma di emancipazione femminile e portano avanti una lotta attivista incentrata sulla "maschiosfera" (Nagle, 2018, p. 123), ovvero l'insieme di sottoculture, blog e forum online in difesa del sesso maschile. Alcune delle sezioni di Reddit, sito in cui opera questa parte dell'Alt-Right riportano categorie come "*Philosophy Of Rape*", dove gli utenti maschi discutono su sezioni apposite quali "lo stupro correttivo nei confronti delle femministe", "*/r/mensrights*", "*The Antifeminist*", "*The Counter-Feminist*" (Nagle, 2018, p. 132). Dall'ideologia della maschiosfera derivano vari movimenti e sottoculture di emancipazione

maschile, tra questi, i più popolari sono il *Men Against Sexism*, il *New Men's Movement*, i *Promise Keepers*, i *Men's rights activists*²³, i segregazionisti del sesso MGTOW (*Men Going Their Own Way*) e gli *incel* maschi celibi (Nagle, 2018, p. 132) (Nagle, 2018, p. 133)

una larga fetta dei seguaci dell'Alt Right è composta dagli *antiestablishment*, ovvero coloro che odiano la sinistra ma allo stesso tempo non sono soddisfatti dalle politiche della destra, rifiutano il conservatorismo tradizionale e vedono qualsiasi forma di *establishment* come un pericolo. Le stesse dichiarazioni di Bohkari e Yiannopoulos, alludono esplicitamente all'impronta fortemente anticonformista dell'*Alt Right*. Entrambe, si riferiscono all'*Alt Right* come un movimento “nato dalle propaggini giovanili, sovversive e sotterranee di Internet” (Piacenza, 2023, p. 207). È da ricordare infatti che l'*Alt Right* nasce nel web come un movimento reazionario e trasgressivo, volto a creare un'alternativa radicale contro l'*establishment* della destra conservatrice, colpevole a loro avviso, di una “debole passività cristiana” e di non aver salvaguardato l'identità bianca costantemente messa in pericolo da una società sempre più multi-etnica (Nagle, 2018, p. 22).

Infine, gli etno-nazionalisti credono nella superiorità dei valori occidentali, temono il multiculturalismo, la società globalizzata e lottano per la difesa dell'identità occidentale. La versione più estrema degli etno-nazionalisti è composta dai segregazionisti, ossia coloro che lottano per difendere l'identità bianca e sostengono che la società necessita di una pulizia etnica. Il *White Lives Matter movement*, i Neo-Nazi e i suprematisti bianchi sono alcuni dei sottogruppi e movimenti facenti parte della fazione nazionalista.

Queste sono alcune delle famiglie dietro la pletera di immagini, idee e opinioni politiche radicali dell'*Alt Right*. Un coro caotico di persone che Cambridge Dictionary classifica come “individui con vedute estremamente conservatrici, e prospettive estreme sulla razza, che rifiutano la politica ordinaria e che utilizzano internet per diffondere le proprie opinioni”²⁴.

²³ Cos'è l'*Alt Right*? : <https://youtu.be/nPNWmUinFCw?si=fGaBowKiqZdtd2aC>

²⁴ *Alt right*: <https://dictionary.cambridge.org/it/dizionario/inglese/alt-right>

Dunque, Se da una parte del web questo è lo schieramento che si è formato, chi sono invece gli acerrimi nemici della destra alternativa che si collocano nel polo opposto?

2.2. *Woke*, svegli per cancellare

In opposizione alle ideologie dell'Alt Right, sul web si schierano delle posizioni nettamente diverse, che trovano loro fondamento in una cultura imperante tutt'ora sui social: la *woke culture*.

Il termine *woke* è tradotto in italiano con la parola “sveglio” e il termine “*to stay woke*”, significa “stare svegli”. Queste espressioni trovano loro origine nell'*AAVE*²⁵, ovvero l'*African American Vernacular English*.²⁶ Negli anni 30' l'espressione “*stay woke*” viene popolarizzata dalla comunità afroamericana, per indicare l'atto di “stare allerta” dinanzi alle ingiustizie sociali nei confronti dei neri negli Stati Uniti. Negli anni 10' del 2000 la *woke culture* rientra in voga anche grazie ai social media, e in particolare Tumblr e Twitter (social che oggi si chiama X), per indicare il fatto di essere consapevoli delle varie discriminazioni subite dalle comunità marginalizzate e socialmente sfavorite.

L'uso della parola *woke* nel giornalismo *mainstream* viene successivamente popolarizzato grazie alle mobilitazioni sociali della comunità nera durante le proteste del *Black lives matter*, tenutesi negli Stati Uniti in seguito alle uccisioni di Michael Brown Ferguson nel 2014 (Cannito, 2022, p. 24) e George Floyd nel 2020, per mano delle forze dell'ordine.

Questi particolari eventi contribuiscono alla nascita nel web di un nuovo tipo di sensibilità, incentrata appunto sullo “stare allerta” (*stay woke*) e sul denunciare qualsiasi forma di atto o discorso considerato problematico o offensivo nei confronti di una determinata comunità marginalizzata.

²⁶ *African American English - Oxford References* :
<https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780199661282.001.0001/acref-9780199661282-e-1336>

La tendenza di etichettare qualcosa come problematico nasce per la prima volta nei portali di Tumblr, dove nel 2010 diventa virale il blog “*Your Fave Is Problematic*” (“Il tuo preferito è problematico”). Durante la sua attività sul sito, il blog si occupa principalmente di elencare alcuni comportamenti di celebrità o personaggi pubblici, considerati offensivi per la sensibilità di alcuni (Cannito, 2022, p. 25). Grazie a “*Your Fave Is Problematic*”, a partire da Tumblr si diffonde in maniera parassitaria su tutte le piattaforme sociali la cosiddetta “*call out culture*”, ossia la cultura del richiamo, una forma di vigilantismo digitale incentrata sul segnalare al pubblico tutto ciò viene ritenuto offensivo (Cannito, 2022, p. 25). La tecnica del *call out* serve quindi a segnalare o avvertire qualcuno, con la finalità di portarlo alla correzione di determinati comportamenti, pratiche o posizioni.

La pratica più estrema della cultura del richiamo, è la *cancel culture*, ossia la cultura della cancellazione. Una pratica molto diffusa online che dovrebbe servire come ultima risorsa quando l’atto di richiamare si dimostra inefficace (Cannito, 2022, p. 25). In realtà, molti episodi dimostrano come generalmente il popolo del web preferisca saltare la tappa del richiamo per schierarsi in un'unica voce e cancellare categoricamente chi adotta comportamenti politicamente scorretti.

Essere *woke*, nasce quindi inizialmente come termine di nicchia usato dalla comunità afroamericana degli Stati Uniti, e solo successivamente viene introdotto nel linguaggio *mainstream* dai media digitali, che appropriandosi di questo termine, lo hanno reso solo un sinonimo di azioni collettive estreme come la *cancel culture*. Attorno alla tendenza *woke* si è recentemente formato un intenso dibattito tra progressisti e conservatori americani, in cui questi ultimi ritengono che “cancellare” o “annullare” qualcuno siano gli ultimi disperati appelli alla giustizia dei giustizieri sociali del web.

L’ agenda *woke* introduce nel dibattito politico una forma di cultura della responsabilità, strettamente connessa all’ idea che da determinate azioni scorrette, possano derivare delle conseguenze sociali. Vi è tuttavia un componente problematico qualora essere collettivamente *woke* significhi comminare una

condanna frettolosa di *shitstorm*²⁷ e gogne mediatiche negli spazi virtuali. Nagle ritiene che i social media creano i presupposti per la formazione di un “cultura online della denuncia” caratterizzata da una “vulnerabilità performativa, consapevolezza ipocrita e bullismo”, in cui chi denuncia è simultaneamente sia vittima che bullo (Nagle, 2018, p. 109). I canali social non fanno altro che amplificare gli effetti negativi della *cancel culture*, rendendola in alcuni episodi solo una forma di bullismo di gruppo in cui molti utenti si riuniscono in maniera sistematica per condannare pubblicamente qualcosa o qualcuno, in nome della giustizia sociale.

È da notare che l’atto di denunciare apertamente online ha in sé un forte componente sociale, perché rafforza la coesione del gruppo verso un unico nemico e oltre a ciò possiede un valore incrementale per lo status sociale. Su Twitter²⁸ infatti, l’atto di denunciare gli altri per razzismo, sessismo o omofobia per molte persone è il modo più rapido per acquisire notorietà all’interno della piattaforma (Nagle, 2018, p. 110). Nagle scrive riportando le parole di Fisher: “la sinistra di Twitter sa spesso essere miserabile e scoraggiante, [...] il fetore della cattiva coscienza e di un moralismo da caccia alle streghe” (Nagle, 2018, p. 108).

“In quanto uomo che tiene al femminismo, a volte provo il desiderio di unirmi a tutti gli altri uomini e correre insieme tenendoci le braccia fino a buttarci da una scogliera, trascinando l’intero genere maschile” (Nagle, 2018, p. 107) oppure “Ho provato in precedenza un senso di colpa *liberal* per essere bianca. Oggi per la prima volta inorridisco veramente e mi vergogno di essere bianca” (Nagle, 2018, p. 107). Sono due esempi di Tweet²⁹, riportati da Nagle per illustrare la posizione tipica di un utente di Twitter dinanzi a ciò che ritiene ingiusto. Nonostante la sensibilità dimostrata verso determinate questioni, l’attivismo degli utenti di Twitter si limita quasi sempre all’atto di segnalare, provare disdegno o nel peggiore dei casi, come

²⁷ Il fenomeno dello *Shitstorm*: di cosa si tratta e come contenerlo: <https://www.mycyberlaw.com/il-fenomeno-dello-shitstorm-di-cosa-si-tratta-e-come-contenerlo/>

²⁸ *What is Twitter*: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/Twitter>

²⁹ *What is a Tweet? Social Media Marketing Definitions*: <https://socialbee.com/glossary/tweet/>

nei due Tweet riportati, all' autoumiliazione sociale (Nagle, 2018, p. 107), per ripulirsi la coscienza e rientrare nella maggioranza *woke* socialmente consapovole.

In aggiunta, assieme alla cultura *woke*, sui social viene popolarizzato l'atto del *virtue signaling*, ossia la "tendenza di comunicare pubblicamente le proprie virtù morali o politiche, al fine di guadagnare approvazione sociale o di appartenere a determinati gruppi sociali".³⁰ Quindi, da ciò che si può intendere, dietro il *virtue signaling* non c'è un vero e proprio intento di lottare contro le ingiustizie sociali; si tratta solamente di segnalare pubblicamente al fine di ottenere qualche forma di riconoscimento e approvazione dai propri *followers*, che osservano passivamente.

Woke, call-out culture, cancel culture, virtue signaling sono alcuni dei termini che infiammano il web al giorno d'oggi. Gran parte del grande dibattito che avviene online è in parte influenzato dalle lotte identitarie di una nuova sinistra sempre più cosciente delle ingiustizie sociali. Tuttavia, seguendo i recenti sviluppi della sfera tecno-mediale, è giusto chiedersi se il solo fatto di essere "svegli" sia sufficiente per eliminare le ingiustizie della nostra realtà. Davvero siamo giunti al punto in cui segnalare dimostrandosi indignati per i mali del mondo è sufficiente per fare attivismo sui social?

2.3. Caratteri dell'attivismo digitale

Il movimento dell'*Alt Right* e l'ideologia *woke*, sono due esempi opposti che descrivono pienamente la dinamica complessa che coinvolge gli attori internauti immersi nell'attivismo digitale. Pur essendo nettamente diverse, *Alt Right* e

³⁰ *Moral grandstanding* e *Virtue signaling*. Di che cosa si tratta? <https://www.stateofmind.it/2024/03/moral-grandstanding-virtue-signaling/#:~:text=Il%20moral%20grandstanding%20e%20il,piuttosto%20che%20il%20bene%20>

ideologia *woke* presentano entrambe alcune caratteristiche riconducibili alle forme di attivismo digitale che nascono e si diffondono su internet.

Massimo Di Felice riporta che nelle reti digitali, a partire dagli anni novanta, si assiste alla formazione di un “cyber-attivismo” (Di Felice, 2017, p. 113), caratterizzato da una varietà eterogenea di movimenti nati negli ambienti digitali e diffusi in larga scala grazie al potere connettivo dei social media. È un tipo di attivismo che Di Felice definisce “mediatico” e che attraverso le tecnologie di comunicazione digitale può rafforzare organizzazioni a livello globale, facilitando il coordinamento di campagne, proteste, informazioni e denunce pubbliche (Di Felice, 2017, p. 113). Non a caso, a causa della presenza consistente dell’*Alt Right* negli spazi digitali, nel 2017 è nata una delle mobilitazioni di suprematisti bianchi che ha fatto più scalpore negli Stati Uniti, la “*Unite the Right rally*” di Charlottesville.

Le due forme di attivismo digitale descritte nei capitoli precedenti nascono nel contesto del web 2.0, dove i social media vengono utilizzati come canali per aggregare persone, amplificare conflitti e accrescere la polarizzazione in rete. Entrambe hanno una presenza mediatica diversa su internet, tant’è che da una parte, con la schiera *Woke*, si parla di una forma di net-attivismo frontale, in cui gli utenti limitano generalmente il loro attivismo alle interazioni online, al semplice *like*, *click* o post di sensibilizzazione per denunciare apertamente qualcosa sui social. Il caso della destra alternativa può essere descritto invece come un attivismo dal carattere emergente caratterizzato da interazioni complesse che partono online e che poi si estendono agli spazi pubblici, senza mai abbandonare totalmente l’elemento virtuale (Di Felice, 2017, p. 142, 143). Infatti, pur essendo matrice di alcune delle mobilitazioni della destra nazionalista americana nella vita reale, il movimento dell’*Alt Right* non ha mai perso la sua dimensione connettiva-digitale, mantenuta grazie alle attività di utenti nei siti come 4chan, Breitbart o Reddit.

Lo studio condotto dal centro di ricerca internazionale Atopos dell’Università di S. Paulo, analizza l’azione net-attivista in relazione agli spazi della rete, con l’obiettivo di verificare gli aspetti che caratterizzano le forme di partecipazione e di conflittualità net-attivista degli spazi digitali (Di Felice, 2017, p. 144). Il fine di

questa ricerca è volto ad attribuite delle caratteristiche tipicamente riconducibili ai movimenti attivistici che creano forme di conflittualità nel web; tra queste, alcune sono ascrivibili in egual maniera sia all' *Alt Right* che alla schiera che si è formata attorno all' ideologia *woke*.

La prima caratteristica e la più ovvia, è che il web è dove nascono i movimenti attivistici digitali (Di Felice, 2017, p. 144). Tuttavia, quando questi movimenti escono dalla rete per diffondersi negli spazi pubblici della vita reale, non vuol dire necessariamente che essi abbiano abbandonato totalmente la loro origine digitale. Quando Le manifestazioni dei movimenti web si spostano dalle piattaforme digitali e raggiungono le piazze e i luoghi pubblici, vengono riprese in tempo reale e divulgate online. Oggi, grazie ai filmati che circolano nel web, è possibile osservare in tempo reale le dinamiche dell'attivismo digitale anche fuori dalle architetture virtuali. I video e i post della manifestazione dei nazionalisti bianchi di Charlottesville e delle proteste *Black Lives Matter*, sono esempi di come l'attivismo del web riesce a trovare sempre e comunque spazio nella vita reale, anche quando non opera solamente all' interno dei contesti digitali.

Entrambe le forme di attivismo digitale introducono sul panorama politico un linguaggio totalmente nuovo e diverso dalle forme convenzionali di comunicazione politica (Di Felice, 2017, p. 145). Il termine "*alt*", ossia "*alternative*", accanto alla parola "*Right*", già di per sé suggerisce che la destra del web racchiude un elemento innovativo che, a detta dei suoi sostenitori, si pone come alternativa alla concezione di destra ultraconservatrice. Nel caso della schiera *woke*, la novità è data dai termini totalmente nuovi sul panorama politico, che vengono utilizzati da molti per descrivere l'azione politica degli internauti *woke*. "*cancel culture*", "*woke culture*", "*virtue signaling*" e "*call out culture*", "*social justice*" sono tutti termini moderni introdotti dalla cultura politica digitale contemporanea.

Altra caratteristica da riconoscere in tutti e due i casi, è l'assenza di una gerarchia interna o di leader in rappresentanza del movimento digitale (Di Felice, 2017, p. 146). Nel caso dell'Alt Right non si parla di un leader effettivo, ma di molteplici portavoce autoproclamati che riproducono le mille ideologie del movimento. La controparte *woke* sembra emulare la stessa logica del "*no leader*", poiché i

giustizieri sociali del web operano su tutte le piattaforme digitali come individui singoli, che si riuniscono in massa a seconda del tema o persona da condannare pubblicamente sui social: da Instagram, a TikTok e senza dimenticare l'attività della schiera *woke* predominante su X oggi. Non si parla infatti di un leader perché effettivamente non c'è nessun vertice al comando, ne tantomeno di portavoce come nel caso dell'*Alt Right*, bensì di molteplici attori distribuiti sulla rete che tendenzialmente applicano un comportamento “politicamente corretto” per sostenere determinate cause sociali.

Il modo in cui il gruppo *woke* denuncia pubblicamente certe questioni risulta spesso controverso, come dimostrano i casi estremi di *cancel culture*. Tuttavia, l'aspetto peculiare è che dietro le mobilitazioni digitali *woke* non si cela alcun capo, leader o organizzazione principale, ma semplicemente persone che reagiscono ai contenuti che circolano sul web, mediante una logica di gruppo.

L'Anonimato è un altro componente essenziale che permette la rapida divulgazione su internet di questi movimenti attivistici (Di Felice, 2017, p. 146). Partendo da 4chan e Tumblr, siti da cui derivano rispettivamente l'*Alt Right* e l'ideologia *woke*, per poi giungere successivamente alle piattaforme digitali *mainstream*, la possibilità di agire nell'anonimato è una componente innata dei social. Si può notare infatti, l'azione congiunta di molti utenti *woke* anonimi che commentano indignati nelle varie sezioni dei social, o come diversamente dimostrano i membri dell'*Alt Right*, che incentrano l'attività web collettiva sull'*hate speech*. L'anonimato è ciò che permette a milioni di utenti di partecipare politicamente sul web, utilizzando in alcuni casi anche le vie più estreme, senza ovviamente andare incontro ad alcun tipo di ripercussione o limitazione.

Un ulteriore fattore da tenere presente è il rapporto conflittuale che si instaura tra il net-attivismo e i codici normativi sociali. Un rapporto inconciliabile, che quasi sempre sfocia in un atteggiamento ostile e diffidente dei movimenti web nei confronti delle istituzioni e delle figure politiche. Le forme di attivismo anti-establishment introducono “un rifiuto a priori di qualsiasi forma di dialogo con le istituzioni” (Di Felice, 2017, p. 146) e un esempio lampante di ciò può essere trovato nel lato estremo della *cancel culture*, utilizzata più volte per disconoscere a

priori qualsiasi forma di discorso o figura istituzionale ritenuti ingiusti e contrari al movimento ideologico *woke*. L'*Alt Right* non è da meno su questo aspetto, è da ricordare infatti il suo fondamento volutamente trasgressivo, incentrato su una sensibilità anti-establishment dal carattere innovativo (Mazzoleni, 2019, p. 53). In realtà parte della cultura politica antitradizionalista e anticonformista dell'*Alt Right*, verrà persa quando nel 2016 si inserisce nel discorso politico *mainstream*, diventato uno strumento di comunicazione molto utile per diffondere la campagna politica di Donald Trump nelle piattaforme digitali.

La dimensione connettiva delle odierne piattaforme digitali mette in contatto più persone, che partecipano attivamente al dibattito politico secondo modalità sempre più originali e sovversive. Dalle varie comunità del web deriva una moltitudine di posizioni fortemente eterogenee; si riconosce infatti, la compresenza di innumerevoli subculture net-attiviste raggruppate in grandi filoni ideologici principali. Il web permette ad un'ampia varietà di attori, di accedere liberamente alle informazioni e di esprimere in modo originale le loro posizioni politiche (Di Felice, 2017, p. 147). Nel caso dell'*Alt Right*, c'è un'effettiva convergenza di più sottogruppi, raggruppati in un unico movimento: *troll*, antifemministi, conservatori, nazionalisti bianchi e molti altri. Per quanto riguarda i giustizieri sociali *woke*, la loro azione politica è il risultato della compresenza di più attivisti che lottano per una causa: attivisti per i diritti dei neri, attivisti *lgbtq+*, attivisti per individui portatori di disabilità e molti altri gruppi, che uniscono le forze per dar voce alle battaglie identitarie della nuova sinistra del web.

Nell'epoca del web 2.0, sia L'*Alt Right* che la schiera *woke* sfruttano la rete per creare nuove forme di partecipazione politica digitale, in cui i veri protagonisti sono gli abitanti digitali e non figure politiche, partiti o istituzioni. Oggi, le attività negli spazi digitali si basano su interazioni decentralizzate e incentrate su una cultura di partecipazione anonima (Di Felice, 2017, p. 146), in cui gli internauti stessi sono i produttori ma allo stesso tempo consumatori dei dati, notizie e informazioni che circolano nelle principali architetture digitali.

Capitolo 3-La rivoluzione memetica

Oltre ai gruppi polarizzati, attivisti e piattaforme politicamente orientate, la rete del *webpolitics* si costruisce attorno a immagini, contenuti visivi e testuali che giocano un ruolo fondamentale nell'interpretare e semplificare le complicate dinamiche politiche della realtà. Si tratta dei *meme*, immagini divertenti e dal tono ironico, con un linguaggio semplice, intuitivo, e facile da comprendere. I contenuti del web possono unire, costruire, dividere e suscitare reazioni, ma tutto ciò com'è possibile?

Un utile strumento per iniziare una discussione incentrata sul significato dei *meme* politici è di sicuro la mappa "*online culture wars*"³¹, costruita dal gruppo di ricerca "*Dinnovation*", fondato a Parigi nel 2012. La creazione stessa è una versione *meme*, ovvero una versione parodica del *political compass*, un asse cartesiano diviso in quattro quadranti che riflettono i quattro orientamenti dello spettro politico: sinistra autoritaria, destra autoritaria, sinistra libertaria, destra libertaria.

L'asse di *Disnovation* riprende la medesima struttura del *political compass* e posiziona ciascun *meme* su una parte differente del quadrante, implicando quindi che i contenuti visivi diffusi all'interno del web possono veicolare un orientamento politico.

³¹ Online Culture Wars: <https://indexmediaarts.com/online-culture-wars-en/>

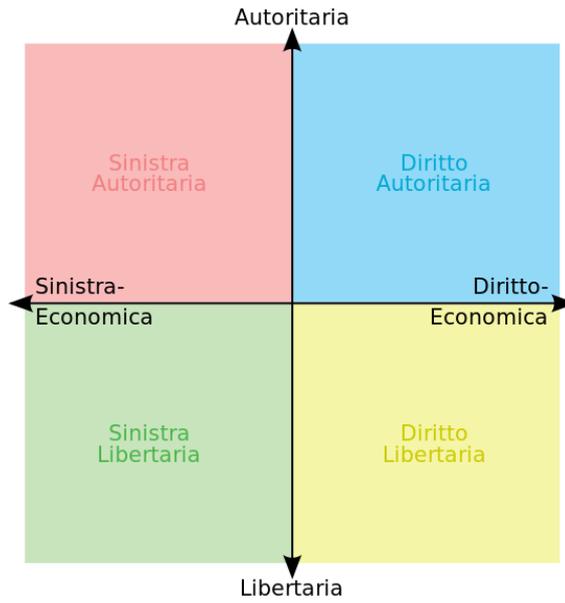


Figura 3, *Political Compass*, fonte: Wikipedia

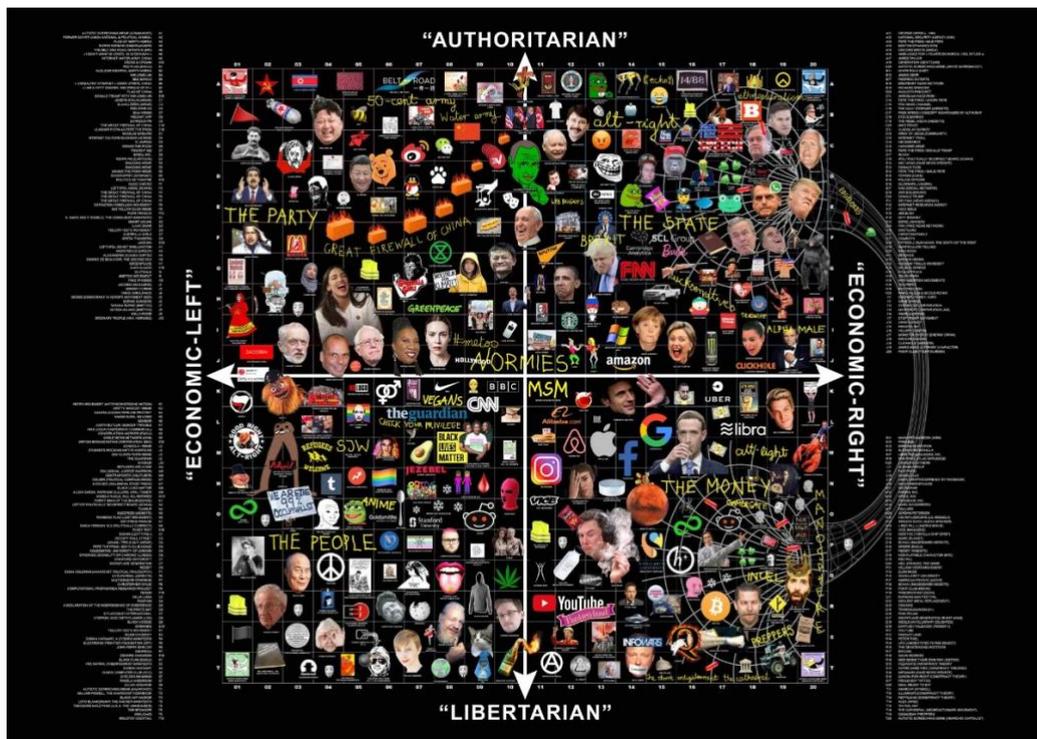


Figura 2, online culture wars map, fonte: Disnovation

Tra la quantità infinita di riferimenti memetici rappresentati, lo spettatore potrebbe trovarsi in uno stato di confusione generale; ma il fine principale è proprio questo, ovvero mostrare a chi osserva, la natura della quantità infinita di contenuti politicizzati con cui veniamo bombardati quotidianamente nel caos informativo del

web: Politici, celebrità, personaggi animati, attivisti, social media e movimenti digitali, perché chiunque e qualsiasi cosa può essere o diventare un *meme*.

“la mappa *online culture wars* è una sovrapposizione di centinaia di meme, figure politiche e simboli politicizzati. È progettata per essere un punto di partenza per visualizzare e contestualizzare le guerre culturali in corso sulla rete che includono alcuni dei principali riferimenti politici, attori e influencers. Da Twitter a Facebook, Instagram, Reddit. Gab o 4chan, uno dei sottoprodotti delle guerre culturali online è l’iper politicizzazione di argomenti, prodotti, pratiche ed elementi culturali, apparentemente banali”³².

Disnovation descrive con queste parole l’opera, che da come si può intendere, è una classificazione dei molteplici contenuti visualizzati dagli utenti sul web. L’obiettivo è indurre lo spettatore ad un’analisi attenta dei riferimenti mondani della cultura pop, che una volta strumentalizzati, possono diventare efficaci armi di propaganda politica. Talvolta i contenuti *user generated* che circolano sugli spazi digitali rivelano l’interpretazione più profonda di un fenomeno culturale (Mazzoleni, 2019, p. 61) e secondo l’analisi fornita da Grundlingh, alcuni *meme* categorizzati come “*humorous comments/opinions*”, attraverso un linguaggio umoristico, veicolano modi diversi di interpretare la realtà politica. Secondo un’ulteriore analisi fornita da Mazzoleni, i contenuti visivi, tra cui anche i *meme*, risultano essere degli strumenti efficaci nelle mani di leader politici, media e cittadini (Mazzoleni, 2019, p. 98) per condurre una propaganda politica in maniera non esplicita, utilizzando l’umorismo e la satira come mezzi per influenzare le percezioni politiche e orientare i comportamenti degli elettori e di chi partecipa al dibattito politico online (Mazzoleni, 2019, p. 99).

I prossimi capitoli esploreranno il mondo dei *meme* politici, descrivendo i caratteri della cultura memetica e come essa influenza l’opinione pubblica e rivoluziona le strategie elettorali dei politici. Tutto questo verrà spiegato tenendo in considerazione le modalità contemporanee di comunicazione digitale e analizzando casi concreti, che descrivono come i *meme* plasmano il modo in cui percepiamo i processi politici contemporanei.

³² *Online culture wars*: <https://disnovation.org/ocw.php>

3.1. ABC della memetica: fenomenologia dei *meme*

I *meme*, le produzioni più celebri della cultura digitale, non risparmiano niente e nessuno e all' interno degli ambienti digitali la politica sembra essere il primo bersaglio di questi frammenti di cultura visivi, creati per strappare un sorriso o addirittura per indurre a riflettere su certe questioni. Tuttavia, dietro a un *meme* si cela un fine secondario che va oltre la semplice risata, un fine che è ancora più evidente soprattutto quando si tratta di *meme* politiche.

Il termine *meme* viene coniato per la prima volta da Dawkins in “*The Selfish Gene*”, per indicare che gli elementi culturali e le idee si trasmettono per imitazione proprio come i geni, che per sopravvivere, si moltiplicano e si trasferiscono a nuovi organismi (Mazzoleni, 2019, p. 56). Quindi esattamente come il nostro corredo genetico, un *meme* sopravvive all'interno della rete solo se viene diffuso e riprodotto continuamente. Dunque, alla base del processo di trasmissione memetica (Mazzoleni, 2019, p. 56) ci sono determinati riferimenti culturali, quali simboli, narrazioni e ideologie generalmente condivisi da tutti o da una comunità di riferimento e che nel passaggio da un gruppo all' altro vengono ripetuti, subendo delle variazioni. Tenendo conto della definizione di Dawkins, un *meme* può essere qualsiasi cosa, l'importante è che esso sia un riferimento culturale riconosciuto e riprodotto totalmente o parzialmente da una collettività.

Oltre alla definizione di Dawkins, che concepisce i *meme* come elementi culturali di qualsiasi natura tramandati attraverso un meccanismo di trasmissione simile a quello dei geni (Mazzoleni, 2019, p. 57), vi è una seconda definizione più comunemente riconosciuta, che classifica i *meme* come prodotti del web in formato di immagini, video, frasi e testi a sfondo umoristico, che vengono passati e riprodotti mediante le attività di *sharing* degli internauti.

Ad oggi, si può affermare che le piattaforme digitali giocano un ruolo fondamentale nel definire che cos'è un *meme*, poiché attraverso le interazioni che avvengono negli

spazi digitali, un semplice contenuto memetico può diventare un fenomeno *cult* dell'immaginario collettivo. Gli esperti descrivono i *meme* contemporanei come l'essenza della cultura folcloristica digitale, la cosiddetta “*Netlore*³³”, che riproduce il sistema ideologico degli utenti online, i loro valori, il modo in cui interpretano il mondo e molto spesso le loro posizioni politiche.

“Solitamente i *meme* più virali e amati dal pubblico sono quelli che riguardano fatti recenti, ma talvolta, possono rappresentare anche qualcosa di importante per la maggioranza delle persone”, riporta l'articolo “*The surprising power of internet memes*”, scritto da Brown per la *BBC*. Nell' articolo di Brown viene inoltre riportato che i *meme* più rinomati sono anche quelli più facili da comprendere, anche da coloro che non partecipano attivamente alla vita online. Riferimenti culturali, umorismo e replicabilità sono di certo elementi fondamentali per definire la struttura di un *meme*, ma cosa rende questo tipo di produzioni digitali dei fenomeni collettivi all' interno dei social media?

Shifman riporta che la viralità di un *meme* negli ambienti digitali è il risultato di tre fattori: la propagazione micro-macro, la riproducibilità tramite imitazione e la concorrenza selettiva (Mazzoleni, 2019, p. 86).

Come affermano gli esperti, i *meme* sono trascrizioni di frammenti culturali che devono raggiungere un gruppo e che per sopravvivere nel web devono essere recepiti e riprodotti da una comunità di riferimento. Un'immagine o video con finalità umoristiche nasce da un individuo o un gruppo di riferimento (livello micro). Quando essa supera la dimensione del gruppo specifico di riferimento, viene “normificata”, ovvero viene estesa a un pubblico più generale (Mazzoleni, 2019, p. 81). Solo dopo la normificazione un *meme* può diventare un fenomeno culturale capace di raggiungere un pubblico più ampio, composto anche da coloro che non appartengono alla comunità di riferimento che ha originato il *meme* (livello macro). Attraverso le attività di *sharing* un *meme* può creare un senso identitario collettivo; si parla infatti di una “logica dell'azione collettiva” (Mazzoleni, 2019, p.

³³ *The surprising power of internet memes*: <https://www.bbc.com/future/article/20220928-the-surprising-power-of-internet-memes>

87) che conduce alla formazione di gruppi, comunità e movimenti attorno ad immagini, video, frasi o testi culturalmente rilevanti.

Il secondo aspetto da analizzare è il livello di riproducibilità di un determinato contenuto memetico, ossia ciò che Mazzoleni descrive come “la capacità di un *meme* di diffondersi attraverso i processi imitativi degli utenti” (Mazzoleni, 2019, p. 81). Un *meme* può essere riprodotto dagli utenti sulle piattaforme digitali, mediante due modalità di imitazione: La prima è il *mimicry*, ossia i riconfezionamento di un testo o immagine di riferimento riprodotto con altri soggetti o significati, la seconda consiste nel *remix*, ovvero la rivisitazione della macrostruttura di un *meme* mediante altri significati o riferimenti alla cultura pop (Mazzoleni, 2019, p. 81).



Figura 3.2, riadattamenti del celebre *meme* “Bernie Sanders Mittens”, Fonti: *Vanity Fair*, *Wonderland magazine*

La vita di un *meme* all’interno delle piattaforme digitali è determinata dalle ripubblicazioni, riproduzioni, e dai riadattamenti degli individui connessi all’interno della rete. Come suggerisce Dawkins, i *meme* possono essere percepiti

come delle melodie, delle idee o semplicemente degli slogan che colpiscono in segno e che passano da un cervello all' altro attraverso un processo di imitazione³⁴. Per non affondare nel *mare magnum* informativo del web, un *meme* e i frammenti culturali che porta con sé devono necessariamente essere trasmessi da un gruppo all' altro. Il processo di imitazione è cruciale al fine di garantire la sopravvivenza di un *meme* sul web. Ciò lo suggerisce la stessa parola *meme*, che deriva dal termine greco “*mímēma*”, che significa “qualsiasi cosa sia imitata” (Mazzoleni, 2019, p. 56).

Proprio come suggerisce la teoria Dawkinsiana del corredo genetico trasmesso da specie a specie attraverso un processo di imitazione, allo stesso modo, i *meme* si adattano ai diversi ambienti socioculturali e politici del web; devono essere altamente versatili e avere le capacità di adattarsi in ogni contesto della cybersfera, per propagarsi all' interno dell'ecosistema digitale e conquistare lo status di fenomeno culturale memetico.

Il successo (o insuccesso) di un *meme* è determinato dai sistemi algoritmici dei social media, che utilizzano il quantitativo di *like*, interazioni e condivisioni come indicatori essenziali per stabilire se un *meme* merita o meno di comparire tra i “contenuti consigliati” nelle pagine degli utenti.

Esiste effettivamente un processo di selezione estremamente competitivo, che incorona il *meme* più virale sulla base di interazioni che equivalgono alle preferenze dimostrate dagli utenti (Mazzoleni, 2019, p. 85). Mazzoleni parla di un meccanismo dell'effetto San Matteo, poiché secondo i versetti del Vangelo, “a chi ha verrà dato, ed egli avrà in abbondanza, ma a chi non ha verrà tolto anche quello che ha” (Mazzoleni, 2019, p. 85). In altre parole, i *meme* preferiti dagli utenti verranno riprodotti e diffusi in larga scala, mentre quelli che non colgono l'attenzione del pubblico digitale, verranno scartati e rimarranno nel dimenticatoio.

Oltre al loro intento tipicamente umoristico, c'è da riconoscere che i *meme* possiedono un carattere altamente connettivo. Si parla infatti del passaggio da una “logica collettiva” ad “logica dell'azione connettiva” dei *meme* (Mazzoleni, 2019,

³⁴ *The surprising power of internet memes*: <https://www.bbc.com/future/article/20220928-the-surprising-power-of-internet-memes>

p. 87), che ha luogo quando un contenuto memetico si consolida nell'immaginario collettivo come fenomeno *cult* per il pubblico generale degli internauti, i quali attraverso delle semplici azioni di *sharing* e di montaggio digitale, possono tramutare un *meme* in un artefatto digitale *mainstream* e conferirgli un carattere personale e specifico alla subcultura web-politica di cui fanno parte.

Le piattaforme digitali odierne sono i principali centri di produzione per l'*irreverent internet* (Mazzoleni, 2019, p. 52), ossia quella parte del web in cui il coinvolgimento politico è dato da creazioni inedite e umoristiche, che hanno come tema la politica. Questa forma di partecipazione politica non tradizionale include *humor*, satira e intento parodico come gli elementi essenziali dell'attivismo digitale incentrato sulla *silly citizenship*, termine coniato da Hartley per definire una cittadinanza volutamente sciocca e irriverente (Mazzoleni, 2019, p. 52).

Nell'enorme dibattito politico che avviene online, i *meme* rappresentano un ottimo mezzo per analizzare la partecipazione politica negli ambienti digitali (Mazzoleni, 2019, p. 54), dove i social media fungono da centri di *engagement* politico attivo per gli utenti, che esprimono le proprie opinioni mediante modalità comunicative del tutto originali.

Nell'era attuale, in cui la comunicazione digitale riveste un ruolo fondamentale anche nelle dinamiche politiche, i *meme* sono capaci di riassumere in una sola immagine, video, hashtag o slogan dinamiche politiche molto complesse, rivoluzionando significativamente i rapporti tra politica e cittadini connessi.

L'ampia circolazione dei *meme* politici in rete avvia un "processo di memizzazione della politica" (Mazzoleni, 2019, p. 89), in cui governi, politici e cittadini sono i principali attori coinvolti. Si parla infatti di "memizzazione" della politica che parte dai cittadini del web ed è orientata verso una progressiva appropriazione in chiave umoristica e ironica dei temi delle agende pubbliche dei politici.

Dunque, L'intento principale dei *meme* è assimilare i principali processi politici ad elementi della cultura pop, per facilitare la partecipazione collettiva e rendere le dinamiche politiche più comprensibili e divertenti agli occhi dei molti che navigano sul web (Mazzoleni, 2019, p. 89).

3.2. *Pepe*, la rana (a)politica

I politici di oggi hanno compreso che attraverso i *meme* è possibile raggiungere una grande fetta di elettori, costituita dagli utenti più attivi sulle piattaforme digitali e coinvolti maggiormente nella produzione e divulgazione di materiali memetici. Esempio di politico cosciente del potere mediatico dei *meme* è Joe Biden, che per la campagna elettorale del 2024, ha pensato di ingaggiare un esperto di *meme* col compito di attrarre *engagement* politico attraverso i social media e la produzione di *meme* e contenuti digitali.

Biden ha già dimostrato di comprendere l'influenza comunicativa dei *meme*, quando nel febbraio del 2024 il suo social media team pubblica su X un *meme* molto popolare tra gli utenti della piattaforma: *Dark Brandon*³⁵, l'alter ego dagli occhi laser di Joe Biden, che prende ispirazione dalla serie "The Boys", incentrata sui supereroi.

Questo *meme* viene pubblicato per la prima volta dagli oppositori *troll* di Biden con l'unico scopo di prendersi gioco di lui. Tuttavia, esso viene successivamente ripreso e diffuso dal team di Biden, per auto ironizzare sullo stesso significato iniziale dato dai detrattori del presidente statunitense.

Dark Brandon è dunque un primo esempio di come l'interpretazione di un *meme* può mutare nel tempo a seconda del contesto e del gruppo di riferimento. Il valore attribuito a un contenuto visivo può quindi variare di significato politico e culturale e riflettere la complessità delle dinamiche comunicative del mondo digitale.

Joe Biden non è l'unico ad aver intuito la possibilità di influenzare positivamente una campagna politica attraverso la produzione di *meme*; allo stesso modo Trump, per le elezioni del 2016, incentra gran parte della sua campagna elettorale sulla produzione di contenuti digitali volti a raggiungere il più ampio pubblico possibile. In questa operazione, le attività digitali e il supporto dei sostenitori pro Trump all'intero dell'*Alt Right*, sono stati essenziali per rivolgere l'attenzione mediatica sul candidato. Un riferimento memetico molto celebre nella campagna elettorale di

³⁵ *Occhi laser e sorriso cattivo: perché Joe Biden ora è Dark Brandon:* <https://www.cdt.ch/news/mondo/occhi-laser-e-sorriso-cattivo-perche-joe-biden-ora-e-dark-brandon-290571>

Trump è *Pepe the Frog*, una rana di nome *Pepe* riprodotta e remixata dagli utenti del web in tutti i modi possibili.

Guardando con più attenzione il ruolo dei media nelle elezioni americane del 2016 sorge spontanea una domanda: Cosa accomuna un candidato americano con una rana e un gruppo di estremisti di destra del web?

Per rispondere a questa domanda bisogna risalire alle origini di *Pepe the Frog*, una rana antropomorfa particolarmente espressiva che fa la sua prima apparizione nel fumetto "*Boy's Club*"³⁶, pubblicato da Matt Furie nel 2005. *Pepe* rimane un personaggio estraneo al mondo della politica finché nel 2008 i *4channers* non pubblicano una vignetta della rana che mentre si cala i pantaloni per urinare, dice: "*Feels good man*", ovvero "ci si sente bene amico". Da quel punto in poi l'immagine di *Pepe* viene condivisa, riadattata e ripubblicata in tutti i modi possibili, fino a sbarcare sulla controversa sezione */pol/* di 4chan.

Pepe viene appropriato dagli estremisti di */pol/*, che in breve tempo tramutano l'immagine dell'innocua rana in un'icona della destra nazionalista. Un meme diventa così un simbolo d'odio e un "*driver culturale*" di ideologie antisemite e xenofobe (Mazzoleni, 2019, p. 119).

Il 13 ottobre 2015, il candidato alle presidenziali Trump pubblica su Twitter un'immagine di lui stesso nelle sembianze di *Pepe*, citando il noto sito *Alt Right "Breitbart News"* di Steve Bannon, responsabile della sua campagna elettorale. Trump nel suo Tweet scrive inoltre: "*You can't stump the Trump*", ossia "non puoi fermare Trump". Con un singolo Tweet, il candidato attira a sé il sostegno mediatico dell'*Alt Right* e l'attenzione delle principali emittenti mediatiche statunitensi, commentatrici dei Tweet più controversi del candidato.

³⁶ *Pepe the Frog*: <https://knowyourmeme.com/memes/pepe-the-frog>



Figura 3.3 *screenshot* del Tweet “You can’t stump the Trump”, fonte: BBC News

Utilizzare i *meme* come mezzo di comunicazione politica in sé è un elemento rivoluzionario introdotto dalla campagna di Trump, ma la vera novità è data dall’ utilizzo di un *meme* particolarmente controverso, quale *Pepe the frog*, per creare scalpore nell’ opinione pubblica, creando una narrazione mediatica caratterizzata da opinioni divisive. Lo stesso Trump rende chiaro nel suo libro “*Trump: the art of the deal*”³⁷: “se sei un po’ diverso, se crei un po’ di scandalo, o se sei un po’ audace o controverso in quello che fai, la stampa scriverà di te”. In altre parole, quello che intende dire il magnate statunitense, è che ogni pubblicità è ottima pubblicità se strumentalizzata nel modo giusto.

La stampa americana stima una cifra di 598 persone insultate su Twitter dal candidato alle presidenziali e come se non bastasse, Trump è sempre lo stesso che nel 2015 annuncia la sua candidatura alla Casa Bianca dalla Trump Tower dichiarando che gli immigrati messicani “sono stupratori”, inaugurando così una serie di momenti memetici (Piacenza, 2023, p. 203). Sembra quasi che per Donald il miglior modo per ottenere attenzione mediatica gratuita sia attraverso

³⁷*MEME Theory: How Donald Trump used Memes to Become President*: <https://youtu.be/r8Y-P0v2Hh0?si=iwmW2g1WB0l6aIXI>

dichiarazioni e pubblicazioni che destano scompigli all' interno dei social media e dell'opinione pubblica.

Le vicissitudini di *Pepe* continuano quando viene nuovamente remixata dall' *Alt Right* in risposta all' espressione “*a basket of deplorables*”, tradotta letteralmente “un cesto di deplorabili”, pronunciata da Hillary Clinton per definire i sostenitori di Trump. Questa volta la destra web, pubblica sui social una versione modificata del poster del film d'azione “*The Expandables*”, sostituisce le teste del cast originale con i volti di Trump e Pepe, insieme ai più noti conservatori pro Trump. Riprendendo le parole dell'avversaria democratica, intitolano l'opera memetica: “*The Deplorables*”.



Figura 3.4, “*The Deplorables*”, versione parodizzata di “*The Expandables*”, fonte: *Advocate*

“*The Deplorables*” è un altro esempio della collaborazione tra i suprematisti bianchi di 4chan e Trump per la sua campagna digitale. Mediante riadattamenti digitali la schiera di 4chan tramuta un elemento della cultura pop in un *meme* politico e autoironico. I sostenitori di Trump possono essere descritti come dei veri e propri “opportunisti dell'innovazione” (Mazzoleni, 2019, p. 121), poiché estremamente abili a sfruttare la tecnologia per veicolare in maniera pervasiva il loro messaggio, cooperando con Trump nell' attuazione di una strategia comunicativa digitale efficace.

Il successo della tattica di comunicazione digitale di Trump è dovuto principalmente alla presenza capillare di una *fanbase* produttrice di *meme* e particolarmente attiva

su siti come 4chan e Reddit (Mazzoleni, 2019, p. 120). Il supporto di una comunità web contribuisce a facilitare il messaggio politico di Trump, rendendolo comprensibile a molti attraverso slogan come “*Make america great again*”, “*build a wall*”, “*u can’t stump the Trump*”, più volte ripetuti e remixati per glorificare Trump come “salvatore della patria” (Mazzoleni, 2019, p. 121).

La storia traviata di *Pepe* continua nel 2016, quando Matt Furie esprime il suo disappunto su come la sua creazione sia stata strumentalizzata dalla destra per veicolare messaggi discriminatori, distanti dall’ ideale inizialmente apolitico che lo ispira a realizzare *Pepe*. Durante un’intervista alla *CBC Radio*, afferma che come creatore della rana non ha avuto nessun ruolo specifico nel dar vita all’ interpretazione distorta di *Pepe*, che lui stesso definisce “la versione strana e razzista” del suo personaggio.

Nell’ottobre del 2016, *Fantagraphics*, la casa editrice di Furie rilascia la seguente dichiarazione, dissociandosi anch’essa dalla *Pepe* affiliata all’ *Alt Right*:

“*Fantagraphics Books* vorrebbe dichiarare esplicitamente che la vera *Pepe* creata dall’ essere umano Matt Furie, è un personaggio animato, un anfibio pacifico e divertente che rappresenta l’amore e l’inclusione. [...] Il creatore e le sue creazioni rifiutano il nichilismo che si è creato attorno alla *Pepe* originata dall’*Alt right*. Tutti noi di *Fantagraphics* vi incoraggiamo ad aiutarci a rivendicare la versione di *Pepe* simbolo di positività e comunità”.

Qualche giorno dopo, l’*Anti-Defamation League*, si pronuncia sulla situazione, identificano *Alt right Pepe* come un simbolo d’odio e dichiara che avrebbe aiutato Furie nel riportare *Pepe* al suo stato originale nella campagna “*#Save Pepe*”³⁸.

3.3. La rivincita di *Pepe*

Se in occidente *Pepe* viene utilizzata come un simbolo d’odio, dall’ altra parte del mondo è invece una eroina, emblema di giustizia e di speranza in grado di riunire la collettività in nome della democrazia. È il caso di Hong Kong, dove la rana *Pepe* viene proclamata mascotte delle manifestazioni del 2019 contro la proposta di

³⁸ *Pepe the Frog*: <https://www.adl.org/resources/hate-symbol/pepe-frog>

emendamento sulla legge di estradizione di latitanti in paesi con cui Hong Kong non ha accordi di questo tipo, quali Cina continentale e Taiwan. Per i manifestanti, tale emendamento non solo renderebbe più vulnerabili i cittadini alle autorità cinesi, ma comporterebbe inoltre una minore autonomia giurisdizionale per Hong Kong. Le proteste dei cittadini vengono successivamente motivate da ulteriori richieste di garanzie democratiche e in tutto questo il ruolo di *Pepe the frog* assume una posizione centrale; ma com'è successo ciò?

Il centro delle mobilitazioni di Hong Kong è *LIHKG*³⁹, un forum online molto simile a Reddit, in cui gli utenti comunicano in forma anonima. Le attività in questa piattaforma digitale sono state cruciali per la diffusione su vasta scala delle informazioni principali durante il movimento contro la legge di estradizione, denominato *anti-ELAB Movement*, ovvero *anti extradition Bill Movement*. In breve tempo *LIHKG* diventa il centro informativo principale del movimento e grazie al suo format anonimo, diventa più facile e rapida la propagazione di materiali riguardanti l'indipendenza e l'autodeterminazione di Hong Kong.

Non è ben chiaro come, ma tra la quantità infinita di post, immagini e *sticker* volti a promuovere l'*anti-ELAB Movement*, *Pepe the Frog* diventa una delle più celebri icone rappresentatrici del movimento. Dagli *eco-chambers* 4chaniani statunitensi, la rana espressiva approda nei portali del forum di Hong Kong e viene svuotata di qualsiasi riferimento d'odio relazionato all'*Alt Right*.

La rana antropomorfa viene reclutata da molti attivisti *anti-ELAB* e remixata in cartoni animati, disegni, *meme*, *sticker*, *emoticon* e *street art*, con un unico obiettivo: rappresentare un movimento "*leaderless*", mosso dall'azione collettiva del popolo.

³⁹ *The Pepe the Frog Image-Meme in Hong Kong: Visual Recurrences and Gender Fluidity on the LIHKG Forum*: <https://jdsr.se/ojs/index.php/jdsr/article/view/131>



Figura 3.5: Pepe originale e Pepe nelle elezioni di Hong Kong, fonti: *Wikipedia*, *AFP News* su *X*

C'è da chiedersi come mai *Pepe* assume un ruolo così simbolico all' interno del movimento, a discapito del modo in cui viene raffigurata dai media occidentali. La risposta può essere ricondotta a come gli stessi cittadini Hong Kong percepiscono la rana. “Semplicemente, i cittadini di Hong Kong pensavano che si trattasse solo di una faccia simpatica, e molti di loro non erano al corrente dei legami con l'*Alt Right* negli Stati Uniti. Agli occhi di molti era come un personaggio di *Hello Kitty*”, riporta il reportage di *Business Insider*.⁴⁰

Altro aspetto che separa la rana di Hong Kong dalla rana statunitense, è il fatto di essere molto spesso rappresentata come “*gender-fluid*”, non è né maschio né femmina e si dissocia dalla maschiosfera dell'*Alt Right*, perché il suo obiettivo è quello di rappresentare tutti i partecipanti al movimento di protesta, indipendente dal loro genere di appartenenza.

⁴⁰ *How Pepe the Frog became a symbol of hope and hate*: <https://www.businessinsider.com/pepe-frog-meme-hate-symbol-hope-hong-kong-protesters-2019-10?r=US&IR=T>

La rana di *Pepe* di Hong Kong è quindi l'esempio diametralmente opposto della rana *Pepe* dell'*Alt Right*. Si tratta infatti dello stesso personaggio ma con significati culturali diversi. Da un lato, c'è una rana che è l'emblema di speranza, di resistenza e di lotta democratica di un popolo, mentre dall'altro lato c'è una rana che è simbolo d'odio, xenofobia, razzismo, maschilismo.

I due riadattamenti di *Pepe* sono un chiaro esempio di come i contenuti visivi del web possono essere interpretati diversamente a seconda del contesto socio-culturale in cui vengono inseriti. Nelle architetture digitali un'immagine può essere strumentalizzata per fini e scopi differenti, e questo aspetto è il risultato della libertà di cui dispongono gli utenti di interpretare la propria realtà.

Allo stesso tempo l'esistenza di due rane *Pepe* opposte è sintomo della realtà intrinsecamente frammentata delle architetture digitali. Nel caso statunitense, le immagini possono dividere e creare odio, ma come provano le vicende di Hong Kong, possono anche unire tutti attorno ad un'unica causa.

Capitolo 4-Quando le guerre culturali escono dalla rete

Gli Stati Uniti sono il perfetto scenario per le battaglie culturali odierne, in cui l'enorme dibattito su questioni sociali e identitarie, divide a metà il paese. Questa dinamica ha oggi assunto un carattere globale che coinvolge molteplici attori, sia dentro che fuori dagli ambienti digitali.

Viviamo in un'epoca in cui le notizie, le narrazioni, e le informazioni vengono trasmesse istantaneamente grazie alla rete. Tuttavia, un aspetto molto fondamentale da non tralasciare è il ruolo che i media digitali rivestono nel plasmare e narrare le vicende politiche che si creano attorno alle mobilitazioni come il *Black Lives Matter* (*BLM*).

Black Lives Matter, è un movimento attivista internazionale originato dall'omonimo hashtag polarizzato dagli attivisti afroamericani all'interno dei social media. Le origini del movimento risalgono al 2013, quando il poliziotto George

Zimmerman viene scagionato dalle accuse di omicidio nei confronti di Trayon Martin. In breve tempo il caso raggiunge un'elevata attenzione nei social media, specialmente Twitter, dove inizia a spopolare l'hashtag *#BlackLivesMatter*, grazie all'iniziativa di tre donne afroamericane: Alicia Garza, Patrisse Cullors e Opal Tometi. L'hashtag tradotto in italiano significa "le vite dei neri contano" e grazie all'operazione congiunta di più attivisti sui social, riesce a raggiungere gli schermi di un pubblico globale.

Negli anni successivi, la violenza dei poliziotti nei confronti della comunità afroamericana aumenta e altri agenti armati uccidono Michael Brown e Eric Garner nel 2014. 6 anni dopo, nel 2020, sempre per mano di un poliziotto, perde la vita George Floyd, la sua morte crea ancora più scalpore.

L'uccisione di Floyd viene documentata sui social attraverso un video, in cui si vede l'agente Derek Chauvin, con un ginocchio sul collo di Floyd, che mentre è in fin di vita, urla più volte: "*i can't breathe*", ovvero "non riesco a respirare".

Le morti di questi uomini conducono ad una serie di proteste *Black Lives Matter* sia negli Stati Uniti, che oltreoceano. *Black Lives Matter* diventa in breve tempo un fenomeno globale, che porta alla nascita di proteste anche oltreoceano.

Il movimento è oggi impegnato socialmente a sostegno della comunità nera ed è caratterizzato dall'assenza di una struttura direttiva centrale o di un leader. Nonostante ciò, il movimento riesce comunque a operare globalmente grazie alle azioni di molteplici attivisti che cooperano per concretizzare le aspirazioni dell'organizzazione no profit *Black Live Global Network Foundation*⁴¹.

Durante la presidenza Trump il movimento *BLM* riceve una forte opposizione, la quale si esprime nei social attraverso gli hastag *#AllLivesMater*, *#WhiteLivesMatter* e il *#BluLivesMatter*, iniziando così una vera e propria guerra culturale tra fazioni polarizzate.

Se da una parte attorno a *#BlackLivesMatter* si forma un movimento a sostegno dei diritti dei neri, dall'altra parte, mediante *#AllLivesMatter*, *#WhiteLivesMatter* e

⁴¹ *Black Lives Matter: origini, storia e controversie del BLM*: <https://www.viaggi-usa.it/black-lives-matter/>

#BluLivesMatter si schiera una fazione di gruppi nazionalisti che contestano l'attivismo della comunità afroamericana.

La risposta alle mobilitazioni del *BLM* avviene nell'agosto del 2017, quando la destra nazionalista organizza la “*Unite the Right Rally*”, una manifestazione tenutasi a Charlottesville, città nello Stato del Virginia, organizzata da gruppi nazionalisti per opporsi alla decisione delle autorità locali di rimuovere la statua di Robert Lee, generale degli Stati confederati del Sud durante la guerra civile.

Durante la *Unite the Right Rally* si contrappongono suprematisti bianchi e manifestanti antirazzisti, rispettivamente al grido di “*White lives matter*” e di “*Black Lives matter*”. Entrambe le fazioni si scontrano aspramente per 2 giorni, portando il governatore Terry McAuliffe a dichiarare lo stato di emergenza. La morte di Heather Heyer segna la parte più sanguinosa e violenta della protesta; la giovane assistente legale schierata con la fazione antirazzista viene travolta dalla macchina del suprematista bianco James Alex Fields Jr.

Dalla vicenda di Charlottesville si può comprendere come spesso le piattaforme digitali hanno il potere di unire più persone in nome di determinate cause sociali, e allo stesso tempo dividerle per creare schieramenti avversi e politicamente opposti, trasformando così la connessione in divisione, e come nel caso descritto, addirittura in distruzione di vite.

Partendo da questi fatti realmente accaduti, l'obiettivo di questo capitolo è analizzare il rapporto polarizzato tra *Black Lives Matter* e la controparte *All Lives Matter*, tenendo in considerazione il ruolo del web e delle piattaforme digitali, quali Instagram, Facebook, Twitter, nel promuovere le rispettive cause di queste due mobilitazioni polarmente opposte

4.1. Social media e rapporti polarizzati

Per entrambe i movimenti citati nell'introduzione a questo capitolo, i social media sono stati essenziali mezzi di comunicazione per promuovere l'azione collettiva di cittadini connessi dalla rete. Attraverso un'analisi delle interazioni online avvenute durante il movimento *BLM* (*Black Lives Matter*) e il *WLM* (*White Lives Matter*), è

possibile comprendere l'effettivo impatto delle piattaforme digitali durante queste mobilitazioni di massa.

Per quanto riguarda il *BLM* si riportano due ondate di attenzione mediatica all'interno di social media, in cui Twitter e Instagram svolgono un ruolo chiave nel diffondere le cause sostenute dal movimento.

La prima fase inizia su Twitter nel 2013, anno della morte del diciassettenne afroamericano Trayvon Martin, per mano del poliziotto George Zimmerman. In seguito all'episodio spiacevole, la reazione dei social è istantanea e l'attivista digitale Alicia Garza pubblica il 13 luglio un Tweet scrivendo "*Black people. I love you. Our lives matter*". Il Tweet viene successivamente ripubblicato da Patrisse Cullors, che aggiunge l'hashtag "*#BlackLivesMatter*".

L'hashtag inizia ad ottenere un riscontro mediatico solo nel 2014 quando viene utilizzato dagli attivisti social e dalla stampa in seguito alla morte di un altro afroamericano, Mike Brown, ucciso sempre da un poliziotto.

La seconda fase del movimento *BLM* parte dagli utenti di Instagram, quando il 25 maggio 2020 la diciassettenne Darnella Frazier pubblica il video dell'uccisione di George Floyd sulla piattaforma digitale. Il video di Floyd segna così una seconda tappa fondamentale per l'evoluzione del movimento *BLM*, poiché per la prima volta una *mainstream visual based platform*⁴², ovvero una piattaforma incentrata sulla pubblicazione di contenuti visivi e non testuali, ricopre un ruolo centrale nella diffusione della causa *BLM* a livello globale.

La particolarità di Instagram è quella di essere un *walled garden*, ovvero una piattaforma particolarmente controllata e limitata nelle interazioni con servizi esterni o altre piattaforme digitali. Pertanto, i post pubblicati su Twitter possono essere condivisi su Instagram, ma non viceversa.

Sulla *visual based platform* si creano quindi i presupposti per la creazione di *eco-chambers* in grado di attrarre un numero elevato di utenti, che sono sottoposti a ciò

⁴² [#JusticeforGeorgeFloyd: How Instagram facilitated the 2020 Black Lives Matter protests: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9728865/#pone.0277864.ref041](https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9728865/#pone.0277864.ref041)

che la piattaforma sceglie di rendere visibile. In un articolo dell'*Independent*⁴³ si riporta che in molteplici occasioni gli algoritmi di Instagram hanno più volte silenziato le attività degli attivisti *BLM*. Dopo le accuse di pilotaggio algoritmico riportate dagli utenti, Adam Mosseri, al tempo amministratore delegato di Instagram, si è dovuto scusare apertamente con un Tweet in cui promette l'impegno della piattaforma nel promuovere una divulgazione di contenuti trasparente e non filtrata da algoritmi, per sostenere attivamente il movimento *BLM*.

Successivamente, l'attenzione del pubblico di Instagram si sposta verso l'hashtag *#BlackOutTuesday*, in realtà proveniente da Twitter, in cui gli utenti per sostenere la causa del *BLM* pubblicano foto di quadrati neri sui propri profili. In breve tempo lo stesso viene emulato dalla comunità di Instagram.

È chiaro che dietro ai vari quadrati neri del *#BlackOutTuesday*, si cela una natura puramente performativa di attivismo, in cui gli utenti sostengono passivamente il movimento e imitano quello che fanno gli altri per ottenere consenso e credibilità dai propri *followers*.

In opposizione a *#BlackLivesMatter*, sulle piattaforme digitali inizia a schierarsi una controparte fortemente contraria al movimento *BLM* e composta principalmente da conservatori e suprematisti bianchi. Negli ambienti digitali iniziano a diffondersi gli hastag *#AllLivesMatter*, *#BlueLivesMatter*, *#TCOT* (*top conservative of Twitter*) in contrapposizione al movimento iniziato dalla comunità afroamericana. Nonostante la presenza di utenti contrari al movimento *BLM*, i gruppi di conservatori e suprematisti bianchi sono una minoranza all'interno di Twitter.

Nell'estate del 2020, in seguito alla morte di George Floyd, si registra il picco di utenti che condividono contenuti con *#BlackLivesMatter* in sostegno della comunità afroamericana. Secondo un articolo di *Pew Research Center*, nel periodo antecedente a maggio 2020 *#BlackLivesMatter* registra una frequenza di 151,000 tweets al mese, che continuano a crescere fino a raggiungere un picco di 236,000

⁴³ *Instagram boss says it will change algorithm to stop mistreatment of black users, alongside other updates:* <https://www.independent.co.uk/tech/instagram-black-lives-matter-racism-harassment-bias-algorithm-a9567946.html>

tweets al mese, registrati tra ottobre 2020 a marzo 2023. L'utilizzo e la ripubblicazione di determinati tweets con *#BlackLivesMatter*, mettono in chiaro il posizionamento degli utenti statunitensi su Twitter rispetto a questioni storicamente divisive come la giustizia sociale, il razzismo e l'aggressività delle forze dell'ordine nei confronti delle comunità di colore. Nel grafico di *Pew Research Center* ⁴⁴ sotto riportato, in base alle interazioni su Twitter, il 72% degli americani supporta la causa *BLM*, il 17% si dimostra neutrale e soltanto una minoranza dell'11% è avversa al movimento.

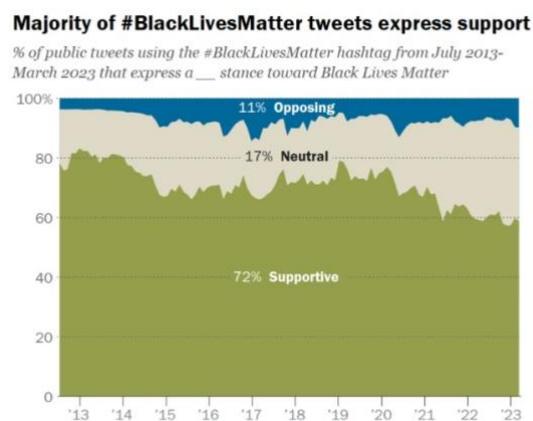


Figura 4, Tweets con *#BlackLivesMatter* tra Luglio 2013 e Marzo 2023, fonte: *Pew Research Center*

Le seguenti immagini analizzano gli hashtag citati con maggiore frequenza dagli attivisti di Twitter, assieme a *#BlackLivesMatter* e *#BLM*. Nella figura 4.1⁴⁵ si può osservare che gli hashtag *#GeorgeFloyd* e *#JusticeForGeorgeFloyd* vengono citati rispettivamente con una frequenza di 15.986 e 9,818 Tweet. Per quanto riguarda *#AllLivesMatter*, esso si posiziona in decima posizione, confermando la risonanza maggiore degli hashtag associati al movimento *BLM* all'interno della piattaforma. Il secondo grafico elenca la media di retweet per le pubblicazioni che dimostrano sostegno al movimento *BLM*. Dai dati si può desumere che i Tweet favorevoli al

⁴⁴ 8 facts about Black Lives Matter: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/07/12/8-facts-about-black-lives-matter/>

⁴⁵ *Black Lives Matter: A New Perspective from Twitter Data Mining*: https://www.policycenter.ma/sites/default/files/2021-01/PP_20-28_Badaoui.pdf

movimento della comunità nera vengono ripubblicati più volte rispetto a quelli contro. I Tweet pro *Black Lives Matter* vengono ripubblicati con una media di 22 retweets, mentre quelli contro riportano una media di 13 retweets.

Figure 9: Hashtag Frequency Distribution in the Tweets

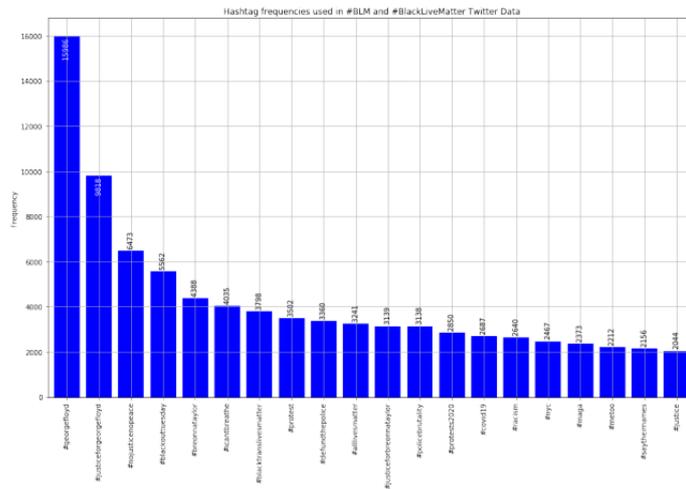


Figura 4.1, frequenza degli hashtag associati a *BlackLivesMatter* su Twitter, fonte: *Policy Center For The New South*

Tweets that favor Black Lives Matter amass more retweets on average than those that oppose it

Average number of retweets for public Twitter posts using the #BlackLivesMatter hashtag from July 2013-March 2023

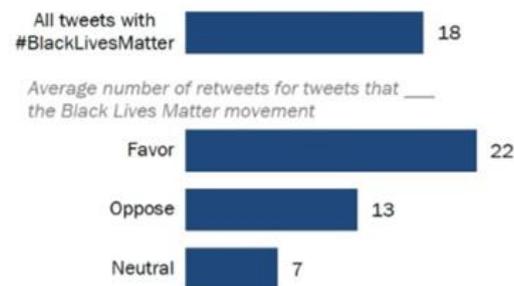


Figura 4.2, retweets associati a *BlackLivesMatter* su Twitter, fonte: *Pew Research Center*

I dati parlano chiaro, il consenso generale su Twitter non è favorevole alle ideologie conservatrici associate al *WhiteLivesMatter*.

Date le condizioni sfavorevoli su Twitter, i conservatori americani hanno trovato in Facebook, un luogo sicuro per diffondere ideologie suprematiste e xenofobe, senza essere ostacolati da forme di censura o limitazione.

il *Tech Transparency Project (TTP)* ⁴⁶ riporta in uno studio, che il social media di riferimento per i gruppi nazionalisti è Facebook. Nella ricerca condotta, viene segnalata la presenza di 221 organizzazioni estremiste relate con il Ku Klux Klan, neo-confederati e nazionalisti bianchi.

Dall'indagine emerge che 113 organizzazioni su 221, ovvero il 51% di esse, interagisce sulla piattaforma come pagine o gruppi Facebook. Una percentuale del 36% dei contenuti condivisi all'interno di questi gruppi sono *user generated*, quindi prodotti direttamente dagli stessi utenti.

La ricerca evidenzia inoltre, che il restante 64% di questi contenuti di matrice estremista viene divulgato da pagine generate automaticamente dall'algoritmo di Facebook, quando un utente indica una posizione lavorativa non esistente. Ad esempio, quando alcuni utenti indicano che ricoprono una posizione lavorativa nel "*Universal Aryan Brotherhood*" (Fratellanza universale ariana), l'algoritmo di Facebook genera automaticamente una pagina lavorativa, dedicata a questa associazione, che di fatto non esiste.

Stando a quanto descritto, potrebbero sorgere dei dubbi riguardo l'adempimento sostanziale delle *community standards* con cui Facebook dovrebbe regolare le azioni degli utenti. È da tenere presente che i regolamenti di Facebook prevedono formalmente un divieto *dell'hate speech*; tuttavia, la piattaforma non si è sempre dimostrata capace di garantire una reale osservanza di ciò.

Nel 2017, anno in cui i gruppi estremisti degli Stati Uniti organizzano la protesta di Charlottesville, la piattaforma si dimostra incapace di limitare l'azione di gruppi creati per diffondere ideologie razziste.

L'*Integrity First for America (IFA)* ⁴⁷, un'organizzazione no profit che nello stesso anno della manifestazione di Charlottesville conduce una denuncia contro gli

⁴⁶ *White Supremacist Grups Are Thriving on Facebook*; <https://glaad.org/wp-content/uploads/2021/05/Facebook-White-Supremacy-Report.pdf>

⁴⁷ *Evidence in Trial of 2017 Unite the Right Rally Organizers Reveals Role of Facebook, Discord*; <https://www.techpolicy.press/evidence-in-trial-of-2017-unite-the-right-rally-organizer-reveals-role-of-facebook-discord/>

organizzatori dello *Unite The Right Rally*, riporta l'incapacità di molte piattaforme digitali quali Discord, Twitter, Instagram e specialmente Facebook, nel limitare l'organizzazione online dei gruppi estremisti coinvolti nelle proteste.

Alcuni *screenshot* pubblicati da *IFA*⁴⁸ evidenziano come la stessa piattaforma tende a promuovere contenuti di gruppi estremisti, dando loro la possibilità di organizzarsi e espandere le loro attività, attraverso post di reclutamento per manifestazioni.

Nel 2018, in seguito agli episodi di Charlottesville, Mark Zuckerberg, il *CEO* di Facebook, rilascia una dichiarazione al Congresso degli Stati Uniti d'America, in cui dimostra l'impegno nel rinforzare le linee guida della piattaforma, al fine di filtrare l'azione di determinati gruppi d'odio.

“Non accettiamo i gruppi d'odio. Dunque, se venisse rilevato un gruppo che ha come causa principale quella di diffondere odio, verrà sospeso dalla piattaforma”, riferisce Zuckerberg al Congresso nell'aprile del 2018⁴⁹.

Nel 2019, la piattaforma decide di limitare la ricerca di alcuni termini. L'obiettivo è istruire e informare tutti gli utenti che ricercano parole relazionate all'*hate speech*, indirizzandoli a fonti accademiche e di ricerca.

Tuttavia, *TTP*⁵⁰ riporta un fallimento generale per quanto riguarda questo tentativo di regolamentare maggiormente la piattaforma. La mossa di reindirizzare gli utenti verso altre forme di contenuti non produce gli effetti desiderati, esponendo gli utenti ad altre pagine relazionate a gruppi estremisti.

Quasi il 94% degli utenti segnala che Facebook non reindirizza verso altri contenuti, e solo il 6% riporta un reindirizzamento effettivo quando viene fatta la ricerca di determinati parole. *TTP* sostiene che la causa di ciò può essere attribuita ai gruppi

⁴⁸ *White Supremacist Grups Are Thriving on Facebook*; <https://glaad.org/wp-content/uploads/2021/05/Facebook-White-Supremacy-Report.pdf>

⁴⁹ *Evidence in Trial of 2017 Unite the Right Rally Organizers Reveals Role of Facebook, Discord*; <https://www.techpolicy.press/evidence-in-trial-of-2017-unite-the-right-rally-organizer-reveals-role-of-facebook-discord/>

⁵⁰ *White Supremacist Grups Are Thriving on Facebook*; <https://glaad.org/wp-content/uploads/2021/05/Facebook-White-Supremacy-Report.pdf>

d'odio che si trovano sul social media, poiché solo il 6% dei gruppi presi in analisi, quindi 14 su 221, riporta esplicitamente sulla propria pagina l'affiliazione a un gruppo suprematista specifico. La restante percentuale, non si presenta ufficialmente come un gruppo estremista, riuscendo così ad eludere l'algoritmo di Facebook.

Facebook e Twitter sono quindi due ambienti digitali sorretti da due strutture algoritmiche completamente differenti, che permettono in maniera diversa la diffusione di determinate ideologie.

Grazie alla rapida divulgazione di informazioni, Twitter è l'ambiente digitale ideale per permettere la diffusione e la crescita del movimento *BLM*. La struttura algoritmica di Twitter privilegia contenuti in grado di creare coinvolgimento e interazioni costanti da parte degli utenti. Le sue caratteristiche tipiche di una *open platform*, ovvero una piattaforma aperta e facilmente accessibile anche per chi non è un utente iscritto, permettono di visualizzare i contenuti condivisi attraverso un semplice *click*. L'accesso libero a servizi della piattaforma rende quindi più rapida la diffusione di informazioni e notizie, anche all'interno di piattaforme esterne, come Instagram.

Grazie agli hashtag in tendenza su Twitter è possibile diffondere l'attivismo *BLM* anche oltre i confini stabiliti dal social, permettendo così la riproduzione in massa di un numero elevato di contenuti amplificatori del movimento attivista, accolto da una vasta audience di utenti in breve tempo.

D'altro canto, Facebook dimostra una struttura diversa e tendente a favorire la presenza di gruppi di matrice nazionalista, che utilizzano la piattaforma come mezzo per diffondere odio e creare comunità sorrette da ideologie nazionaliste, xenofobe o antisemite.

Proprio come Twitter, la struttura algoritmica di Facebook privilegia i contenuti che generano un elevato *engagement*, attraverso *like* e ripubblicazioni. Tuttavia, l'esistenza di falle algoritmiche che non sono in grado di filtrare e oscurare correttamente alcune attività incitanti all'odio, conducono inevitabilmente alla creazione di *eco chambers*, dove ideologie bigotte possono essere riconfermate e riprodotte all'interno di una comunità o di un gruppo.

La differenza tra le due piattaforme digitali sta nel modo in cui esse ricoprono il ruolo di media digitali. Da una parte, Twitter incentra le sue modalità di interazione, sulla diffusione rapida e istantanea di informazioni, che se condivise in larga scala, possono estendere la partecipazione alla sfera pubblica e alle questioni sociali anche per i “gruppi più deboli e minoritari” (Della porta, Mosca, 2003 p. 50), come nel caso della comunità afroamericana impegnata nel movimento *Black Lives Matter*. Facebook invece, tende a originare reti chiuse e limitate alle relazioni con i propri *follower* e gruppi di riferimento, che attraverso attività interne rafforzano i legami già esistenti e enfatizzano i pregiudizi di conferma.

In uno studio condotto da Michela Vicario dell’*IMT*⁵¹ di Lucca (istituto universitario di economia e scienze informatiche), vengono analizzati i comportamenti di un gruppo di utenti di Facebook tra il 2010 e il 2014 e si osserva che gli utenti di Facebook tendono a favorire le notizie che confermano i loro *bias* già esistenti. Vicario afferma inoltre che gli utenti sulla piattaforma ignorano alcuni contenuti, per selezionare e condividere quelli che invece dimostrano una certa affinità con le loro opinioni. Il risultato è quindi la diffusione di “gruppi omogenei e radicalizzati” e teorie infondate.

Il ruolo di Twitter e di Facebook nella formazione di gruppi e mobilitazioni sociali virtualmente connessi, portano ad una riflessione più ampia in merito al ruolo del web e dei social media negli scontri culturali e politici odierni. Lo studio del rapporto digitalmente polarizzato tra le due piattaforme prese in considerazione, evidenzia la necessità di comprendere le tattiche di comunicazione digitale che portano alla mobilitazione collettiva di più utenti.

In tutto questo è importante anche considerare l’assetto algoritmico specifico degli ambienti digitali, insieme alle interazioni e condivisioni di contenuti visivi e testuali che avvengono all’interno di essi.

⁵¹ Su Facebook abbiamo sempre ragione: <https://www.ilpost.it/2016/01/13/su-facebook-abbiamo-sempre-ragione/>

4.2. Una guerra narrata da *meme*

Nell'indagine condotta dal dipartimento di giornalismo relazioni pubbliche e nuovi media dell'università di Baylor⁵², vengono individuati 197 *meme* divulgati durante il movimento *BLM*, precisamente un mese dopo la morte di George Floyd, episodio che ha provocato delle reazioni contrastanti all'interno dei social media. L'obiettivo della ricerca è comprendere il funzionamento della logica connettiva dei *meme* all'interno delle architetture digitali e la loro capacità di riunire grandi gruppi di individui attorno ad una causa sociale o politica. I principali *meme* che hanno come tema il movimento *BLM* e la morte di George Floyd, vengono individuati grazie ad una ricerca Google con le parole chiave “*memes*” e “Floyd”.

Parte dell'investigazione svolta, ha come focus quello di identificare i *frames* più frequenti all'interno dei *meme*, ovvero le caratteristiche più comuni che permettono di classificare la natura ideologica dei *meme* e il messaggio che intendono trasmettere. Gli esperti ritengono che è possibile classificare i *meme* all'interno di 4 *frames*:

- 1) *frame* del conflitto: questi *meme* evidenziano i problemi della società statunitense. Discriminazione razziale, razzismo sistemico, rapporto conflittuale tra le comunità di colore e le forze dell'ordine sono i temi più ricorrenti. Talvolta, possono rappresentare delle contro narrazioni che raffigurano in maniera erronea la comunità afroamericana e i manifestanti *BLM*, descrivendoli come individui violenti e ignoranti.
- 2) *frame* dell'interesse umano: Chi viene esposto a questo tipo di *meme* reagisce con empatia nei confronti della comunità afroamericana, vittima di discriminazioni frequenti. La morte di Floyd e delle altre vittime uccise dalle forze dell'ordine devono essere considerate come una perdita per l'umanità. Rientrano in questa categoria, i murales, i dipinti e tutto ciò che commemora la morte delle vittime e induce lo spettatore a riflettere sulle conseguenze che l'umanità deve subire per colpa del razzismo.

⁵² *The Social Psychology of the Black Lives Matter Meme and Movement*: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0963721417719319>

- 3) *frame* della moralità: questi *meme* si pongono in maniera critica dinanzi alla società, perchè non reagisce di fronte ad episodi sempre più frequenti di razzismo. Inducono chi osserva a riflettere sul significato della causa sociale per cui lottano gli attivisti *BLM*. Lo spettatore dovrebbe domandarsi quale impegno effettivo apporta per sostenere il movimento. Chi è esposto a questo tipo di *meme* dovrebbe chiedersi se i media narrano i fatti in maniera trasparente e autentica. Lo spettatore dovrebbe chiedersi: “Quello che vedo è la verità?” oppure “Sto facendo abbastanza?”. Tendenzialmente, questi *meme* commentano in maniera ironica anche la natura performativa di alcune forme di attivismo sui social.
- 4) *frame* della responsabilità: questi *meme* criticano il ruolo degli Stati, delle istituzioni, dei governi, dei politici e li accusano indirettamente e/o esplicitamente di essere complici di quello che accade.



Figura 4.3: *frame* del conflitto, evidenzia quello che i conservatori associano al *BLM*, ovvero rivolte, saccheggi e atti violenti, fonte: *Algorithmic Media observatory*.

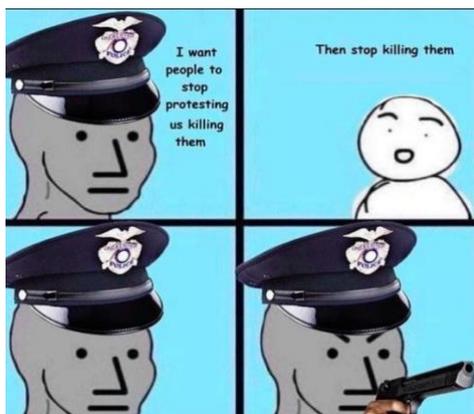


Figura 4.4: *frame* del conflitto, critica l'uso eccessivo e ingiustificato della forza da parte della polizia, fonte: *Algorithmic Media observatory*

Look at the pain and grief on all of their faces as they mourn the tragic loss of George Floyd.



Figura 4.5: *frame* del conflitto, critica gli atti vandalici di alcuni manifestanti durante le proteste *BLM*, fonte: *Reddit*



Figura 4.6, *frame* dell'interesse umano, murales commemorativi di George Floyd, fonte: *Time*

Instagram vs. Reality

Russian influencer Kris Schatzel says backlash over viral video of staged protest photo-op is "detrimental to the movement"



Figura 4.7, *frame* della moralità, influencer accusata di attivismo performativo, fonte: @AlexisCeule su X

Oh you're into politics?
Then name this famous civil rights leader.
I'll wait, sweetie 🤔🤔👏



Figura 4.8, *frame* della moralità, critica allo spot di Kendall Jenner per Pepsi. La modella e il brand sono stati accusati di aver strumentalizzato la causa BLM per pubblicizzare la nota bibita gassata, fonte: *Know Your Meme*

Me waiting for racism in America to end



Figura 4.9, *frame* della responsabilità, “Io che attendo che termini il razzismo in America”, fonte: *Memebase*



Figura 5, *frame* della responsabilità, critica l'agenda politica di Trump, fonte: *Imgflip*

Dai dati della ricerca traspare la maggioranza netta di *meme* appartenenti alle categorie dei *frame* di conflitto, dell'interesse umano e della responsabilità. Su 197 contenuti visivi, 57 mettono in evidenza l'elemento morale, 38 evidenziano le dinamiche conflittuali e 31 si domandano su quale sia la responsabilità dei governi e delle istituzioni.

Alla luce di queste informazioni è giusto chiedersi quale sia il ruolo dei *meme* nel narrare il movimento *BLM* durante le ondate di proteste avvenute dopo la morte di Floyd, episodio cardine che porta il movimento a diffondersi in maniera esponenziale all'interno dei social.

Un'altra caratteristica che accomuna i *meme* che descrivono le istanze del movimento *BLM*, è il fatto di essere contenuti estremamente *hyper-partisan*, ovvero immagini che veicolano, implicitamente o esplicitamente un orientamento ideologico (Mazzoleni, 2019, p. 92). È da notare inoltre, che tali immagini memetiche, oltre ad essere ideologicamente orientate, sono prodotti *grass root*

(Mazzoleni, 2019, p. 96), ossia contenuti che si diffondono all'interno delle comunità dei cittadini connessi, i quali, agendo indipendentemente da autorità rappresentative e istituzioni, concentrano l'azione collettiva verso una determinata causa, che in questo caso è il movimento *BLM*.

i *meme BLM* sono l'esempio di come la cultura visiva inquadra e descrive i dibattiti politici secondo specifici schemi e paradigmi comunicativi (Mazzoleni, 2019, p. 79), al fine di orientare l'attenzione del pubblico verso determinate questioni o battaglie sociali. Nel caso del movimento *BLM*, avviene quindi uno *storytelling* dato da contenuti visivi incentrati principalmente su tematiche, come il razzismo, la giustizia sociale, rappresentazioni mediatiche distorte, denuncia dell'aggressività delle forze dell'ordine, solidarietà e alleanza nei confronti della comunità nera.

Conclusioni

Osservando i risvolti tecnologici recenti, mi sono spesso domandato se, dinanzi a questa trasformazione, gli esseri umani siano rimasti immobili o se, al contrario, siano cambiati profondamente. Da quando la politica è subentrata nel mondo dei social, ho sempre pensato che probabilmente il modo in cui ci schieriamo politicamente fosse in parte influenzato dall'eccessivo bombardamento di contenuti digitali, che progressivamente stanno tramutando la politica in un prodotto del web 2.0.

Dall'indagine condotta traspare che dal caos informativo del web, nascono nuovi schieramenti, nuove identità, insieme a opinioni sempre più polarizzate e lotte digitali sempre più aspre. Si parla oggi di polarizzazione algoritmica degli ambienti techno-mediali e di utenti sempre più divisi, ma allo stesso tempo, sempre più uniti attorno ad alcuni temi politici e sociali che interessano tutti noi.

Non usare più le piattaforme digitali per parlare di politica, potrebbe essere una soluzione per risolvere la divisione dilagante all'interno dei social. Tuttavia, ciò sarebbe troppo facile e addirittura quasi impossibile. La realtà dei fatti è che nessuno vorrebbe eliminare totalmente i propri profili sui social networks, perché così facendo, ci si troverebbe ad affrontare nella vita reale, tutte quelle persone e tutti quei discorsi che in realtà cerchiamo di evitare, e che i social network hanno nascosto dalle utopie virtuali che noi stessi abbiamo costruito, con i nostri *like* e i nostri *followers*.

L'unico terreno in cui possiamo scontrarci senza riportare delle ferite di guerra è la rete: abbiamo uno schermo, una tastiera e degli ideali da difendere. Affermare i principi della nostra comunità di riferimento è il fine ultimo, e nel fare ciò non si può rimanere neutrali, perché il web stesso non è neutrale.

Ciò che sta succedendo nel web è una guerra culturale e sta avvenendo in tempo reale. Non è una guerra come le altre, poiché i soldati che si scontrano, combattono su un terreno virtuale e invisibile, costruito artificialmente da regole algoritmiche. È una guerra globale e noi siamo i combattenti in prima linea, pronti a difendere ciò che

riteniamo giusto e “politicamente corretto”, secondo la nostra prospettiva offuscata dagli *eco-chambers* e *filter bubbles* del web.

Come fanno delle semplici immagini a narrare le vicende di infinite battaglie politiche? Perché le piattaforme digitali sono diventate mezzi di mobilitazione sociale per milioni di persone? Perché dei semplici ambienti virtuali, apparentemente neutrali dinanzi alle dinamiche politiche del mondo reale, sono in realtà lo specchio del conteso attuale sempre più politicamente frammentato e polarizzato? Queste sono le domande che mi hanno portato a condurre una ricerca sulle dinamiche polarizzate e gli scontri culturali della *webpolitics*.

Nel gergo del web, “*irl*” è l’acronimo di “*in real life*”, che in italiano significa “nella vita vera”. Oggi, la vita reale è completamente immersa nella vita virtuale e il confine tra “*webpolitics*” e “*politics in real life*”, è sempre più labile. Politici, cittadini e attivisti del web alimentano le guerre culturali moderne, e in tutto questo le architetture digitali creano prospettive completamente innovative per il modo in cui si discute di politica oggi. Non c’è ancora un esito definitivo su come la politica cambierà in futuro, in relazione ai cambiamenti del web e alla rivoluzione digitale. Ma una cosa è certa, il web è imprevedibile e ha il potere di stravolgere tutto quello che assorbe, compresi i processi politici e le nostre vite che ci ruotano attorno. La contaminazione digitale della politica è appena iniziata, e noi cittadini connessi, possiamo tessere il rapporto che ci sarà tra la rete e la politica. Con un semplice “*click*”, attuare la rivoluzione digitale, è una realtà più che possibile.

Bibliografia

Ambroso, O. et al. (2019) *Click propaganda: come sfruttare il potere dei dati nella comunicazione politica*. Milano: LSWR.

Cannito, M. (2022) *Cancel culture e ideologia gender: fenomenologia di un dibattito pubblico*. Torino: Lexis.

Della_Porta, D. et al. (2003) *Globalizzazione e movimenti sociali*. Roma: Manifestolibri.

Di_Felice, M. (2017) *Net-attivismo: dall'azione sociale all'atto connettivo*. s.l: Edizioni Estemporanee.

Farci, M. et al. (2022) *Media digitali, genere e sessualità*. Milano: Mondadori Università.

Hund, E. (2024) *L'industria degli influencer: la ricerca dell'autenticità sui social media*. Torino: Einaudi.

Mastroianni, B. (2017) *La disputa felice: dissentire senza litigare sui social network, sui media e in pubblico*. Firenze: Franco Cesati.

Mastroianni, B. (2020) *Litigando si impara: disinnescare l'odio online con la disputa felice*. Firenze: Franco Cesati.

Mazzoleni, G. (2019) *La politica pop online: i meme e le nuove sfide della comunicazione politica*. Bologna: Il mulino.

Nagle, A. et al. (2018) *Contro la vostra realtà: come l'estremismo del web è diventato mainstream*. Roma: Luiss University Press.

Piacenza, D. (2023) *La correzione del mondo: cancel culture, politicamente corretto e i nuovi fantasmi della società frammentata*. Torino: Einaudi.

Santoro, M. (2023) *Cosa è cultura*. Bologna: Il mulino.

Ziccardi, G. (2019) *Tecnologie per il potere: come usare i social network in politica*. Milano: Raffaello Cortina.

Sitografia

Anti-Defamation League, 2016, *Pepe the Frog*: <https://www.adl.org/resources/hate-symbol/pepe-frog>, consultato il 15-05-2024

Badaoui Saad, 2020, *Black Lives Matter: A New Perspective from Twitter Data Mining*: https://www.policycenter.ma/sites/default/files/2021-01/PP_20-28_Badaoui.pdf, consultato il 24-05-2024

Bakshy Eytan, Messing Solomon, Adamic Ladia A., 2015, *Exposure to ideologically diverse news opinion on Facebook*: <https://education.biu.ac.il/files/education/shared/science-2015-bakshy-1130-2.pdf>, consultato il 27-03-2024

BBC, 2016, *Pepe the Frog meme branded a "hate symbol"*: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-37493165>, consultato il 20-05-2024

Butti Giacomo, 2022, *Occhi laser e sorriso cattivo: perché Joe Biden ora è Dark Brandon*: <https://www.cdt.ch/news/mondo/occhi-laser-e-sorriso-cattivo-perche-joe-biden-ora-e-dark-brandon-290571>, consultato il 20-05-2024

Brown Helen, 2022, *The surprising power of internet memes*: <https://www.bbc.com/future/article/20220928-the-surprising-power-of-internet-memes>, consultato il 19-05-2024

Cambridge, *Alt right*: <https://dictionary.cambridge.org/it/dizionario/inglese/alt-right>, consultato il 12-05-2024

4Chan: <https://www.4chan.org/index.php>, consultato il 11-04-2024

CNBC, 2016, *Milo Yiannopoulos: What The "Alt right" Is Really About*: <https://youtu.be/Lgl53EXInPc?si=um1EWDMvS1IW3WCS>, consultato il 12-05-2024

Disnovation, 2019, *Online culture wars*: <https://disnovation.org/ocw.php>, consultato il 18-05-2024

Domo, 2023, *Data Never Sleeps 11.0*: <https://www.domo.com/learn/infographic/data-never-sleeps-11>, consultato il 20-03-2024

Echevarria Gina, 2020, *How Pepe the Frog became a symbol of hope ad hate*: <https://www.businessinsider.com/pepe-frog-meme-hate-symbol-hope-hong-kong-protesters-2019-10?r=US&IR=T>, consultato il 21-05-2024

EmpLemon, 2017, MEME Theory: *How Donald Trump used Memes to Become President*: <https://youtu.be/r8Y-P0v2Hh0?si=iwmW2g1WB0l6aIXI>, consultato il 21-05-20124

GioPizzi, 2019, *Cos'è l'Alt Right?*: <https://youtu.be/nPNWmUinFCw?si=fGaBowKiqZdtd2aC>, consultato il 18-05-2024

Glaad, *White Supremacist Grups Are Thriving on Facebook*; <https://glaad.org/wp-content/uploads/2021/05/Facebook-White-Supremacy-Report.pdf>, consultato il 10-06-2024

Hagen Sal, 2023, *4Chumblr divorce: revisiting the online culture wars though the 2014 Tumblr-4Chan raids*: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/13548565231190008>, consultato il 16-05-2024

Hatfield Jenn, 2023, *8 facts about Black Lives Matter*: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/07/12/8-facts-about-black-lives-matter/>, consultato il 6-06-2024

Helmores Edward, 2017, *Milo Yiannopoulos resigns from Breitbart News over pedophilia remarks*: <https://www.theguardian.com/us-news/2017/feb/21/milo-yiannopoulos-resigns-breitbart-pedophilia-comments>, consultato il 12-05-2024

Helter Amanda, 2024, *What is Twitter*: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/Twitter>, consultato il 2-05-2024

Hendrix Justin, 2022, *Evidence in Trial of 2017 Unite the Right Rally Organizers Reveals Role of Facebook, Discord*: <https://www.techpolicy.press/evidence-in-trial-of-2017-unite-the-right-rally-organizer-reveals-role-of-facebook-discord/>, consultato il 9-06-2024

Il Post, 2016, *Su Facebook abbiamo sempre ragione*: <https://www.ilpost.it/2016/01/13/su-facebook-abbiamo-sempre-ragione/>, consultato il 11-06-2024

Imgflip: <https://imgflip.com/m/politics/tag/two+buttons?sort=latest&after=3j0grr>, consultato il 14-06-2024

Index, *Online Culture Wars*: <https://indexmediaarts.com/online-culture-wars-en/>, consultato il 18-05-2024

Jacobs Katrien, Cheung Degel, Maltezos Vasileois, Wong Cecilia, 2022, *The Pepe the Frog Image-Meme in Hong Kong: Visual Recurrences and Gender Fluidity on the LIHKG Forum*: <https://jdsr.se/ojs/index.php/jdsr/article/view/131>, consultato il 24-05-2024

Jawed, 2005, *Me at the zoo*: https://youtu.be/jNQXAC9IVRw?si=gwWBw1-Nra02T_9o, consultato il 7-03-2024

Know Your Meme, *Kendall Jenner's Pepsi Ad- Name this famous civil rights leader*: <https://knowyourmeme.com/photos/1352112-kendall-jenners-pepsi-ad>, consultato il 14-06-2024

Know Your Meme, *Pepe the Frog*: <https://knowyourmeme.com/memes/pepe-the-frog>, consultato il 22-05-2024

Kowalchuk Saskia, 2020, *Memeing about Black Lives Matter*: <https://www.amo-oma.ca/en/memeing-about-black-lives-matter/>, consultato il 14-06-2024

Lang Cady, 2022, *What the Artists Behind George Floyd Murals Around the World Want Us to Remember*: <https://time.com/6180773/george-floyd-murals/>, consultato il 14-06-2024

Leach Wayne Colin, Allen Aerielle M., 2017, *The Social Psychology of the Black Lives Matter Meme and Movement*: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0963721417719319> , consultato il 15-06-2024

Ling Justin, 2023, *Inside 4chan's Top-secret Moderation Machine*: <https://www.wired.com/story/4chan-moderation-buffalo-shooting/> , consultato il 9-04-2024

Mantovani Alessio, 2024, *Moral grandstanding e Virtue signaling*. Di che cosa si tratta?: <https://www.stateofmind.it/2024/03/moral-grandstanding-virtue-signaling/#:~:text=Il%20moral%20grandstanding%20e%20il,piuttosto%20che%20il%20bene%20,consultato%20il%2013-05-2024>

Memebase: <https://memebase.cheezburger.com/tag/racism/page/3>, consultato il 14-05-2024

Montalvo David Rafael, 2021, *Chronicle of the Online Culture Wars: Reactionary Affective Publics in Neoliberal Postmodernity*: <https://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc1808416/m1/37/?q=%22Music%22>, consultato il 15-03-2024

Mussinato Roberto, 2017, “#Republic. La democrazia nell’ epoca dei social media”:
<https://www.pandorarivista.it/articoli/republic-socail-media-cass-r-sunstein/>, consultato il 18-03-2024

My Cyber Law, 2020, Il fenomeno dello *Shitstorm*: di cosa si tratta e come contenerlo: <https://www.mycyberlaw.com/il-fenomeno-dello-shitstorm-di-cosa-si-tratta-e-come-contenerlo/> , consultato il 13-05-2024

National Library of Medicine, 2022, *#JusticeforGergeFloyd: How Instagram facilitated the 2020 Black Lives Matter protests*: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9728865/>, consultato il 12-06-2024

Oxford Reference, African American English - Oxford References: <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780199661282.001.0001/acref-9780199661282-e-1336>, consultato il 10-05-2024

Orie Givens, 2016, *Trump, Clinton and the Deplorables Picture*: <https://www.advocate.com/election/2016/9/14/trump-clinton-and-deplorable-picture>, consultato il 20-05-2024

Pew Research, 2007, *Is There a culture War? A Dialogue on Values and American Public Life*: <https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/7/2006/11/culturewar-execsum.pdf> , consultato il 9-04-2024

Politecnico Milano, *Pensiero computazionale significato e legame con il coding*: <https://techcamp.polimi.it/pensiero-computazionale-significato/>, consultato il 13-05-2024

PragerU, 2017, *What Is the Alt-Right?*: <https://youtu.be/MHXL00wY3nY?si=CtWQOLLJt4q2XycX>, consultato il 10-04-2024

Puliti Lorenzo, 2024, *Black Lives Matter: origini, storia e controversie del BLM*: <https://www.viaggi-usa.it/black-lives-matter/>

Reddit: https://www.reddit.com/r/memes/comments/gyr1ro/what_do_you_mean_looting_does_not_end_racism/, consultato il 14-06-2024

Roberts Kit, 2020, *Man estimates how long it would take us to watch everything on Youtube*: <https://www.unilad.com/technology/news/how-long-to-watch-all-youtube-videos-635203-20231119>, 5-03-2024

Smith Adam, 2020, *Instagram boss says it will change algorithm to stop mistreatment of black users, alongside other updates*: <https://www.independent.co.uk/tech/instagram-black-lives-matter-racism-harassment-bias-algorithm-a9567946.html>, consultato il 28-05-2024

Tiffany Kaitlyn, 2022, *How the Snowflakes won*: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2022/02/tumblr-internet-legacy-survival/621419/>, consultato il 16-05-2024

Vanderhoof Erin, 2021, *Bernie Sanders's Viral Inauguration Coat Has an Even Better Origin Story*: <https://www.vanityfair.com/style/2021/01/bernie-sanders-viral-inauguration-coat-origin-story>, consultato il 14-06-2024

Verhulst Stefaan, 2013, *A new vocabulary for the 21st Century: "slacktivism"*: <https://blog.thegovlab.org/a-new-vocabulary-for-the-21st-century-slacktivism>, consultato il 14-05-2024

Virtual Futures, 2017, *Kill All Normies-with Angela Nagle, Virtual Futures Salon*: <https://youtu.be/wv91UiPZYWo?si=zLoHjIE6rEudy7Hi>, consultato il 12-05-2024

Wikipedia, *Pepe the Frog*: https://en.m.wikipedia.org/wiki/Pepe_the_Frog

Wikipedia, */pol/*: <https://en.m.wikipedia.org/wiki//pol/>, consultato il 14-06-2024

Visual Venture, 2022, *The website with No Rules: 4 Chan (ft. Luv)*: <https://youtu.be/2t48dXd1c3s?si=r1YDk2pNbd-wObe4>, consultato il 12-04-2024

Wonderland, 2021, *Bernie Sanders inauguration memes*: <https://www.wonderlandmagazine.com/2021/01/21/bernie-sanders-inauguration-memes-best-of/#8>, consultato il 14-06-2024

X: <https://x.com/AFP/status/1179575547745013760>, consultato il 14-06-2024

X: <https://x.com/AlexisCeule/status/1269297776250273796>, consultato il 14-06-2024

Ydejesus, 2016, *Defining the "Alt Right" and the Donald Trump Connection*: <https://www.wsj.com/video/defining-the-alt-right-and-the-donald-trump-connection/6541A3D0-E11F-44C4-BB0B-CF85CB0B7EA0>, consultato il 22-05-2024

