

GABRIELE MARINO
MEME*

Si parla di *Internet memes*, estendendo alla Rete il neologismo coniato nel 1976 dal biologo Richard Dawkins (che intendeva descrivere in chiave evoluzionistica i fenomeni culturali), dalla fine degli anni Novanta. I primi studi in prospettiva semiotica dedicati a questi oggetti – frasi-tormentone, immagini buffe con didascalia, video “virali” – risalgono a quasi vent’anni dopo. La semiotica, insomma, forse per una sana diffidenza anti-neopositivistica, e pur a tratti affascinata dall’idea di una ecologia del senso (ne parlano, in termini diversi, Edgar Morin, Ugo Volli e, ovviamente, Jurij Lotman), sembrerebbe avere scoperto tardi i meme di internet. Eppure, si è sempre occupata di fenomeni assai simili, riconducibili alla medesima logica.

Oggi possiamo dire che un approccio semiotico serio ai meme dovrebbe semplicemente fare tesoro della propria tradizione: ponendosi al crocevia di linee di ricerca, consolidate ma aperte, come quelle dedicate alla (1) efficacia di testi e discorsi, alla (2) transtestualità, (3) all’umorismo, alle (4) forme brevi, e alla scrittura riconfigurata da (5) internet e social. Il progetto è duplice, cercheremo di mostrarlo in questo breve testo: possiamo spiegare i meme con la semiotica, e possiamo spiegare la semiotica con i meme.

I meme non sono che l’ennesima riformulazione – al tempo della remix culture, dei prosumer, degli user generated content, della convergenza mediale – del bisogno di creare nuovi pezzi di cultura a partire da pezzi vecchi. I semiotici definiscono questo fenomeno, che interessa tanto la produzione artistica (vernacolare e d’avanguardia), quanto la vita quotidiana, e su cui si basa

* Questo testo è per Isabella Pezzini, colpevole, assieme a Lucio Spaziantè, della pubblicazione del mio primo contributo sugli Internet meme (che era anche, *mirabile dictu*, il primo saggio semiotico *tout court* specificamente dedicato all’argomento. Era il 2014, dieci anni fa).

l'omeostasi di una cultura: pratiche neo-folcloriche (Jakobson), dialogismo (Bachtin), bricolage (Lévi-Strauss), intertestualità (Kristeva) e transtestualità (Genette), pratiche di replicabilità (Dusi e Spaziante).

I meme sono frammenti, nascono come ritaglio da un tutto di cui spesso si perdono le tracce, trapassando così da dettaglio a frammento (direbbe Omar Calabrese); in ciò, peraltro, ossia nella perdita del contesto originario di produzione e fruizione (e, quindi, dell'effetto perlocutivo originariamente ricercato), risiede molta dell'ambiguità che sempre più spesso contraddistingue i meme (sempre meno incentrati sul valore semantico degli elementi che li compongono, secondo l'idea di irresponsabilità pragmatica proposta da Massimo Leone).

Generalmente considerati il "contenuto" virale per eccellenza, i meme vanno distinti dai fenomeni virali: un frammento mediale può essere copiato e diffuso senza essere o generare – il che è lo stesso – meme (anche se ciò è raro), mentre un frammento mediale che tecnicamente è un meme (forniremo più avanti una definizione), può riguardare solo una comunità ristretta (posso creare un meme sulla semiotica generativa e postarlo su un gruppo Facebook di amici, dove quel meme è destinato a morire).

I meme, allora, partecipano della logica virale in virtù della loro natura "meta-" (il che li rende particolarmente interessanti in una prospettiva sociosemiotica), ovvero poiché riprendono, commentano e in buona sostanza offrono una parodia dei fenomeni virali. Non parlano direttamente di qualcosa, ma dell'ossessione collettiva per quel qualcosa: il meme di Batman che schiaffeggia Robin (maniacoalmente studiato dal filosofo Simon Evnine) visualizza la punizione che meriterebbe ogni slogan, buzzword, moda ecc. di cui ci stanchiamo presto. E del resto il meme, come il cadavere squisito surrealista, è un dispositivo "che produce enunciati collettivi fortuiti e apparentemente incongrui, ma interpretabili" (Paolo Fabbri, ripreso da Stefano Bartezzaghi), frutto di un lavoro che genera un'opera anonima solo nella misura in cui è impersonale perché collettiva (direbbe Claudio Paolucci). Come un proverbio, un aforisma, un apologo (Umberto Eco aggiungerebbe all'elenco: una barzelletta) e altri testi "regolativi senza essere normativi" (ancora Fabbri, ripreso da Anna Maria Lorusso), il meme dice il "già detto" e il "si

dice" digitale, dando voce e volto a un senso comune che si fa corpo sociale (direbbe Gianfranco Marrone).

Per la semiotica, i meme sono testi formulaici capaci di sintetizzare icasticamente una singola azione, storia o discorso. Lo sono anche quando la formula che vi è alla base è al grado zero, e si limita a rivolgere al proprio lettore modello l'appello al riconoscimento di una figura specifica, per esempio un personaggio pubblico, colto in un'espressione tipica o un gesto iconico. Al centro del meccanismo comico e umoristico (i *memer*, i creatori di meme, sono ossessionati dalla stratificazione di layer ironici) che il meme vorrebbe attivare vi è quello che in senso lato possiamo definire un errore (linguistico, visivo, comportamentale). I semiotici, sulla scorta di Roland Barthes, lo chiamerebbero *punctum*. Un meme è come una lente d'ingrandimento e funziona come una caricatura, enfatizzando certi elementi della lessia a scapito di altri.

Sono efficaci i meme, perché, per un verso, composti da elementi facilmente individuabili e isolabili, sono sghangherabili (direbbe Eco), e per un altro, in quanto sintagmi seriali (direbbe Jacques Geninasca), sono economici, poiché gli elementi che li costituiscono sono limitati ma elastici, risignificabili ad libitum secondo formule (regole di pertinentizzazione, direbbe Luis Prieto) elementari e chiuse (il gesto agonistico implicito in queste pratiche risiede proprio nella capacità di forzare la formula senza spezzarla). Il prototipo di meme, la image macro cristallizzata nel 2007 (che ancora oggi ci si presenta davanti a una semplice ricerca su Google per la chiave "meme"), è descrivibile come un sintagma seriale triadico (il più potente per Geninasca): con la sua immagine a tutto campo e la doppia didascalia, sopra (premessa) e sotto (*punchline* della battuta).

La logica organizzativa del meme, la formula su cui si fonda e a cui esso può essere ridotto, è ciò che ne garantisce riconoscibilità e leggibilità (sempre seguendo Barthes, i semiotici parlerebbero di *studium*; i *memer* parlano di *template*). Può essere semantica (e iconica) o sintattica (e strutturale), statica (una figura) o dinamica (una situazione), sintagmatica (basata sulla conoscenza della figura) o paradigmatica (basata sul riconoscimento di una struttura di azioni possibili), rematica (aggiunge qualcosa di nuovo sulla base di un elemento noto) o tematica (costruisce il proprio stesso contesto discorsivo). Questa formula, cioè, può consistere in un elemento fisso il cui riconoscimen-

to deriva dalla conoscenza enciclopedica (referenziale, come già accennato) o in una struttura di operatori narrativi (attanti, con Tesnière e Greimas) e fungere da allegoria per una classe intera di situazioni e storie.

È il caso dei meme a etichetta, diffusi dal 2017, come quello del “fidanzato distratto”: in cui un soggetto (il ragazzo; che può diventare anche “la gioventù d’oggi”) è distratto da qualcosa (la ragazza che passa, vestita di rosso; “il socialismo da social”) a scapito di qualcos’altro (la fidanzata; “il capitalismo”). Il meme è sempre type (classe, serie, genere locale) e mai semplicemente token, si offre come forma: restando aderenti al nostro esempio, la conformazione plastica dell’immagine (il trio, caratterizzato dallo slancio retroflesso della figura centrale) lo è dell’espressione, mentre il suo correlativo patemico (“distrazione”, “tentazione”) lo è del contenuto. È nella memeticità – ossia: nella formularità ipertestuale (vengono in mente le Pathosformel warburghiane) – che risiede la forza dei fenomeni che definiamo virali.

Uno degli spauracchi classici di apocalittici e grammar nazi digitali è la brachilogia (sms, tweet, video-pillole). E gli strali di costoro si sono correttamente indirizzati anche contro i meme, produzione semiotica dei content creator affidata ai giochi algoritmici delle piattaforme: perfette epitomi di quelle forme brevi intenettiane (pionierizzate da trailer, spot, clip, siti, banner; l’elenco è il sottotitolo di un volume dedicato curato da Isabella Pezzini) che, a ben vedere, non coincidevano per nulla con delle forme semplici. Anche se, talora, suggeriva una “Bustina di Minerva” di Eco (una recensione del volume succitato), rischiano di coincidere con delle forme brevi.

Abbiamo sempre a disposizione un meme fresco di giornata. Può essere banale nella forma e sciocco nel contenuto, o uno di quelli che sembrano sempre più complessi e indecifrabili anche agli occhi dei millennial più smaliziati. Un meme volgare o poetico, trash o intellettuale, divertente o tragico, solenne o blasfemo, proveniente da un altro mondo o dedicato all’ultima notizia al centro del mormorio collettivo. Alcuni meme vengono rapidamente dimenticati, altri restano, forse per sempre. Meme vuol dire effimero e al tempo stesso non sono in pochi a considerarli una “nuova epica”. Tutto può diventare meme, e molto sembra destinato a esserlo. Ma quando qualcosa è dappertutto, non è da nessuna parte, non ha più un suo posto: se qualcosa è tutto, è nulla. I meme sono esplosi e ci hanno lasciato in eredità

una cultura ricoperta della loro polvere. Sono già rinati: hanno generato un intero microcosmo chiamato TikTok, dove non si trovano i meme per come abbiamo imparato a conoscerli ma dove tutto è memetico, luogo d'elezione per l'esercizio di una scrittura che, sempre compressa, è a tutti gli effetti estesa (come la hanno recentemente definita Pezzini e Pietro Montani).

Bibliografia

- Calabrese, O.
1987 *L'età neobarocca*, Laterza, Roma-Bari; in Id., *Il neobarocco*, La Casa Usher, Firenze, 2013.
- Geninasca, J.
1992 *Testo e immagine*, Documenti di lavoro e pre-pubblicazioni 212-213/F, Università degli Studi di Urbino, Urbino.
- Pezzini, I. (a cura di)
2002 *Trailer, spot, clip, siti, banner. Le forme brevi della comunicazione audiovisiva*, Meltemi, Roma.
- Eco, U.
2002 *Forme semplici e forme brevi*, in "La Bustina di Minerva", 4 aprile, https://web.archive.org/web/20020803122929/http://www.espressonline.it/ESW_articolo/0,2393,32369,00.html.
- Marino, G.
2014 *Keep calm and Do the Harlem Shake: meme, Internet meme e meme musicali*, in I. Pezzini, Isabella, L. Spaziante (a cura di), *Corpi mediali. Semiotica e contemporaneità*, ETS, Pisa, pp. 85-105.