

I giga di Gige. L'impatto dell'anonimato nella comunicazione contemporanea

Sitti Maani

sittimaani@gmail.com

Abstract The concept of authoriality of a text, or the indexal link between a creative individuality and a cultural artifact, is not an anthropological universal. There have been and still are cultures in which contributing to pass on or to circulate existing texts, even if modifying them, is more important than creating new ones or guaranteeing the recognition of the creator's own innovative gesture. As the statute and the practices of authorship have been historically established, however – in literature as well as in the other arts – a parallel development has taken place of modes of writing and enunciation aimed at erasing or dissimulating the traces of the link between the political-civil identity of authors and their work(s). The purpose of this operation can be manifold: escaping from political or social censures; safeguarding private life; enjoying the playful results of hiding; multiplying the creative demands within the same person; etc. Technically, the dissimulation of the author can take place through different enunciative procedures, among which the best known are undoubtedly those of pseudonymous, heteronymous, and anonymous communication. They have produced numerous texts in the history of cultures, from pasquinate to Pessoa, from Kierkegaard to Banksy, but take on a new look, and enjoy an unusual proliferation, with the advent of digital writing technologies, which allow an increasingly easier and effective removal of the links that correlate an author and her/his creation. On the basis of a wide historical-cultural reflection on the instances and mechanisms of the author's concealment, the paper intends to concentrate, in particular, on its outcomes, drifts, and excesses in the digital sphere, exploring its various socio-cultural contexts, communication purposes, and meaning effects.

Keywords: Anonymity, Digital Communication, *Trolling*, Semiotics

Received 18 July 2018; accepted 30 December 2018.

Nullum est sine nomine saxum
(Lucano, *Pharsalia*, IX, 973)

0. Definizione di anonimia

L'anonimia¹ designa l'insieme delle procedure che consentono a un autore empirico di emettere un messaggio cercando al contempo di eliminarvi intenzionalmente ogni traccia di sé che possa ragionevolmente ricondurre a un'identità socio-politica². Tali procedure variano a seconda del tipo di messaggio, a seconda delle tracce del proprio autore empirico che esso normalmente contiene, a seconda delle tecniche semiotiche di cui il *lettore* empirico dispone per poter ricostruire, tramite la decodificazione del messaggio stesso, l'identità del suo autore empirico, ma variano anche a seconda dell'ideologia attraverso la quale, in una società determinata, si pensa e si gestisce l'identità degli individui. Concentrandosi su ciascuna di queste variabili si può elaborare un'articolazione del campo pragmatico dell'anonimia.

1. I formati dell'anonimia

Per quanto riguarda i messaggi, le procedure dell'anonimia sono tanto più giustificate quanto più il genere e il formato del messaggio sono soliti produrre un testo che contenga tracce del proprio autore empirico. Un graffito apposto sul muro di un edificio, per esempio, usualmente non colpisce per il proprio anonimato, in quanto l'impossibilità di risalire da questo testo all'identità sociopolitica del suo autore empirico figura tra le caratteristiche che ne definiscono il formato. Nella maggior parte delle società contemporanee, l'anonimato dei graffiti non è un'eccezione ma la norma, tanto è vero che stupirebbe il contrario. Data la natura vagamente cospirativa di questa forma di scrittura, è implicito che risalire all'identità dei suoi autori empirici richieda competenze specifiche, appannaggio geloso di gruppi ristretti d'individui. Ne consegue che elementi extra-testuali, quali i filmati di una telecamera di sorveglianza, siano necessari ai più per attribuire un'identità sociopolitica alla mano che ha sfigurato, con un graffito, la facciata di una chiesa. Ne consegue altresì che la relazione fra tipo di messaggio e anonimia sia soggetta a variazioni, solitamente di lungo periodo, dovute al mutare del rapporto che, in una comunità d'interpreti, si pone fra i testi che ricadono in un certo genere e la possibilità di ascriverli a un autore empirico.

¹ In questo saggio s'intende per "anonimia" il campo pragmatico generale della comunicazione senza autore, mentre per "anonimato" l'insieme degli effetti prodotti dalle procedure che pertengono a tale campo.

² L'anonimia è stata fatta oggetto di una letteratura consistente, la quale andrebbe tuttavia sviluppata con uno studio puntuale dell'anonimato nella comunicazione digitale. Per una ricognizione storica, Griffin (2003); con attenzione specifica alla letteratura inglese, Mullan (2007); sul ruolo dell'anonimia nella comunicazione digitale, Roesler (2007) e, più di recente, Stryker (2012) e Poletti e Rak (2014); sulle ricadute giuridiche dell'anonimia letteraria, Pabst (2011). Sull'anonimia esiste anche una bibliografia semiotica abbondante, ma frammentaria: Eco (1984) commenta il celebre passo sulla lettera anonima e la sua interpretazione contenuto in Katz (1977: 14); Finol (2014) verte sull'anonimato nell'opera letteraria di Saramago; Lorusso (2015) sul fenomeno Anonymous; sullo stesso fenomeno, e in generale sull'anonimato nel *deep web*, Thibault (2015); riferimenti alla semiotica dell'anonimato si trovano poi in relazione a formati di scrittura tipicamente anonimi, come i graffiti (Forgas Berdet 1993, Leone 2013). Il tema del segreto, affine a quello dell'anonimia, più di questa è oggetto di numerose pubblicazioni e ricerche nella semiotica contemporanea (Lozano 2012, Leone 2018a).

2. Anonimia e autorialità

In molte culture antiche, per esempio, il fatto d'ideare un racconto, d'iscriberlo in un testo, e di farlo circolare all'interno di una società, non era strettamente legato alla possibilità di attribuire, a tale racconto, un autore. L'idea di autore letterario nasce nella storia e, come dimostrano gli esperimenti del Novecento, è anche soggetta a tentativi di soppressione. Molti testi dell'antichità, dalle sumere *Lamentazioni sopra la città di Ur* ai *Testi funerari* dell'antico Egitto, da *I Ching* alla *Vita di Esopo* giungono a noi naturalmente anonimi, e ricercare l'identità precisa del loro autore empirico, piuttosto che quella generica di un gruppo d'individui accomunati da un certo status socio-culturale, sarebbe un esercizio di fanta-filologia, ignara del fatto che l'idea stessa d'identità, e di legame fra persona e nome, muta anche radicalmente nel corso della storia.

Man mano che ci si avvicina alla modernità, infatti, e contemporaneamente si afferma il valore dell'autorialità di un testo, la percentuale delle opere letterarie anonime non solo si assottiglia, ma assume un'evidente connotazione politica. A ciò contribuisce in maniera evidente l'evoluzione delle tecniche di produzione dei messaggi. Con l'invenzione della stampa a caratteri mobili nel quindicesimo secolo, le procedure dell'anonimia e i loro effetti cominciano a proliferare, a partire dalle celebri pasquinate. Si potrebbe ipotizzare la presenza di una legge: più la tecnologia della comunicazione offre la possibilità di creare una distanza fra l'autore empirico di un messaggio e il suo autore modello, più si allarga il campo di possibilità dell'anonimato. Le culture orali difficilmente producono anonimie intenzionali. Tuttalpiù esse danno spontaneamente luogo alla circolazione di messaggi di cui non si conosce l'origine, come avviene, anche nelle società contemporanee, con le barzellette, i pettegolezzi, le voci, o le teorie del complotto. Anche in questi casi, tuttavia, non si conosce la fonte prima del messaggio ma si può certo attribuire un'identità sociopolitica a chi lo fa circolare. Nei sistemi politici repressivi, per esempio, non sono gli autori delle barzellette anti-regime a essere perseguitati, ma chi le racconta.

3. Anonimia e indicialità³

Con l'invenzione della scrittura, invece, e ancor più con il perfezionamento delle tecniche di stampa, s'introduce la possibilità di una distanza fra l'autore empirico e il testo del suo messaggio, la quale semioticamente si traduce in una rarefazione degli indici che legano il primo al secondo. Come è noto, nella classica tipologia di segni di Charles S. Peirce, per "indice" si designa un tipo di segno nel quale il legame fra *representamen* e oggetto sia di contiguità insieme spazio-temporale e causale. Nelle culture orali, l'unico modo di produrre intenzionalmente anonimato è di offuscare i legami indiciali fra il messaggio e la voce, ossia fra il testo e il corpo. Ciò tuttavia avviene di rado. Nel teatro greco, per esempio, il ruolo principale della maschera non era certo quello di rendere anonimo il testo di una tragedia ma, al contrario, di consentirgli di essere impersonato. Maschere depersonalizzanti esistono nella storia, ma emergono in contesti già abbondantemente segnati dalle pratiche di scrittura, per esempio i *capirotes* che, durante la *Semana Santa* spagnola, celavano e ancora celano l'identità dei penitenti. L'invenzione della stampa diluisce ulteriormente il legame indiciale fra autore empirico e messaggio, tanto è vero che, al fine di attestarli, si mantiene fino ai nostri giorni l'uso di una firma corsiva, il solo segno che, nel contratto che apre un conto bancario, per esempio, attesti la contiguità spazio-temporale fra tale apertura e la presenza fisica del

³ Nell'articolo, il termine "indicalità" e derivati si riferiscono al concetto peirceano di "index", e non all'indessicalità tradizionalmente studiata dalla pragmatica. Tra le due aree terminologiche e concettuali corre un nesso che non è possibile esplorare in questa occasione.

contraente, dalla quale si desume l'intenzionalità dell'atto. Con Gutenberg, dunque, si danno contemporaneamente la possibilità di una produzione decentralizzata su larga scala di messaggi, e la possibilità consustanziale di svincolare questi messaggi dall'identità sociopolitica del loro autore empirico. La stampa a caratteri mobili diffonde la critica anticlericale di Lutero ma consente anche all'autore del *Lazarillo de Tormes*, novella fondamentale del sedicesimo secolo spagnolo, di far circolare il proprio sarcasmo anticlericale in forma anonima. Le procedure dell'anonimia cominciano allora a diventare sempre più intenzionali, e funzionali all'esigenza di diffondere, in seno a una comunità, contenuti culturali invisibili al potere politico e religioso o, più in generale, contrari agli assetti ideologici della maggioranza e, per ciò stesso, passibili di censura. Inizia altresì una competizione essenzialmente tecnica fra i modi attraverso cui si rendono anonimi i testi, recidendosi le marche indicali che consentirebbero di ascriverli a un autore empirico, e le pratiche censorie, le quali invece cercano di ricostruire tali marche, o di impedirne la cancellazione.

4. Anonimia e censura

Publicare un *pamphlet* politico nel Settecento, per esempio, consentiva all'autore empirico di restare anonimo dietro l'impersonalità dei caratteri a stampa, ma non elideva mai del tutto la necessità della scrittura a mano, dei legami con l'editore e delle operazioni di quest'ultimo per stampare e diffondere il libello. Data l'impossibilità di risalire dalla pagina stampata al suo autore empirico in assenza di marche di autorialità, il potere censorio si sposta dall'emittente al canale, responsabilizzandolo e censurando le case editrici. Allo stesso tempo, proprio con l'affermarsi dell'anonimato come tecnica di comunicazione sovversiva, comincia a costituirsi un circolo a volte virtuoso, a volte vizioso, fra anonimato, segreto, e attenzione. Quando nel 1775-76 Thomas Paine dava alle stampe anonimo il suo pamphlet indipendentista *Common Sense*, che è probabilmente il libro più venduto della storia statunitense, la diffusione straordinaria del testo si doveva essenzialmente alle idee incendiarie che esso propugnava, oltre che allo stile dirompente con il quale le esprimeva, ma si doveva pure alle condizioni pragmatiche stesse dell'anonimato. Comincia ad affermarsi quell'implicito secondo cui, siccome spesso le idee sconvolgenti vengono espresse in forma anonima perché sono troppo in contrasto con lo status quo, è sufficiente far circolare delle idee qualsiasi in forma anonima per attirare su di esse l'attenzione e alimentare inoltre la presupposizione che si tratti di contenuti altamente sconcertanti, forieri di novità sbalorditive.

Il 25 gennaio 2011, per esempio, la prestigiosa casa editrice statunitense Simon & Schuster dava alle stampe in forma anonima *O: A Presidential Novel*, un romanzo a chiave che prometteva di rivelare gli inimmaginabili retroscena della campagna elettorale per la rielezione di Barack Obama. Michiko Kakutani, feroce critico letterario di punta del *New York Times*, sagacemente scriveva, in un articolo del 20 gennaio 2011, «much of what passes for inside knowledge in these pages would be known to anyone who's read a bunch of campaign accounts, subscribed to Mike Allen's 'Playbook' or watched 'Morning Joe'» (Kakutani 2011).

5. L'anonimato di massa

Se l'invenzione della stampa a caratteri mobili facilita l'avvento dell'anonimato d'élite, ossia quello attraverso cui una minoranza ristretta della società critica il potere e al tempo stesso si protegge dalla sua rivalsa potenzialmente violenta, l'introduzione della scrittura digitale conduce allo svilupparsi di ciò che si potrebbe definire un *anonimato di massa*. La semiotica si è soprattutto interrogata sull'autore e sul lettore modello;

giustamente: questa disciplina non essendo una scienza filologica o psicologica, s'interessa di pattern culturali per la manifestazione e l'interpretazione di contenuto semantico, non dei corpi e delle menti specifici che lo producono o lo ricevono. Una riflessione semiotica sull'autore empirico è tuttavia sempre più urgente, anche e soprattutto alla luce dell'attuale evoluzione delle sue condizioni di esistenza.

6. Anonimia ed empiria

Designare un individuo o un gruppo d'individui come l'autore empirico di un messaggio in ultima analisi significa stabilire un nesso causale fra un testo e una mente installata in un corpo. Identificare questo plesso mente-corpo che dà origine a un messaggio come autore empirico significa che vi è almeno una condizione spazio-temporale nella quale si produca una relazione indicale, e dunque di contiguità fisico-causale, fra questo plesso e il messaggio. L'autore empirico è tangibile, occupa un luogo nello spazio e una durata nel tempo, e come tale è distinguibile da altri corpi e dalle loro menti; è, pertanto, associabile a una riconoscibilità sociale e, di conseguenza, a un'identità politica. I modi per distinguere gli individui in un gruppo sociale cambiano a seconda delle culture, delle epoche storiche e dei sistemi politici, e tuttavia la pratica di tale distinzione è una costante antropologica: anche nelle comunità meno individualiste, riconoscere qualcuno e distinguerlo dagli altri è un'esigenza primaria, la quale poi, nelle comunità che assurgono al rango di società o di stati, si organizza burocraticamente.

La mia carta d'identità non è altro che un insieme di segni i quali mirano a certificare la mia unicità e distinguibilità attraverso marche simboliche, come l'indicazione della mia professione, attraverso marche iconiche, come la mia foto, e attraverso marche indicali, come la mia firma. Questa, in particolare, quella apposta sulla carta d'identità o quella depositata presso l'ufficio che me l'ha rilasciata, non è importante tanto per la sua unicità grafica, facilmente falsificabile, quanto per la significazione indicale che essa racchiude: nel giorno x , all'ora y , nell'ufficio z della città q , il mio corpo è stato riconosciuto come socialmente unico e distinguibile da ogni altro.

Chi produca intenzionalmente un messaggio che desideri far circolare anonimo in una semiosfera, cerca di proposito di eliminare tutte le marche simboliche, iconiche, e indicali che possano far risalire alla propria identità di autore empirico. Chi scrive una lettera minatoria anonima non lo fa evidentemente di proprio pugno, e chi dà alle stampe un libello irritante per le convinzioni politiche o morali dei più tenta di nascondere le tracce che legano questo autore empirico a un agente letterario, a una casa editrice, a un indirizzo postale o a un conto bancario.

7. Forme dell'anonimato contemporaneo

Permangono, nelle società contemporanee, forme di anonimato il cui scopo principale è quello di proteggere l'autore di un messaggio sovversivo dalla repressione del potere: gli attuali dissidenti politici iraniani sia in patria che all'estero, per esempio, fanno circolare molto spesso in maniera anonima, sovente attraverso l'uso di pseudonimi, i propri contenuti. Molti studenti iraniani all'estero posseggono una pagina Facebook nella quale si mostrano con la loro identità sociopolitica di autori empirici, e un'altra pagina pseudonimica, nella quale immettono contenuti che si suppongono invisibili al regime.

Accanto a questo anonimato *protettivo*, tuttavia, prolifera anche un anonimato *seduttivo*, il cui scopo è quello di aggiungere valore a un contenuto culturale attraverso il guizzo erotico della secretazione. L'autore empirico che produce i romanzi attualmente in commercio con lo pseudonimo di Elena Ferrante, per esempio, non ha probabilmente alcun motivo politico per dissimulare la propria identità, se non quello un po' cliché di

voler sfuggire alla spettacolarizzazione dell'autore empirico che il mondo letterario eserciterebbe a supposto detrimento delle opere. In questo caso, il risultato dell'anonimato dietro pseudonimo è dunque paradossale, alimentando una spasmodica curiosità verso l'identità dell'autore empirico stesso, di cui effettivamente si arriva a discutere molto più che delle sue opere.

La vera novità introdotta dalla comunicazione digitale non è però né quella dell'anonimato protettivo, che esiste almeno dai tempi delle pasquinate, né di quello seduttivo, attestabile sin dagli albori della comunicazione di massa, ma di un anonimato che si potrebbe definire *aggressivo*. Alcune condizioni tecniche ne facilitano l'insorgenza: chi oggi scriva un commento su Facebook lo fa attraverso una serie di segni simbolici che solo un filo sottilissimo, tortuoso, e perlopiù invisibile lega a un autore empirico. Il dipanarsi di questo filo cambia a seconda delle legislazioni nazionali, ma in generale dietro il commento vi è un autore munito di un'identità unicamente digitale, la quale tuttavia di solito si ancora a un numero di cellulare, il quale a sua volta corrisponde a una scheda telefonica il cui rilascio è avvenuto dietro presentazione di un documento d'identità e, di nuovo, a seguito del deposito di una firma. Dietro il rabido commento razzista dentro questa o quella pagina Facebook vi è dunque pur sempre un autore empirico, ma la traccia indicale che lo lega al messaggio è labile, sperduta in qualche negozio di telefonia chissà dove.

8. L'anonimato aggressivo

Il problema principale della distanza indicale fra testo digitale anonimo e suo autore empirico, però, non risiede tanto nello scollegamento tecnico fra l'uno e l'altro, che pure ne è una condizione tecnologica essenziale, ma nella percezione soggettiva di esso. La maggior parte degli internauti, e forse soprattutto i più giovani, percepiscono le proprie azioni online, e in particolare quelle nei *social networks*, come assolutamente dissociate dalla propria identità sociopolitica, come se il legame fra ciò che essi scrivono o postano e la loro unicità e riconoscibilità empirica di autori fosse di natura puramente simbolica, e non indicale come di fatto necessariamente è, sia pure attraverso tutti i filtri della burocrazia digitale.

A questa fenomenologia della dissociazione contribuisce anche un effetto dovuto alle particolari condizioni nelle quali i messaggi digitali sono solitamente prodotti. Da un lato, la maggior parte degli internauti è fisicamente da sola, immersa nello schermo del proprio computer, o sempre più del proprio cellulare, quando produce un messaggio da immettere poi nella semiosfera digitale. Dall'altro lato, a questa solitudine fisica si accompagna spesso il sentimento di un'enunciazione multitudinaria, nella quale la coscienza della propria individualità di autori empirici è smorzata da una sensazione di fondo, più emotiva che cognitiva, quella di sentirsi costantemente attornati da una molteplicità, financo da un'infinità di altri enunciatori, rispetto ai quali e in mezzo ai messaggi dei quali il proprio non solo è sempre a rischio di perdersi, ma si concepisce sin dall'inizio come una voce mischiata a quella di una folla.

Questa enunciazione multitudinaria in versione digitale produce nella comunicazione alcuni degli effetti distorsivi già individuati e descritti da Elias Canetti in *Masse und Macht* in relazione al cambiamento del comportamento umano in seno a una folla. Come in una massa di voci enuncianti, così anche in internet i messaggi alzano continuamente il tono per distinguersi, e tuttavia, a differenza che nella folla vera e propria, nella ressa digitale queste voci si sentono contemporaneamente circondate da una miriade di altre voci e staccate dalla propria origine empirica. Ne deriva un'alterazione del tono sia cognitivo che emotivo che pragmatico del linguaggio nel segno di un anonimato aggressivo di massa.

9. Anonimia e delazione

Modalità aggressive di anonimato si manifestano lungo tutto l'arco della storia, e non solo sotto forma di critica al potere repressivo da parte della voce fuori dal coro timorosa di una possibilità di persecuzione. Anche nella delazione, infatti, si adottano spesso varie procedure di anonimia, le quali tuttavia sovente non sono finalizzate a colpire un potere tirannico a vantaggio dei più deboli, ma a colpire i più deboli a vantaggio di un potere tirannico. In questo caso, l'anonimato salvaguarda sì il delatore dall'astio dei suoi simili, ma gli consente altresì di continuare indisturbato la propria attività di spia e accusatore vigliaccamente segreto. La delazione può sia rivelare l'identità di un potenziale oppresso smascherandone subdolamente l'identità, come accadeva quando i delatori fascisti denunciavano alle autorità gli ebrei che si nascondevano o dissimulavano la propria identità etno-religiosa, ovvero può creare le condizioni di un'oppressione facendo circolare voci infondate sul conto di qualcuno.

Il cosiddetto fango mediatico di cui tanto si parla oggi consiste in una sorta di delazione di massa, nella quale una moltitudine di voci, protette da un blando anonimato digitale, scollegate dalle proprie condizioni fisiche di enunciazione, e tuttavia percepite come facenti parte di una specie di coro da stadio virtuale, producono e riproducono dicerie nefande a discapito di questo o quel malcapitato. Nella sua forma più deleteria, l'anonimato aggressivo di massa si trasforma in branco, dando luogo a tutta una fenomenologia della violenza verbale digitale che include, fra l'altro, le pratiche del trolling,⁴ una forma di sadismo virtuale collettivo che sarebbe impossibile senza le attuali possibilità tecniche di anonimia digitale.

10. Conclusione: i giga di Gige

Sin da quando si attestano forme di comunicazione anonima, le condizioni pragmatiche di un'enunciazione di questo tipo cambiano il tono del messaggio che essa produce. Ma un cambiamento dirompente nella relazione fra anonimato e linguaggio si manifesta con l'avvento di una comunicazione anonima prevalentemente digitale. In passato, nelle diverse epoche dell'anonimia che si sono sia pur grossolanamente descritte in questo saggio, l'anonimato era, in generale, l'effetto pragmatico di un contenuto semantico. Si voleva criticare il potere politico o religioso senza subirne la potenziale persecuzione *ergo* si adottavano le tecniche all'epoca disponibili per recidere il legame indicale fra autore empirico e messaggio. Con l'avvento della comunicazione digitale, tuttavia, e cioè di una condizione in cui l'anonimia non è un'eccezione ma piuttosto la regola, e anzi gli sforzi maggiori vanno non nel senso del tentativo di dissimulare i legami indicali fra autore empirico e messaggio, ma in quello opposto di certificarli (firma digitale, certificati virtuali, PEC, etc.), la relazione d'influenza fra anonimia e linguaggio si ribalta.

Vi sono ancora, sì, casi in cui l'anonimato viene appositamente cercato per proteggere gli autori empirici di pratiche invisibili al potere, pratiche il cui ampio spettro va dalle critiche dei dissidenti ai commerci dei trafficanti, e tuttavia nella maggior parte dei casi non è il contenuto semantico del messaggio che s'intende veicolare a dare luogo a una ricerca di anonimato, ma al contrario è la condizione pragmatica dell'anonimato di massa sopra descritto a indirizzare e a mutare, talvolta radicalmente, il contenuto semantico dei messaggi. Nell'anonimato pre-digitale io sono l'autore empirico di un messaggio potenzialmente scabroso e, dunque, mi nascondo; nell'anonimato digitale,

⁴ Sulla semiotica del trolling, e per una ricognizione bibliografica sull'argomento, Leone (2018b).

invece, io sono nascosto, o perlomeno mi percepisco come tale e, quindi, divento l'autore empirico irresponsabile di un messaggio potenzialmente scabroso. Non è forse azzardato sostenere che l'affievolirsi dei legami e delle tracce indicali fra autori empirici e messaggi stiano trasformando il discorso pubblico digitale nel segno dell'irresponsabilità pragmatica.

Mentre la scienza e la tecnica si occupano di giga, la filosofia del linguaggio dovrebbe allora preoccuparsi sempre più di Gige⁵, il sovrano lidio cui Platone, nella *Repubblica*, rifacendosi a un mito preesistente, attribuisce il mitico anello capace di rendere invisibili, e discute la questione se ciò che impedisce agli uomini di commettere il male non sia altro, in fondo, che la possibilità di essere scoperti (Zimbardo 2007).

Con l'avvento della comunicazione digitale, il sovrano non è più il solo depositario dell'anello; tanti piccoli anelli di Gige si moltiplicano sulle dita che tasteggiano quotidianamente i loro messaggi.

È forse tempo di rileggere Platone e di occuparsene.

Bibliografia

Eco, Umberto (1984), *Semiotica e filosofia del linguaggio*, Einaudi, Torino.

Finol, José Enrique (2014), «Las semióticas del nombre: identidad y anonimato en la obra de José Saramago», in *Revista Chilena de Literatura*, n. 87, pp. 139-62, <https://revistaliteratura.uchile.cl/index.php/RCL/article/download/33822/35533/>.

Flower Smith, Kirby (1902), «The Tale of Gyges and the King of Lydia», in *The American Journal of Philology*, vol. 23, n. 3, pp. 261-82.

Flower Smith, Kirby (1902), «The Tale of Gyges and the King of Lydia», in *The American Journal of Philology*, vol. 23, n. 4, pp. 361-87.

Flower Smith, Kirby (1920), «The Literary Tradition of Gyges and Candaules», in *The American Journal of Philology*, vol. 41, n. 1, pp. 1-37.

Forgas Berdet, Esther (1993), «La puerta como texto: (semiótica textual de los graffiti de universidad)», in *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, n. 2, (consultato il 23/01/2018), http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/signa-revista-de-la-asociacion-espanola-de-semiotica--15/html/dcd92966-2dc6-11e2-b417000475f5bda5_12.html#I_11_

Griffin, Robert J. (2003), a cura di, *The Faces of Anonymity: Anonymous and Pseudonymous Publication from the Sixteenth to the Twentieth Century*, Palgrave Macmillan, New York.

⁵ La letteratura sull'argomento è vastissima; un utile punto di partenza sono i saggi di Kirby Flower Smith (1920).

Kakutani, Michiko (20.01.2011), «A Dishy Take on the 2012 Race, by ... Somebody», in *The New York Times*, (consultato il 23/01/2018), <http://www.nytimes.com/2011/01/21/books/21book.html>

Katz, Jerrold J. (1977), *Propositional Structure and Illocutionary Force: A Study of the Contribution of Sentence Meaning to Speech Acts*, Harvester Press, Hassocks.

Leone, Massimo (2013), «God's Graffiti: On the Social Aesthetics of Divine Writing», in *Exploring Social Aesthetics*, vol. 23, n. 1, pp. 110-134.

Leone, Massimo (2018a), «Il sacro nascosto: studio semiotico sui Kakure Kirishitan [隠れキリシタン]», in *E/C Rivista on-line dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici*, pp. 1-13, http://www.ecaiss.it/includes/tng/pub/tNG_download4.php?KT_download1=439b2dd012644eae3858b1a9c9a4d70f

Leone, Massimo (2018b), *The Art of Trolling: Semiotic Ingredients, Sociocultural Causes, Pragmatic and Political Effects*, in Kimminich Eva, Julius Erdmann, Amir Didzarević, a cura di, *Virality and Morphogenesis of Right-Wing Internet Populism*, Peter Lang Publishing, Berlin, pp. 163-78.

Lorusso, Anna Maria (2015), *Cultural Semiotics: For a Cultural Perspective in Semiotics*, Palgrave Macmillan, New York.

Lozano, Jorge (2012), *El Secreto. Número especial de Revista de Occidente coordinado por Jorge Lozano*, vol. 374-5 (luglio-agosto).

Mullan, John (2007), *Anonymity: A Secret History of English Literature*, Princeton University Press, Princeton.

Pabst, Stephan (2011), a cura di, *Anonymität und Autorschaft: zur Literatur- und Rechtsgeschichte der Namenlosigkeit*, De Gruyter, Berlino e Boston.

Poletti, Anna e Rak, Julie (2014), *Identity Technologies: Constructing the Self Online*, The University of Wisconsin Press, Madison.

Roesler, Silke (2007), *Identity Switch im Cyberspace: eine Form von Selbstinszenierung*, Peter Lang, Francoforte sul Meno e New York.

Stryker, Cole (2012), *Hacking the Future: Privacy, Identity, and Anonymity on the Web*, Overlook Duckworth, New York.

Thibault, Mattia (2015), «Do not talk about Anonymous». *Censura, autocensura e anonimato nelle periferie del web*, in Leone Massimo, a cura di, *Censura / Censorship*, numero monografico di *Lexia: Rivista internazionale di semiotica*, Roma, Aracne.

Zimbardo, Philip (2007), *The Lucifer Effect: How Good People Turn Evil*, Rider, London.