Dalla fiaba al mito: argomentazione ed *ethos* collettivo nei comunicati di Anonymous

Donella ANTELMI[*]

Key-words: *collective ethos*, *argumentation*, *social movement*, *Anonymous*

1. Introduzione

Anonymous è oramai un nome conosciuto, non solo nella cybercultura. Al pari di no-Global, Occupy, Guerrilla Gardener, può essere considerato un «nuovo movimento» (nel senso di Touraine 2004), poiché condivide con i movimenti sociali della modernità alcune caratteristiche come la fluidità, l'assenza di leader riconosciuti, l'azione spontanea su temi che si definiscono di volta in volta, l'affermazione di principi generali condivisi, l'uso dei social e la ricerca della visibilità grazie ai media.

Come è noto, il modo di operare di Anonymous consiste nel mettere fuori uso o nel «defacciare» i siti-bersaglio, talvolta trafugando e rendendo pubbliche informazioni lì contenute. Tutte le incursioni informatiche[1] sono accompagnate da dichiarazioni che si auto-attribuiscono la paternità dell'operazione e ne spiegano le ragioni. Pur in assenza di un documento ufficiale, un «manifesto» costitutivo del gruppo, l'insieme di queste dichiarazioni rappresenta un corpus che contribuisce a identificare un «locutore collettivo», peraltro individuato sia dal nome-brand (Anonymous), sia dal motto[2], sia dall'apparato simbolico (la maschera, l'abbigliamento).

L'idea che enti collettivi o gruppi che diffondono messaggi nella sfera pubblica siano dotati, come l'oratore singolo, di un *ethos*, è recentemente stata avanzata nell'ambito dell'analisi del discorso e dell'argomentazione (Amossy 2010)[3]. Nel caso dei movimenti sociali o di contestazione, spesso spontanei e fluidi, come si è detto sopra, l'identità del gruppo si costruisce attraverso la proiezione di una «immagine di sé», un *ethos* collettivo discorsivo che, oltre a permettere il riconoscimento del gruppo nello spazio sociale, rinforza l'adesione e i legami interni al gruppo stesso (Orkibi 2012).

L'*ethos* di Anonymous si appoggia fondamentalmente sul ruolo che il movimento si autoattribuisce: un ruolo di «vendicatore» verso le istituzioni ritenute

[*] Università di Lingue e Comunicazione IULM, Milano, Italia.

[1] Nel gergo anon, «operazioni» o «op».

[2] La *tagline* «We are Anonymous. We are Legion. We do not forgive. We do not forget. Expect us».

[3] Ma, in precedenza, tra gli altri, anche Guespin (1985), Orkibi (2008).

BDD-A25229 © 2016 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:50:24 UTC)

malefiche e ostili alla libertà di espressione, perciò prese di mira con attacchi informatici, e di «salvatore» nei confronti della popolazione e di tutte le vittime – anche inconsapevoli – di quelle istituzioni. La forza persuasiva di questo ruolo trae spunto da un modello mentale, quello della fiaba, che attiva processi cognitivi inconsci ma pervasivi (almeno nella cultura occidentale), applicabili alle situazioni più disparate (Lakoff 2004/2006). Molti contesti dell'agire umano possono infatti essere concettualizzati come una narrazione in cui operano tre attori: vittima, cattivo, eroe. L'eroe ristabilisce la giustizia difendendo la vittima e punendo il cattivo; si capisce dunque come l'uso simbolico di questo modello convenga a discorsi che intendono influenzare il pubblico e legittimare il proprio operato (Pirazzini, in stampa, per una discussione ed esempi).

L'identificazione di Anonymous con la figura dell'eroe e l'attribuzione del ruolo di cattivo agli obiettivi delle varie «operazioni» si esplicita sia in forme argomentative, sia attraverso narrazioni (ad esempio relative ai comportamenti dell'organizzazione che verrà colpita): strategie discorsive che, mentre legittimano l'operato del movimento, demonizzano l'avversario e toccano le emozioni del pubblico.

Il modello mentale della fiaba offre quindi una griglia per l'analisi dei comunicati e dell'attivismo di Anonymous sotto il profilo argomentativo. Tuttavia per Anonymous l'attivismo (anche politico) si fonda su una preesistente cultura *hacker*, nella quale la tecnologia è concepita come una forza al servizio dell'ideale di rimodellare la società, secondo principi cyberlibertari. Queste radici rappresentano un'altra sfaccettatura dell'*ethos* di Anonymous, che, nelle numerose dichiarazioni in cui afferma di essere una «idea» (e non un movimento), avanza di sé una rappresentazione più «mitica» che «combattente».

L'articolo affronta questo duplice aspetto dell'*ethos* di Anonymous, che, nella sua dimensione discorsiva, è rivolto tanto all'esterno, per influenzare il pubblico, quanto all'interno, per rinforzare una identità e affermare dei valori (Stewart *et al.* 2007).

2. Identità di Anonymous: excursus storico

Se oggi Anonymous è conosciuto come una forma di attivismo politico, le sue origini appartengono a una cultura *geek* e *hacker*[4] che è cresciuta con internet. Prima del 2008 la firma «anonymous» era usata in azioni di *trolling*[5] e diramata dalla piattaforma di *chat 4chan*, in cui l'anonimato era fortemente incoraggiato (i post venivano firmati «anonymous», da cui poi il nome). È nel 2007 che viene adottata l'iconografia oggi divenuta «brand»: l'uomo in nero senza volto. Ma l'azione

[4] La differenza tra *hacker* e *geek* è soprattutto di competenza informatica e di attività nel mondo digitale. Gli *hacker* sono provetti programmatori, amministratori di sistemi, ricercatori sulla sicurezza informatica, e costruttori di hardware, mentre i *geek* hanno conoscenze tecniche meno approfondite, anche se sufficienti a sviluppare editing video e ad interagire su piattaforme come IRC. Entrambe le categorie condividono ideali etici, come l'impegno per la libertà di informazione, per la privacy, e credono nel potere dell'individuo e nel diritto di esplorare ed imparare agendo (cfr. Manifesto Hacker 1986).

[5] Il termine *trolling* indica più propriamente un'azione di disturbo consistente nella pubblicazione in contesti online aperti agli interventi degli utilizzatori (forum, blog, social media e simili) di post offensivi, provocatori o fuori argomento.

BDD-A25229 © 2016 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:50:24 UTC)

inaugurale di Anonymous è del 2008, l'attacco DDoS[6] alla Chiesa di Scientology, che aveva promosso azioni legali contro editori web per far rimuovere un video con Tom Cruise inneggiante alla nuova realtà creata da Scientology, e divenuto presto virale sulla rete. L'attacco alla Chiesa porta Anonymous alla ribalta mediatica, e continuerà, con il nome di Project Chanology, per alcuni anni.

Negli anni successivi le azioni promosse e firmate Anonymous assumono un carattere sempre più politicizzato, mentre divengono marginali le operazioni di *trolling*. L'attivismo si precisa in direzione della libertà di espressione e di informazione, la cui bandiera era costituita da WikiLeaks (non meraviglia quindi che Anonymous si sia mossa in seguito anche a sostegno delle popolazioni minacciate dalla censura e dalla repressione in paesi come Libia, Egitto, Algeria e Siria). Ciò ha significato passare da una azione di disturbo, irriverente ma innocua, a vere e proprie azioni di hakeraggio, condotte da sottogruppi che metteranno a segno le operazioni più clamorose e di maggior risalto mediatico[7].

La copertura mediatica delle azioni portate a termine dai vari gruppi è costante, per quanto imperfetta e spesso viziata da informazioni inesatte, ma la comunicazione avviene anche in forma diretta, attraverso account twitter di Anonymous che vedono lievitare il numero di iscritti in breve tempo. Soprattutto il sostegno dato al movimento Occupy (2011) e le azioni contro l'oscuramento di siti di condivisione di file (come Megaupload, 2012) e contro le norme di protezione del copyright (ad esempio ACTA, 2012) suscitano una ondata di partecipazione, o almeno di adesione ai valori sottostanti, se non di vera e propria collaborazione alle attività di hackeraggio.

Negli ultimi tempi, le azioni che hanno maggiormente colpito il pubblico sono state quelle condotte contro l'Isis in risposta all'attentato a Charlie Hebdo, e l'offerta, da parte degli Anon, di collaborare con le forze di polizia per trasmettere informazioni utili a combattere le campagne di reclutamento dei terroristi.

Mentre l'anonimato e la segretezza dei membri sono un tratto fondativo di Anonymous, la pubblicità sulle azioni è massima: i messaggi sono stati diffusi con ogni mezzo a disposizione, e i media hanno in larga parte contribuito a spettacolarizzare il fenomeno. La capacità di Anonymous di catturare l'attenzione dei media, l'apertura del gruppo alla partecipazione di chiunque, la scarsa informazione sul numero degli aderenti, sui sottogruppi che si sono formati e sciolti nel tempo, l'imprevedibilità delle loro azioni, rende Anonymous un fenomeno

[6] La sigla sta per *Distributed Denial of Service*, cioè il blocco di un servizio online attraverso un flusso massiccio di richieste di accesso.

[7] Pur mantenendo sempre il nome di riferimento, Anonymous, AnonOps nel 2010 conduce l'operazione contro Paypal, Mastercard e Visa, colpevoli di aver rifiutato donazioni in favore di WikiLeaks. Nel 2011 un'altra operazione clamorosa coinvolge la ditta di security HBGary, il cui CEO, Aaron Barr, aveva affermato di conoscere le reali identità di alcuni anon e di essere pronto a rivelarle all'FBI. Ma i documenti trafugati rivelano informazioni scottanti: la ditta, assieme alla Camera di Commercio statunitense e la Banca d'America, stava preparando un trabocchetto per screditare WikiLeaks attraverso documenti falsi. Questa guerra di informazione è all'origine di un'altra costola di Anonymous, LulzSec, che compirà, nei suoi pochi mesi di vita, numerosi attacchi hacker. Malgrado LulzSec abbia reclamato più volte la propria indipendenza da Anonymous, nell'immaginario collettivo – grazie anche all'informazione lacunosa dei media – i due gruppi sono assimilati. Così avverrà anche con Antisec, un gruppo che si compone successivamente ed ha un carattere più ideologico (Coleman 2016).

BDD-A25229 © 2016 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:50:24 UTC)

speciale, anche all'interno dei movimenti contemporanei, e degno di attenzione per le conseguenze, nell'immaginario e nella coscienza pubblica, delle sue imprese.

Infine, la gestione della propria immagine pubblica può ben far parlare di un locutore collettivo «Anonymous», al di là del numero e della identità dei locutori effettivi che si esprimono in suo nome.

3. Inquadramento teorico

3.1. Locutore collettivo

Secondo la definizione che Gardin ne offre nel *Dictionnaire d'analyse du discours* (Charaudeau, Maingueneau 2002), i «locutori collettivi» sono «auteurs des discours émanants de partis, syndicats ou autres groupes organisé dont le chercheur pose, sous certaines condition de production, qu'ils sont représentatif du groupe» (Gardin 2002: 352). Una tale definizione, che presuppone l'esistenza di una organizzazione a monte della presa di parola, non è sufficiente a caratterizzare il discorso di Anonymous, che, come si è detto, è tutt'altro che una realtà omogenea e organizzata. Non si tratta, come nei partiti politici, di un attore collettivo e istituzionalizzato che agisce con finalità definite. Malgrado ciò, la firma «Anonymous» rimanda necessariamente a una entità enunciativa che agisce come fonte legittimante e che assicura una continuità immaginaria a una comunità. La *tagline* che chiude ogni comunicato[8] ha proprio questa funzione di autoriconoscimento e contemporaneamente di creazione discorsiva del gruppo. Possiamo assimilare il brand Anonymous a un «iperenunciatore» (Maingueneau 2004) che, dal momento della sua comparsa, segnala il passaggio della comunità di *hacker* e *geek* da «classe» a «gruppo»[9].

Le origini di Anonymous, che, come abbiamo ricordato, hanno radici nel mondo *hacker* e in tutta una cybercultura underground priva di pretese ideologiche e mossa da intenti ludici o irriverenti (il *lulz*[10]), farebbero riconoscere le prime imprese (*4chan* e altri canali IRC) come tipiche di una «classe» di individui: coloro che amano «smanettare» sui computer e trovano una soddisfazione personale nelle proprie gesta, spesso condotte autonomamente. L'apertura di Anonymous verso chiunque voglia partecipare, con i propri mezzi, al sostegno di un'operazione mostra invece la «virata» in direzione del «gruppo». È la presenza della componente «attivismo» che, da un certo momento, connota Anonymous, e che si identifica, discorsivamente, nel logo, nello slogan, nei simboli[11].

[8] Cfr. Nota 2.

[9] Come ricorda Maingueneau, le classi sono costituite da individui che condividono attributi (ad esempio gli insegnanti, il clero, i proletari), mentre i gruppi sono caratterizzati da finalità comuni (équipe, imprese). I collettivi di militanti sono gruppi, per quanto la loro durata possa essere effimera, ed implicano un iperenunciatore che «doit exister au-delà de ce rassemblement fugace, assurer une continuité imaginaire d'un rassemblement à l'autre» (Maingueneau 2004: 120).

[10] Corruzione di Lol (*Laugh out loud*). Di solito, significa ridere alla disgrazie altrui ma più comunemente è una risata grassa di cattivo gusto.

[11] L'iconografia – la maschera di Guy Fawkes e l'uomo in nero senza testa – affermano in modo spettacolare l'idea di anonimato, e costituiscono altrettanti esempi di citazione, di appello ad una conoscenza memoriale che rinforza il senso comunitario. Convergono, a formare questa comunità di appartenenza, elementi storici (la vicenda di Guy Fawkes nell'Inghilterra del xx secolo) e culturali (i

BDD-A25229 © 2016 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:50:24 UTC)

Questi rimandi valgono come le manifestazioni multiple di un locutore collettivo portatore di valori universali: la voce dei deboli contro gli oppressori, la vendetta contro le ingiustizie, la forza dell'uno che rappresenta i molti. La scelta scenografica e i simboli raffigurano così un iperenunciatore che incarna, allo stesso tempo, valori universali di libertà e giustizia e cliché «postmoderni» di vendicatori ed eroi.

Queste sono le due facce dell'*ethos collettivo* che caratterizza il gruppo.

3.2. *Ethos* collettivo

Alla nozione di *ethos* come immagine di sé, ampiamente utilizzata negli studi di Analisi del Discorso e argomentazione, è stata recentemente affiancata quella di *ethos* collettivo, riferita a un gruppo o un movimento. La definizione che ne da Orkibi è «image de soi d'un groupe: une image mobilisée ou reflétée dans la parole de l'individu appartenent à ce groupe […] mais assi una image de soi collective qui est exprimée par un groupe, à savoir l'*ethos* du locuteur collectif» (Orkibi 2012:22).

Sia che si tratti di un partito organizzato, di un movimento, o di un gruppo eterogeneo come Anonymous, l'*ethos* collettivo è rivolto sia verso l'esterno, per ottenere un riconoscimento, sia verso l'interno, per rinsaldare il senso di appartenenza dei membri: si tratta delle funzioni strumentale e costitutiva messe in luce negli studi sui movimenti sociali (Orkibi 2012: 20). Sebbene, come si è visto, l'identità di Anonymous sia nascosta e sfuggente, in modo paradossale l'immagine del gruppo è attentamente coltivata e mantenuta come supporto di una continuità immaginaria.

Occorre qui fare qualche precisazione in relazione alla nozione stessa di *ethos*, che dovrà tenere conto della particolare situazione enunciativa e delle caratteristiche del «locutore collettivo» Anonymous, ma che può essere estesa ad altri movimenti e locutori collettivi.

In primo luogo, la distinzione tra *ethos prediscorsivo* e *ethos discorsivo* (Maingueneau 2002): nel caso di un movimento, la conoscenza delle caratteristiche personali di uno o tutti i partecipanti non è significativa, ai fini dell'immagine del gruppo, che dunque è affidata solo alla componente discorsiva; tuttavia le azioni compiute e gli obiettivi scelti hanno un ruolo importante nel determinare l'*ethos*.

In secondo luogo, la distinzione tra *ethos detto* e *ethos mostrato*, proposta da Maingueneau (1993: 138): la comunicazione di Anonymous mostra una convergenza tra queste due modalità. Le affermazioni «dette» sono sostenute sia dalla scelta di non mettere sotto attacco i mezzi di informazione (scelta più volte ribadita, che mostra, attraverso una non-azione, l'ideologia di base, cioè la difesa del diritto all'informazione), sia dal tono dei comunicati e dalla scenografia, che, come si è detto, rimanda a una ricca simbologia (cfr. nota 11).

film *V per vendetta* o *Ghost Rider*), ma anche conoscenze che attingono ad un Thesaurus composito, che mescola elementi della tradizione («Io sono legione», dal Vangelo di S. Marco, 5, 1–20) con la loro citazione/divulgazione in contesti inaspettati, come i videogiochi *Shadow Man* o *League of Legends*.

BDD-A25229 © 2016 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:50:24 UTC)

3.3. *Fairy Tales* e *Drama triangle*

I modelli mentali sono, da un punto di vista cognitivo, strutture che permettono di identificare e categorizzare le nuove informazioni confrontandole con i dati della memoria a lungo termine. Lakoff così descrive il modello cognitivo della fiaba, che è pervasivo nel guidare la condotta umana:

> In tutte le fiabe ci sono un eroe, una vittima e un cattivo […] Il cattivo è per sua natura crudele e irrazionale. L'eroe […] deve combattere contro di lui e sconfiggerlo o ucciderlo. […] il cattivo commette un delitto, e l'eroe ristabilisce la giustizia morale sconfiggendolo (Lakoff 2004/2006: 108)[12].

Anche nell'ambito della psicologia il *Drama triangle* (Karpman 1968) modellizza le relazioni interpersonali in base a tre ruoli fondamentali di VICTIM, PERSECUTOR, RESCUER, che rispecchiano, rispettivamente, vittima, cattivo, eroe della fiaba[13].

Le dichiarazioni di Anonymous sfruttano questo schema cognitivo, e i documenti diramati trovano nel modello della fiaba (o del *Drama triangle*) un agile strumento di analisi. La strategia retorica di Anonymous infatti si basa sulla demonizzazione dell'avversario (PERSECUTOR) contro il quale il gruppo si erge a vendicatore e difensore delle vittime. Ciò è particolarmente evidente nel «messaggio a Scientology» che sarà analizzato in § 5.

4. Dati

Il corpus si compone di un insieme di testi digitali (messaggi, comunicati stampa, trascrizioni di video) e di alcune interviste o dichiarazioni degli Anon riportate in letteratura. Si tratta dunque di un corpus eterogeneo, in cui si affiancano campagne che intendono presentare la «faccia pubblica» di Anonymous (soprattutto nei video) e riflessioni o confessioni di alcuni protagonisti, in cui emergono anche istanze più personali[14].

Data l'eterogeneità dovuta alla diversa natura dei testi raccolti[15], l'analisi in § 5 si concentrerà su un testo in particolare, il «messaggio a Scientology» del 2008, che è stato una sorta di «biglietto da visita» di Anonymous, e, diventando il modello

[12] Lakoff ha ad esempio utilizzato il modello nel descrivere le argomentazioni utilizzate da Bush per giustificare l'intervento americano in Iraq.

[13] Una recente applicazione di questi due modelli (fiaba – *Drama triangle*) nell'analisi pragmadialettica è in Pirazzini (2016), a cui si rimanda. In quanto segue userò come sinonimi «vittima, cattivo, eroe», e, rispettivamente, «VICTIM, PERSECUTOR, RESCUER», sebbene appartenenti a paradigmi di studio diversi, nella convinzione che, da un punto di vista cognitivo, rimandino ai medesimi schemi.

[14] Le fonti da cui sono stati tratti i testi sono: anon-news.blogspot.com; youtube.com/user/AnonymousWorldvoce, EnciclopaedyaDramatica.se, più le citazioni contenute in Coleman (2016), Olson (2013), Anonymous (2013), Frediani (2012).

[15] Tra l'altro, spesso caratterizzati anche dalla «regionalizzazione» di Anonymous: con la nascita di gruppi nazionali (in Italia, Francia, ecc.) vengono a precisarsi obiettivi meno simbolici (come erano Scientology o PayPal) ma più legati alla situazione socio-politica del Paese di origine. Ad esempio in Italia alcune azioni a sostegno dei no-tav, oppure contro politici come Beppe Grillo o Lega Nord.

BDD-A25229 © 2016 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:50:24 UTC)

di tanti altri comunicati successivi, presenta in modo paradigmatico le sue strategie di influenza.

Il § 6. prenderà invece in esame alcuni estratti significativi del corpus, che mostrano l'altro aspetto dell'*ethos* di Anonymous, quello che fa riferimento a una visione distopica della società e chiama all'azione i «cittadini del mondo».

5. Il messaggio a Scientology

Il messaggio a Scientology fa parte di quella che potremmo chiamare «comunicazione militante», che comprende i manifesti, i volantini, i pamphlet, le lettere aperte. Tali testi si rivolgono a un destinatario più o meno informato, che si vuole guadagnare a una causa, quindi hanno lo scopo di informare, persuadere, ma anche di posizionarsi nella scena politica e sociale (Orkibi 2008), per cui adottano, nella terminologia di Charaudeau (2009), delle strategie di *credibilità* (o veridizione), *captazione* (dei sentimenti del pubblico), *legittimazione* (della propria parola).

Il genere di appartenenza di questo e dei successivi comunicati di Anonymous è assimilabile alla «lettera aperta», anche se la diffusione di questi testi attraverso una piattaforma digitale – anziché, come nelle lettere aperte «classiche», a mezzo stampa – e la loro «recita» da parte di uno speaker complica la loro dimensione di genere sotto il profilo enunciativo. L'enunciatore, infatti, è dichiaratamente anonimo e non può fondare la propria autorità sul prestigio di una firma o di un ruolo istituzionale (penso, ad esempio, al famoso «J'accuse» di Zola). Al contrario, è il fatto stesso di enunciare questi comunicati e di assumere un ruolo militante che contribuisce a costruire l'identità e l'*ethos* del gruppo.

L'enunciatario/uditorio è composito: troviamo, nelle lettere aperte, un allocutario esplicito cui il comunicato è indirizzato, cioè l'obiettivo dell'attacco, ma, evidentemente, il testo è rivolto a un pubblico più vasto. In primo luogo a una platea che si vuole sollecitare a una presa di coscienza; in secondo luogo (ma l'ordine non è di importanza relativa) ai media, affinché fungano da «cassa di risonanza» delle idee e delle azioni del gruppo. L'apertura della lettera, in cui si stabilisce il confronto con l'avversario, mira a costruire la credibilità del discorso, cioè il suo fondamento di verità circa la realtà dei fatti contro cui Anonymous si attiva.

Dopo l'allocuzione, segue infatti un elenco di «capi d'accusa» contro Scientology:

> (1) Hello, leaders of Scientology. We are Anonymous. Over the years, we have been watching you. Your campaigns of misinformation; your suppression of dissent; your litigious nature, all of these things have caught our eye.

Tali «capi di accusa» non sono retti da un predicato (come ad es: «voi avete fatto campagne di disinformazione, …»), bensì sono espressi in forma di sintagmi nominali definiti (e messi in rilievo dalla posizione sintattica di soggetto); hanno quindi la caratteristica di essere presupposizioni, il cui valore di verità è fuori discussione (Ducrot 1984). La stessa struttura si ripete nel secondo periodo:

> (2) With the leakage of your latest propaganda video into mainstream circulation, the extent of your malign influence over those who have come to trust you as leaders, has been made clear to us.

BDD-A25229 © 2016 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:50:24 UTC)

L'incipit del messaggio disegna così i ruoli: Scientology-cattivo, seguaci-vittime («who have come to trust you as leaders») e Anonymous-eroe/indagatore. La frase successiva sancisce il posizionamento di Anonymous e completa il quadro «fiabesco» dei ruoli: le vittime non sono solo i seguaci di Scientology, ma il genere umano, e Anonymous, che esprime il verdetto, è il vendicatore:

> (3) Anonymous has therefore decided that your organization should be destroyed. For the good of your followers, for the good of mankind, and for our own enjoyment, we shall proceed to expel you from the Internet and systematically dismantle the Church of Scientology in its present form.

La formulazione, nella sua struttura, ricalca il giudizio di un giudice: viene espressa in terza persona (Anonymous), quindi è una decisione collettiva e univoca, e segnala la dipendenza causale da quanto detto in precedenza (therefore). È qui che entra in gioco lo schema mentale della fiaba, che consente l'applicazione di una «regola generale» sulla base della quale la vittima deve essere difesa. Inoltre gli Anon aggiungono un argomento pragmatico con valore universale: il bene dei seguaci e di tutto il genere umano. Infatti, se guardiamo alla costruzione della vittima, troviamo un progressivo ampliamento di questa: dai seguaci della Chiesa, inconsapevoli del loro stato di sottomissione e sollecitati a prenderne coscienza:

> (4) Over time, as we begin to merge our pulse with that of your church, the suppression of your followers will become increasingly difficult to maintain. Believers will become aware that salvation needn't come at the expense of their livelihood. They will become aware that the stress and the frustration that they feel is not due to us, but a source much closer to them…

all'intera popolazione:

> (5) You [*scil.* Scientology] will not prevail forever against the angry masses of the body politic.

La relazione persecutore-vittima viene così trasposta dal dominio locale (dalla fattispecie) a un livello generale di Male contro Bene, che non richiede, per il senso comune, ulteriori giustificazioni (Perelman, Olbrechts-Tyteca 1958/1966: 281), e che sfrutta il *pathos* creato da un lessico di forte impatto emotivo (*suppression*, *salvation*, *livelihood*, *stress*, *frustration*). Infine, poiché l'assunzione del ruolo di salvatore/vendicatore non evita il pericolo di un giudizio severo nei propri confronti (ad esempio, di usare gli stessi metodi di Scientology), Anonymous attua delle aperture dialogiche che al contrario consolidano l'immagine del gruppo: da un lato il riconoscimento della forza di Scientology (che indirettamente valorizza l'azione degli Anon): «we recognize you as serious opponents». Dall'altro la presa in carico di possibili critiche od obiezioni, alle quali, tuttavia, Anonymous ribatte assumendosi la responsabilità di apparire a sua volta un persecutore:

> (6) We are cognizant of the many who may decry our methods as parallel to those of the church of Scientology, those who espouse the obvious truth that your organisation will use the actions of Anonymous as examples of the persecution of which you have for so long warned your followers. This is acceptable to Anonymous.

BDD-A25229 © 2016 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:50:24 UTC)

> In fact, it is encouraged. We are your SPs. Yes, we are SPs[16]. But the sum of suppression we could ever muster is eclipsed by that of your own RTC[17].

L'asserzione «Yes, we are SPs» riferita alla posizione dell'avversario è però seguita da una rettifica «But the sum of suppression we could ever muster is eclipsed…», cosicché la relazione avversativa «Yes, but…» introduce una comparazione e una differenza di gravità tra le proprie azioni e quelle di Scientology. La formula concessiva («X ma Y», cfr. Moeschler, De Spengler 1982) determina anche una dissociazione della nozione di SP (Van Rees 2009), che permette a Anonymous di diventare a sua volta persecutore, senza che ciò costituisca un danno per la sua immagine.

L'accettazione dell'argomento di Scientology, quello di essere degli SP, inoltre, argina preventivamente la reazione della Chiesa, e la banalizza (cfr. Perelman, Olbrechts-Tyteca 1958/1966: 491). L'accusa non negata, bensì assunta da Anonymous, viene svalutata come pregiudizio o cliché agli occhi dell'uditorio e mostra l'apertura dialogica del gruppo, che ancora una volta svolge una funzione di legittimazione.

Questa autolegittimazione è sostenuta discorsivamente anche dall'identificazione di Anonymous con la popolazione, dunque con il lato «vittima» del triangolo. Il riferimento alle «angry masses» viste sopra (esempio 5), infatti, suggerisce una – almeno parziale – apertura del pronome «noi» a comprendere, oltre agli aderenti al gruppo di *hacker*, tutti coloro che rifiutano l'azione di Scientology (gli SP), e che, in effetti, sono numerosi e sparsi nel mondo (nel testo troviamo anche: «we are everywhere»).

In conclusione, i ruoli costruiti nel messaggio a Scientology sono facilmente riconoscibili e interpretabili secondo il modello della fiaba. Anonymous, attribuendosi il ruolo di RESCUER, ha costruito un'immagine di sé degna di attenzione e di influenza.

6. Dalla fiaba al mito

La «lettera aperta» è stato lo strumento con cui Anonymous è entrato nella cronaca, si è costruito una immagine delineando e opponendo un «noi» a un «tu» nemico e attribuendosi il ruolo di RESCUER della vittima oltre che di vendicatore verso il PERSECUTOR.

Nello sfruttamento successivo di questo modello epistolare, diviene sempre più evidente come il vero destinatario sia l'uditorio composito dei lettori/ascoltatori, ai quali Anonymous si rivolge sempre più spesso: «Citizen of the world, Gente di tutto il mondo». D'altra parte, appare anche evidente la svolta «impegnata» del gruppo, sempre più orientato verso temi politici e sociali.

[16] SP = *Suppressive Person*. Le persone oppressive sono quelle che impediscono o sviliscono il processo di emancipazione personale che Scientology promette ai suoi seguaci. Di conseguenza, qualsiasi critico della Chiesa viene etichettato come SP.

[17] RTC = *Religious Technology Center*. Si tratta di un'organizzazione religiosa nata nel 1982 per preservare, mantenere e proteggere la religione di Scientology. Detiene la massima autorità ecclesiastica per quanto riguarda la qualità e l'applicazione pura delle tecnologie religiose di L. Ron Hubbard (fonte: *Wikipedia*).

BDD-A25229 © 2016 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:50:24 UTC)

(7) Gente di tutto il mondo, il momento è grave. Il 7 gennaio 2015, la libertà di espressione è stata attaccata… (Charlie Hebdo)

(8) Siamo uniti insieme a voi contro l'oppressione che patite. Questa lotta non è solo a vostro beneficio, ma è per tutta l'umanità (op. Egitto 2011, Beccaria 2012: 139).

(9) Dear Citizen of the world, Anonymous can not, and will not stand idly while people are being denied their basic rights and human liberties… (op. Egitto 2011).

Come sostiene Coleman nel suo ultimo libro (2016), «Anonymous è emblema di una geografia della resistenza», senza, con questo, aver mai perduto lo spirito «monello» che lo aveva contraddistinto agli esordi, figlio di una cultura avversa a ogni controllo e limitazione della libertà di espressione, nutrita dai principi dell'etica hacker secondo la quale la conoscenza non deve essere oggetto di proprietà o censura, e in cui il *lulz*, l'azione liberatoria e irridente, ha la funzione carnevalesca di rivolta contro il potere (nel messaggio a Scientology c'è anche «for our enjoyment…»).

La frase che precede la *tagline* con cui Anonymous firma i suoi comunicati è significativa: «Knowledge is free». Alla base dell'*ethos* del gruppo c'è un'ideologia libertaria, e il caso Scientology – e i ruoli distribuiti e assunti – sono emblematici di un conflitto ben più ampio, quello tra libertà e oppressione, in cui la rete (web) è intesa distopicamente come lo strumento di sorveglianza più potente che il mondo abbia mai conosciuto.

(10) Attaccare la libertà di espressione è attaccare Anonymous(Charlie Hebdo).(11) All'attenzione di tutti i cittadini italiani. Siamo alle prove generali per l'affermazione di un pensiero unico in Italia (Beccaria 2012: 208).

La genesi e la storia del movimento Anonymous, cui abbiamo solo accennato, mettono così in luce un contrasto che trova riscontro nelle argomentazioni del gruppo, nelle quali viene attivato, oltre al modello cognitivo della fiaba, quello del mito, e in cui l'*ethos* collettivo del gruppo si salda a un ideale di giustizia globale. L'ideologia di Anonymous oscilla tra:

a) una visione utopica, in cui il riscatto sociale è affidato a un soggetto eroico (Anonymous), che collima con il classico *rescuer/avenger* del modello della fiaba; e

b) una visione distopica (presente fin dalle origini, e legata al *lulz* e al carnevale), in cui il riscatto è legato al sovvertimento dell'ordine, all'irrisione, alla disobbedienza (Goode 2015). «Anonymous è una idea», ribadiscono gli Anon intervistati (Anonymous 2013:182): lo pseudonimo non rimanda più a un «noi», bensì è un ideale a disposizione di chiunque. Attraverso l'assurdo, il *lulz*, Anonymous denuncia i valori convenzionali e spinge affinché siano le vittime stesse a risollevarsi[18]. Questo secondo discorso richiama, più che il modello-fiaba, il modello-mito-rivoluzione, rivoluzione resa necessaria da un mondo distopico: è un diritto del popolo «to alter or to abolish» quei governi che non rispettano i principi e diritti fondamentali:

(12) CITIZENS OF THE UNITED STATES OF AMERICA, […] slowly our system has been working towards the gains of itself rather than the gains of its

[18] Il film cult «V per vendetta», in cui il protagonista indossa la maschera di Guy Fawkes che poi sarà di Anonymous, nelle scene finali mostra proprio questo esito: ogni persona si fa portatrice di istanze liberatrici. In termini psicologici, questo sarebbe proprio il percorso di «crescita» raccomandato per uscire dalle dinamiche del *Drama Triangle*.

BDD-A25229 © 2016 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:50:24 UTC)

> people. […] the passing of legislation and research funding that has resulted in the loss of more liberties such as censorship, phone and Internet surveillance […] We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal, that they are endowed by their Creator with certain unalienable Rights, […] whenever any Form of Government becomes destructive of these ends, it is the Right of the People to alter or to abolish it…

D'altra parte, come sostiene Lévy-Strauss, le fiabe sono «miti in miniatura» (1980: 171), la loro differenza risiede essenzialmente nella loro funzione sociale, mentre la loro forma può coincidere (Propp 1949). Il confine tra fiaba e mito, anche nelle strategie linguistiche di Anonymous, non risiede tanto nella forma, quanto piuttosto nelle strategie e negli argomenti presenti. I comunicati di Anonymous più recenti mostrano, nel passaggio a una dimensione «politica», un'evoluzione dal particolare (Scientology) al generale (la società contemporanea) che determina l'utilizzo di argomenti diversi: valori condivisi al posto di verità presupposte; esempi al posto di narrazioni ricche di *pathos*, «noi» inclusivo al posto della terza persona o di un noi esclusivo, affermazione di diritti al posto di verdetti di condanna. Pur conservando la medesima struttura, i comunicati fanno dunque ricorso a strategie di influenza differenti, che sono schematizzate nella tavola seguente:

	CREDIBILITA'	CAPTAZIONE	LEGITTIMITA'	CONCLUSIONE
Messaggio a Scientology	Presupposizioni	Pathos, drammatizzazione	*Ethos* di A: inquisitore, giudice, vendicatore	Verdetto: condanna
Messaggi ai «cittadini del mondo»	Valori condivisi: uguaglianza, diritti, libertà	Esempi (leggi, notizie)	«noi» inclusivo	Diritto alla ribellione

7. Conclusioni

Leggere le strategie argomentative/persuasive nell'ottica dello schema della fiaba o del *Drama-Triangle* permette di portare alla luce modalità di ragionamento e di rappresentazione della realtà basati su schemi e modelli mentali. Nel discorso, queste modalità utilizzano strategie di influenza che catturano le emozioni (grazie alla facile schematizzazione dei ruoli), che avvalorano dei giudizi (anch'essi basati sulla rappresentazione dei ruoli assegnati) e che legittimano il locutore. Nel discorso politico (o militante) modelli mentali e miti hanno la funzione di spingere all'azione (Jowett, O'Donnell 1992).

Nel caso di Anonymous l'evoluzione del discorso mostra il passaggio da una rappresentazione «fiabesca» della realtà, basata sull'individuazione di un PERSECUTOR e sull'appropriazione di un ruolo (we-RESCUER) a una mitica, che implica la sollecitazione della vittima (l'umanità intera) a prendere coscienza della propria condizione di oppressione in un mondo distopico, e a rivendicare i propri diritti. Nel momento in cui tutti i cittadini sono chiamati a farsi «rescuers» di stessi, Anonymous rivendica di essere una «idea», un ideale fondato sui valori universali di

BDD-A25229 © 2016 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:50:24 UTC)

giustizia e libertà[19]. Del resto questo slittamento da un modello-*Fairy Tale* a un modello-mito sembra corrispondere al carattere stesso dei «nuovi movimenti» del mondo globalizzato, nel quale, mentre è sempre più difficile riconoscere un antagonista (PERSECUTOR) ben identificato (come era nel caso della lotta di classe nella società industriale), le azioni di emancipazione avvengono nel nome di principi generali (ecologia, diritti personali, culturali, di genere) che coinvolgono la massa degli attori, e che rappresentano l'ideale di una missione universale.

Bibliografia

Amossy 2010: Ruth Amossy, *La présentation de soi.* Ethos *et identité verbale*, Paris, PUF.

Anonymous 2013: *Anonymous on Anonymous*, London, Imaginary Book Co.

Beccaria 2012: Antonella Beccaria, *Anonymous. Noi siamo legione*, Roma, Aliberti.

Charaudeau 2009: Patrick Charaudeau, *De l'argumentation entre les visées d'influence de la situation de communication*, http://www.patrick-charaudeau.com/De-largumentation-entre-les.html; consultato 10.11.2015.

Charaudeau, Maingueneau 2002: Patrick Charaudeau, Dominique Maingueneau, *Dictionnaire d'Analyse du Discours*, Paris, Seuil.

Coleman 2016: Gabriella Coleman, *I mille volti di Anonymous*, Viterbo, Stampa alternativa.

Ducrot 1984: Oswald Ducrot, *Le dire et le dit*, Paris, Minuit.

Frediani 2012: Carola Frediani, *Dentro Anonymous. Viaggio nelle legioni dei cyberattivisti*, e-book, Informant.

Gardin 2002: Bernard Gardin, voce «locuteur collectif», in Charaudeau, Maingueneau 2002: 352–353.

Goode 2015: Luke Goode, *Anonymous and the Political Ethos of Hacktivism*, in «Popular Communication», 13, p. 74–86.

Guespin 1985: Louis Guespin, *Nous, la langue et l'interaction*, in «Mots», 10, p. 45–62.

Jowett, O'Donnell 1992: Gart Jowett, Victoria O'Donnell, *Propaganda and Persuasion*, London, Cassell.

Karpman 1968: Stephen B. Karpman, *Fairy tales and script drama analysis*, in «Transactional Analysis Bulletin», 7 (26), p. 39–43.

Lakoff 2004/2006: George Lakoff, *Non pensare all'elefante!*, Roma, Fusi orari.

Lévy-Strauss 1980: Claude Lévy-Strauss, *Mito e significato*, Milano, Il Saggiatore.

Maingueneau 1993: Dominique Maingueneau, *Le contexte de l'oeuvre littéraire. Énonciation, écrivain, société*, Paris, Dunod.

Maingueneau 2002: Dominique Maingueneau, *Problèmes d'ethos*, in «Pratiques», 113–114, http://dominique.maingueneau.pagesperso-orange.fr/pdf/Ethos.pdf; consultato 10.3.2016.

Maingueneau 2004: Dominique Maingueneau, *Hyperénonciateur et 'particitation'*, in «Langages», 156, p. 111–127, http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/issue/lgge_0458-726x_2004_num_38_156; consultato 23.4.2016.

Manifesto Hacker 1986: The Mentor, *The Hacker Manifesto*, https://gist.github.com/FiloSottile/3787073; consultato 22.12.2015.

Moeschler, De Spengler 1982: Jacques Moeschler, Nina De Spengler, *La concession ou la réfutation interdite, approches argumentative et conversationnelle*, in «Cahiers de linguistique française», 4, p. 7–36.

Olson 2013: Parmy Olson, *Noi siamo Anonymous*, Milano, Piemme.

[19] Indipendentemente dal fatto che le varie operazioni siano tuttora rivolte verso obiettivi concreti e specifici.

BDD-A25229 © 2016 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:50:24 UTC)

Orkibi 2008: Eithan Orkibi, *Ethos collectif et Rhétorique de polarisation: le discours des étudiants en France pendant la guerre d'Algerie*, in «Argumentation et Analyse du Discours», 1, www.aad.revues.org; consultato 23.3.2016.
Orkibi 2012: Eithan Orkibi, *The French Students and the Algerian War: Collective Identity and Expression*, Paris, Syllepse.
Perelman, Olbrechts-Tyteca 1958/1966: Ch. Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca, *Trattato dell'argomentazione. La nuova retorica*, Torino, Einaudi (ed.or. 1958).
Pirazzini 2016: Daniela Pirazzini, *La rappresentazione in linguaggio della GIUSTIZIA come FIABA. Modelli argomentativi della discriminazione nella cultura digitale francese e italiana*, in «Lingue e Linguaggi», 17, p. 155–180.
Propp 1949: Vladimir J. Propp, *Le radici storiche dei racconti di fate*, Torino, Einaudi.
Stewart *et al.* 2007: Ch. J. Stewart *et al*., *Persuasion in Social Movements*, Long Grove, Waveland Press.
Touraine 2004: Alain Touraine, *Un nouveau paradigme. Pour comprendre le monde aujourd'hui*, Paris, Librairie Arthème Fayard.
Van Rees 2009: Agnes Van Rees, *Dissociation in Argumentative Discussions*. *A Pragma-Dialectical Perspective*, «Argumentation Library», 13, Berlin, Springer.

From Fairy Tales to Myth: Argumentation and Collective *Ethos* in the Anonymous' Releases

This article focuses on the *ethos* of the cyberlibertarian movement Anonymous. Since 2008, Anonymous have made many so-called distributed-denial-of-service (DDoS) attacks on a range of government, police and copyright organisation websites, thus achieving the fame of «hacktivist». Despite the concealed identity of its members (the hidden face with the mask of Guy Fawkes is by now well known), the movement aims at displaying an homogeneous and positive self-image, publishing messages, videos and press-releases on the web, and developing a sort of «brand identity». For that reason, it is possible to attribute a «collective *ethos*» to the group.

The paper investigates the language of Anonymous aiming at showing the rhetorical strategies used by the Anons in their messages. In some of them (e.g. the «message to Scientology», here considered), the enunciator plays the role of a "rescuer", which relies on and draws his effectiveness from the «Fairy Tales» cognitive model. Legitimization and persuasion are achieved through a language with a style that reminds of legal and prophetic formulas. As the movement begins to pursue more overtly political and moral objectives, attacking any form of censorship and surveillance, a mythical vision based on libertarian values emerges. In this new context, ideally linked to the hacker origins of the movement, Anonymous presents itself as an «idea».

BDD-A25229 © 2016 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:50:24 UTC)