



## Recensione

Giovanantonio Forabosco \*

**Amietta Pier Luigi, *Che c'è da ridere? Anatomia del Risibile con Formula del Comico-Umoristico*, Franco Angeli, Milano, 2015, pp. 452, Euro 42.**

Il libro di Amietta va letto e discusso. Va letto perché è un testo di circa 450 pagine (con varie “testimonianze”, da Vittorino Andreoli a Franca Valeri) dedicate a un fenomeno affascinante. Va discusso perché richiede un’attenzione critica.

Il sottotitolo è “Anatomia del Risibile con formula del Comico-Umoristico”. E’ una dicitura opportunamente prudente, “formula” e non “*la* formula”. Del resto anche Donata Francescato nella prefazione è cauta:

“Amietta propone un “modello degli universali” in cui tre fattori: il valore, la distanza e il tempo vengono utilizzati per analizzare e differenziare tutti i generi, esplorando i meccanismi mentali che sono a *suo parere* [corsivo aggiunto] i veri detonatori del ridere” (p. 13).

Un primo punto di discussione è la scelta di usare la sigla Com-U (Comico Umoristico) per designare il fenomeno nel suo insieme. Risolvere la questione terminologica in italiano non è facile. Non esiste una parola che si presti a un uso generale, onnicomprensivo. Di solito vengono impiegati “comico” o “umorismo”.

In realtà ciascuno dei due termini è allo stesso tempo inadeguato e adatto. Inadeguato perché le specificità e le differenze non vengono adeguatamente denotate, adatto perché entrambi comunque assolvono il compito di far capire di cosa si stia parlando. Il contesto di solito è sufficiente a evitare

ambiguità ed equivoci. Aggettivare il comico come umoristico non sembra andare al di là di questo - sorvolando sul possibile dubbio che possa esistere un comico non umoristico (diamo per scontato che “umoristico” sia estensivo e non limitativo). Ma il linguaggio è in gran parte convenzione e quindi ogni proposta è, di per sé, legittima. Sigla abbreviante (Com-U) inclusa, almeno per il testo scritto.

La questione rilevante è però l’ambito internazionale della ricerca. Da oltre un quarto di secolo ormai è invalso l’uso generale del termine “humor” (con la variante inglese “humour”). Convegni internazionali, che si svolgano a Parigi (1992), Osaka (2000) o Hong Kong (2010), condividono l’etichetta unificante “humor” per indicare l’area di studio nella sua ampiezza (comprensiva di ironia, satira, parodia, aforismi, paradossi, clowning e via dicendo) nonché i diversi approcci disciplinari dedicati.

Il libro di Amietta è pubblicato da Franco Angeli Editore. Quando nei primi anni settanta si pose con Franco Angeli la questione di tradurre il titolo del libro curato da Goldstein e McGhee, *The psychology of humor* (1972), la scelta fu di lasciare il termine inglese, con una nota che lo equiparava al termine *sport* per la sua ampiezza semantica e facilità d’uso. Quindi, “humor” in trasferta fuori dei nostri confini, “comico” o “umorismo” in Italia possono essere le opzioni che mediano appartenenze e necessità comunicative.

Una lista in ordine sparso di alcune pubblicazioni italiane degli ultimi anni mostra come questa sia di fatto la linea adottata.

Giorgio Celli, *La scienza del comico*, Calderini, Bologna, 1982.

Alfredo Civita, *Teorie del comico*, Unicopli, Milano, 1984.

Luca Casadio, *L’umorismo. Il lato comico della conoscenza*, Franco Angeli, Milano, 2006

Pier Paolo Pedrini, *L’umorismo in pubblicità*, Peter Lang, Bern, 2006.

Alberto Dionigi, Paola Gramigni, *Psicologia dell’umorismo*, Carocci, Roma, 2010.

Matteo Andreone, *Lezioni di comicità*, Dino Audino Editore, Roma, 2013.

Rino Cerritelli, *La terapia dell’umorismo*, Carocci, Roma, 2013.

Marcello Cesa Bianchi ed al., *Umorismo, creatività e invecchiamento*, Aracne, Roma, 2013

Il punto però su cui ritengo più opportuno soffermarmi riguarda proprio gli elementi che compongono la formula proposta da Amietta.

La degradazione di valore o “svalorizzazione” è considerata da Amietta il “centro focale del Com-U” (p.102).

E’ un concetto già formulato in precedenza da altri studiosi. In particolare da Alexander Bain (1859), Lalo (1949) e Alfred Stern (1949). Alcuni autori lo hanno collegato alla teoria della

superiorità nella formulazione di Hobbes parlando di superiorità/degradazione (v. ad es. Koestler, 1964). E' soprattutto Stern che dà spazio e importanza alla "degradazione di valore". In *La philosophie du rire e des pleurs* (pubblicata nello stesso anno del libro di Lalo) propone una suggestiva teoria che mette insieme lacrime e riso come espressioni opposte di un analogo meccanismo. Non solo, ma fornisce a questa sua teoria unificante la denominazione di "teorie axiologique" (dal greco ἀξιός, prezioso, degno). Le lacrime si rapportano a valori minacciati, perduti, irrealizzati o irrealizzabili. Il riso, a valori degradati. Stern precisa anche che in questo caso si deve trattare di una degradazione leggera, non di una vera minaccia altrimenti si va nella direzione della perdita, e quindi delle lacrime.

E' curioso e significativo che l'osservazione più critica alla degradazione di valore come essenziale e "universale" elemento dell'umorismo sia collegabile a quello che già affermava Bergson (1900) a proposito di Bain e dell'idea di

"... definire il comico in generale come degradazione. Il ridicolo nascerebbe 'quando ci si presenta una cosa, prima rispettata, come mediocre e vile'. Ma se la nostra analisi è esatta, la degradazione non è che una forma della trasposizione, e la stessa trasposizione non è che uno degli espedienti per ottenere il riso" (p. 108).

L'esempio di *trasposizione* che Bergson presenta è dal solenne al familiare e cita una descrizione dell'alba riferita da Jean Paul Richter: "Il cielo cominciava a passare dal nero al rosso, simile a un gambero che cuoce".

Al di là della specifica formula della trasposizione (condivisibile o meno), quello che l'analisi di Bergson indica è la possibilità di letture teoriche alternative più convincenti e fertili.

Tra i meccanismi dell'umorismo sono stati descritti la violazione di regole e leggi, la rottura di schemi, la deviazione da norme ecc. Tra questi (o a questi riconducibile) c'è anche la degradazione di valore che è un possibile fattore, non un meta fattore. Amietta fa, tra gli altri, l'esempio dei cartoni animati in cui il personaggio disegnato resta sospeso nel vuoto fino a quando non si rende conto di essere in questa posizione. Dopo di che precipita. "Qui è il 'valore' della forza di gravità che viene capovolto nel suo assurdo contrario" (p.57). Sarebbe stato sufficiente – e il rasoio di Occam lo consiglia – parlare di *violazione* della legge di gravità senza particolari ulteriori attribuzioni in termini di valori. Naturalmente anche il gioco soggettività/oggettività, consapevolezza/inconsapevolezza entra nel meccanismo di generazione dell'effetto umoristico. Il concetto di "degradazione" può essere ed è stato letto e sostituito con modelli teorici diversi ed euristicamente più utili, in cui maggiore risulta essere la capacità di descrivere, spiegare e predire.

La valutazione di utilità euristica è empiricamente fattuale. Negli ultimi decenni sono state prodotte centinaia, addirittura migliaia di ricerche speculative, investigative e sperimentali. Nessuna di quelle entrate nel mio orizzonte di conoscenza si è rifatta al concetto di degradazione di valore. Uno dei pochi a riprendere questo costrutto dopo gli anni '50 è stato proprio Silvio Ceccato, di cui Amietta è stato collaboratore. Amietta rivolge il suo ringraziamento a Ceccato quale Maestro e cita una conversazione privata in cui erano stati posti i semi del *Modello degli Universali*. In effetti lo stesso Ceccato in due pubblicazioni a carattere divulgativo (Ceccato, 1968; Ceccato, 1970) parla di tale argomento.

“... il meccanismo del riso non è forse così misterioso. Almeno ad una prima rozza individuazione sicuramente no. Si tratta di soddisfare principalmente due condizioni: dare ad una situazione uno svolgimento inaspettato (prima condizione); ove l'inaspettato è meno nobile, più vile dell'aspettato (seconda condizione)” (Ceccato, 1968, pp. 133-134).

La seconda condizione è descritta come “caduta di valore”.

Ma da allora, fino ad oggi, questa teorizzazione non è stata oggetto di attenzione e di ripresa.

Prendiamo, a titolo di esempio campionario, gli articoli comparsi dal 1988 a oggi *sull'International Journal of Humor Research*. Non vi è nessun riferimento a questo concetto nei ben oltre 500 contributi dei diversi approcci disciplinari, dalla psicologia, alla linguistica, alle neuroscienze e così via. Del resto va detto che nel libro di Amietta non vi è, a sua volta, alcuna citazione di questi lavori né di molti dei diversi libri usciti nell'ultimo decennio. Tutto ciò a discapito di molti dati conoscitivi disponibili e del dibattito scientifico intercorso.

Un ulteriore indicatore dello scarso effetto della teoria della degradazione sul corpus di studi e di conoscenze esistente viene dall'*Encyclopedia of Humor Studies* (2014). In oltre 900 pagine (in due volumi), più di 300 voci e 200 contributori la teoria della degradazione di valore non trova menzione e attenzione (neppure critica), a favore di altri costrutti teorici e modelli esplicativi, come la General Theory of Verbal Humor (GTVH) di Attardo e Raskin (1991), per richiamarne uno che ha invece stimolato una gran quantità di lavori e di approfondimenti.

Una considerazione in tono analogo va fatta per quello che Amietta chiama “distanza attenzionale dal traguardo di tendenza” che sintetizza elementi come l'aspettativa disattesa e la sorpresa. Nella ricerca, soprattutto della psicologia cognitiva ma anche della linguistica, ha avuto fin dai primi anni settanta ampia attenzione e sviluppo il processo di percezione di incongruità che descrive e analizza, in maniera sistematica e in un quadro teorico ampio, gli aspetti a cui Amietta fa riferimento (v., fra gli altri, per una sintesi Martin 2007). Si tratta di percezione strutturante (absit

l'errore fisicalista, ma anche quello mentalista) - non di ricezione passiva - che si attua mediante un procedimento di elaborazione mentale e dinamica del soggetto.

Il terzo "universale", il *tempo*, è comunemente riconosciuto come un fattore importante, e solitamente è visto in connessione con la rapidità nel segmento finale dell'elaborazione cognitiva che permette ed è condizione per l'effetto sorpresa.

In apertura di formula è riportata la componente denominata "linguaggio semiotico-enunciazione" che, in parole molto più povere indica la capacità di presentare (raccontare e interpretare) il materiale umoristico. E' giustamente indicata come un componente facilitante il raggiungimento dell'effetto umoristico (di efficacia nella performance), non un elemento esplicativo di come l'umorismo funzioni.

Da un punto di vista descrittivo ed esplicativo, un limite complessivo dell'impianto della formula è che non rende adeguatamente conto di che cosa specificamente differenzi l'umorismo da altri fenomeni che umoristici non sono come l'insulto, l'offesa, la dissacrazione, il disprezzo ecc., in cui vi è degradazione di valori, e che pure possono darsi in modo inatteso e repentino.

La proposizione di Amietta su cui maggiore può essere la condivisione è quella che riguarda l'umorismo come "atteggiamento". Questa evidenza sia il carattere di soggettività che quello di intervento attivo della persona nello strutturare l'esperienza umoristica. Si parla in vari studi anche di senso dell'umorismo come "tratto" di personalità, vale a dire di una caratteristica stabile, duratura e rilevante. E' da distinguere da una condizione temporanea, occasionale, di "stato", che è quella che comunque consente a ogni individuo, magari superficialmente, di ridere di una barzelletta. Quando invece si ha un atteggiamento, un tratto di personalità umoristico, questo riguarda un modo vantaggioso di vedere le cose, di vivere le esperienze con una qualità e un senso che Freud descriveva come un "dono prezioso" (Freud 1928).

## Riferimenti bibliografici

Attardo Salvatore. (a cura di), *Encyclopedia of humor studies*. (Vols. 1-2). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014.

Attardo Salvatore, Victor Raskin, Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model, *Humor. International Journal of Humor Research*, 4: 3-4, 1991, 293-347.

Bain Alexander, *The Emotions and the Will*, Longmans, London, 1859.

Bergson Henri, *Il riso. Saggio sul significato del comico*, BUR, Milano, 1961 (ed. or. 1900).

Ceccato Silvio, *Cibernetica per tutti 1*, Feltrinelli, Milano, 1968.

Ceccato Silvio, *Cibernetica per tutti 2*, Feltrinelli, Milano, 1970.

Freud, Sigmund, Humor. *International Journal of Psycho-analysis*. 9, 1-5, 1928 [1927].

Goldstein Jeffrey H., McGhee Paul E. (a cura di), *La psicologia dello humour. Prospettive teoriche e questioni empiriche*, Franco Angeli, Milano, 1976 (ed. or. 1972)

Koestler Arthur, *L'atto della creazione*, Ubaldini, Roma, 1975 (ed. or. 1964).

Lalo Charles, *Esthétique du rire*, Flammarion, Paris, 1949.

Martin Rod A., *The Psychology of Humor. An Integrative Approach*, Burlington, MA: Elsevier, 2007.

Stern Alfred, *Philosophie du rire et des pleurs*, PUF, Paris, 1949.

\*Un ringraziamento va a Matteo Andreone per gli opportuni commenti.