



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

Corso di Laurea  
magistrale  
in Lingue e Civiltà dell'Asia e  
Africa Mediterranea

Tesi di Laurea

## **Cosa fa ridere?**

*Analisi comparativa della comicità nelle versioni italiana e giapponese del  
format "LOL/ HITOSHI MATSUMOTO presents Documental "*

**Relatore**

Prof. Toshio Miyake

**Correlatore**

Prof. Patrick Heinrich

**Laureando**

Luca Baici  
Matricola 852112

**Anno Accademico**

2021 / 2022



# INDICE

---

<b>ABSTRACT</b>	<b>4</b>
<b>要旨</b>	<b>4</b>
<b>INTRODUZIONE</b>	<b>6</b>
<b>STATO DELL'ARTE</b>	<b>8</b>
<b>METODOLOGIA E LIMITI DELLA RICERCA</b>	<b>10</b>
<b>TERMINOLOGIA DELLO HUMOR</b>	<b>11</b>
<b>1 ASPETTI PSICOLINGUISTICI E TIPOLOGIE DI HUMOR</b>	<b>14</b>
<b>1.1 COS'È LO HUMOR?</b>	<b>14</b>
1.1.1 <i>LA SUPERIORITY THEORY</i>	16
1.1.2 <i>LA INCONGRUITY THEORY</i>	19
1.1.3 <i>LA RELIEF THEORY</i>	22
1.1.4 <i>FUNZIONE PSICOLOGICA E COGNITIVA DELLO HUMOUR</i>	25
<b>1.2 FORME DELLO HUMOR</b>	<b>28</b>
1.2.1 <i>LO SCAMBIO COMICO</i>	29
1.2.2 <i>BARZELLETTE</i>	30
1.2.3 <i>STAND-UP COMEDY</i>	33
<b>2 ASPETTI SEMANTICO-PRAGMATICI DELLO HUMOR</b>	<b>36</b>
<b>2.1 TEORIE SEMANTICHE DELLO HUMOR</b>	<b>36</b>
2.1.1 <i>SEMANTIC SCRIPT-BASED THEORY OF HUMOR (SSTH)</i>	37
2.1.1 <i>GENERAL THEORY OF VERBAL HUMOUR (GTVH)</i>	40
<b>2.2 ASPETTI PRAGMATICI DELLO HUMOR</b>	<b>43</b>
2.2.1 <i>LO HUMOR E IL COOPERATIVE PRINCIPLE (CP) DI GRICE</i>	44
2.2.2 <i>LA POLITENESS THEORY (PT) E LE IMPLICAZIONI NELLA COMICITÀ</i>	47
<b>2.3 FUNZIONE SOCIALE DELLO HUMOR</b>	<b>51</b>
2.3.1 <i>COESIONE AL GRUPPO E GERARCHIA</i>	52
2.3.2 <i>ESCLUSIONE E RIDICOLIZZAZIONE</i>	53
<b>2.4 HUMOR ED ETICA: TUTTA LA COMICITÀ FA RIDERE?</b>	<b>55</b>
2.4.1 <i>COME E PERCHÉ UNA BATTUTA PUÒ CONSIDERARSI OFFENSIVA?</i>	56
2.4.1 <i>STEREOTIPO COME IPOTESTO</i>	57
<b>3 ANALISI DEL FORMAT LOL/HITOSHI MATSUMOTO PRESENTS DOCUMENTAL</b>	<b>62</b>

<b>3.1</b>	<b>COMICITÀ E TELEVISIONE IN GIAPPONE</b>	<b>62</b>
<b>3.2</b>	<b>CARATTERISTICHE DEL FORMAT</b>	<b>63</b>
3.2.1	<i>IN GIAPPONE</i>	65
3.2.2	<i>IN ITALIA</i>	67
<b>3.3</b>	<b>ANALISI DELLA PRODUZIONE COMICA NEI FORMAT</b>	<b>68</b>
3.3.1	<i>STILI E TECNICHE DEI COMICI</i>	68
3.3.2	<i>ALTRI ASPETTI COMICI</i>	91
<b>3.4</b>	<b>INTERAZIONI TRA COMICI</b>	<b>97</b>
3.4.1	<i>CARATTERISTICHE DEI "POOL" COMICI</i>	97
<b>CONCLUSIONI</b>		<b>100</b>
<b>BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA</b>		<b>104</b>
<b>FILMOGRAFIA</b>		<b>107</b>
<b>FONTI ICONOGRAFICHE</b>		<b>108</b>

## ABSTRACT

---

L'umorismo è una caratteristica peculiare dell'essere umano e può essere trovato all'interno di ogni forma culturale. Ogni società attinge dalla propria cultura determinati aspetti che possono essere utilizzati all'interno dell'umorismo, creando forme sempre nuove e diverse per far ridere gli altri. Per questo motivo lo humor generato in un determinato contesto socio-culturale può non essere comprensibile altrove in egual misura. In questo contesto di diversità culturale dello humor, come si inserisce un format comico, nato in Giappone, ma che sta conquistando negli ultimi anni anche paesi europei?

Questo elaborato si ripropone di comparare il format *LOL/HITOSHI MATSUMOTO presents Documental* con lo scopo di individuare le caratteristiche culturali e sociali che sottintendono la creazione dell'umorismo tra l'Italia e il Giappone. La scelta del format è dovuta all'omogeneità delle regole del gioco. Avendo un ambiente di analisi che presenta le medesime caratteristiche si cercherà di delineare le caratteristiche dei comici, delle loro persone, dei loro personaggi e delle relazioni che stringono tra di loro in modo da delineare quali aspetti possiede lo humor creato nel format, in che misura vengono utilizzati e se alcuni di questi si presentano in entrambe le versioni del format o in che modo differiscono. L'obiettivo dell'elaborato sarà quello di comprendere maggiormente gli aspetti umoristici tra i due paesi e sviluppare gli strumenti per una migliore cooperazione culturale attraverso la comprensione delle caratteristiche culturali tra Italia e Giappone. La prima parte si concentrerà sull'introduzione allo humor da un punto di vista filosofico e psicologico. La seconda parte comprenderà gli strumenti per l'analisi semantica e pragmatica dell'umorismo. La terza parte sarà riservata all'analisi del format nelle versioni italiana e giapponese, dove verranno utilizzati gli strumenti descritti nei primi due capitoli per comprendere quali aspetti culturali vengano utilizzati dai comici attraverso le loro persone/personaggi, in che modo si avvicinano tra di loro (e col pubblico) i vari comici e a che tipo di comicità puntino.

## 要旨

---

ユーモアは人間の固有な特色で世界のすべての文化の中に見つけられることだと言える。どの社会でも文化から様々な様相を選び抜いて、その様相に可笑しさのしるしに与えられ、他の人を笑わせる時に使われるようになる。この可笑しさの要素は時に連れて変化すると言えるだろう。従って、笑える要素や笑わせる要素などのことは各社会的・文化的な背景によって異なり、ある社会には笑える話題が別の社会には同じ程度で笑えるわけではなく、逆に一切笑わせないかのせいもある。文化的に異なるユーモアの世界では、日本に初めて開始されたお笑い芸人の戦いの番組はヨーロッパのテレビではどう当てはまるのだろうか。

この論文では日本に Amazon プライムビデオで放送された「HITOSHI MATSUMOTO presents ドキュメンタル」とイタリアに同サービスで放送された「LOL – Chi ride è fuori」というお笑いテレビ番組の比較的的分析である。どちらも同じルールを持つので分析背景が両方に同じにする可能性があるだけあって、ユーモアを作る際、どの社会的・文化的の事柄を見つけられるかということは本論文の中心的目的である。この質問を答え得るためにお笑い芸人の特色、そのキャラクター、お笑いスタイル、他のお笑い芸人との関係などを分析されて、どのようなユーモアが作成されたのを確認して両方の番組の異同を発表する。この論文は両国のユーモア特色を最も理解を通じて、日本とイタリアの文化的様相をお互いに確認できるツールとしてきっかけとなるでしょう。このため、本論文は三つの部分に分かれた。第一部は哲学・心理学の立場からユーモアの呈出をして、「ユーモアはどのような感情によって生じたか」という質問を答えてみようとして一般的に賛成されたユーモ理論を分析して、その認知的・心理的役割を調べる。第二部は冗談をはじめとする滑稽な文の意味分析と語用分析のためのツールを紹介し、ユーモアの社会的とユーモアの倫理を探究する。第三部は前の部分に紹介された概要に基づいて両方のテレビ番組を分析して、ユーモアの作る際お笑い芸人がどのような文化的要素を使うか、他の参加者との関係をどのように結ぶのか、どのようなユーモアを図るのかという質問を対応する。

## INTRODUZIONE

---

L'umorismo può essere considerato come una delle forme di comunicazione più interessanti che l'uomo possiede. Esso è estremamente versatile, lo si riscontra in qualunque aspetto sociale o personale della vita di un individuo e può trasmettere informazioni su qualunque idea o argomento la mente umana possa concepire. Lo scopo principale dell'umorismo è quello di favorire la nascita della risata, e affinché questa venga generata è necessaria la presenza di un particolare sentimento di piacere. Quello che viene percepito come divertente genera nelle persone quell'emozione positiva che, come manifestazione fisiologica, conduce alla risata. Per il corpo e la psiche di un individuo, l'umorismo è fonte di innumerevoli vantaggi. Per esempio, permette di rilassare la tensione in seguito a un avvenimento stressante, sia a livello individuale, nello sdrammatizzare un proprio fallimento o errore; sia a livello sociale, come forma di auto-ironia per alleggerire la tensione di una figuraccia. Inoltre, permette la creazione di gruppi di individui accomunati da una medesima visione del mondo, creando un canale attraverso cui condividere esperienze e stringere rapporti interpersonali più saldi e duraturi. È stato studiato come la risata aiuti ad avvicinare le persone anche nei casi in cui stessero affrontando situazioni di crisi: se durante un litigio due persone trovano un appiglio per ridere insieme di un fatto, allora è molto probabile che il litigio andrà migliorando da quel punto in poi (Morreall 1983).

Tuttavia, questa sua versatilità è anche fonte della sua enorme ambiguità. Così come strumento per riunire le persone all'interno di un sentimento di condivisione e di accettazione, l'umorismo può altresì essere utilizzato come strumento per l'identificazione e il rafforzamento delle differenze tra individui. Questa funzione interpersonale dell'umorismo è stata dibattuta fin dall'antichità da filosofi come Aristotele e Platone, che ne condannavano l'utilizzo per trarre vantaggio a discapito degli altri. Questo aspetto dell'umorismo, tuttavia, è di difficile individuazione a causa della natura giocosa e goliardica che gli è stata attribuita nel corso del tempo. L'utilizzo di stereotipi all'interno di un testo umoristico lo rende uno strumento offensivo e poco etico da usare in una conversazione? Molti filosofi e studiosi hanno provato a rispondere a questa domanda. Alcuni di questi, come Bergmann (1986) e De Sousa (1987), ritengono che lo humor presentante stereotipi al suo interno sia in ogni caso offensivo e dannoso. Il punto della loro critica risiede sulla base del presupposto che tali stereotipi possono offendere qualcuno in quanto rimandano a situazioni ed esperienze che alcuni individui possono riconoscere come dolorosi, e il fatto di ridere ad un testo comico che li contiene equivarrebbe a sminuire il loro essere e le loro esperienze. D'altro canto, Goldstein (1995), Lengbeyer (2015) e Morreall (2020) ritengono che l'utilizzo di stereotipi all'interno della narrazione non sia di per sé la condizione che rende l'umorismo "cattivo". Essi riconoscono il ruolo giocato dal contesto nel determinare il tipo di risata che si otterrà, vincolando la produzione dell'umorismo a un dato momento e luogo e vedendo nello stereotipo un possibile mezzo linguistico più che retorico.

Oltre ad essere uno strumento linguistico a carattere sociale, l'umorismo presenta dei tratti esclusivi che lo rendono unico anche a livello culturale. Come caratteristica peculiare del genere umano è ritenuto

presente in tutte le società e culture sul pianeta. L'umorismo si presenta sotto diverse forme in base alle società in cui viene prodotto, e può manifestare delle variazioni anche a livello di subculture, gruppi etnici e sociali. I modi in cui esso si può differenziare da un gruppo all'altro possono riguardare i temi considerati come comici, particolari gesti, associazioni mentali e idee, espressioni del volto e azioni. Tutti questi caratteri permettono all'umorismo una differenziazione tale da garantirgli delle sfaccettature distintive in qualsiasi società e cultura, tali che uno stesso testo comico possa non essere intellegibile nella stessa maniera per due persone appartenenti a gruppi socioculturali diversi. Tutte queste differenze hanno la capacità di rendere particolare e unica ogni forma di umorismo prodotta. Una volta comprese possiedono la capacità di rivelare molto sul contesto nelle quali vengono prodotte. Riuscire a comprendere l'umorismo di un gruppo sociale diverso da quello a cui apparteniamo ci può consentire di raccogliere informazioni su come quel gruppo si rapporta coi propri membri, quali sono gli ideali che condivide o quali aspetti del mondo trova divertenti. Ci permette, insomma, di comprendere meglio gli altri e, in parte, anche noi stessi, in un lavoro di comparazione tra ciò che la risata accomuna nelle persone. Ed è altresì vero il contrario: capire ciò che può far ridere una persona permette di comprendere anche ciò che non la fa ridere o che potrebbe offenderla. Come accennato in precedenza, la forte componente culturale intrinseca nell'umorismo fa sì che una determinata immagine o idea, per esempio, possa essere considerata come divertente all'interno di un gruppo, ma per altri potrebbe essere considerata come banale, offensiva o discriminatoria.

Lo scopo di questo elaborato sarà quello di ricercare e di analizzare le forme di comicità utilizzate all'interno del programma televisivo comico di origine giapponese *HITOSHI MATSUMOTO presents Documental* (da qui in poi solo *Documental*), un il cui primo episodio è stato mandato in onda nel 2016 sulla piattaforma Amazon Prime, seguito recentemente anche dalle versioni di altri paesi, compresa quella italiana chiamata *LOL – Chi ride è fuori*, in onda dal 2020. Questo si ripropone di individuare quali siano le forme di comicità maggiormente utilizzate dai concorrenti nel gioco, di analizzare come queste vengano proposte e se presentino delle caratteristiche culturali specifiche che le rendano più o meno comprensibili a livello interculturale. Il punto chiave di questo elaborato risiede nel comprendere cosa fa ridere, ossia gli elementi che generano l'ilarità nel pubblico che osserva i due format, e permettere un maggiore sviluppo delle capacità comunicative tra gli individui nella ricerca di una maggiore cooperazione a livello interpersonale volta al riconoscimento e al rispetto reciproco. La prospettiva di fondo di questa ricerca considera l'umorismo come uno strumento pratico (e piacevole) per poter analizzare con uno sguardo critico alcuni aspetti della società – la nostra o un'altra – grazie anche alla capacità dello humor di decostruire le strutture sociali "preconfezionate" e dar loro un'ottica nuova.

Il seguente elaborato si dividerà nelle tre parti riassunte di seguito. Nella prima parte verranno analizzati gli aspetti psicolinguistici dello humor e alcune delle sue forme di comunicazione. Si vedrà cosa sia lo humor, come esso si manifesti a livello emotivo e psicologico andando ad introdurre alcune delle teorie più diffuse sulla produzione e ricezione a livello individuale dell'umorismo, insieme ad alcune delle più



importanti funzioni psicologiche e cognitive che esso possiede. Verranno presentate, inoltre, alcune delle forme di realizzazione più comuni dell'umorismo e utili in questo elaborato al fine di individuare e analizzare gli approcci e gli stili dei vari comici che verranno ritrovati nei formati televisivi. Nella seconda parte, verranno descritti alcuni aspetti sociolinguistici applicati all'analisi dei testi comici, introducendo la *semantic script-based theory* e la *general theory of verbal humor*, incentrate sulla ricerca di quella parte di significato che faccia scattare il meccanismo comico e le modalità di costruzione dell'opposizione semantica degli script. Successivamente, il focus si sposterà sulle teorie pragmatiche della comunicazione umoristica. Queste faranno riferimento al posizionamento dello humor all'interno della conversazione e alla relazione esistente tra comicità e cortesia in relazione alla questione della "faccia", concetto chiave della teoria di Brown e Levinson (1987), e dell'utilizzo dell'umorismo come strumento prosociale per la creazione, il mantenimento e la difesa della reputazione sociale degli individui. Il paragrafo 2.3 si svilupperà intorno alla capacità dell'umorismo di permettere agli individui di raggiungere una maggiore affinità e cooperazione, di stringere rapporti più saldi e duraturi, o di come esso sia utilizzato nella creazione delle differenze tra i vari gruppi attraverso un sistema binario esclusivista noi-loro che può basarsi sull'utilizzo di stereotipi come motore principale per la creazione di un'identità di gruppo, anche a discapito degli individui ritenuti, dal gruppo dominante, come "inferiori" o "diversi". Infine, il paragrafo 2.4 andrà ad analizzare le possibili implicazioni morali dell'utilizzo dello humor che presenta espressioni stereotipizzate. In questa parte si cercherà di dare una risposta alla domanda "è giusto ridere a una barzelletta che presenti caratteristiche stereotipizzate (razziste, sessiste, omofobe, ecc.)?". La terza e ultima parte dell'elaborato si concentrerà sull'analisi del format comico *LOL/Documental*. Verranno descritte le caratteristiche del format tra la versione giapponese e italiana, sottolineando eventuali differenze nelle meccaniche del gioco e osservando come queste possano o meno influenzare la partecipazione e le tecniche dei vari comici che vi parteciperanno. Successivamente, verranno esemplificati, grazie agli strumenti introdotti nella parte uno e due, gli stili, i personaggi e le persone dei vari comici e messi in relazione all'ambiente di gioco in cui vengono presentati. Verranno, inoltre, analizzate eventuali forme di comicità che includono una stereotipizzazione e localizzazione dei personaggi comici, in modo tale da capire se la presenza o meno di una determinata caratteristica o di uno stereotipo possa influenzare la percezione del pubblico sulla capacità comica del personaggio. In conclusione, verranno osservate le interazioni tra i vari artisti nel tentativo di osservare eventuali differenze sociali tra i concorrenti nella produzione comica, soprattutto in relazione a categorie come etnia, provenienza, fascia d'età, genere.

## **STATO DELL'ARTE**

L'ambito di studio degli humor studies può vantare una storia lunga tracciata fin dall'antica Grecia con i filosofi Aristotele e Platone, ma è solamente nell'ultimi due secoli che questa branca di ricerca si è espansa includendo tecniche d'analisi scientifiche che hanno permesso di comprendere, in modo sempre più preciso, come l'umorismo si manifesta negli individui e che cosa lo scateni. Al fine di comprendere il

piacere del divertimento sono stati condotti studi neurologici utili a comprendere quali aree del cervello si attivino durante la produzione e ricezione dello humor (Vaid 2002), così come numerosi studi psicologici atti a comprendere quali siano gli aspetti della mente umana che sottintendono il piacere generato dall'umorismo (Amemiya 2016), fino ad arrivare a studi filosofici sul pensiero e le idee che lo humor genera nelle persone (Morreall 2020, Kimura 2020). Lo humor è stato analizzato anche a livello linguistico e pragmatico, soprattutto in relazione all'influsso del contesto nella produzione comica (Raskin 1984, Attardo e Raskin 1991), al modo con cui si relaziona con i principi della conversazione (Grice 1989) e la relazione tra umorismo e personalità, di come questo sia utilizzato per creare, preservare e proteggere la propria immagine davanti agli altri (Goffman 1955, Brown e Levinson 1987). Tutti questi studi hanno permesso di comprendere meglio come l'umorismo si intrecci con le vite di ogni giorno delle persone, agendo su di loro sotto ottiche diverse, collaborando alla salute psico-fisica e sociale dell'individuo. La letteratura sugli humor studies è, quindi, molto varia e copre moltissime sfaccettature, utili alla comprensione di un fenomeno tanto complesso quanto naturale come quello del divertimento e della risata.

Per quanto riguarda l'analisi sull'umorismo in Italia sono stati condotti diversi studi incentrati principalmente sulle tipologie di humor più gradite dagli italiani (Forabosco e Ruch 1994) o ad analisi incentrate su opere o autori storici come Dante (Applauso 2019) o Pirandello (Hughes 1927). Nel campo delle analisi comparative sono presenti molte meno ricerche che si focalizzano sulla comparazione di forme umoristiche tra due paesi diversi. I lavori di Forabosco e Ruch sono stati condotti nell'ambito dello studio dell'umorismo tra Italia e Germania (Ruch e Forabosco 1996).

Per quanto riguarda l'ambito degli humor studies in Giappone, si può registrare una produzione prolifica a partire dalle prime fonti risalenti al XIV secolo con Zeami Motokiyo e Ōkura Toraaki. Il dibattito sullo humor si svolgeva all'interno delle forme di teatro tradizionali, come *kabuki* e *kyōgen*, in particolare durante il periodo Edo, dove col tempo si assistette ad una limitazione dello humor all'interno degli spettacoli in quanto associato a volgarità e oscenità. La cattiva reputazione dell'umorismo continuò in tempi moderno-contemporanei con l'appellativo dato all'era Meiji "l'era della risata vietata" in quanto il divario tra humor alto (basato su arguzia e ammirazione per i personaggi) e basso (caratterizzato da stupidità e senso di pietà verso l'oggetto della risata) si fece più marcata (Wells 1997). Con il periodo successivo si iniziò a cambiare l'approccio di ricerca, da filosofico-morale a scientifico e psicologico. Per una nuova ripresa dobbiamo aspettare il dopoguerra, con studi che spaziano dalla ricerca e comprensione degli aspetti più caratteristici della comicità giapponese (Abe et al. 2006), spesso impiegati nell'indagine volta verso altre forme di linguaggio, per esempio quello pubblicitario (Alden e Martin 1996). Particolare attenzione sembra essere riservata in Giappone alla relazione tra umorismo ed educazione (Neff e Rucynsky 2017). Ad oggi vi è una grande produzione in particolare di pubblicazioni dirette dei comici, come memorie e biografie, ed è possibile tracciare la storia e lo sviluppo della comicità giapponese (Wells 1997).

Lo studio comparativo dello humor è uno strumento importante che permette di capire al meglio come si sia evoluto e come si presenti oggi lo humor in uno o più Paesi, oltrepassando confini temporali, spaziali o anche sociali, come l'analisi di forme di comicità tra diversi strati della popolazione (C. Davies 2008). Questo elaborato si ripropone di svolgere una ricerca comparativa tra i principali artisti comici utilizzati dai dagli artisti giapponesi e italiani all'interno di due game show con le medesime regole di gioco. L'importanza di questa ricerca risiede in due aspetti. Il primo di questi è che l'ambito del format comico *LOL/Documental* su cui si basa la ricerca è finora inedito. Non sono state svolte ricerche a riguardo in virtù del fatto che il programma televisivo risale al 2016. Da questo punto di vista questo elaborato potrà essere considerato come un punto di partenza per comprendere meglio le produzioni comiche dei vari artisti all'interno di un ambiente concorrenziale a loro ostile (per il fatto che non potranno ridere) utile per successive ricerche sull'argomento. Il secondo punto di importanza è dettato dal fatto che questo potrebbe essere uno dei primi lavori a concentrarsi sulle forme umoristiche tra Italia e Giappone, svincolandosi dal passaggio obbligato dei riferimenti al mondo anglosassone. Ben poche ricerche comparative sono state fatte finora tra umorismo italiano e quello di altri paesi, ma sono inesistenti quelle tra Italia e Giappone, lasciando libera il campo di ricerca sotto quali aspetti le forme comiche dei due Paesi si assomiglino o si distinguano.

## **METODOLOGIA E LIMITI DELLA RICERCA**

La metodologia di ricerca del seguente elaborato si svolgerà tramite un'analisi comparativa delle forme di umorismo presenti nelle due versioni dei contest, una giapponese e l'altra italiana. La ricerca verrà svolta osservando il contesto di produzione dei testi comici all'interno del programma, osservando il modo d'espressione e gli stili comunicativi utilizzati per la produzione comica, eventuali altre forme di linguaggio non verbale (ad esempio la mimica facciale, imitazioni e travestimenti, ecc.) e la possibile direzionalità del testo. Verrà considerato non solo il contesto linguistico in cui viene prodotto il testo comico all'interno dell'analisi, ma si cercherà di capire le attitudini dei vari comici ad utilizzare le diverse forme di umorismo esistenti. Per questa ricerca si farà riferimento soprattutto sulla teoria di Grice (1989) sulla cooperazione all'interno di un discorso e alle sue violazioni nella produzione comica, e alle teorie sulla *politeness* di Brown e Levinson (1987) nel tentativo di individuare anche possibili episodi di *face-threatening* nell'umorismo e come questi possano essere risolti all'interno del programma. Inoltre, uno degli obiettivi del seguente elaborato è la ricerca di caratteri socioculturali specifici che possano caratterizzare le forme umoristiche create da comici giapponesi e italiani e individuare eventuali affinità o differenze strutturate tra le due produzioni. A tal fine verranno analizzate anche a livello semantico alcuni testi riportati nel programma in modo tale da comprendere come vengono create, pensate e percepite alcune forme umoristiche e sotto quali aspetti queste possano far ridere il pubblico, ossia individuare quali siano gli elementi semantici all'interno del testo comico che rimandino a specifiche caratteristiche socioculturali in modo da delinearne la relazione comica

tra le due. A tal fine verrà utilizzata l'analisi semantica e semantico-pragmatica delle due teorie introdotte dagli studiosi Raskin (1984) e Attardo (1991).

Un primo, importante limite alla seguente ricerca risiede nel fatto che non verranno analizzati espedienti comici all'infuori del programma televisivo. Gli esempi umoristici che verranno proposti in questo elaborato, quindi, saranno solamente una porzione della comicità prodotta in Giappone e in Italia e sarà limitato al solo scopo di descrivere i vari espedienti all'interno del format. Tutte le successive deduzioni circa la comicità in Giappone e in Italia basate su questa analisi saranno limitate ai comici che prenderanno parte al programma e non saranno valide come concetti generali e universali circa le forme e i caratteri umoristici presenti nei due paesi. Tutte le forme umoristiche analizzate verranno riprese all'interno del programma, in quanto le regole del gioco forniscono un ambiente di ricerca simile e ottimale per entrambe le versioni del format. Tuttavia, per comprendere al meglio le strategie umoristiche adottate dai vari concorrenti che partecipano al programma, verranno analizzate le forme di produzione umoristica attive, vale a dire quelle scene in cui un comico si esibisce in prima persona in una gag comica. Tale scelta è motivata in quanto non tutti gli elementi comici sono facilmente analizzabili poiché legati a un contesto più ampio e di difficile interpretazione se presi singolarmente. Di questa categoria rientrano soprattutto le battute (per la differenza tra battuta e barzelletta si veda il paragrafo successivo) in virtù della loro forte dipendenza dal contesto in cui viene prodotta. Scindere una battuta per analizzarla svincolandola dal suo contesto rischierebbe di strappare il velo umoristico che la ricopre, falsando o storcendo il risultato finale. Un ulteriore limite a questa ricerca è rappresentato dalla decisione da parte del laureando di analizzare solamente le stagioni uno, due e quattro del programma. La versione giapponese, infatti, può vantare quest'anno la sua decima stagione, mentre quella italiana conta, al momento, solamente due sole stagioni. La decisione di limitare il numero di stagioni della versione giapponese a tre è stata presa per poter fornire un'ottica generale sulla serie e sui cambiamenti presenti in ogni stagione presentata e poter presentare un numero di esempi adeguato alle due versioni del format. La scelta, inoltre, è giustificata dalla disponibilità delle stagioni sulla piattaforma di Amazon Prime Video. Nella versione della piattaforma disponibile in Italia, infatti, le stagioni di *Documental* sono limitate e la meno recente disponibile è la quarta.

## TERMINOLOGIA DELLO HUMOR

Il termine *umorismo*, e il suo equivalente inglese *humor*, discendono dalla forma latina *humorem* (liquido, fluido) che nella medicina classica greco-romana indicava i quattro principali fluidi corporei che regolavano la natura psico-fisica degli individui (Martin 2007). Nel linguaggio odierno si è conservato questo significato del termine in relazione a locuzioni come "essere di buon/cattivo umore". Uno squilibrio di uno di questi fluidi poteva condurre a stati emotivi alterati nelle persone (Hempelmann 2017). Il termine *umorismo* può infatti discendere dalla condizione medica per la quale un soggetto era affetto da un disquilibrio di uno dei liquidi, tanto da renderlo incline alla produzione racconti e storielle divertenti o nel trovare determinate

situazioni come buffe e ridicole. Le persone affette da umorismo non sempre erano ben viste agli occhi della gente: per tutto il Medioevo e fino a tutto il XVII secolo, infatti, si riteneva che l'umorismo fosse una pratica largamente negativa, in quanto non veniva ancora fatta differenza tra *ridere di* e *ridere con* una persona (Martin 2007). Non esistendo questa differenza, nella maggior parte dei casi la risata traeva la sua origine dallo scherno e dalla ridicolizzazione. L'atto verbale della risata cominciò ad essere socialmente più accettato solo dopo il XVIII secolo, quando con la popolarizzazione della ridicolizzazione allo scopo di intimidire e attaccare una persona (Martin 2007). Oggigiorno, con il termine umorismo si intendono tutte quelle azioni, verbali o meno, atte alla propagazione di un sentimento di piacere tra gli individui, e che possiedono specifici effetti psicofisiologici su coloro che vi partecipano. In italiano, tale termine si basa sulla traduzione del termine inglese *humour* e viene applicato con le medesime accezioni di atteggiamento volto all'individuazione ed espressione degli aspetti bizzarri e incongrui della vita reale (Umorismo s.d). L'umorismo è una categoria aperta di cui al suo interno si possono riconoscere numerose forme per la produzione di sentimenti piacevoli che danno origine alla risata e al sorriso. Alcune di queste posso far uso di strumenti narrativi, come barzellette, altri che originano da commenti arguti, basati su processi cognitivi, atti a trovare delle incongruenze in ciò che una persona dice o fa, nel tentativo di metterla in ridicolo, come le battute. In inglese, il termine *humor* viene spesso utilizzato per indicare un tipo di comicità basato sull'emozionalità e cordialità, sul desiderio di condividere con altri una risata (Martin 2007). Contrapposto a questo si trova il termine *wit*, che indica quel genere di spirito che sfrutta processi cognitivi arguti e giochi di parole taglienti per creare una forma di comicità aggressiva e sarcastica, una forma meno apprezzabile di umorismo in quanto tendente all'esclusione (Martin 2007).

All'interno del contesto della lingua giapponese, la parola "umorismo" può venir tradotta con il termine di origine inglese *yūmoa* (ユーモア). Tale termine, introdotto nel XIX secolo, viene considerato come un termine generale da adottare per tutto ciò che viene considerato come comico o legato alla sfera della comicità e dell'umorismo (es. ユーモアセンス lett. "senso dell'umorismo"), diversamente dal termine *kokkei* (滑稽), già presente nella lingua giapponese, ma che non possiede un'altrettanta ampiezza di significato e si riferisce a qualcosa di sciocco, assurdo, per cui vale la pena ridere (Amemiya 2016). Si può riscontrare una particolare differenza in come il giapponese percepisce l'azione della risata; oltre al termine *warau* (わらう) che indica l'azione si accompagna anche un altro verbo: *emu* (えむ). La differenza sostanziale tra i due termini è rappresentata dalla condizione che mentre il primo definisce una risata sia fisica che fonica rivolta all'ambiente circostante e dalla caratterizzazione sociale; il secondo rappresenta una forma di risata solo fisica, senza la produzione fonica di divertimento tipica, generata da un piacere intrinseco in chi sorride (Amemiya 2016). Grazie a tale distinzione è possibile comprendere perché i comici vengano indicati spesso

con il termine di *o-warai geijin* (お笑い芸人) o artisti della risata, in quanto capaci di generare nel pubblico quel sentimento di piacere socialmente condiviso e che prorompe nel modo fragoroso che tutti conosciamo.

In questo elaborato, i termini italiano *umorismo* e la sua forma inglese *humor* saranno trattati come sinonimi, e quindi interscambiabili, formando un termine ombrello che racchiuderà tutte quelle strategie verbali o meno atte alla produzione di espedienti comici. Non verrà fatta alcuna distinzione simile a quella che sussiste tra *humor* e *wit*, precisando se e come l'umorismo possa essere considerato come qualcosa di aggressivo.

# 1 ASPETTI PSICOLINGUISTICI E TIPOLOGIE DI HUMOR

---

*Difficilmente è possibile trascorrere un giorno senza essere divertiti da qualcosa. Le vite di ognuno di noi sono circondate e immerse in un mondo fatto di riferimenti comici; dai programmi tv, ai canali radio, persino sui social. Citando Berger "Lo humor è ovunque"; e questi non si fa scrupoli ad alimentarsi di qualsiasi tema, soggetto o persona per sopravvivere, dalla politica, alla religione, allo sport fino ad arrivare alla sfera intima (Berger 1999). Ne siamo pervasi in quanto riesce a manifestarsi sotto numerose forme che colpiscono, lasciano stupiti e ci migliorano l'attimo. Ne siamo dipendenti in quanto ci fa gioire delle piccole incongruenze della vita o degli attimi di vulnerabilità. Ma che cos'è l'umorismo? Come fa a divertirci così tanto?*

*Nella prima parte di questo elaborato si proverà a dare una risposta a queste domande su che cosa sia lo humour, di come questo si manifesti e quali siano le meccaniche che lo rendono così divertente. L'obiettivo sarà quello di riassumere uno schema di analisi da poter utilizzare come punto di partenza per i capitoli successivi.*

## 1.1 COS'È LO HUMOR?

*Humour is a performative pragmatic accomplishment involving a wide range of communication skills including, but not exclusively involving, language, gesture, the presentation of visual imagery, and situation management. Humour aims at creating a concrete feeling of enjoyment for an audience, most commonly manifested in a physical display consisting of displays of pleasure, including smile and laughter. (Beeman 1999, 103)*

Con queste parole Beeman inizia il suo articolo sullo humor, fornendo un iniziale approccio di partenza su cui basare l'analisi di questo primo capitolo. Lo studioso sottolinea lo scopo che si prefigge l'umorismo, ossia la creazione di un sentimento piacevole per l'audience (Beeman 1999). La comicità viene quindi strettamente legata alla sfera dei sentimenti e alla loro creazione e manipolazione. L'emozione che induce alla risata fa riferimento a specifici criteri stabilendo l'appropriatezza e le eventuali risposte fisiologiche o psicologiche in chi le prova (Carroll 2014). Così come la paura fa riferimento al criterio soggettivo in chi la prova di fronte a un imminente pericolo, così la risata si basa su una valutazione che quanto è stato detto o fatto è considerabile divertente agli occhi di chi assiste. Affinché il pubblico rida il comico dev'essere capace di soddisfare tali criteri negli ascoltatori. Se avrà successo, allora l'audience proromperà in una risata. In caso contrario, potrebbe trovarsi di fronte a sguardi confusi o, alle volte, infastiditi. In aggiunta a questa prima descrizione vale la pena aggiungere che una persona deve essere in grado di riconoscere l'umorismo; in primo luogo, deve essere in grado di saper distinguere quello che è divertente per poi poter crearne a sua volta (Martin 2007). Lo humor presuppone una visione incongrua e sorprendente di idee, immagini o eventi, provvedendo alla creazione di uno stimolo emotivo legato ad un senso di frivolezza. Il processo mentale che garantisce la percezione dell'incongruità alla base della risata è chiamato *doppia associazione (bisociation)*, il quale si manifesta nel momento in cui un'idea, una parola o un'immagine viene percepita in modo

simultaneo secondo due o più schemi di significato considerati generalmente come incompatibili o non collegati l'uno all'altro (Martin 2007). Un esempio lampante di questa doppia rappresentazione cognitiva tra idee opposte sono i giochi di parole, dove un particolare concetto o idea viene sostituito con un *item cognitivo* opposto ma accomunato col primo tramite un'omofonia o una somiglianza tra le due. Lo humor, quindi, può essere classificato come un'emozione che, al pari di altri sentimenti come la gelosia o la paura, viene stimolata da particolari condizioni del mondo fisico, la cui manifestazione fisiologica è la risata (Martin 2007).

La risata è stata classificata come una delle espressioni vocali più radicate o primordiali negli esseri umani: è stato dimostrato come si manifesti già a ridosso delle 2-3 settimane dalla nascita, successiva solo all'abilità del pianto, e precedente alla parola, riscontrabile anche in bambini sordomuti (Vaid 2002). Si pensa che l'umorismo e la risata siano prodotti di una selezione naturale dei sistemi di comunicazione che, con l'evoluzione della specie umana a partire dai primati, si sia specializzata sempre di più tramite lo sviluppo cerebrale-cognitivo dell'essere umano, fino ad arrivare all'umorismo che conosciamo oggi (Martin 2007). Essendo una caratteristica fisiologica della nostra specie, ha permesso a ogni cultura umana al mondo di poter esprimere sentimenti ed emozioni tramite questo metodo, attraverso la definizione di particolari aspetti come qualcosa di buffo e di divertente (Carroll 2014). La forza e la pervasività di questa reazione è così radicata che la si può trovare in qualsiasi contesto sociale, dalla sfera pubblica a quella privata, rendendo così questa emozione una capacità universale nell'essere umano, presente in qualsiasi cultura e attuabile da chiunque (Martin 2007). La risata può essere manifestata secondo diversi gradi d'intensità, e non sempre è sinonimo che un individuo si sta divertendo: le risate false possono essere usate come scherno o modo ironico per prendersi gioco dell'interlocutore. In questo caso, da parte di chi ride non corrisponde un vero sentimento di divertimento. Anche il nervosismo e l'imbarazzo possono dare sfogo a una risata, ma anche in questi casi è totalmente assente quello stesso piacere che si prova in una risata scaturita da una situazione considerata esilarante (Vaid 2002). Lo scaturire di una risata dipende, inoltre, dallo stato emozionale in cui ci si trova. Supponendo di trovarci in una situazione di pericolo imminente difficilmente riusciremo a ridere. Il rischio, l'ansia o lo stress inibiscono la percezione di qualcosa come divertente e di conseguenza tali situazioni non scateneranno nell'individuo alcuno stimolo a ridere (Carroll 2014). Questo spiega perché facendo delle smorfie a un bambino, questi reagisca in modo diverso se si tratti di un viso conosciuto o di uno estraneo. Il senso di ansia generato dal viso sconosciuto inibisce nel bambino quella reazione di stimolo al divertimento, mentre al comparire di un viso conosciuto l'ansia cessa e cede il posto alla risata (Carroll 2014). È oltretutto possibile che la risposta della risata si manifesti grazie a degli stimoli involontari o sconnessi da un qualche tipo di coinvolgimento emotivo specifico (Vaid 2002). Cos'è, quindi, che scatena l'emozione del divertimento alla base della risata da comicità? Carroll, nella sua introduzione allo humor, descrive alcune teorie proposte da diversi studiosi alla base dell'origine della risata in risposta ad uno stimolo comico. Queste teorie cercano di dare una risposta a come nasce il sentimento di divertimento che pone le basi per la



creazione della comicità e che porta le persone a ridere di una determinata situazione o in risposta a un determinato stimolo (Carroll 2014).

### 1.1.1 La superiority theory

“Mio fratello sta delle ore davanti allo specchio con gli occhi chiusi.”

“Davvero? E per quale motivo?”

“Vuole vedere la sua faccia quando dorme!”

(Barzellette divertenti s.d.)

La prima delle *humor theories* suggerite da Carroll è la teoria della superiorità o *superiority theory*. Questa teoria analizza la comicità secondo una serie di posizioni di potere, secondo cui l'atto della risata si manifesterebbe come una reazione all'infermità, bassezza, debolezza, inferiorità di una parte terza, con conseguente “innalzamento” della propria posizione o del proprio status (Carroll 2014). Questa teoria riesce a illustrare egregiamente il perché la rozzezza, la sbadataggine e l'incompetenza delle persone ci diverta così tanto, anche attraverso la creazione di un sentimento di trionfo e di superiorità, soprattutto a livello inconscio (Clark 1970). L'elaborazione di un discorso sulla teoria della superiorità si ritrova già in autori come Platone e Aristotele fino a tempi più recenti con Thomas Hobbes (Lintott 2016). I due filosofi greci, per esempio, avallarono la loro analisi sul comico indicando la risata come qualcosa di vile, soprattutto se basata sulla percepita superiorità di chi ride nei confronti di persone marcate come ignoranti (Carroll 2014). Questa loro posizione nei confronti del comico ha dato adito al pensiero che in due fossero contrari a qualsivoglia forma di divertimento in quanto percepito come elemento discriminante e non degno di essere inserito nella formazione dei filosofi e dei guardiani del modello di società come descritto nella *Repubblica* di Platone. Lintott, tuttavia, analizza come in realtà i punti di vista dei due autori greci, sebbene differenti, non fossero così critici nei confronti del comico: sia Platone che Aristotele non condannano fermamente la comicità come mezzo vizioso per discriminare gli altri, ma piuttosto riconoscono come l'umorismo possa essere usato come mezzo per sentirsi superiori agli altri, o a una versione passata di noi stessi (Lintott 2016).

La superiorità non viene, quindi, percepita come l'elemento *sine qua non* per la comicità. Secondo Platone, la comicità prodotta senza rimarcare una posizione di potere è non solo possibile, ma anche un mezzo virtuoso adatto a intrattenere gli altri, come aggiunge Aristotele (Lintott 2016). Piuttosto, entrambi i filosofi greci si concentrano sull'eticità della risata prodotta attraverso una forma di humor che fa uso di una sistematica derisione e ridicolizzazione dell'altro, soprattutto confrontando la propria conoscenza e quella altrui. Platone, infatti, riconosce che ciò che spinge un uomo a beffarsi di un altro è la percezione del ridicolo nata da una condizione di ignoranza, sia verso la conoscenza del mondo, sia verso sé stessi. La risata è generata da quel piacere nel vedere gli altri immersi nelle loro sofferenze e nella loro indtitudine, ed elevando quindi la propria posizione ad una di superiorità (Lintott 2016). È da quest'ottica che deriva la convinzione che Platone sia contrario al comico. Una deduzione erronea in quanto il filosofo era ben consapevole che non tutto lo humor nasce dal sentimento di superiorità percepito dalle persone. E riconosce, inoltre, la

differenza tra *ridere di* e *ridere con*, ponendo quest'ultima condizione come una forma eticamente corretta di comicità, in quanto priva della malizia generata dal sentimento di superiorità (Lintott 2016).

Il terzo filosofo che si occupò di dare una spiegazione di che cosa sia l'umorismo, e in particolare di come questo si manifesti secondo lo stesso meccanismo di superiorità visto anche in Platone e Aristotele, fu Thomas Hobbes (1588-1679). Come filosofo politico, Hobbes riconosceva nello humour il potere sommo e potente che potesse essere utilizzato dalla classe dominante nell'esercizio del suo potere (Berger 1999). Nel suo scritto *Il Leviatano*, il filosofo descrive il piacere derivante dalla risata come:

*The passion which makes those grimaces called laughter; and is caused either by some sudden act of their own, that please them, or by the apprehension of some deformed thing in another, by comparison whereof they suddenly applaud themselves. (Carroll 2014, 8)*

Anche per Hobbes, l'umorismo si baserebbe su una percepita superiorità del pubblico, di chi guarda la scena comica, nei confronti dell'oggetto della risata. Questa scaturirebbe da una percezione dell'altro basata sul riconoscimento delle sue debolezze e infermità, aumentando nello stesso tempo, la nostra percezione di noi stessi, e quindi contribuendo a quel senso di superiorità. Anche l'auto-umorismo viene concepito secondo una logica simile in quanto vengono messi a confronto i due stati, passato e presente, dove il primo mostra una versione dell'io goffa, stolta e degna di diventare l'oggetto della risata, mentre il secondo rappresenta una persona diversa e già consapevole della sua stoltezza precedente, ridendo ed elevando così la figura al presente come migliore – intellettualmente o moralmente – alla persona che eravamo in precedenza (Carroll 2014). Hobbes sembra quindi indicare che dietro alla risata o al sorriso ci sia sempre qualche motivazione o sentimento nascosto, un fondo di malizia che supporta il senso di superiorità di chi ride. Ma tale sensazione da sola può bastare a far ridere le persone? Lintott dimostra come, secondo Hobbes, il sentimento di superiorità non è l'unico requisito minimo per lo humor. Un altro aspetto da non dimenticare diventa anche la *novelty*, la novità:

*And forasmuch as the same thing is no more ridiculous when it growth stale or usual, whatsoever it be that moved laugh, it must be new and unexpected. (Lintott 2016, 354)*

Per Hobbes, quindi, la percepita superiorità tra gli individui è sì fonte di risata, ma da sola non è sufficiente. Questo ci permette di riconoscere anche in Hobbes una tendenza a non essenzializzare la teoria della superiorità come causa unica dell'umorismo ma a vederla come una concausa. Tutti e tre questi filosofi, infatti, non hanno presentato questa teoria come unitaria, ma si sono limitati a considerare la superiorità come un elemento importante nella creazione della comicità (Lintott 2016). Questa, infatti, non è in grado di spiegare in modo esaustivo come si manifesta la risata e il sentimento di piacere in una scena comica. I giochi di parole, per esempio, non sempre manifestano un senso di superiorità al loro interno; eppure, le persone li trovano

divertenti. Il divertimento viene scatenato in maniera del tutto indipendente dalla presenza o meno di elementi forti o deboli al suo interno.



Striscia 1 - Baby Blues <https://comicskingdom.com/baby-blues>

Prendiamo come esempio la vignetta sopra. La svolta comica ruota intorno al proverbio "An apple a day keeps the doctor away" (una mela al giorno toglie il medico di turno) dove il bambino interpreta le parole del padre in maniera differente, parafrasando il proverbio con una forma meno poetica e più diretta, legata ad un'interpretazione semplificata, ossia la paura dei medici delle mele. L'effetto comico, in questo caso, potrebbe non derivare né da una percepita superiorità della capacità delle mele di vanificare gli sforzi dei medici nel guarire le malattie. La scenetta ruota intorno all'interpretazione incongrua che il ragazzino fa delle parole del padre, basando la sua interpretazione su un significato diverso della locuzione "togliere di mezzo" che, mentre nel primo caso assumeva il significato di RENDERE SUPERFLUO; nel secondo caso assume il significato di ELIMINARE o ALLONTANARE. Tuttavia, la vignetta può lasciare spazio anche a un'interpretazione che si basa sulla teoria della superiorità. In questo caso, chi legge la striscia, conoscendo il senso 'congruo' del proverbio, può sfruttare tale posizione come podio dal quale proiettare la sua superiorità nei confronti del bambino, rappresentato dalla versione 'incongrua'. Tale posizione di potere, però, può essere minata se si considera il bambino come un elemento che non possiede le stesse capacità e conoscenze rispetto ad un adulto, come potrebbe essere il padre. Tale lacuna, infatti, non è generata da nessun deficit cognitivo del ragazzino, ma dalla sua inesperienza in materia di proverbi. In tal caso, si aprirebbe una questione etica sul fatto di percepirsi superiori rispetto a, o considerare inferiori, i bambini (come in questo esempio) in virtù della loro scarsa conoscenza del mondo.

La vignetta pone il problema circa fino a che punto la teoria della superiorità è valida a descrivere lo humor. Come si è già visto dall'esempio, non tutto l'umorismo prevede una relazione di potere tra due o più parti. I giochi di parole (di cui si potrebbe includere la striscia precedente), ad esempio, non sempre presentano il cambio di significato come il risultato di una percepita superiorità di chi narra la barzelletta rispetto al cambio di parola. Inoltre, questa sensazione di potere convogliata attraverso il messaggio comico è qualcosa di percepito solamente da chi ride alla scena. I valori considerati come superiori vengono contestualizzati all'interno di una "cornice preconfezionata", formata da stereotipi ed etichette, che funge da catalogo

all'interno del quale si muove la costruzione dello humor come mezzo per rendere inferiore l'altro (Kimura 2020). Spesso questo compendio attinge i propri elementi dai valori espressi dalla società in cui si vive, rendendo così più facile a chi vuol far ridere gli altri trovare quegli aspetti diversi e utilizzarli come materiale umoristico. Questo discorso verrà ulteriormente approfondito più avanti quando si illustrerà la funzione sociale dello humor come mezzo per allontanare e ridicolizzare il diverso (§2.3.2).

### 1.1.2 La incongruity theory

“Qual è la pena prevista per la bigamia?”  
“Avere due suocere”  
(Barzellette divertenti s.d.)

La seconda teoria che si andrà ad analizzare è definita come *incongruity theory* o teoria dell'incongruenza. Le basi di questa tesi sull'umorismo risiedono nella convinzione che, in una battuta o in un evento comico, ciò che produce ilarità sia la deviazione del nostro pensiero tra le aspettative fatte durante la narrazione e la soluzione illogica che viene presentata al termine della scena comica (Berger 1999). La chiave per questa forma di umorismo è il distacco da una presunta norma – sociale o culturale – che produce un'anomalia nel modo in cui percepiamo il mondo (Carroll 2014). Questa teoria, quindi, non basa la nascita di quel sentimento di piacere a cui fa capo la risata sulla presunta percezione di rapporti di forza o di superiorità nei confronti di qualcosa o di qualcuno, ma lo riconduce alla creazione di quel collegamento cognitivo che ci permette di carpire l'anomalia e di comprenderne quanto questa sia fuori dai nostri schemi. In questa teoria, incongruenza è un termine ombrello che può indicare diverse cose: inconsistenza, disarmonia, non conformità (Berger 1999). Il bacino di elementi incongrui, quindi, è molto vasto e, vista sotto quest'ottica, qualsiasi cosa che stona con la norma può essere designata come l'oggetto della sensazione di piacere. Anche la superiorità percepita in una situazione comica, come descritta nel paragrafo precedente, può essere considerata come una forma di incongruenza: quel sentimento di innalzamento personale causato dalle disgrazie altrui non è una situazione improbabile dove, moralmente parlando, dovrebbe sorgere un sentimento di empatia nei confronti dell'oggetto della risata (Carroll 2014). Ma come viene elaborata questa incompatibilità nel comico? È giusto dire che tutte le incongruenze generino divertimento? La causa della risata, e del piacere che ne deriva, è sempre derivante dalla presa di consapevolezza dell'incongruità tra l'immagine mentale creata tramite l'enunciato e la realtà oggettiva (Clark 1970). È stato dimostrato che il piacere derivante dal processo cognitivo di ricerca dell'incongruità attivi all'interno del cervello umano le stesse aree che sono coinvolte nei processi di gratificazione, trasformando la risoluzione e la comprensione dell'ambiguità nella chiave del piacere legato al testo comico (Bekinschtein, et al. 2011).

La percepita incongruità, tuttavia, è qualcosa di soggettivo, per cui due individui potrebbero non trovare la stessa incompatibilità divertente. Questa teoria, quindi, spiega l'umorismo in termini di *potenzialmente divertente*, dando all'emozione di divertimento un carattere puramente soggettivo. La risata è la manifestazione della presa di coscienza di questa incompatibilità. Questa si può manifestare sotto vari aspetti.

Possiamo trovare un'incongruità semantico-logica, come nei giochi di parole, incompatibilità nelle leggi naturali o nelle norme morali, una non conformità a livello emozionale, e via discorrendo. Questa teoria presuppone che l'incongruità venga generata da una problematizzazione nel senso dell'enunciato generato dalla trasgressione di regole o di norme che abitualmente diamo per scontate. Gli stereotipi, per esempio, forniscono un ottimo bacino di temi e immagini da poter essere utilizzati come elementi non congrui alla norma. L'esagerazione di uno o più di questi genera un distacco dalla norma evidente, che porta così alla risata (Carroll 2014). L'incongruenza viene enfatizzata ancora di più tramite l'accostamento di due personaggi, o situazioni, che presentano caratteristiche opposte. Basti pensare al duo Stanlio e Olio, dove al personaggio corpulento e scaltro impersonificato da Oliver Hardy è affiancato e contrapposto il personaggio magrolino e distratto di Stan Laurel.

Anche il conflitto di idee e percezioni gioca un ruolo importante nella costituzione dell'incoerenza. La mancata percezione corretta della propria situazione corrente porta i personaggi di film o spettacoli a compiere azioni non opportune, o che in ogni caso, una persona che segue le regole non avrebbe mai fatto. La risata è generata in questo modo dalla conoscenza del pubblico che quello che sta accadendo è qualcosa di estraneo, e lo si percepisce dall'errore del personaggio che sta commettendo questa incongruenza. Questo conflitto si gioca anche sul piano emotivo. La scena comica è dettata dall'errata interpretazione dei sentimenti altrui, agendo in modo esagerato o tendendo a minimizzare le emozioni degli altri. Queste situazioni spesso vengono associate con una mancanza di decoro o di tatto, dove la sbadataggine del protagonista è seguita dalla risata del pubblico (Carroll 2014). Di seguito si riporta un esempio tratto da Carroll che illustra questo genere di incongruenza:

*Julie calls the newspaper to post a notice of the death of her husband Fred. She asks the clerk at the paper how much this will cost.*

*The clerk replies, 'Five pounds a word.'*

*'Oh my', Julie sighs resignedly. 'Well, write this: Fred died.'*

*After Julie hangs up, the clerk feels badly about the widow Julie's plight.*

*He calls back and, lying, says: 'I forgot to tell you that for every two words you pay for in an obituary this week, you get three more words for free.'*

*'Wonderful', Julie exclaims. 'Write this: Fred died; Jaguar for sale' (Carroll 2014, 26)*

L'incongruenza in questo caso è data da due fattori: il primo è la risposta che Julie dà all'operatore del giornale. L'operatore – e a primo impatto anche il pubblico – si sarebbe aspettato un necrologio con qualche parola di cordoglio in più da parte della vedova, ma questa usa le tre parole gratuite concesse da questi per mettere in vendita la sua macchina. È questo il caso di un'incongruenza che viola, in qualche modo, il buon gusto a non approfittare di un necrologio per degli annunci privati. La seconda non conformità alla norma riguarda la sfera emotiva di Julie. Nessuno di noi si aspetterebbe che una vedova dichiari così

spudoratamente la vendita di una macchina nel necrologio al marito. Ci si aspetterebbe un messaggio più concitato sulla sua perdita, ma così non avviene, lasciando al pubblico quel senso di inadeguatezza nei confronti della situazione che porta alla risata. Come Morreall spiega, citando Kant, in queste situazioni non ridiamo perché ci riscopriamo moralmente superiori, in questo caso alla vedova, ma bensì perché le nostre aspettative sono state condotte fino ad un certo punto e poi dissipate nel nulla (Morreall 2020).

È il caso di aggiungere, però, che l'incongruenza da sola – al pari del sentimento di superiorità descritto nel paragrafo precedente – non è sufficiente a scatenare una risata. Questo perché il termine ombrello *incongruenza* possiede un valore troppo ampio e aperto per poter definire con certezza quale sia il giusto livello di deviazione dalla norma atto a far ridere il pubblico. In più, il gusto personale di ognuno influisce sulla percezione di quanto sia divertente una situazione anomala. La grande quantità di possibili incongruenze e il gusto dell'individuo, quindi, determinano il sentimento che ne potrebbe scaturire. In alcuni casi, ad una battuta o situazione comica che coinvolge un senso di inadeguatezza o devianza, gli spettatori potrebbero non sentire quello stimolo di piacere che precede la risata, ma altresì sentimenti opposti, come ansia o paura (Carroll 2014). La premessa necessaria affinché una situazione surreale generi in noi quel senso della risata è che tale non rappresenti una fonte di rischio o di danno, quindi, che non la si percepisca come un pericolo immediato rivolto a noi stessi. È l'esempio del bambino che ride se i genitori gli fanno le smorfie ma che piange se a fargliele sono degli sconosciuti. Il volto del genitore è familiare, il bambino sa che l'espressione che portano non è così deformata come nel momento della smorfia e ride (inconsciamente) per l'incongruenza generatasi con il confronto tra l'espressione usuale – l'espressione come la vede tutti i giorni, e quindi quella percepita come normale – e quella distorta. Ma, se per far ridere, questa incongruenza non deve essere una minaccia prossima a noi, come spieghiamo tutte le volte che ci ritroviamo a ridere quando una persona si fa male cadendo dalle scale o scivolando sul ghiaccio? Come abbiamo visto in precedenza, ridere degli errori altrui può essere considerato come una presa di posizione superiore da parte nostra nei confronti nel mal capitato. La teoria della superiorità ha insita l'idea di porre al centro dell'attenzione il sé, generando così un senso di orgoglio personale (Carroll 2014). Tuttavia, se questo fosse vero, dovremmo ridere per chiunque si faccia male, sia un estraneo o una persona noi vicina. Eppure, per coloro che conosciamo proviamo più ansia e apprensione che divertimento in situazioni simili. Se osserviamo la stessa scena applicando, però, la teoria dell'incongruità possiamo interpretarla come una deviazione dalla norma, in questo caso lo stare in piedi in equilibrio. Bisogna, tuttavia, tener presente che ridendo del dolore altrui lo si fa sempre in relazione a una terza persona a noi sconosciuta o addirittura fittizia. Chi narra la scena comica o racconta la barzelletta, quindi, deve saper marginalizzare o deflettere il potenziale ansiogeno o dannoso della storia su personaggi che non evocano in noi alcun sentimento di pietà o compassione, pena l'archiviazione di una risposta emotiva opposta a quella della risata. Tramite un'intonazione diversa nella narrazione o l'utilizzo di frasi d'apertura particolari, il comico è in grado di creare una differenza ontologica tra il pubblico e il protagonista della battuta, permettendo così di riscontrare tutte le incongruità della storia, senza

però che simpatizzi per il disgraziato (Carroll 2014). Anche il *black humor* lavora sullo stesso piano. Vengono fornite immagini forti e scandalose allo scopo di fare satire, di scandalizzare quelle persone che tendono a romanticizzare ed empatizzare il rapporto con i personaggi deboli e svantaggiati presenti nelle narrazioni (Carroll 2014).

Per concludere questo paragrafo, gli aspetti da tenere in considerazione di questa teoria è che le incongruità che si va a ricercare in una battuta comica non siano (1) ansiogene per il pubblico; (2) disturbino lo stesso creando sentimenti di pietà e compassione nei personaggi; (3) che siano in grado di stimolare la mente di chi le ascolta, spesso creando una sorta di rompicapi che però non danno il risultato che il pubblico si aspetta, creando quell'incongruenza che prorompe nella risata, ma che tuttavia non fornisce una soluzione precisa al problema proposto. Come per la teoria precedente, anche questa presenta un limite che ne pregiudica l'universalità d'applicazione: non esiste, infatti, una categorizzazione netta e precisa di cosa sia ambiguo e incongruo e cosa no. Essendo questi due dei parametri soggettivi è difficile dar loro uno spazio che possa racchiudere le caratteristiche essenziali per poter trarre una teoria universale (Carroll 2014). Inoltre, ci sono situazioni incongrue che però non scatenano ilarità e divertimento nelle persone, o non in tutte quanto meno. Tuttavia, questa teoria può essere associata ad altre per poter formare un quadro più completo di cosa possa scatenare il divertimento del comico nelle persone.

### **1.1.3 La relief theory**

La terza teoria che verrà illustrata in questa prima parte della definizione su che cosa sia l'umorismo è la teoria del rilascio o *relief theory*. Il presupposto su cui si fonda è che il sentimento di divertimento che sta alla base della risata sia scatenato da un rilascio (*relief*) dell'energia utilizzata per inibire determinati sentimenti (Carroll 2014). La mente viene percepita come un sistema idraulico, dove il fluido, in questo caso i veri sentimenti percepiti dall'essere umano, vengono rallentati o ostruiti da dei filtri e barriere composti da norme sociali e culturali, o da fattori ansiogeni e stress (Carroll 2014). Nel suo saggio *The Joke and its Relation to the Unconscious (Der Witz und seine Beziehung zum Unbewussten)* del 1905, Freud tenta di analizzare il comico e le battute, in funzione di mezzo attivo sul piano inconscio, per dar sfogo a tutta una serie di emozioni primordiali e animalesche che altrimenti verrebbero escluse dalla norma comportamentale di una società civilizzata. In particolare, Freud espone come diversi stimoli appartengano a uno o l'altro regno – quello umano o quello animale – in base a che scatenino risposte emotive nel cervello, associato all'uomo, al razionale, o nei nervi, associati agli animali (Freud 2003). La battuta rappresenta il momento in cui si libera tutta la tensione accumulata nella repressione di quelle sensazioni "animalesche", in una ricerca di libertà dal pensiero critico e razionale. In condizioni normali, il rilascio di questo sfogo è ostacolato da vari fattori, che Freud identifica come "interni" o "esterni": gli ostacoli del primo tipo coinvolgono direttamente un interlocutore, viene inibito l'impulso a offenderlo o a fargli del male; quelli del secondo invece sono considerati più legati al senso estetico e sociale della società in cui si vive, inibendo quindi quell'impulso che tenderebbe a

offendere istituzioni politiche e religiose come gli stessi valori morali delle persone (Freud 2003). Lo sfogo, quindi, ha come obiettivo la rimozione di queste inibizioni. Il piacere che si prova dopo una risata altri non è che il risparmio che si fa di questa forza, ossia la battuta e la comicità fungono da tramite grazie a cui questa energia non viene accumulata per mantenere le apparenze e i costumi, ma viene risparmiata dando sfogo alle inibizioni. Freud si avvicina a questo rilascio analizzando alcune situazioni che generano la risata. La prima di queste sono le battute (*Witz*). Per Freud, queste si possono dividere tra battute *non tendenziose* (*non-tendentious*), ossia quelle che sono più concentrate a un livello cognitivo, e *tendenziose* (*tendentious*), indicando tutte quegli artifici linguistici che si basano su uno sfogo a carattere sessuale o violento (Martin 2007). Tramite queste ultime viene liberata l'energia che verrebbe altresì impiegata per l'inibizione delle emozioni, in particolare quei sentimenti aggressivi e le pulsioni sessuali represses dell'uomo (Freud 2003). L'aggressività viene convogliata da parte di chi pronuncia il testo comico in una maniera che permetta di celare questo sentimento o, se indirizzata verso una parte terza, di ispirare lo stesso nelle altre persone presenti. Le battute a sfondo sessuale, invece, permettono a chi le enuncia – spesso un uomo – di manifestare il proprio desiderio sessuale nei confronti di una donna nel tentativo di metterla in imbarazzo e dando sfogo alla propria libido (Freud 2003).

Una seconda categoria che Freud analizza è il comico. Questo viene percepito più ad un livello non verbale, intellettuale o mentale e consiste in un confronto tra la realtà e l'anticipazione nella mente di quello che sta per accadere (Martin 2007). L'effetto comico dipende dalla differenza tra la catessi, ossia l'investimento di facoltà mentali in relazione a movimenti o azioni (Freud 2003). Nel vedere le azioni compiute da qualcuno, si vengono a formare delle aspettative nella nostra mente, e viene spesa molta energia nel pensare al modo in cui queste vengono svolte. Vengono considerati numerosi fattori: l'equilibrio, la coordinazione, la fluidità nei movimenti, ecc. Tutti questi fattori vanno a formare a creare delle aspettative nei confronti del risultato finale che, in definitiva, porta alla risata nel momento in cui questa azione non è stata compiuta nel modo corretto o con il risultato dettato dalle nostre anticipazioni mentali. Nell'attimo in cui ci viene negata la visione che si era creata nella nostra mente ci diventa chiaro quanto in realtà l'atto a cui stavamo pensando con tanta attenzione fosse in realtà qualcosa di semplice che compiamo tutti i giorni senza pensare. L'energia che si è accumulata, quindi, viene rilasciata tramite la risata.

L'ultima categoria ad essere analizzata è quella dello *humour*. Per Freud è quel rilascio di energia altrimenti impiegata per altri sentimenti come dolore o paura. Non si è optato per una traduzione del termine utilizzato da Freud con il più vicino termine "umorismo" in quanto, secondo l'autore:

*Humour is a means of obtaining pleasure in spite of the distressing affects that interfere with it; it acts as a substitute for the generation of these affects, it put itself in their place. The conditions for its appearance are given if there is a situation in which, according to our usual habits, we should be tempted to release a distressing affect and if motives then operate upon us which suppress that affect in statu nascendi. (Freud 1905 [2003], 254)*



Lo *humour* in questo caso può esser visto più come una forma di sdrammatizzazione dei sentimenti più che una vera e propria forma di umorismo. È considerato come un qualcosa di "raro", in quanto poche persone sono in grado di usare i momenti di sconforto, reindirizzandoli verso un sentimento di piacere (Martin 2007). Di fronte a una situazione per cui si sarebbe portati a provare delle emozioni forti legate all'ansia o al dispiacere, tali condizioni portano un individuo a rifugiarsi lontano da esse, rimpiazzandole in modo assurdo con una combinazione di parole o immagini che diano sfogo ai sentimenti negativi e lascino lo spazio per una risata (Freud 2003). In queste righe Freud ci propone l'attenuazione in chiave comica di un avvenimento di carattere negativo come un rilascio dell'energia mentale superflua e nel conseguente sorgere di quel sentimento di piacere che porta poi alla risata. Questo aspetto ci potrebbe aiutare a capire tutte quelle forme di autoironia e di sdrammatizzazione successive ad un avvenimento negativo. E Freud non c'è andato così lontano. Se lo scopo della risata è quello di compiacere un lato di noi stessi, di raggiungere una soddisfazione personale – sia essa la rimozione di un'inibizione o di sentimenti negativi – lo *humour* proposto dall'autore potrebbe esser una buona spiegazione sul motivo per cui alcune persone tendono a guardare ad avvenimenti dal forte impatto emotivo attraverso un'ottica diversa, distorta, in modo tale da alleviare quella tensione accumulata e rilasciare, appunto, quest'ultima sotto forma di risata. Lo *humour* visto in questo senso diventa un meccanismo di difesa che consente alle persone che affrontano situazioni difficili, a non venir sopraffatte dal momento e a vedere "il lato positivo" (Martin 2007).

La teoria del rilascio, quindi, vede nella soddisfazione provata nello scarico delle aspettative e della tensione accumulate durante la scena comica come l'innesco per la sensazione di piacere della risata. Questa teoria si allaccia bene alla teoria dell'incongruità vista precedentemente: il rilascio della tensione può essere inteso come una risposta all'assurdità presente tra i due enunciati che formano la scena comica. La decostruzione delle aspettative ad opera dell'incongruo e dell'assurdo porta al rilascio di tutta la tensione accumulata in attesa della soluzione. Esiste però un limite entro cui queste due teorie si sovrappongono. All'interno di quest'area di congiunzione si possono trovare quasi tutte le barzellette e battute, in quanto la loro struttura prevede un'incongruità tra i vari elementi e permette la creazione di quella tensione che dà luogo al rilascio emotivo. Forme di comicità come i giochi di parole, invece, non permettono al pubblico di anticipare nessun suggerimento o finale, per cui in questi casi possiamo trovare certamente un'incongruenza, soprattutto per quanto riguarda parole omofone ma dal significato opposto, ma il rilascio emotivo è inesistente. Sotto questa luce si staglia la prima limitazione alla teoria del rilascio, limite che si osserva anche nelle altre teorie precedentemente illustrate, ed è quello della non universalità della teoria. Anche in questo caso, la teoria del rilascio non può spiegare tutte le forme con cui il divertimento si può manifestare. Ossia, non tutte le situazioni comiche prevedono un rilascio di energia emotiva accumulata in precedenza (Carroll 2014). Oltre alle limitazioni imposte dalla non universalità, la teoria – e in modo particolare le teorie di Freud – viene poco considerata oggi per ulteriori ragioni. Innanzitutto, come illustrato da Morreall, la teoria secondo Freud per cui le varie forme con cui si manifesta l'umorismo siano un'operazione del

subconscio è smentita dal fatto che la formazione di una situazione comica può essere un'azione conscia, che richiede un'attenzione particolare, e non può essere qualcosa che lavora al di fuori del nostro controllo (Morreall 2020). È il caso questo dei comici che si esibiscono in *stand-up*, che preparano i loro spettacoli in previsione di una performance sui palcoscenici. Se fosse vero che l'atto del produrre qualcosa di comico è qualcosa di slegato dal conscio allora occupazioni come il commediante sarebbero sicuramente molto più complicate e basate su un continuo dialogo e dipendenza con il pubblico. Inoltre, diversi studiosi hanno condotto numerosi esperimenti per valutare la correttezza dell'ipotesi di Freud secondo cui gli individui che reprimono di più i propri impulsi sessuali e violenti siano tra quelli che più si divertono con battute a sfondo sessista o violento, dimostrando l'infondatezza della teoria e indicando come siano le persone che più esprimono questi impulsi a trarre più piacere da simili battute (Martin 2007). Sebbene questa teoria sia ormai poco seguita dagli studiosi di umorismo per le pesanti limitazioni di cui soffre – tra cui il fatto che analizza l'umorismo solamente da un punto di vista individuale, senza metterlo in relazione a fattori di tipo culturale o sociale – e le ricerche che hanno smentito alcuni dei punti cardine dell'analisi di Freud, rimane il fatto che la teoria del rilascio può ancora essere applicata insieme alle precedenti, in un'ottica comprensiva per poter descrivere come si manifesta l'emozione del piacere dell'umorismo soprattutto in relazione a situazioni di stress e ansia.

Tutte e tre le teorie viste finora, quella della superiorità, dell'incongruenza e del rilascio, insieme possono fornire un quadro generale in grado di racchiudere, anche solo parzialmente, la maggior parte delle forme di comicità e di divertimento. Ognuna di queste fornisce una spiegazione al perché certe forme di umorismo ci fanno ridere, cercando a modo loro di colmare i vuoti lasciati dalle altre teorie. Si potrebbe considerare ognuna di queste tesi, così come tutte le altre che non sono state analizzate in questa sede, come un diverso punto di osservazione affacciato su una montagna: da ognuno di questi posti si può osservare un paesaggio diverso, rappresentate il contenuto di ognuna delle varie teorie, ma è tuttavia solo un versante della montagna, il resto è coperto e sconosciuto a noi. È solo osservando il rilievo da tutti i suoi punti di osservazione che sarà possibile tracciarne un profilo più preciso di ciò che è lo humor e di come questo si manifesti sia psicologicamente (nel rapporto con l'io) sia socio-culturalmente (nel rapporto con gli altri).

#### **1.1.4 Funzione psicologica e cognitiva dello humour**

Si è visto nelle sezioni precedenti alcune delle teorie che hanno provato a dare una spiegazione a come nasce quel senso di piacere e divertimento che spingono l'uomo a ridere. La correlazione tra emozioni e divertimento comico è legata a delle caratteristiche che entrambi condividono, e anche dalla facilità con cui possono diffondersi all'interno di un gruppo esteso di individui. Come tutte le emozioni che l'essere umano prova, anche il senso di piacere dello humor è diretto verso degli oggetti, delle cose o persone considerate come divertenti (Carroll 2014). Ciò che viene percepito come divertente può variare in termini di persone,

culture o persino dipendere dalla classe sociale di appartenenza, ma in qualsiasi caso ogni risata ha un "bersaglio" verso cui è rivolta, esattamente come la paura può essere indirizzata verso qualcosa che viene percepita come un pericolo al nostro benessere fisico o emotivo. Al pari di altre emozioni, inoltre, il divertimento comico possiede un oggetto formale, un bacino di criteri di appropriatezza che governa la nascita o meno di tale piacere (Carroll 2014). Per poter godere del divertimento procurato da una battuta, per esempio, si deve ritenere la stessa esilarante, o quanto meno divertente. Ma per far ciò è necessario delimitare lo spazio entro cui posso distinguere un qualcosa di comico da un commento insensato, un consiglio o qualcosa di repulsivo. I criteri di appropriatezza non vengono posti solamente nel campo del comico, ma ogni emozione ha dei limiti all'interno dei quali opera. Qualcuno potrebbe essere disturbato da immagini violente, mentre qualcun'altro potrebbe godere nel vedere le stesse immagini. Lo humor non è da meno: per poter ridere di qualcosa è necessario *in primis* capire cosa si reputa come divertente e cosa no, cosa rimane dentro la *comfort zone* e cosa ne esce. L'ultima caratteristica da prendere in considerazione nel paragonare il divertimento comico a un'emozione vera e propria è il suo procedere per gradi: come ogni sentimento che l'essere umano prova, anche il piacere della risata è soggetto all'autocontrollo dell'individuo (Carroll 2014). Questa emozione può manifestarsi secondo diversi gradi, più o meno elevati, basandosi sul carattere della persona che la prova o dalla situazione in cui si manifesta. C'è differenza nel come ridiamo ad una barzelletta quando è detta tra amici o quando a esporla è il Capo di Stato. A parità di contenuto e dalla forma la nostra reazione sarà diversa ogni volta poiché il nostro autocontrollo esercita una continua supervisione sulle nostre emozioni, in modo tale da rispondere nella maniera più adeguata in relazione alla situazione proposta. Il comico, inoltre, possiede una funzione di carattere cognitivo. Uno stato di piacere attivo prende cognitivamente il sopravvento, modificando lo stato emotivo e la percezione verso un'analisi basata su aspetti comici, innescando un ciclo "virtuoso" che porta ad una visione più comica delle cose, spronando l'individuo a cercare il divertente e le incongruenze in altri aspetti della vita (Carroll 2014).

Lo humor non è solamente qualcosa che produciamo o assimiliamo per nostro preciso tornaconto; esso si posiziona all'interno di un contesto sociale e ci permette di provare piacere per situazioni assurde o imbarazzanti (Martin 2007). Esso possiede delle funzioni psicologiche che lo rendono un elemento principe nella formazione e mantenimento di legami interpersonali solidi nei gruppi umani. La prima di queste funzioni raggruppa i benefit cognitivi e sociali ottenute tramite le emozioni positive generate dallo humor. Abbiamo visto sopra come il piacere derivante dall'umorismo sia a tutti gli effetti paragonabile ad un'emozione umana come alla paura, e come quest'ultima ha un valore adattivo ben preciso: la paura, per esempio, spinge l'individuo che si trova in una situazione di percepito pericolo a prepararsi alla fuga o al combattimento. Nello stesso modo, l'emozione positiva del divertimento possiede un valore adattivo peculiare, anche se più difficile da rintracciare in quanto non possiede pattern d'azione specifici (Martin 2007). Le emozioni positive operano sull'individuo a livello psicologico-cognitivo, agendo come focus per un allargamento della sua attenzione rivolta non solo all'interno, per quanto riguarda la sfera dell'intelligenza, nella creazione di risorse

fisiche, intellettuali o cognitive; ma anche a livello esterno in una ricerca più attenta nella creazione i rapporti interpersonali, andando ad agire sul modo con cui sviluppiamo questi rapporti e di come li manteniamo e rinegoziamo (Martin 2007). Gli stati emozionali positivi generati dallo humour all'interno di un gruppo non hanno solamente il vantaggio di permettere agli individui di stringere rapporti più solidi basati su una condivisione di valori comuni, ma permette anche l'innescò di un effetto auto-fortificante nel mantenimento dello stesso: i buoni rapporti tra i membri di un gruppo portano a cercare più occasioni per ridere insieme, il cui effetto è proprio il rafforzamento della coesione interna, con un conseguente miglioramento non solo dell'umore, ma anche della produttività ed efficienza dello stesso.

La seconda funzione psicologica dello humor è il suo effetto sulla comunicazione sociale. Come accennato in precedenza, l'umorismo fa parte del gioco sociale nella continua negoziazione dei rapporti interpersonali. Tuttavia, tramite questo mezzo si possono veicolare più che semplici risate. Lo humor stesso diventa un mezzo di comunicazione indiretto e implicito per veicolare idee o opinioni che, se espresse in maniera più diretta potrebbero venir fraintesi o destare nell'interlocutore sentimenti tutt'altro che piacevoli (Martin 2007). L'umorismo, così facendo, diventa uno strumento per salvare la propria immagine per sondare le acque prima di poter esprimere il commento scottante. Basta pensare alle volte in cui, dopo un commento ironico, l'interlocutore non ride ma si agita, e la prima risposta che viene in mente a chi ha espresso tale commento è "stavo (solo) scherzando". Quello che è realmente successo è un test sulle predisposizioni del nostro partner. Se avesse risposto al nostro commento con una risata allora avremmo avuto la prova che la nostra opinione ha trovato campo fertile, influenzando l'interlocutore. In caso contrario, la via di fuga da un possibile e sgradevole scambio di insulti rimane quello di buttare sul ridere il commento poco gradito, sperando che l'altro si convinca della buona fede delle nostre parole. Proprio per questa sua funzione persuasiva, l'umorismo non è considerabile come una forza positiva. Il divertimento generato dallo humor può essere ottenuto a discapito degli altri, con la possibilità di rafforzare determinati gruppi ridendo di ciò che non è conforme a ciò che il gruppo stesso rappresenta (Martin 2007). Nell'umiliazione degli altri, la risata assume una funzione coercitiva per mantenere stabili e in ordine i membri di un gruppo, indicando il diverso come l'elemento di cui farsi beffa, ma anche stuzzicando i membri all'interno della cerchia quando deviano dalla norma (Martin 2007). Lo scopo dello humor è quello di dare piacere, ma è il modo con cui si ottiene questo piacere che ne determina la natura.

La terza e ultima funzione psicologica consiste nell'utilizzo dello humor come valvola di sfogo da situazioni ansiogene (Amemiya 2016). Come si è visto per la teoria del rilascio nel paragrafo precedente, l'umorismo può essere utilizzato come mezzo per lo scarico della tensione emotiva accumulata o come metodo per far fronte ad una situazione particolarmente spiacevole. Nella sua analisi sul rilascio della tensione, Freud si concentrò maggiormente sul rilascio di tale stress in relazione all'inibizione di pulsioni sessuali e aggressive nell'uomo. L'umorismo, secondo il filosofo tedesco, ha il suo scopo nel dar sfogo a quelle tensioni repressate inaccettabili per la società civile. In questo caso, il rilascio della tensione emotiva non ha niente a

che fare con l'inibizione di questi stimoli, permette un cambio di prospettiva su una situazione stressante o difficile in modo tale da farla apparire meno difficile (Martin 2007). È una forma di (auto)sdrammatizzazione: si opta per considerare una situazione come assurda, in modo da gestire cognitivamente ed efficacemente gli aspetti della vita quotidiana che minacciano il benessere individuale. La risata riduce l'ansia e permette agli individui di ragionare con maggiore flessibilità, innescando un meccanismo di regolazione emotiva (Martin 2007). Il rilascio della tensione tramite l'umorismo diventa un modo per evitare di essere sopraffatti dalle incombenze e dai sentimenti negativi. È una pratica questa che prende luogo in contesti sociali. Ridiamo *con* gli altri per sentirci meglio, ma ridiamo anche *di* altri per minimizzare o ridicolizzare i fallimenti o i successi altrui per poter far apparire migliori i nostri (Martin 2007). Anche in questo caso si ha una funzione sociale dell'umorismo come strumento per la creazione e mantenimento dei rapporti sociali. Più grande è la tensione accumulata e più forte è il rilascio nella risata. E se questa viene attuata in pubblico allora è in grado di fornire un deciso supporto alla coesione di un gruppo, ma possiede anche un forte potere alienante nello scenario in cui sia utilizzata per ridicolizzare gli altri.

## 1.2 FORME DELLO HUMOR

Come è stato accennato precedentemente, l'umorismo è una caratteristica innata dell'essere umano e si presenta nei suoi modi in tutte le società e attraverso innumerevoli contesti. Questa sua caratteristica "universale" ha indotto gli studiosi dell'umorismo a ritenere che si possa trovarlo in qualsiasi contesto, anche in quelli che di norma prevederebbero discorsi o maniere più serie o contenute (Tsakona 2017). Le

Language	Logic	Identity	Action
Allusion	Absurdity	Before/After	Chase
Bombast	Accident	Burlesque	Slapstick
Definition	Analogy	Caricature	Speed
Exaggeration	Catalogue	Eccentricity	Time
Facetiousness	Coincidence	Embarrassment	
Insults	Disappointment	Exposure	
Infantilism	Ignorance	Grotesque	
Irony	Mistakes	Imitation	
Misunderstanding	Repetition	Impersonation	
Over literalness	Reversal	Mimicry	
Puns, Word Play	Rigidity	Parody	
Repartee	Theme/Variation	Scale	
Ridicule		Stereotype	
Sarcasm		Unmasking	
Satire			

Tabella 1 - Forme dello humor (Berger 1999)

categorie principali che vengono tracciate all'interno dell'umorismo fanno riferimento a come la *punch line*, o frase ad effetto, viene posizionata all'interno del testo. Viene distinto così tra: (i) *jokes*, un qualsiasi testo comico; (ii) *canned jokes*, testi umoristici specifici e riciclati all'interno di diversi contesti; (iii) *conversational humor*, umorismo generato in un preciso momento e contesto e di difficile comprensione e riproduzione al di fuori di esso (Tsakona 2017). Ognuna di queste classificazioni può contare su un apparato cognitivo – o morfologico come lo identifica Berger – nella creazione dell'umorismo (Berger 1999).

Nella tabella Berger suddivide le strategie da lui riportate in quattro colonne: linguaggio, logica, identità e azione (Berger 1999)<sup>1</sup>. La sezione 'linguaggio' raccoglie tutte quelle forme di humor che basano la creazione dell'incongruo su fattori linguistici. Di questa categoria fanno parte tecniche come i giochi di parole, il sarcasmo o i doppi sensi. La sezione 'logica' raggruppa quelle forme che usano la formazione di idee o concetti per la creazione di situazioni illogiche. L'assurdo e l'incongruo tipico delle barzellette fa parte di questa categoria, dove due concetti opposti vengono messi in relazione all'interno della trama comica per generare la risata (si veda §1.2.2). La terza categoria è quella dell'identità e comprende quelle forme di humor che giocano con l'esistenza o mancanza di particolari aspetti, in particolar modo legati a un personaggio specifico, come nel caso della parodia o dell'imitazione. Infine, le strategie legate alla colonna dell'azione fanno uso esclusivo del linguaggio corporeo e non prevedono l'utilizzo di forme verbali per la creazione della risata. Basandosi su una categorizzazione delle strategie utilizzate per creare il comico si può operare un'analisi più profonda di come il sentimento della risata venga trasmesso attraverso diversi supporti ed in maniere diverse.

### **1.2.1 Lo scambio comico**

Prima di andare a introdurre alcune delle forme utilizzate per la trasmissione del messaggio umoristico è d'obbligo introdurre quali sono i ruoli principali di questa forma di comunicazione. Lo humor è una pratica prettamente sociale grazie alla quale gli individui si creano il loro spazio all'interno di una comunità. Le persone, infatti, tendono a ridere più spesso in contesti sociali o in presenza di altre persone come strumento per la formazione di legami interpersonali più forti (Abrahams 2021). All'interno di una qualsiasi scena comica – sia essa una barzelletta o una performance dal vivo – si possono riconoscere tre ruoli differenti: (1) l'umorista, ossia quell'individuo che produce l'elemento divertente; (2) il pubblico, ovvero chi assiste e per il quale lo scenario comico è prodotto; (3) l'oggetto della risata, il quale può essere animato o meno, reale o fittizio e che rappresenta il fulcro intorno a cui opera l'intera vicenda (Abrahams 2021). In certi casi questi tre ruoli vengono personificati dalla stessa persona, ma si tratta di casi particolari che presuppongono un tipo di umorismo di tipo autocommiserativo, dove viene messo in ridicolo il sé per piacere personale.

---

<sup>1</sup> Per questioni di brevità non verranno analizzate tutte le strategie presenti nella tabella. Lo scopo è quello di illustrare in modo sintetico una classificazione dei fenomeni che possono essere utilizzati nella creazione della risata, ma senza scendere troppo nel dettaglio, in modo da risparmiare spazio utile all'analisi di alcune delle forme di trasmissione tra individui dello humor.

Affinché lo humor venga prodotto e recepito nella maniera corretta Abrahams elenca quelle condizioni da soddisfare chieste all'umorista al fine di far ridere il suo pubblico. Come prima cosa, infatti, il messaggio dello humor deve essere comprensibile, non solo nel senso che deve essere capito a un livello prettamente sintattico-grammaticale, ma deve essere riconosciuto anche da chi assiste come qualcosa di comico e di divertente. L'umorista deve anche essere in grado di coinvolgere attivamente il suo pubblico nella narrazione, ossia di essere in grado di creare un sentimento di viva attenzione senza annoiare troppo gli spettatori. L'ultima condizione imprescindibile è il corretto utilizzo delle varie tecniche per la produzione di humor. In questo caso all'umorista è richiesta la capacità di saper discernere le condizioni affinché una particolare tecnica umoristica abbia il maggior successo in una determinata situazione: un gioco di parole fatto a persone che non comprendono il valore multiplo di tale parola le lascerà interdette e non scatenerà la risata (Abrahams 2021). La mancata esecuzione di una o più di queste caratteristiche comporta inevitabilmente il fallimento della retorica umoristica.

### 1.2.2 **Barzellette**

Le barzellette sono brevi storielle comiche utilizzate come mezzo per far ridere gli altri (Berger 1999). Queste narrazioni sono composte nella quasi totalità dei casi da due componenti principali: un avvio (o *setup*) dove vengono descritti i fatti, le cose o le persone che diventeranno il fulcro della scena comica; e una frase ad effetto (detta anche *punch line*) che rappresenta la svolta comica, spesso basata sull'incongruenza, e che rappresenta l'elemento che scatena la risata (Martin 2007). Tale divisione viene ripresa anche da Attardo, il quale riprende la teoria degli isotopi di Greimas dimostrando come la struttura della barzelletta viene organizzata secondo un confronto semantico tra sememi. Il testo della barzelletta viene diviso in due isotopie di cui la prima rappresenta la narrazione e la seconda la risoluzione. L'incongruenza viene rappresentata tramite la collisione delle due isotopie, le quali presentano un'opposizione o variazione in uno dei semi<sup>2</sup> presentati al suo interno (Attardo 1994). Il meccanismo alla base della barzelletta è lo smantellamento delle aspettative create durante l'avvio della barzelletta tramite il riconoscimento di quella incongruenza necessaria affinché nasca quel piacere emotivo alla base dello humor. Berger scende più a fondo nell'anatomia della barzelletta, identificandone la struttura secondo uno schema tripartito che comprende: (1) i *joke-mes*<sup>3</sup>, ossia quegli elementi minimi che compongono il testo comico e che ne formano la trama e i

---

<sup>2</sup> Per *semi* si intendono le più piccole unità con valore semantico. Sono elementi astratti e che possono essere osservati solamente nella loro realizzazione in unità linguistiche. Al pari dei *foni*, anche i *semi* possono creare delle coppie minime: in questo caso si parlerà dei *sememi* ossia delle attualizzazioni contestualizzate dei *semi* di un particolare lessema. In base al contesto in cui viene prodotto un lessema avrà differenti *sememi*, distinguibili gli uni dagli altri in base alla presenza o meno di *semi*. Ad esempio, il lessema "capo" possiederà diversi *sememi* in base al contesto in cui verrà preso (Attardo 1994). Si potrà trovare "capo" inteso come TESTA, come SUPERIORE o come UNITÀ DI MISURA PER BESTIAME.

<sup>3</sup> Formato dalla parola inglese *joke* (battuta, barzelletta) e dall'aggiunta del suffisso *-emes*, omologo al suffisso italiano *-ema/i*, presente nelle parole *grafema* e *morfema*. Al pari delle altre parole che utilizzano il medesimo suffisso, il *jokeme* indica la più piccola unità di misura dotata di significato nella costruzione di una battuta. In questo caso, esso può rappresentare un luogo, una persona in particolare o un fatto e si può localizzare sia nel mondo reale, sia nell'immaginario degli individui che partecipano alla produzione e fruizione della barzelletta.

personaggi; (2) le relazioni che intercorrono tra gli individui e i fatti narrati che vanno, ossia la trama della barzelletta; (3) la risata come risposta psico-fisiologica all'incongruenza presentata nella frase ad effetto (Berger 1999).

Un'ulteriore analisi sulla struttura della barzelletta la fornisce Attardo introducendo le tre funzioni secondo cui si svilupperebbe il testo comico. La prima funzione narrativa (F1) consiste nella localizzazione e contestualizzazione dei personaggi e degli avvenimenti all'interno di una cornice narrativa (Attardo 1994). Questa funzione, non necessariamente obbligatoria, è di norma breve e serve solamente a creare la prima immagine, immergendo il pubblico all'interno della trama. La seconda funzione (F2), che segue obbligatoriamente la prima (qualora presente) pone le basi per la creazione delle aspettative e dei problemi che andranno ad attivare quel processo creativo che, in ultima analisi andrà a formare l'ambiguità che porterà, infine, alla risata (Attardo 1994). L'ultima funzione (F3) conclude la narrazione attraverso l'utilizzo di una disgiunzione tra la scena precedente e l'immagine fornita dalla *punch line*. F2 e F3 sono collegate, a livello lessicale, da un "connettore", ossia un elemento che possa essere letto in multipli modi e che rende efficace l'incongruità: la disgiunzione causa il mutamento del significato del connettore tra le due funzioni F2 e F3. È l'elemento più importante, in quanto un corretto sviluppo temporale della barzelletta e una corretta disgiunzione del connettore nella narrazione hanno il potere di creare quell'effetto comico alla base della barzelletta (Attardo 1994). Si prenda il seguente esempio tratto da Attardo:

*Q: Do you believe in **clubs** for young people?*

*A: Only when kindness fails (Attardo 1994, 97)*

In questo testo comico, il lessema che funge da connettore è stato evidenziato in grassetto. La disgiunzione è opera grazie al doppio semema del termine *club* (LUOGO D'INCONTRI o CLAVA) creando due sistemi di lettura tra le due isotopie a cui il rimando comico è individuabile nella frase ad effetto "only when kindness fails".

La caratteristica strutturale della barzelletta, suddivisa nelle tre fasi narrative descritte sopra, le permette di comprendere al suo interno tutte le informazioni di cui il pubblico ha bisogno per decodificare l'incongruenza, a differenza della battuta che, invece, è localizzata all'interno di un contesto più ampio e prevede un'osservazione arguta o spiritosa sugli avvenimenti che hanno luogo in quel momento. La barzelletta, quindi, è un'unità senza contesto dove tutte le informazioni fornite sono sufficienti in sé affinché le altre persone possano ridere (Martin 2007). L'incongruenza generata dallo smontamento delle aspettative generato dalla *punch line* può essere vista, secondo la teoria dell'incongruenza precedentemente esposta, come una mancanza di connessione logica, un'incompatibilità, tra le due parti del corpo della barzelletta. La forma più comune viene generata da un'opposizione bipolare tra le due sezioni (Berger 1999). Si prenda il caso della seguente barzelletta:



*Un tizio va da una veggente per conoscere il futuro. Lei guarda nella sfera magica e poi sentenza: 'Ho una brutta notizia per lei: sua suocera morirà fra pochi giorni di morte violenta'. E lui: 'Guardi meglio: provi a vedere se sarò assolto' (Barzellette divertenti s.d.)*

In questo caso, l'opposizione tra l'avvio e la frase ad effetto è presente nella risposta dell'uomo che va a consultare la veggente. Mentre la donna lo avvisa che la suocera starebbe rischiando la vita, egli non ne dà peso, avendone già pianificato l'omicidio, ma bensì si preoccupa di più del fatto di venir assolto al processo. L'aspettativa che si crea nell'avvio della barzelletta, ossia che l'uomo si preoccupi per la salute della suocera, è dissolta nel momento in cui egli dichiara apertamente i suoi intenti omicidi, generando quella distanza tra "ciò che sentiamo potrebbe accadere" e "ciò che realmente accade" che successivamente dà sfogo alla risata. La risposta all'assurdo generato da una barzelletta si basa su una violazione di codici definiti secondo il contesto socioculturale del momento (Berger 1999). Queste rotture di codici avvengono secondo uno schema binario tra due elementi all'interno della narrazione. Riprendendo l'esempio precedente, la violazione più lampante di questi codici risiede nel comportamento dell'uomo alla lettura del futuro della suocera: in condizioni normali (o che rispettano quella che è la norma morale più comunemente condivisa), a tale sentenza da parte della veggente sarebbe dovuta corrispondere una reazione più apprensiva da parte dell'uomo. All'interno della barzelletta troviamo, quindi, l'opposizione preoccupazione/premeditazione nei confronti della morte della suocera, ed è proprio tale violazione del codice morale che genera la risata, grazie alla distanza che si viene a formare tra i personaggi della barzelletta e il pubblico, che si suppone agisca secondo le norme del mondo in cui vive.

Fin qui è stata analizzata la struttura della barzelletta come racconto in chiave umoristica, diviso tra avvio e frase ad effetto, e caratterizzata da tre funzioni narrative principali (locazione, aspettativa, conclusione). Questi racconti sono di norma brevi e contengono al loro interno tutte le informazioni di cui hanno bisogno per lo sviluppo e la chiusura dello stesso. Non sono, quindi, localizzati in uno specifico momento e in un particolare discorso come le battute. Le barzellette possono essere trasmesse sia in forma orale che in forma scritta, passando quindi da una persona all'altra. Ogni passaggio fa sì che la trama venga arricchita – o alle volte privata – di dettagli, viene adattata a fatti accaduti e a persone particolari. Le barzellette, quindi, non sono sempre trasmesse nella loro forma originaria ma vengono contestualizzate in base alla situazione attuale o adattate ad episodi presenti nella memoria degli individui (Correll 1997). Questo processo di contestualizzazione e adattamento del contenuto di una barzelletta agisce grazie alla percezione che le persone hanno dell'ambiente che le circonda, dei nostri sentimenti in un particolare momento o di un ricordo a cui siamo legati. Una reminiscenza dell'infanzia può riportare alla mente una storiella sentita quando si era giovani, riprendendone il significato e adattandolo al contesto in cui ci si trova al momento. Spesso è possibile che tali ricordi portino con sé nuovi significati ad una trama comica, aggiungendo nuova linfa disponibile in virtù della nuova situazione emotiva o cognitiva. Questo è il motivo per cui si può ridere di una barzelletta

tempo dopo averla sentita la prima volta e non averla capita – o viceversa trovarla repellente dopo anni di risate. L'associazione tra i ricordi dell'individuo ed espressione verbale, quindi, dona alla barzelletta il suo significato emotivo (Correll 1997). Esistono infatti più piani su cui opera lo humor: uno cognitivo, legato alla comprensione dell'umorismo in sé; e uno emotivo, ossia quella componente capace di farci provare il piacere della risata (Chan 2014). La struttura presentata nella prima parte di questo sottoparagrafo fa parte della struttura cognitiva della barzelletta. La divisione in avvio e frase ad effetto fornisce gli strumenti per comprendere l'incongruenza all'interno del testo attraverso la giustapposizione di elementi (i codici secondo Berger) opposti, introducendo il pubblico allo stato emozionale successivo (Chan 2014). Il piano emotivo della barzelletta è invece quello che permette all'individuo di trarre piacere dall'incongruenza. Si è visto nel primo paragrafo alcune delle teorie secondo cui le persone traggono piacere dall'umorismo. Nelle barzellette la struttura emotiva è fornita dal confronto tra i sentimenti creati insieme alle aspettative e quelli generati tramite la svolta dettata dalla frase ad effetto (Chan 2014). Le emozioni provate sono a loro volta amplificate dall'esposizione verbale della trama comica: maggiori sono i dettagli presentati nella narrazione e più intenso sarà il coinvolgimento emotivo di chi vi partecipa, grazie anche a una maggiore visualizzazione dell'incongruenza su cui si basa la barzelletta (Correll 1997).

### **1.2.3 Stand-up comedy**

La stand-up comedy è uno tra le più longeve e onnipresenti forme di comicità che sopravvivono ancora oggi, tracciando le prime testimonianze di questa tecnica al medioevo con i menestrelli che intrattenevano le corti (Mintz 1985). Nella sua forma odierna, la stand-up comedy si risolve nell'incontro dialogico tra il comico e un pubblico che assiste allo spettacolo. A differenza delle barzellette, che possono essere presentate in modo spontaneo all'interno della conversazione, generalmente introdotte da dei marcatori linguistici specifici che informano chi è presente dell'imminente arrivo di una risoluzione a effetto comico ("Qual è il colmo per...?", "La sai quella del...?", ecc.), la scena dove si svolge la stand-up comedy è un ambiente istituzionalizzato: il pubblico è lì per un motivo specifico e si aspetta che chi sale sul palco li faccia ridere (Abrahams 2020). In generale, il modo in cui un comico avvia il dialogo col proprio pubblico passa attraverso la figura di una *persona*, un personaggio comico inventato *ad hoc* per convogliare l'umorismo, o attraverso la figura del comico stesso. La creazione di questo personaggio permette al performer di avviare uno scambio di informazioni con l'audience, convogliando la risata attraverso una serie di sistemi atti a catturare l'attenzione del pubblico e controllare l'andamento dello show, ricevendo in cambio il coinvolgimento dell'audience che risponderà tramite risate e applausi (Scarpetta e Spagnolli 2009). Affinché questo scambio sia efficace, tuttavia, è necessario che il pubblico si fidi del personaggio del comico. Questa fiducia è rappresentata dalla percezione che chi assiste ha nelle abilità e negli intenti che il comico possiede (Abrahams 2020). In particolare, ciò che il pubblico può recepire delle intenzioni, ossia del messaggio che il comico vuole veicolare, è relativo a cosa esso pensa del performer. Questo spiega perché c'è più riluttanza a ridere di un personaggio di cui si sa poco o nulla, a differenza di figure istituzionalizzate nella scena degli show comici

che riscuotano molto più successo in virtù del fatto che il pubblico conosce meglio il personaggio, i temi e le tecniche utilizzate, ecc. Questa fiducia non è sempre costante, ma può essere incrinata in base a diversi fattori. L'indeterminazione delle capacità del comico, la mancata chiarezza nell'oggetto delle barzellette o forme di umorismo eticamente dubbie possono spingere il pubblico a rivedere la fiducia posta nel comico e pregiudicare l'andamento dell'intero show (Abrahams 2020).

Una volta ottenuta la fiducia iniziale, il comico può cominciare il suo spettacolo. La sua interazione inizia con la presentazione della sua *persona* con la quale porterà avanti l'intero spettacolo. In questa fase il suo obiettivo sarà quello di costruire un'interazione collaborativa con il pubblico, stabilendo un riconoscimento reciproco basato sulla fiducia (Scarpetta e Spagnolli 2009). Una volta iniziata la collaborazione iniziale, il comico passa al corpo dello show presentando il proprio corpus di barzellette e sviluppandolo attraverso diverse tecniche atte a prolungare e garantire la risata al pubblico. Scarpetta e Spagnolli (2009) presentano alcuni di questi strumenti impiegati dai vari stand-up comedian da loro intervistati e introducendone le caratteristiche funzionali nell'espansione del contesto umoristico. Tramite l'utilizzo di *fillers* (aggiunte posteriori alla barzelletta che permettono di riempire i tempi tra una e l'altra) o di *surveys* (preparazione alla punch line della barzelletta successiva), il comico è in grado di portare avanti una serie ulteriore di frasi ad effetto basate sulla prima, permettendo ulteriori "commenti" atti a descrivere maggiormente i comportamenti e gli atti sommessi o discutibili della figura comica (Scarpetta e Spagnolli 2009). Questi espedienti garantiscono al comico la continuità della conversazione, contribuendo all'accettazione e affiliazione da parte del pubblico che anche gli aspetti potenzialmente dannosi presentati all'interno dello show possano essere percepiti come qualcosa di comico, evitando che la fiducia guadagnata all'inizio dello spettacolo possa venire intaccata.

Il comico, nella presentazione della sua *persona* rappresenta non solo la struttura comica dalla quale prenderà sviluppo l'intero show, ma questa diventa anche una rappresentazione della (sub)cultura dalla quale l'artista proviene. Le barzellette esso proposte possono affermare o distruggere il sistema di valori in cui si identificano sia il performer che l'audience, mostrando quali siano i valori condivisi da un gruppo, indicando come questo si definisce, agisce o conosce sé stesso e gli altri (Mintz 1985). Nella sua opera di agente sociale e culturale il comico ha il potere di rafforzare o di distruggere i riti sociali attraverso un discorso retorico basato su tipologie di umorismo associativo o esclusivo (Greenbaum 1999). Nella sua forma di anti-rito, il comico crea un ambiente incongruo che stravolge le norme sociali e linguistiche, dove il pubblico ne trae godimento dalla violazione dei tabù imposti dalla società. È la figura della *persona* comica l'elemento disgregativo che viola le norme e permette al pubblico di sfogare la propria individualità tramite la risata (Mintz 1985). La creazione di questa figura, tuttavia, comporta sempre il rischio che il pubblico possa recepirlo come ostile. Per ovviare a questi casi l'artista deve costantemente aggiustare la mira del proprio corpus di barzellette in modo da trovare il punto in cui chi assiste non si senta minacciato dall'ambiente comico e permetta al performer di continuare nella sua opera di sfida alle norme senza rischiare di perdere la fiducia ottenuta

(Greenbaum 1999). Per mantenere il controllo sul pubblico il comico può avvalersi di un tipo di comunicazione informale per mettere a proprio agio gli spettatori, facendo domande per stabilirne lo status o il grado di omogeneità di chi partecipa e per ottenere accettazione e riconoscimento (Mintz 1985).

A differenza delle barzellette, le quali veicolano un messaggio comico in maniera diretta e fine a sé stessa (ossia che termina una volta svelata la risoluzione incongrua al setup e alla successiva risata), la stand-up comedy si ripropone come un veicolo "aperto" di comicità dove entrambe le parti, pubblico e comico, si dilettono in un continuo scambio di riconoscimento e accettazione reciproci sotto forma di testi comici e di risate. Questo scambio non si limita solamente alla narrazione in chiave comica della *persona* del performer, ma grazie alla funzione retorica garantita dalla posizione di quest'ultimo, esso è in grado di condurre e guidare le idee del pubblico, garantendo a questo tipo di spettacolo una connotazione "pedagogica". L'umorismo non diventa più uno strumento per ridere ma uno strumento per pensare. L'audience, grazie a un continuo lavoro da parte del comico, si fa partecipe degli aspetti più intimi della propria cultura e della società, rafforzandoli o decostruendoli in base al tipo di umorismo che viene proposto, sia questo di tipo affiliativo o esclusivo. La figura dello *stand-up comedian* diventa quella di un tramite secondo cui idee e mondi possono scontrarsi e collidere, dove i tabù imposti dalla società possono cessare e alle persone viene data la libertà di sfogare le proprie emozioni e impulsi. Nel ridere, il pubblico prende coscienza della propria posizione nel mondo, ride delle (dis)avventure del comico perché si riesce ad indentificare nel personaggio, si rispecchia nella *persona* comica. Mentre nelle barzellette ciò che fa ridere è l'incongruenza nel trovarsi di fronte a due situazioni opposte, ostili, surreali, ma al contempo distanti dall'essere di chi ascolta, spesso narranti di personaggi fittizi o dalle caratteristiche fantastiche (animali parlanti, oggetti inanimati ma che agiscono e ragionano come gli esseri umani), nella stand-up comedy il comico assume la funzione di tramite, di colui che tramite la risata abbassa gli schermi della società e permette alle persone di godere dell'incongruo delle loro vite, riducendo le distanze tra le due parti grazie al contesto delle barzellette che propone e dal linguaggio informale e vicino al pubblico.

## 2 ASPETTI SEMANTICO-PRAGMATICI DELLO HUMOR

---

*La seconda parte di questo elaborato ruoterà intorno ad alcuni degli aspetti sociolinguistici dello humor. Questi non si limitano solamente alla forma linguistica adottata per convogliare quel sentimento di piacere che genera la risata, ma analizzano lo humor come aspetto del linguaggio in uso nella società con propri fini e obiettivi (C. E. Davies 2017). La seguente parte verrà suddivisa in tre sezioni che analizzeranno lo humor attraverso approcci semantico-pragmatici. Verranno introdotte le analisi semantiche di Raskin e Attardo sullo humor (SSTH e GTVH) e successivamente si vedranno alcuni degli aspetti pragmatici all'analisi dell'umorismo come il Cooperative Principle (Grice) e la Politeness Theory (Brown & Levinson) e le successive interpretazioni. In conclusione, si vedrà come lo humor sia utilizzato all'interno del contesto sociale, le forme di comicità stereotipizzate e se esiste una forma di etica o di "codice morale" per i comici.*

### 2.1 TEORIE SEMANTICHE DELLO HUMOR

L'analisi linguistico-pragmatica dell'umorismo descritta in questo capitolo inizia con la descrizione della teoria semantica (*SSTH – Semantic Script-based Theory of Humor*) introdotta da Raskin nel 1984 e della successiva rivisitazione ad opera di Attardo e Raskin nella nuova teoria del GTVH (*General Theory of Verbal Humor*). Raskin parte da ricerche semantiche precedenti, come quelle di Kats e Fodor, nel tentativo di illustrare i meccanismi a livello di significato che caratterizzano lo humor. A differenza dei due autori citati precedentemente, che basarono il loro lavoro sull'analisi di frasi isolate dal contesto, Raskin fornisce una visione d'insieme, cercando di descrivere una teoria che possa delineare la competenza semantica (intrinseca) di un parlante nella sua lingua nativa nel caso della produzione umoristica, fornendo degli strumenti che possano aiutare a interpretare il significato della frase (Raskin 1984). A differenza dei lavori precedenti, quindi, Raskin si concentra non solo sull'aspetto semantico, ossia di studio sul significato delle parole, ma comprende anche in parte un aspetto pragmatico, anche se i due non vengono chiaramente separati e analizzati singolarmente (Attardo 2001). Diversamente da Kats e Fodor, Raskin riconosce che, nel caso in cui vengano enunciate frasi potenzialmente ambigue, il contesto più ovvio per il parlante e per l'ascoltatore riempie il vuoto di significato che, altrimenti, darebbe spazio a dei malintesi generati dalla mancata concordanza o coincidenza dei contesti delle parti (Raskin 1984). L'autore illustra come per collimare i contesti le persone si avvalgono delle loro conoscenze, che a loro volta differiscono tra conoscenze linguistiche, utili a sbrogliare il significato del testo (semantiche), ed enciclopediche, volte a interpretare il mondo circostante (pragmatiche) (Raskin 1984). Questa teoria esplora l'interfaccia tra linguaggio e cognizione, e nell'uso creativo del primo, all'interno della produzione comica, inserendo particolare attenzione a quei minimi cambi di significato che permettono a una parola, o a un gruppo di parole, di generare immagini mentali diverse e opposte tra loro per quanto riguarda il valore che le persone attribuiscono a esse (Brône e Feyaerts 2003).

### 2.1.1 *Semantic Script-based Theory of Humor (SSTH)*

La teoria semantica di Raskin parte dal presupposto che ogni frase è vincolata al contesto nel quale viene prodotta e riconosce che il significato di ogni singola parola viene inserito all'interno di un lessico situazionale, mettendo in relazione l'uso della parola all'interno dell'ambiente in cui viene enunciata (Raskin 1984). Il contesto include informazioni extra-lessicali che le persone possono utilizzare per sbrogliare il significato di una frase. Raskin suddivide gli elementi di un testo in due categorie: *script* e regole di combinazione (Raskin 1984). Lo *script* viene definito come un pacchetto di informazioni semantiche che creano una rete di riferimenti e rimandi tra la parola e ciò che ad essa viene associata, ossia una rete cognitiva interiorizzata del parlante rappresentante la sua conoscenza parziale del mondo (Raskin 1984). Esso rappresenta e raccoglie tutti i significati che una persona attribuisce a una parola nel corso della sua vita, ampliando il suo vocabolario e permettendo la creazione di frasi sempre più complesse, accurate e specifiche in base ai diversi contesti d'applicazione. La parola "cassa", ad esempio, può riportare alla mente sia un contenitore, spesso in legno, o quello strumento presente all'interno di un supermercato adibito al pagamento degli articoli. Gli *script* si differenziano tra lessicali, evocati dall'aspetto lessicale del testo, e inferenziali, che vengono generati da ciò che è deducibile dal contesto (Attardo 2001).

Le regole di combinazione, invece, rappresentano lo strumento con cui è possibile interpretare le frasi. La loro funzione è quella di combinare il significato delle parole per fornire un o più interpretazioni semantiche dell'intero enunciato (Attardo 2001) e grazie ad esse è possibile distinguere tra frasi ambigue (due o più significati), anomale (nessun significato plausibile) o perifrasi (stessa interpretazione) (Raskin 1984). Lo scopo di queste regole è quello di determinare che tipo di comunicazione si sta avendo e togliere o escludere i significati che non sono coerenti con il contesto. Soprattutto per le parole che possiedono più significati, come l'esempio precedente della parola "cassa", l'interpretazione dovrà usufruire di un modulo pragmatico che permetterà la produzione di deduzioni e inferenze necessarie a capire quale dei tanti significati sia quello corretto (Attardo 2001). Queste regole servono, inoltre, a distinguere se le modalità di comunicazione di un testo prevedono la presenza di umorismo o meno, verificando la presenza al suo interno (interamente o parzialmente) di due o più *script* differenti e se questi sono opposti (Raskin 1984). Data la natura ambigua di un testo comico, uno stesso *script* può presentare delle chiavi di lettura diverse in base all'interpretazione che si dà a ogni parola contenuta, specialmente se queste presentano più significati o possono essere usate in contesti diversi. Per far sì che un testo ambiguo possa risultare anche comico è necessario che tali *script* differenti si possano sovrapporre creando un'opposizione di base tra situazioni reali e irreali<sup>4</sup> o opposizioni da distanza<sup>5</sup> (Raskin 1984). Il ruolo di innesco tra uno *script* e l'altro è affidato al *script-switch* semantico, ossia un elemento che causa il passaggio da una all'altra interpretazione. Questo *switch* può essere

---

<sup>4</sup> Raskin suddivide questo tipo di opposizioni in tre categorie: *reale vs non reale/non esistente*, *normalità vs anormalità/inaspettato* e *possibilità/plausibilità vs impossibilità/implausibilità*.

<sup>5</sup> Questa categoria include tutte le opposizioni che si posizionano ai poli opposti di una determinata scala o misura: *grande vs piccolo*, *giovane vs vecchio*, ecc.

un'ambiguità o una contraddizione e induce a una reinterpretazione del primo *script*, e alla parte di testo da esso introdotto, con il secondo il quale darà luogo all'incongruità voluta dal parlante (Raskin 1984). La sovrapposizione dei due *script* è definita da Raskin con il termine "antonimia locale" e la descrive come:

*Two linguistic entities whose meanings are opposites only within a particular discourse and solely for the purpose of that discourse. (Raskin 1984, 108)*

La definizione data da Raskin, tuttavia, non è chiara circa la localizzazione dell'antonimia e sul tipo di opposizione che introduce. Attardo propone una localizzazione di questa antonimia all'interno di un contesto dove la negazione non sia solo una opposizione lineare o una negazione logica tra gli *script* (ossia X non è Y), ma si espande anche nella descrizione del secondo *script* come un elemento che si differenzia dal primo per una bassa attinenza (bassa accessibilità) e una riduzione nelle possibili alternative (meno predicibile e genera maggiore sorpresa) (Attardo 1997).

Di seguito verrà proposto un esempio di un testo comico analizzato secondo il modello della SSTH proposto da Raskin. Il testo in questione è stato reperito dal sito *barzellette divertenti*. Dato il seguente testo comico:

*Facendo uno strappo ai regolamenti, premurosamente, il maresciallo richiama l'appuntato di guardia alla caserma; "Dai, vieni dentro che piove". "No, grazie, anche qui fuori piove!". (Barzellette divertenti s.d.)*

Il testo può essere diviso in due *script* principali: il primo delimita la trama principale della narrazione (il maresciallo che invita l'appuntato ad entrare per via della pioggia) e il secondo che, distaccandosi dalla linea principale, introduce la scena comica. Riprendendo il modello di analisi degli *script* illustrata nell'opera di Raskin alle pagine 119-120, l'analisi semantica del testo comico precedente si risolverà quanto segue:

**FACENDO** = FARE v. (i) svolgimento di azione materiale o meno

(ii) agire

**UNO pron.** (i) indefinito

(ii) quantità

**STRAPPO sost.** (i) eccezione

(ii) colloquiale

**AI prep. art.** (i) indica a chi/cosa è rivolta l'azione

(ii) maschile plurale

**REGOLAMENTI sost.** (i) regole

(ii) insieme di norme

**PREMURAMENTE** avv. (i) attenzioni  
(ii) gentilezza

**IL** art. (i) determinato  
(ii) maschile singolare

**MARESCIALLO** sost. (i) carabiniere  
(ii) ufficiale  
(iii) esercito

**RICHIAMA** = **RICHIAMARE** v. (i) chiamare di nuovo  
(ii) chiamare indietro  
(iii) far tronare indietro

**L' = LO** art. (i) determinato  
(ii) maschile

**APPUNTATO** sost. (i) carabiniere  
(ii) grado basso

**DI** prep. (i) che svolge attività  
(ii) mansione

**GUARDIA** sost. (i) proteggere  
(ii) controllare

**ALLA** prep. art. (i) indica a chi/cosa è rivolta l'azione  
(ii) femminile singolare

**CASERMA** sost. (i) edificio  
(ii) alloggio  
(iii) esercito

**DAI** interiez. (i) enfatizza il significato della frase  
(ii) colloquiale  
(iii) proposta

**VIENI** = **VENIRE** v. (i) recarsi in un luogo o da una persona  
(ii) movimento

**DENTRO** avv. (i) interno  
(ii) coperto  
(iii) riparato

**CHE** cong. (i) introduce subordinata



**PIOVE** = PIOVERE v. (i) cadere della pioggia

(ii) bagnato

(iii) brutto tempo

**NO avv.** (i) negazione

(ii) opposizione

**GRAZIE interiez.** (i) ringraziamento

(ii) accettazione

**ANCHE cong.** (i) lo stesso

(ii) stessa situazione

**QUI avv.** (i) in questo luogo

(ii) vicino a chi parla

(iii) posizione fissa

**FUORI avv.** (i) esterno

(ii) esposto

**PIOVE** = PIOVERE v. (i) cadere della pioggia

(ii) bagnato

(iii) brutto tempo

In questo testo comico, l'opposizione di significato *dentro-fuori* può essere considerata come il "connettore" lessicale (vedi §1.2.2 p. 30) che permette il cambio di significato tra i due *script* principali. La trama del testo comico viene introdotta dal maresciallo che gentilmente invita l'appuntato di guardia ad entrare per via della pioggia. Quest'ultimo, però, mal interpretando le parole del superiore (Dai, vieni dentro che piove) preferisce rimanere al suo posto e venire investito dalla pioggia (No grazie, anche qui fuori piove), introducendo la risoluzione, o *punch line*, della barzelletta. L'opposizione tra i due *script* *dentro-fuori* è di tipo distanziale, ossia si muove tra i due poli di una scala binaria dove uno dei termini è semanticamente opposto all'altro (X non è Y). L'ambiguità di questo testo nasce dalla mal interpretazione dell'appuntato di quanto detto dal maresciallo, pensando che anche dentro piovesse, e quindi preferendo in ogni caso rimanere fuori e continuare il proprio dovere.

### **2.1.1 General Theory of Verbal Humour (GTVH)**

Mentre la SSTH è considerata come una teoria "semantica" per descrivere la struttura e la formazione a livello di significato delle parole dell'incongruenza alla base dello humor, la teoria rivisitata da Attardo e Raskin cerca di includere alla base di analisi del significato anche elementi pragmatici utili al fine di comprendere in che modo le conoscenze di chi produce l'umorismo influenzino l'atto produttivo. Questa

rivisitazione prende il nome di *General Theory of Verbal Humor* (GTVH). Il punto di partenza da cui partono gli autori è il riconoscimento che nell'espressione verbale di un testo comico la competenza semantica, sia del parlante che dell'interlocutore, venga impiegata verso il riconoscimento e la produzione di perifrasi (Attardo e Raskin 1991). Secondo questa teoria, i testi comici ruotano intorno a una struttura di opposizione, sovrapposizione e cambio semantico tra due o più *script* (con)testualmente opposti, dove solo il primo è attivato, mentre il secondo è generato da un'erronea interpretazione del primo (Brône e Feyaerts 2003). Se si sfoglia un qualsiasi libro di barzellette o si ascolta qualcuno decantarne un paio a memoria, si può riconoscere un tema o una struttura comune a molti testi comici. Si prendano i seguenti esempi tratti da Attardo e Raskin (1991):

- (1) *How many Poles does it takes to screw in a light bulb? Five. One to hold the light bulb and four to turn the table he is standing on.*
- (2) *It takes five Poles to screw in a light bulb: one to hold: on to hold the light bulb and four to turn the table he is standing on.*
- (3) *How many Poles does it takes to wash a car? Two. One to hold the sponge and the other one to move the car back and forth.*
- (4) *How many Poles does it takes to screw in a light bulb? Five. One to hold the light bulb and four to look for the right screwdriver.* (Attardo e Raskin 1991)

Queste quattro barzellette presentano una struttura molto simile in termini di significato e di situazione comica che si viene a creare, ma ognuna di queste è raccontata diversamente. Mentre le barzellette (1), (2) e (4) presentano la scena intorno alla stessa azione (cambiare una lampadina), la (3) presenta un'azione diversa, ma conservando la struttura ambigua sul tipo di azione da svolgere. Ciò che cambia è anche il modo in cui vengono proposte le barzellette: mentre (1), (3) e (4) vengono impostate secondo uno schema a indovinello, la (2) è impostata in modo dichiarativo. Tutte queste parafrasi della stessa barzelletta attingono a delle risorse di conoscenza (KRs – *knowledge resources*) da cui attingere nuovo materiale per creare i testi umoristici (Attardo e Raskin 1991). Queste risorse possono manifestarsi con:

- Variazione delle strategie narrative o del metodo di esposizione. Si prenda ad esempio la differenza tra la barzelletta (1) e (2), impostate rispettivamente come indovinello e come dichiarativa;
- Cambio del target della frase ad effetto. In questo caso a cambiare è l'oggetto del testo umoristico, sia esso stesso una persona o un oggetto;
- Cambio delle situazioni, ma mantenendo inalterata la narrazione. Sono d'esempio le barzellette (1) e (3) dove nella prima la circostanza era il cambio di una lampadina, mentre nella seconda il lavaggio di un'auto;
- Cambio di alcuni elementi linguistici, costruzioni sintattiche, o tutto ciò che può costituire la *punch line* del testo comico. Ad esempio, le barzellette (1) e (4) che vedono la stessa situazione, narrata

nella stessa maniera, ma la risoluzione si avvale di due tecniche diverse rese linguisticamente in modo diverso.

- Meccanismo logico. Rappresenta l'inversione dei meccanismi logici tra ciò che si fa/è normalmente e ciò che viene narrato nel testo comico.
- Opposizione degli script. Questo aspetto è già stato visto nel sotto capitolo precedente e rappresenta l'opposizione totale o parziale degli script tra la prima parte del testo comico e la seconda (*punch line*).

L'aspetto più importante di questa versione della teoria semantica dello humor è il meccanismo logico. Attardo lo descrive come l'aspetto dei testi comici che permette la sospensione volontaria del parlante delle credenze e della sua conoscenza del mondo al fine di garantire l'incongruità alla successiva risoluzione (Attardo, Hempelmann e Di Maio 2002). Questo meccanismo si può basare su numerosi espedienti linguistici come l'analogia, la giustapposizione, l'inversione di ruoli o azioni (come nel caso delle barzellette (1)-(4)), ecc. Ognuna di queste forme permette a chi ascolta di risolvere e dare senso all'incongruità. La risoluzione all'incongruenza può essere di tipo parziale o anche essere assente. Si parla di risoluzione parziale (o "totale" in rari casi) quando la conoscenza del mondo viene sospesa o intaccata solo parzialmente, mentre non si avrà risoluzione nelle situazioni di humor a forte grado di assurdo (Attardo, Hempelmann e Di Maio 2002).

Nel momento della creazione di un testo comico, tutte le informazioni date, condivise e sviluppate al suo interno vengono immagazzinate in quella che Attardo chiama un "area magazzino". Questa altri non è che un costrutto astratto e dinamico che conserva le informazioni utili per poter produrre e capire un testo comico e che cambia in base a ciò che contiene (Attardo 2001). Queste informazioni viaggiano in gruppo e sono collegate attraverso una rete di associazioni e legami che le rendono reperibili istantaneamente rendendole elaborabili in modo simultaneo. All'interno di questa area alcuni aspetti della vita considerati come normali, usuali, nella costruzione del significato vengono deliberatamente soppressi, in modo da poter costituire l'incongruità (Attardo 2001). In questa area, tutti i vari *script* lessicali e inferenziali vengono attivati all'interno testo finché lo *script* principale (significato) non è determinato, ossia non viene rappresentato mentalmente dal parlante e/o dall'ascoltatore. L'area magazzino funge così da zona di produzione, dal lato del parlante, e di analisi, dal lato dell'ascoltatore, del testo comico, dove vengono legati insieme tutti gli aspetti che caratterizzeranno l'ambiguità semantica che darà origine alla barzelletta. In quest'area, tutte le risorse cognitive descritte sopra vengono attivate in modo da alterare il significato di uno o più *script*. È uno strumento pragmatico utile ad analizzare il contesto delle reti associative e delle conoscenze condivise che hanno permesso la creazione del testo comico.

## 2.2 ASPETTI PRAGMATICI DELLO HUMOR

Precedentemente sono state introdotte alcune delle teorie semantiche utilizzate nella ricerca e risoluzione dell'ambiguità presente nei testi comici. Si è visto come, a partire dalla SSTH di Raskin e con la successiva GTVH di Raskin e Attardo, all'analisi semantica del testo, ossia la ricerca del suo significato, si sia aggiunta in parte (anche se non analizzata in modo separato e puntuale) una parte di indagine relativa alla pragmatica, ossia quella parte di studio linguistico incentrato sul contesto nel quale un testo comico, ma non solo, viene prodotto. La pragmatica è quella branca della linguistica che si occupa di osservare le espressioni della lingua (*utterance*) in relazione a quello che il parlante vuole comunicare attraverso il contesto in cui queste vengono enunciate (Korta e Perry 2020). Mentre, infatti, la semantica si concentra sull'analisi del significato letterale di una frase, la pragmatica fa riferimento alla stessa all'interno del contesto nel quale essa viene prodotta. È non convenzionale, in quanto contesti diversi generano diverse implicazioni pragmatiche per lo stesso enunciato (Goatly 2012). Non sempre, però, si è in grado di cogliere l'ironia in un commento e anche quando si è capaci di afferrare il vero significato di ciò che ci viene detto è difficile poter controbattere, portando come risultato lo sfogo a indisposizioni tra le parti a comunicare. La pragmatica differisce dalla semantica in quanto difensibile, ossia è sempre possibile negare il significato implicito dell'enunciato qualora l'interlocutore si sentisse offeso da ciò che viene detto (Goatly 2012). L'analisi pragmatica, quindi, è utile per cogliere il vero significato delle parole e le vere intenzioni del parlante andando aldilà del significato letterale, permettendo così di ampliare il raggio d'analisi di un enunciato e vedere come questo in realtà possa avere funzioni e obiettivi diversi da quelli intuibili dalla superficie. Nella vita di ogni giorno vengono effettuati tutta una serie di atti verbali (*speech acts*) preposti al raggiungimento di determinati obiettivi che vanno mediati tra le parti. Il filosofo inglese J. L. Austin (1911-1960) analizzò questi atti verbali nel suo libro *How to Do Things With Words* (1962), distinguendoli tra *performative utterances*, ossia quelli finalizzati allo svolgimento di azioni, e *constative utterances*, quelli preposti a descrivere lo stato delle cose e che possiedono intrinsecamente una condizione vero-falso (Jurken 2012). In un'ulteriore analisi, Austin distingue all'interno degli atti verbali tre aspetti principali. Questi sono le funzioni: i) locutoria<sup>6</sup>, il fatto di dire qualcosa; ii) illocutoria, l'utilizzo delle frasi orali per chiedere consigli, dare ordini ecc. iii) perlocutoria, l'effetto generato dall'atto verbale sull'interlocutore (Korta e Perry 2020). Si possono distinguere, quindi, due tipi di analisi pragmatica: una detta "*near-side*", che si concentra sui fatti rilevabili dal contesto e dell'enunciato utili a comprendere ciò che viene detto, e quindi anche alla risoluzione delle ambiguità; e una detta "*far-side*"; improntata di più sull'analisi di ciò che va oltre il significato letterale di una frase e sull'utilizzo che facciamo del linguaggio per raggiungere determinati scopi (Korta e Perry 2020). Nei prossimi paragrafi verranno presentate due teorie appartenenti alla pragmatica, una più vicina al tipo *near-side*

---

<sup>6</sup> Austin suddivide ancora gli atti locutori in tre aspetti ulteriori: fonetico (emissione di suoni), fatico (capacità di dire delle cose), retorico (dire cose sensate).

rappresentata dalla teoria del Cooperative Principle di Grice, e una più approntata all'analisi di tipo *far-side* quale la Politeness Theory di Brown e Lewinson.

In questa parte di elaborato si andrà a vedere come, in realtà, lo humor non sia solamente un prodotto linguistico di opposizione e sovrapposizione semantica tra due elementi considerati opposti tra di loro, ma anche un fenomeno che si basa su funzioni pragmatiche, ossia legate al contesto in cui il testo comico viene generato. Nel primo paragrafo della seconda parte si è già potuto osservare come gli aspetti semantici e pragmatici dell'umorismo tendano a fondersi in quella che è la GTVH. Qui di seguito verranno proposte altre due teorie utili a capire alcuni meccanismi pragmatici tramite i quali lo humor può manifestarsi. Il primo aspetto analizzerà il collegamento dell'umorismo nello scambio di informazioni tra più persone. Il secondo, invece, introdurrà l'umorismo all'interno della costruzione dei rapporti tra individui, in special modo nel tentativo di costruire una buona immagine di sé e nel suo mantenimento di fronte ad altri individui o gruppi.

### **2.2.1 Lo humor e il Cooperative Principle (CP) di Grice**

Il filosofo Paul H. Grice (1913-1988) è stato uno dei primi ad analizzare il modo con cui l'ascoltatore è in grado di capire alcune implicazioni implicite del parlante senza che questi le esprima apertamente (Jurken 2012). Supponiamo la seguente situazione:

1) A: Mi puoi prestare una penna?

B: Oggi ho dimenticato l'astuccio a casa.

Nel seguente scambio di battute, alla richiesta di A di prendere in prestito una penna, B avrebbe potuto rispondere direttamente con l'avverbio "no", in quanto assente di astuccio quel giorno ma senza entrare in ulteriori particolari. Nel rispondere alla domanda di A con una frase apparentemente sconnessa B riesce comunque a far capire al suo interlocutore che in quel momento in particolare non ha nessuna penna con lui da poter dare all'amico. Per spiegare questa capacità dell'ascoltatore di recepire messaggi impliciti del parlante, Grice sviluppò il *Cooperative Principle* (da qui in poi abbreviato CP). L'autore introdusse i concetti di *implicate* (implicato) e *implicature* (implicazioni) per distinguere rispettivamente ciò che viene detto (la risposta di B) a ciò che viene realmente comunicato (la risposta negativa alla richiesta) (Davis 2019). Le implicazioni possono essere: i) convenzionali (*conventional implications*), legate al significato convenzionale di determinate parole<sup>7</sup>; ii) conversazionali (*conversational implications*), ossia che insorgono quando i parlanti seguono le regole generali della comunicazione (Grice 1989). Ogni conversazione si basa su una serie di sforzi cooperativi tra le parti coinvolte nell'atto verbale in modo da raggiungere uno scopo comune o trovare una direzione del discorso che proceda in accordo con i punti di vista di entrambe. Da questo punto di vista,

---

<sup>7</sup> Fanno parte di queste implicazioni diverse particelle come *però*, *ossia*, ecc. Vale a dire parole che possiedono lo stesso significato sia per il parlante che per l'ascoltatore e che non cambiano il loro significato in base al contesto o all'utilizzo che se ne fa nel linguaggio

Grice formulò il suo CP come una serie di principi che i parlanti dovrebbero rispettare al fine di raggiungere gli obiettivi della conversazione (Grice 1989). Questo principio può essere espresso come:

*"Make your contribution such as it is required, at the stage as which it occurs, by the accepted purpose or direction of the talk exchange in which you're engaged."* (Grice 1989, 26)

Così formulata, questa definizione del CP introduce le quattro massime utilizzate per descrivere il comportamento cooperativo che le persone dovrebbero seguire in una conversazione. Queste verranno elencate brevemente di seguito:

- *Quantità*: fa riferimento alla quantità di informazioni date all'interlocutore. Le informazioni non dovrebbero essere né troppe, col rischio di essere prolissi, né troppo poche, rischiando di lasciare l'interlocutore all'oscuro di informazioni importanti;
- *Qualità*: fa riferimento alla qualità e alla veridicità delle informazioni date all'interlocutore. All'interno di questa massima viene incluso anche l'impegno da parte del parlante a non dire cose insensate o fuorvianti;
- *Rilevanza*: fa riferimento alla rilevanza delle informazioni in base all'andamento della conversazione. Rappresenta il grado di coerenza mantenuto dai parlanti;
- *Modo*: fa riferimento al modo in cui le informazioni vengono scambiate, ossia le strategie utilizzate dai parlanti nel comunicare.

Immaginiamo il seguente dialogo:

2) A: Qual è la tua macchina?

B: È l'unica auto rossa nel parcheggio davanti casa tua.

Secondo i meccanismi del CP descritto fin qui, la risposta da B soddisfa appieno tutte le massime sulla cooperazione in un dialogo proposte da Grice. Il contenuto della risposta alla domanda di A, infatti, indica in modo preciso la posizione e l'aspetto della macchina, fornendo abbastanza informazioni circa le caratteristiche della stessa in relazione anche ad altre vetture, precisandone il colore e l'ubicazione. Se si considera, tuttavia, l'esempio 1) visto in precedenza possiamo riscontrare che le massime introdotte da Grice vengono violate nella risposta di B. Partendo dal presupposto che la risposta data di per sé non è errata, l'interlocutore può sempre capire che non otterrà nessuna penna dal suo amico quel giorno, ma il modo in cui viene presentata la risposta viola alcune delle massime di Grice, in questo caso qualità e rilevanza. In un altro esempio ancora:

3) A: Puoi accompagnarmi a tennis oggi?

B: La banca è chiusa il pomeriggio.

In questo esempio, non è presente nessuna cooperazione tra gli interlocutori in quanto la risposta alla domanda di A è completamente fuori luogo, sconnessa dall'obiettivo principale della conversazione (A vuole essere accompagnato al campo da tennis) e la quantità di informazioni data da B è pressoché nulla, rendendo il dialogo inutile e non cooperativo.

### **2.2.1.1 L'umorismo come violazione cooperativa delle massime del CP**

Il modello comunicativo basato sulla cooperazione tra le parti proposto da Grice è stato interpretato da autori come Raskin come un esempio di comunicazione in *bona-fide*, ossia in un tipo di comunicazione diretto ed efficiente che trasmetta le informazioni in modo sensato e senza ambiguità (Raskin e Attardo 1994). Questo tipo di comunicazione, tuttavia, non si ferma solamente ai limiti inclusi nel CP, cioè nel rispetto delle massime, ma può estendersi a casi in cui le regole della comunicazione cooperativa vengono volontariamente violate per un istante. Il significato di una frase può essere estrapolato sia attraverso modalità composizionali (che fanno riferimento al significato letterale) sia non composizionali (deducibili e ricercabili all'interno del contesto) e, quindi, con la possibilità di creare frasi di senso compiuto anche in seguito a rotture delle massime di Grice (Raskin e Attardo 1994). Nell'esempio 1), A potrà sempre capire che non avrà in prestito la penna in quanto B è sprovvisto di tutto l'astuccio, e quindi, impossibilitato a fornire alcun tipo di articolo di cancelleria a chiunque. La rottura volontaria di una o più massime (in modo implicito o esplicito) del CP può essere ricondotta al tentativo di rendere più visibile un'altra massima ancora, inducendo l'ascoltatore a ricostruire il significato originario della frase (Raskin e Attardo 1994). Questo tipo di comunicazione è evidente nelle metafore: chiamare una persona "una cima" non induce l'interlocutore a pensare a questa persona come la parte più alta e terminale di una montagna, ma bensì a crederla come molto intelligente (o molto stupida, nell'eventualità che il commento venga detto in tono ironico o sarcastico).

Come si è visto nell'esempio 1), sebbene l'interlocutore possa sempre comprendere in un modo o nell'altro il significato di ciò che diciamo, a volte può capitare di infrangere una o più massime. Non rispettandone una o più si incorre in quella che Grice chiama *violazioni* (Grice 1989). L'autore crea un distinguo su come le massime possono essere violate: esiste una differenza fra rotture, più o meno evidenti (ossia all'interno di un discorso in *bona-fide*), e *flouts* (sciocchezze). Mentre le prime sono nascoste deliberatamente da parte del parlante che può optare per soluzioni linguistiche alternative (metafore) o cercare di nascondere informazioni all'interlocutore (bugie), le seconde sono basate su una rottura aperta e conscia di una o più massime, aspettandosi che l'interlocutore trovi la deviazione (Attardo 2017). Si parla in questo caso di comunicazione *non-bona-fide*, ossia di un tipo di comunicazione non letterale che non si prefigge il trasferimento di informazioni più semplice possibile (Raskin e Attardo 1994). La ricerca e l'individuazione della rottura da parte dell'ascoltatore genera quell'incongruenza che lo porterà poi a ridere dell'inconsistenza dell'enunciato. Grice, con l'introduzione del suo CP, puntava a delimitare una specie di "prevedibilità" all'interno della comunicazione. Violando le massime, tuttavia, si viene a generare un senso di "imprevedibilità"

che può essere raccolto da una delle parti per produrre forme di umorismo (Attardo 2017). Abbandonando il reame della comunicazione in *bona-fide* l'ascoltatore perde anche gli agganci e gli spunti sulle intenzioni del parlante, sulla veridicità di ciò che viene detto o sulla sua rilevanza (Raskin e Attardo 1994). Questa rottura delle massime del PC e la conseguente generazione di incongruità non sono puramente casuali: la scelta o meno di applicare dello humor ad una rottura dipende dall'applicazione di altri principi che regolano le relazioni sociali, come ad esempio il fatto di voler essere visti sotto una luce migliore da un gruppo di individui (Goatly 2012). Inoltre, l'utilizzo della comicità attraverso la rottura delle massime del PC non rende lo humor meno collaborativo di altre forme di comunicazione: a differenza delle bugie, che sono un tipo di comunicazione *non-bona-fide* in cui il parlante cerca di convincere che il contenuto del suo enunciato (per quanto falso o non consistente) sia da vedere sotto l'ottica di una comunicazione in *bona-fide*; l'umorismo è una forma di gioco sociale cooperativo che coinvolge entrambe le parti (Attardo 2017) e che è regolato da ulteriori principi riconducibili alle massime di Grice: quantità delle informazioni utili per l'umorismo; qualità delle informazioni; rilevanza delle informazioni allo humor; modalità di comunicazione efficiente dell'umorismo (Raskin e Attardo 1994).

### **2.2.2 La Politeness Theory (PT) e le implicazioni nella comicità**

Procedendo dall'ottica *near-side* del CP di Grice ad una di tipo *far-side*, ossia improntata all'analisi di ciò che viene detto e il come viene detto, troviamo la teoria di Brown e Levinson sulla "cordialità" (*Politeness Theory*, da qui abbreviato PT) e sul concetto di "faccia". Tale "cordialità" che viene trattata nella PT fa riferimento più a un framework di tesi, più che un'unica teoria universale, che trattano di uno degli aspetti fondamentali del comportamento sociocomunicativo umano implementato nelle situazioni di mitigazione di fenomeni potenzialmente dannosi per l'individuo (Locher e Watts 2005). Nella realizzazione dei propri obiettivi, quali potrebbero essere quelli perseguiti dalle parti nel CP di Grice, gli esseri umani procedono secondo determinati modi e situazioni in un continuum di comportamenti verbali che spazia tra atteggiamenti socialmente appropriati e meno appropriati (Locher e Watts 2005). La PT, così come proposta da Brown e Levinson, si occupa delle situazioni di deviazione dalle massime di Grice. La teorizzazione successiva di Leech sul *Politeness Principle* (PP), basata sulla teoria di Brown e Levinson, verrà presentata strutturandola intorno a sei massime quali: tatto, generosità, approvazione, modestia, accordo e compassione (Goatly 2012). Usate nella conversazione, tutte queste strategie rendono il discorso più cortese, ma altresì meno diretto e conseguentemente più ambiguo, con il risultato di infrangere le massime del CP. Tutti questi atti di addolcimento degli atti verbali sono centrati sul concetto di "faccia". Per Brown e Levinson ogni individuo,



definito come *model person*<sup>8</sup>, possiede due qualità: razionalità<sup>9</sup> e faccia (Brown e Levinson 1987). Riprendendo la definizione da Goffman, per gli autori la faccia è definita come:

[...] *something that is emotionally invested, and that can be lost, maintained, or enhanced, and must be constantly attended in to interaction.* (Brown e Levinson 1987, 61)

La faccia, quindi, è un valore astratto (Goatly 2012) che non è posseduto interamente dall'individuo, ma rappresenta una continua rinegoziazione con gli altri membri di un gruppo in base al ruolo che l'individuo ricopre al suo interno (Locher e Watts 2005). Vengono descritte due tipologie di facce che si possono adottare: la prima è definita come "faccia positiva" (*positive face*) e rappresenta il desiderio di un individuo di essere accettato e valorizzato dal proprio gruppo per quello che è; la seconda è chiamata "faccia negativa" (*negative face*), ossia il desiderio di essere lasciati liberi di agire e parlare liberamente (Goatly 2012). Le azioni che l'individuo compie per migliorare una o l'altra faccia sono dette *face-work*. Ogni individuo può introdurre strategie per cercare di limitare atti potenzialmente dannosi alla propria faccia o a quella degli altri (*avoidance process*) o per cercare di migliorare la propria faccia agli occhi degli altri (*corrective process*) (Goffman 2017).

Agire contro una di queste due facce dell'interlocutore può dare luogo a reazioni avverse, chiamate *face-threatening* (FTA) che potrebbero infastidirlo o indurlo ad agire in modo aggressivo o difensivo. I due studiosi distinguono diversi modi per scatenare questi atti: gli FTA possono essere causati da azioni *off-record*, se all'interno dell'atto verbale sono presenti più aspetti ambigui che possono essere percepiti come pericolosi per l'immagine personale da parte dell'interlocutore; oppure possono essere causati da azioni *on-record*, cioè da azioni dove l'intento del parlante di minare la faccia del suo interlocutore è percepita come palese e volontario (Brown e Levinson 1987). Nella comunicazione di ogni giorno, lo humor può essere visto come un metodo per avviare o mantenere atti ed eventi verbali, ad opera di una singola persona o di un gruppo, necessari per la creazione di una comprensione intertestuale specifica tra le parti (Kotthoff 1996), e per alleggerire la pressione esercitata da possibili obiettivi contrastanti, il parlante può assumere una posizione più pacata, facendo affidamento a quella che viene chiamata *politeness* (cordialità). In base alla modalità d'interazione con cui questi vengono prodotti si potrà vedere l'umorismo in base a differenti punti di vista, messi in relazione a ciò che una persona, o un gruppo di individui, vogliono comunicare. Quando l'umorismo si ripropone di contribuire allo stabilimento di buoni rapporti tra le parti fornendo un'immagine migliore di sé, sfrutta la *positive politeness* rendendo informale il discorso e facendo emergere la personalità personale del comico (Kotthoff 1996). Nel caso opposto, se un individuo si sente minacciato dal tema di un discorso in atto, può far uso della *negative politeness* per smorzare l'attrito o per minimizzare i problemi che

---

<sup>8</sup> Per Brown e Levinson la *model person* è rappresentata dagli individui parlanti la loro lingua madre coscienti della struttura della stessa.

<sup>9</sup> Per *razionalità* i due autori si riferiscono all'applicazione da parte del parlante di un pensiero pratico che gli permetta di dedurre delle informazioni necessarie alla soddisfazione di determinati obiettivi o fini.

reputa dannosi per la sua faccia (Kotthoff 1996). Watts illustra linguisticamente questa distinzione tra una e l'altra forma in una struttura a due ordini:

- *First order politeness*: definibile come l'utilizzo di espressioni linguistiche considerate "gentili" per riferirsi al proprio interlocutore;
- *Second order politeness*: definibile come l'utilizzo teoretico dei termini considerati "gentili" per riferirsi al proprio interlocutore secondo modelli gerarchici di tipo top-down (Watts 1992).

Il *second order politeness* rappresenta quelle che volgarmente vengono definite come "forme cortesi", come il dare del Lei nell'italiano o le strutture del *keigo* e del *kenjōgo* (linguaggio onorifico e cortese) nel giapponese. Queste ultime due forme di linguaggio sono utilizzate all'interno della lingua giapponese per manifestare la deferenza del parlante in relazione al grado sociale che riveste il suo interlocutore. Questo tipo di costruzione non è sempre considerata gentile in quanto nessuna espressione linguistica può essere presa come "intrinsecamente" *polite* (cortese) in quanto: a) alcune strutture semantiche non hanno valore se non quello di introdurre una richiesta specifica ("potresti...", ecc.); b) ciò che può sembrare come gentile o meno dipende dal punto di vista delle parti. Al posto di *second order politeness* sarebbe più corretto, quindi, parlare di *appropriateness* (appropriatezza) come senso di adeguamento del proprio comportamento in base alla situazione in cui ci si trova (Locher e Watts 2005). In questo modo le persone possono valutare le frasi utilizzate nella comunicazione come "polite" o meno in base al loro *habitus*<sup>10</sup>.

### **2.2.2.1 I limiti dell'universalità del face-work**

Nel proporre la loro teoria sulla *politeness*, Brown e Levinson hanno suggerito che questa caratteristica del linguaggio umano sia universale e presente nella stessa misura, e aderente alle stesse regole, in tutte le società del pianeta. In realtà, sebbene sia innegabile che ogni società umana possieda delle regole di condotta che possono essere ricondotte ai meccanismi della cordialità come strumento per il mantenimento e il benessere della faccia dell'individuo è altresì stato dimostrato come quest'ultima in particolare abbia caratteristiche suscettibili a variazioni culturali (Mao 1994). Nel loro testo, alcune culture basate su un'identità comunitaria di società (public image) vengono analizzate tramite un'ottica concentrata sulla centralità dell'individuo (self-image), come quelle euro-americane, senza considerare che tramite la *politeness* vengono convogliate norme sociali o morali diverse tra una cultura e l'altra (Locher e Watts 2005). Forme di rispetto e deferenza come quelle presenti nella lingua giapponese vengono viste da Brown e Levinson come orientate a un'impostazione di *negative politeness* (Mao 1994). Secondo Levinson, le impostazioni linguistiche formali, come il sistema degli onorifici, sono considerate più delle strategie linguistiche volte al mantenimento di una gerarchia formale piuttosto che a delle realizzazioni possedenti caratteristiche determinanti all'interno dell'intero contesto socio pragmatico del giapponese (Ide 1989). Questo tipo di impostazione di

---

<sup>10</sup> Il termine indica l'*habitus* come definito da Bordieu, ossia come il set di predisposizioni fisiche e/o cognitive dell'individuo che lo spinge ad agire secondo determinati modi in base all'esperienza acquisita.

pensiero esclude che in alcune società, come quella giapponese per mantenere l'esempio, vengano prediletti o considerati più importanti i rapporti sociali comunitari: in Giappone ciò che fa perdere la faccia ad un individuo non viene identificato nello "sconfinamento" della propria area privata, della propria libertà di fare quello che si vuole, ma al contrario, di non dimostrare una certa sensibilità sociale nei confronti dei rapporti tra membri del proprio gruppo e quelli appartenenti ad altri (spesso posti in rapporti di tipo verticale) (Matsumoto 1988). Il riconoscimento della propria posizione all'interno di un gruppo e dei rapporti di tipo gerarchico tra gli individui, detto *wakimae* (わきまえ, lett. discernimento), è il presupposto principale per mantenere una conversazione amichevole e piacevole tra le parti, senza incorrere in FTA (Ide 1989). Questo non significa che, all'interno del contesto socioculturale giapponese non ci sia spazio per il concetto di faccia come inteso dai due studiosi: cambiano solamente i criteri di ragionamento pratico razionale che spingono l'individuo verso quelle strategie linguistiche atte a soddisfare i fini comunicativi (Matsumoto 1988). Al contrario di quanto affermato nella PT di Brown e Levinson, dove atti di deferenza nei confronti dell'interlocutore sono visti come forme di *negative politeness* in quanto volti a non minare il territorio altrui, nella lingua giapponese il rispetto e il mantenimento dei rapporti sociali tra persone appartenenti a livelli diversi prevede la scelta di espressioni specifiche atte a informare le une o le altre parti sul contesto sociale in atto, permettendo un corretto funzionamento della comunicazione e della formazione di relazioni sane tra gli individui e concorrendo alla buona gestione della "propria" faccia (Matsumoto 1989). La PT è quindi adatta a contesti linguistici *speaker-oriented*, dove la scelta d'espressione è principalmente determinata dalla proposizione che il parlante decide di enunciare, ma non risulta altrettanto efficace in contesti diversi, dove più che il messaggio è il contesto socio-culturale che determina le scelte linguistiche da adottare per esprimere ciò che si vuole dire (Matsumoto 1989).

#### **2.2.2.2 Face-Threatening Acts e humor**

Gli FTA possono essere indotti non solo da atti verbali, o meno, da parte del parlante, ma anche da forme umoristiche come l'ironia o il sarcasmo. In condizioni normali, ossia di un dialogo che non preveda l'utilizzo di mezzi umoristici, il parlante cerca di minimizzare eventuali FTA tramite l'utilizzo delle strategie di cordialità (Zajdman 1995). Tuttavia, tramite l'utilizzo dello humor, al parlante è concessa l'occasione di esprimere il suo atto verbale senza minimizzare o addirittura innescando questi FTA. Nella maggior parte dei casi si viene a creare un accordo tacito tra le parti per cui in quel dato momento, nell'occasione della risata, le identità individuali di entrambe le parti vengano sospese per permettere l'attività comica e i benefici che si possono ricavare da essa (Brown e Levinson 1987).

Così come si è visto sopra, anche i FTA umoristici (*humorous FTA*) possono essere di tipo *off-record* e *on-record*. Alla prima categoria appartengono tutti quegli FTA in cui il messaggio sviluppa al suo interno delle implicazioni che rendono l'atto ambiguo, con il rischio che l'ascoltatore trovi delle minacce alla sua faccia anche qualora il parlante non lo faccia di proposito (Zajdman 1995). Nel secondo caso, quello dei FTA

umoristici di tipo *on-record*, il riferimento alla faccia dell'interlocutore è esplicito, il parlante è diretto e non nasconde le sue intenzioni, eppure è uno dei sistemi più facilmente compensabili rispetto al tipo *off-record*, in quanto una minaccia diretta alla faccia dell'interlocutore apparirebbe come un gesto così eclatante che il parlante potrà giustificarlo con una scusa qualsiasi ("era solo una battuta") per smorzare la tensione (Zajdman 1995). A questo tipo di atti umoristici appartiene l'ironia e il sarcasmo. Non tutte le forme di ironia danno luogo a FTA: sono infatti distinte due tipologie principali di situazioni ironiche: situazionali e verbali (Colston 2017). Le forme situazionali si rifanno a contraddizioni o coincidenze ironiche nelle situazioni che si verificano in momenti e luoghi che possono anche essere lontani dalla persona. Le forme verbali, invece, si basano su creazioni linguistiche di contraddizioni ironiche in riferimento ad una scena vicina all'interlocutore. Si può dire che le due forme possano essere riassunte rispettivamente come forme di ironia percepita e prodotta. La generazione di situazioni FTA risiederebbe appunto nella seconda categoria di ironia, quella prodotta. Alcune, se non quasi tutte, delle forme di ironia sfruttano l'utilizzo di espressioni positive nel tentativo di accentuare ulteriormente una critica negativa (critiche/complimenti ironici) o, come nel caso del sarcasmo, vengono presentate forme di ironia di cattivo gusto per appesantire ancora di più l'espressione negativa nei confronti di una critica ricevuta (Colston 2017).

### 2.3 FUNZIONE SOCIALE DELLO HUMOR

Si è visto in precedenza che lo humor possiede diverse funzioni psicologiche, relative sia all'individuo in sé sia in relazione con gli altri (si veda §1.1.4). Una di queste funzioni illustrava lo humour come un fenomeno sociale per cui, tramite la produzione e la ricerca della risata, si possa stringere legami più forti con gli altri, influenzandone anche emozioni e credenze. Nell'agire da costruttore di legami interpersonali, lo humor diventa un importante strumento per testare la compatibilità di un individuo all'interno di un gruppo (Ziv 2010). È una forma di gioco, usato come atto di comunicazione interpersonale, dove ogni suo componente – cognitivo, ossia la creazione e comprensione dell'incongruenza; emotivo, la generazione dell'ilarità; espressivo, ovvero la risata in sé – possiede una specifica funzione sociale che permette agli individui uno scambio di informazioni (Martin 2007). Generalmente, questo scambio tra due parti può avvenire secondo due modalità distinte: una definita come "seria" (*bona-fide* secondo il CP), dove la trasmissione di un'informazione avviene secondo criteri logici e coerenti con il tipo di discorso che si sta facendo; e una modalità "non seria" o "goliardica" (*non-bona-fide*), dove il contenuto del messaggio dev'essere decodificato tramite una serie di immagini contraddittorie tra loro o con la realtà (Martin 2007). Nella prima modalità ci si attiene a una serie di parametri legati alla logica e alla coerenza che rendono impossibile una comunicazione che addotti l'assurdo per trasmettere un messaggio. Questo assurdo può manifestarsi nel momento dello scontro tra due visioni del mondo o percezioni della realtà differenti. Può generalmente risolversi con il dialogo, ma alle volte può dare origine a conflitti che, degenerando, possono inficiare le relazioni tra gli individui. Per evitare tali scontri, o per far in modo che il danno che può arrecare al rapporto sia contenuto, il passaggio a

un tipo di comunicazione goliardica permette, grazie all'inserimento del discorso di contenuti assurdi e incongrui, di ovviare al problema dei multipli punti di vista fornendo una visione d'insieme e comune a tutti i presenti che manifesti contraddizioni e che permetta a chi sta comunicando di negoziare o rivedere la propria posizione senza però essere minacciato da una dichiarazione o un'accusa diretta. Questo aspetto dello humor permette, quindi, di ridere delle differenze nella percezione personale della realtà, influenzando e venendo influenzati dagli altri per quanto riguarda abitudini, sentimenti o sensazioni che, se comunicati in modo serio, potrebbero non essere graditi (Martin 2007). La creazione e negoziazione dei punti di vista personali sarà il punto focale dei due aspetti sociali presentati di seguito e che serviranno alla creazione di un'idea di come lo humor possa essere usato come mezzo per la reiterazione di strutture di potere e, in alcuni casi, per discriminare in modo attivo le minoranze. Per questa sezione sarà centrale la distinzione tra una forma di umorismo di tipo "affiliativo", ossia quel tipo di risata che tende ad unire le persone (riassumibile con la locuzione *ridere con*); e un tipo "esclusivo", che vede come obiettivo della risata quello di escludere individui o minoranze da un preciso gruppo (*ridere di*) (Abrahams 2021).

### **2.3.1 Coesione al gruppo e gerarchia**

Si è analizzato come la risata sia una tra le forme di comunicazione non verbale atta a indicare la buona salute psicofisica di un individuo (vedi §1.1). L'umorismo è uno dei fenomeni sociali che nella maggior parte dei casi si risolve all'interno di un gruppo. Raramente, infatti, si riesce a ridere da soli e se siamo gli unici a ridere all'interno di un gruppo si tenta di mascherare questo sentimento, almeno fin quando non subentra qualcun altro con cui ridere insieme (Morreall 1983). Quando altre persone ridono all'umorismo prodotto si viene a creare un senso di apprezzamento che coinvolge sia chi stimola la risata negli altri, sia chi giova di tale azione (Ziv 2010). L'umorismo diventa uno strumento per stringere legami interpersonali più forti e aiuta a manifestare la nostra propensione all'amicizia e all'accettazione nei confronti delle persone che ci circondano (Morreall 1983). Questo avviene attraverso la sua capacità di sganciare le persone dagli aspetti pratici di ciò che stanno facendo grazie a un momento di divertimento condiviso. Per questo motivo è più semplice gestire incarichi pesanti in gruppo se al suo interno si crea un'atmosfera che prevede la produzione e la condivisione di umorismo. Le situazioni sociali che presentano uno scambio comico tra due o più individui sono caratterizzate anche dall'accettazione e dalla soddisfazione, del desiderio di appagamento dei membri che vi partecipano: come si è visto nel capitolo precedente (§2.2.2) lo humor può aiutare gli individui a soddisfare il loro bisogno di essere accettati per quello che sono (la loro *positive face*) anche attraverso la limitazione degli atti potenzialmente dannosi che possono sorgere spontaneamente nella conversazione. Tramite una modulazione di un messaggio critico in chiave comica, le altre persone saranno predisposte ad accettare il commento in modo più rilassato in quanto, attraverso un'interpretazione di lettura divertente, il problema presentato verrà percepito in modo meno serio (Morreall 1983).

Tra le funzioni che lo humor possiede, la sua capacità di informare – ed in una certa misura educare – gli individui circa le norme che regolano una determinata cultura è la più importante nello sviluppo sociale dell'individuo (Carroll 2014). È un fenomeno prettamente culturale: come accennato nella prima parte di questo elaborato, esso è una caratteristica insita dell'essere umano, e in quanto presente in ogni aspetto della sua vita, esso fa parte anche della sua cultura. Ogni cultura ha dei determinati principi sulla quale si regge, e questi ultimi vengono tramandati non solo grazie al lavoro educativo delle varie istituzioni che compongono tale società (famiglia, comunità, apparato scolastico ecc.) ma anche tramite una vasta gamma di forme di umorismo. Lo humor come strumento di rinforzo delle norme sociali, quindi, è legato alla cultura e alle convenzioni che va a trasmettere, trasformandolo in uno strumento inscindibile dal contesto in cui viene prodotto. La "morale", ossia il messaggio serio dietro la risata, si prepone il rafforzamento delle norme sociali ed è facilmente appresa e assimilata tramite il sentimento di piacere generato dall'umorismo. Questa sorta di "pedagogia" si basa su una forma correttiva delle attitudini e degli atteggiamenti dei personaggi che compongono la scena comica: l'assurdo creato nella differenza tra immagine riportata e norma induce gli spettatori a correggere i loro valori o le loro attitudini, discostandosi da ciò che hanno visto in modo da non diventare l'oggetto della prossima risata altrui (Ziv 2010). Lo humor è quindi utilizzato come forma di comunicazione che permette il rinforzo della coesione delle idioculture<sup>11</sup> di un gruppo tramite la creazione e la condivisione di un senso della realtà condiviso da chi partecipa alla risata (Martin 2007). La coesione e l'aderenza a delle specifiche norme è un requisito fondamentale di un gruppo e, tramite l'umorismo, è possibile ridurre le differenze al suo interno innalzando il morale dei suoi membri e aumentandone l'intimità, enfatizzando il senso di unicità della comunità (Ziv 2010). La coesione è anche garantita dal rispetto della gerarchia interna al gruppo: tramite l'umorismo un individuo può migliorare il proprio status o l'apprezzamento degli altri nei suoi confronti senza rischiare di essere vittima di atteggiamenti correttivi o esclusivi (Ziv 2010). Permettendo, inoltre, l'annullamento di alcune contraddizioni dovute alla struttura di potere, lo humor permette la creazione di legami più stabili tra i membri del gruppo attraverso la condivisione di influenza, consentendo ai membri un miglior raggiungimento degli obbiettivi prefissati e una migliore manutenzione delle relazioni di gruppo (Martin 2007). In queste situazioni, l'umorismo è prettamente utilizzato non per accentuare differenze in uno o negli altri membri, ma bensì per minimizzarle, ponendo al centro una serie di valori fondamentali per tutti i presenti, coinvolgendo gli individui nel sentirsi parte di qualcosa di più grande (Stephenson 1951).

### **2.3.2 Esclusione e ridicolizzazione**

Se da un lato si è visto come lo humor possa essere utilizzato come forma di collante sociale per definire meglio i confini e i valori di un determinato gruppo di individui, esso può svolgere anche la funzione

---

<sup>11</sup> Per idiocultura si intende quel sistema di conoscenze, credenze, costumi caratteristico di un determinato gruppo, il quale utilizza questo sistema per definire sé stesso e gli altri. In questo caso non ci si riferisce solamente ad un sistema nazionale, ma anche a tutte quelle sottoculture presenti sul suo territorio.

opposta: evidenziare e accentuare le differenze al fine di creare una visione esistenzialista che può portare anche alla discriminazione. Innanzitutto, così come l'umorismo è impiegato nella definizione dei confini di un determinata comunità, così funziona nella sua delimitazione, utilizzando le esperienze condivise dai suoi membri per creare un'immagine di unicità del gruppo (Ziv 2010). Tecniche umoristiche come la parodia, la satira, il sarcasmo ecc. consentono all'umorista di nascondere malizia nel messaggio o trasmettere un'idea aggressiva o violenta senza che questa possa essere vista come tale, evitando di scatenare reazioni da parte del pubblico offeso (Stephenson 1951). Può essere impiegato come elemento per la scelta di quali valori appartengono a una determinata idiocultura e quali no, anche all'interno dello stesso gruppo sociale: nello stesso modo in cui l'umorismo funziona come rinforzo alle norme sociali può anche assumere scopi ridicolizzanti e coercitivi (Martin 2007). È il caso questo della figura del "capro espiatorio", ossia quell'elemento all'interno del gruppo che, tramite lo humor, viene messo in ridicolo e rigettato in una forma di dominazione sociale dove chi è sottomesso non sempre può opporsi alle "perversioni" degli altri (Ziv 2010). Sotto questo aspetto, ridere dell'altro è visto come mezzo per rifiutare il suo essere e la sua persona. Questo discorso è applicabile sia a gruppi piccoli, con l'esclusione di uno o più membri, sia all'interno del discorso sociale, dove gli esclusi sono le minoranze. Presentando il "rifiuto" sotto chiave comica, ossia secondo il tipo di discorso *non-bona-fide* introdotto in precedenza, non solo si ottiene il vantaggio di presentare il messaggio in modo indiretto, evitando di esporsi troppo a critiche riguardo al contenuto di quanto detto, ma si mina anche la capacità di chi viene allontanato di controbattere al testo comico. Questo avviene grazie al fatto che, poiché l'incongruità alla base della comunicazione umoristica permette multiple interpretazioni, chi deve ribattere al commento fatto deve poter affrontare tutta la molteplicità di visioni (Martin 2007).

L'utilizzo retorico dello humor come strumento per accentuare le differenze trova la sua evidente manifestazione nell'umorismo a tema etnico-razziale. Questa tipologia di umorismo prevede un forte utilizzo di stereotipi entro cui far ricadere un determinato gruppo o minoranza, inducendo le persone a credere circa la veridicità dello stereotipo, consolidando sia la posizione di subalternità del gruppo discriminato, sia quella di superiorità del gruppo che prova piacere in questo tipo di umorismo (Weaver 2011). Importante per la successiva analisi è comprendere come questi gruppi vengano marginalizzati attraverso l'umorismo. Riprendendo la classificazione proposta da Weaver, si possono trovare due modi in cui distinguere i gruppi. Il primo di questi viene classificato sotto il termine di "logica dell'inclusione". Questa logica – chiamata tale in quanto fa riferimento alla catena di ragionamenti che presiede il discorso alienante – introduce un'inferiorizzazione e sfruttamento dell'altro tramite l'inclusione degli individui all'interno degli stereotipi caratterizzanti il gruppo sociale a cui si ritiene facciano parte (Weaver 2011). Lo scopo, quindi, è quello di far trasparire come una visione stereotipizzata del diverso sia in realtà una visione reale e veritiera della sua natura, creando un immaginario collettivo basato su una distinzione, spesso duale, tra i due gruppi. In questo tipo di logica alla minoranza ridicolizzata è riconosciuta l'esistenza, ma a patto che venga sottomessa dal gruppo dominante di chi produce e gode dell'umorismo discriminante (Weaver 2011). Ovvero, si riconosce la presenza di un

gruppo diverso da quello dominante, ma affinché possa esistere una sorta di vita pacifica tra le due parti è necessario che ci sia la sottomissione e il riconoscimento di un'autorità moralmente e culturalmente superiore. In questo modo è possibile per chi produce lo humor ridicolizzante di creare una differenza essenzializzante tra il gruppo di appartenenza e l'altro, affidando a quest'ultimo non solo un ruolo inferiore nella società, ma definendo anche il tipo di vita a cui può aspirare, accrescendo la propria influenza ponendosi come il modello morale superiore. La seconda classificazione è quella definita come "logica dell'esclusione". A differenza della prima, la narrazione della scena comica non riprende un soggetto all'interno degli stereotipi che ne caratterizzano il pensiero comune, bensì tende a sfruttare immagini che rimandino all'eliminazione del diverso dalla società (Weaver 2011). La diversità dell'estraneo è vista come una minaccia all'armonia e alla coesione del gruppo dominante. Tale paura, definita come *proteofobia*<sup>12</sup>, spinge gli individui a rifiutare ogni forma di influenza multiforme e a adottare nel suo umorismo riferimenti macabri e violenti che influenzano gli altri membri del gruppo nella visione esclusiva proposta nella scena comica.

## 2.4 HUMOR ED ETICA: TUTTA LA COMICITÀ FA RIDERE?

Arrivati a questo punto risulta evidente come l'umorismo e la comicità possano funzionare a livello linguistico e sociale come strumento per evidenziare somiglianze o differenze tra persone appartenenti a gruppi più o meno omogenei. L'operazione di *social-bonding* finalizzata dall'utilizzo dello humor ha il vantaggio di permettere a persone che condividono gli stessi valori di unirsi e condividere dei momenti in leggerezza mentre le loro relazioni interpersonali ne guadagnano in maggiore fiducia e solidità. Ma è anche evidente come questa operazione venga effettuata a discapito di altre persone. Nella definizione di quello che sono e di cosa mi rappresenta dovrà essere avviata un'azione di inclusione ed esclusione di caratteristiche descrittive che andranno a formare l'immagine personale dell'individuo nella sua relazione con il mondo. Questa operazione è sempre svolta con il conseguente avvicinamento o allontanamento di certe caratteristiche a cui l'individuo si sentirà più o meno affine. Ne consegue che l'utilizzo dell'umorismo nel sorteggio di questi caratteri avrà al contempo sia valore formativo, nel momento di avvicinamento a nuovi aspetti o a individui, sia valore esclusivo, nel rapportarsi a ciò che non corrisponde ai caratteri selezionati. Nella definizione del proprio essere tramite l'umorismo alcune persone potranno divertirsi nel trovare una persona a loro affine, altre però potranno sentirsi a disagio o venir ferite nel momento in cui sentiranno di appartenere a una categoria diversa, marginalizzata o considerata come estranea e pericolosa. L'impiego di stereotipi che possano danneggiare l'immagine o la dignità di una persona in un contesto di comunicazione seria, o *bona-fide*, è universalmente riconosciuto come qualcosa di moralmente inaccettabile. Tali affermazioni fanno trasparire le convinzioni di chi le pronuncia che potrà, giustamente, venir indicato come persona dalle

---

<sup>12</sup> Bauman definisce come *proteofobia* la paura che il diverso e il multiforme genera all'interno di un gruppo, portando quest'ultimo a optare per l'allontanamento e l'eliminazione di tutto ciò che va contro il modello egemone (Weaver 2011).



idee sessiste, razziste, misogine, ecc. Ma all'interno dell'umorismo, dove l'assurdo e la violazione delle norme convenzionali sono la base di partenza, affermazioni e personaggi carichi di stereotipi vengono visti come elementi divertenti, su cui farci una risata. Lo humor ai danni degli altri – siano questi personaggi fittizi o reali – non viene percepito come qualcosa di lesivo e anzi, a volte lo troviamo divertente. Esiste, tuttavia, un limite superato il quale ridere diventa qualcosa di immorale?

#### **2.4.1 Come e perché una battuta può considerarsi offensiva?**

Nel paragrafo precedente si è visto come la risata a un testo comico possa essere ricercata su due piani sociolinguistici: dal lato semantico questa è scatenata laddove si venga a costituire un'incongruenza di significato/i nel testo, dal lato pragmatico, invece, la risata nasce dalle aspettative circa il contesto della barzelletta e dalle aspettative fatte dall'ascoltatore nel momento in cui il quest'ultima viene prodotta. Stando a queste premesse, l'inserimento di determinati stereotipi all'interno del testo comico potrebbe pregiudicare la "buona natura" dell'umorismo? La discussione sull'etica dello humor e sulla validità di certe forme di umorismo ruota intorno alla teoria della superiorità (§1.1.1) (Morreall 2020). A partire dai filosofi greci Platone e Aristotele fino al XIX secolo, la teoria della superiorità era considerata la descrizione più accurata del funzionamento psicologico e morale dell'umorismo. Anche con l'avvento delle nuove teorie, come quella dell'incongruità o quella del rilascio, l'etica dello humor continuava ad essere associata agli aspetti di dominanza e ridicolizzazione del debole. De Sousa in *The Rationality of Emotion* (1987) riconosce l'inserimento di riferimenti offensivi, siano essi sessisti o razzisti, all'interno di un testo comico lo rendano tanto discriminatorio quanto l'aver detto la frase in modo assertivo. L'autore distingue infatti una forma di risata, che indicherà col termine di *phthonic laugh*<sup>13</sup>, specifica di questo tipo di umorismo offensivo (Lengbeyer 2015). All'interno di questo tipo di humor non deve essere presente alcun elemento spiritoso poiché esso esprime le attitudini del soggetto (De Sousa 1987). Ridere a una battuta sessista, per esempio, è sintomo di condivisione delle medesime visioni alla base del testo comico stesso. Per poter ridere di tali barzellette è necessario condividere le stesse attitudini e include, anche un doppio livello: di identificazione con il gruppo dal quale è stata detta la barzelletta, e di alienazione nei confronti di chi è il target della stessa (De Sousa 1987). Per De Sousa, quindi, il fatto di utilizzare un umorismo offensivo e stereotipato, o ridere a questo, è altrettanto immorale quanto affermare in modo assertivo tali convinzioni.

Anche Merrie Bergmann condivide la stessa posizione di De Sousa. Il suo lavoro, incentrato prettamente sullo humor sessista, analizza in che modo un testo comico può essere definito come offensivo alla luce degli stereotipi utilizzati nella creazione delle figure comiche. Bergmann parte dalla finta logica dietro l'incongruenza dello humor per dimostrare come dietro a tale artificio retorico si possa celare anche una finta morale pronta a portare alla luce il messaggio concreto del testo comico (Bergmann 1986). Il pubblico

---

<sup>13</sup> De Sousa descrive la *phthonic laugh* come una risata maliziosa, che presenta caratteristiche non solo di invidia, ma anche il desiderio di voler limitare le azioni dell'altro, di agire in modo violento in modo che non possa realizzarsi o vedere i propri obiettivi completati

potrà trovare divertente la ricerca sia dell'incongruenza sia della morale nascosta e all'interno di quest'ultima il messaggio potrà contenere tracce delle attitudini sessiste di chi lo produce. Al pari di De Sousa, l'autrice è concorde nell'affermare che chi ride della presenza di elementi sessisti o discriminanti all'interno della morale nascosta in un testo comico certamente condividerà tali punti di vista anche all'infuori della situazione umoristica (Bergmann 1986). Il punto centrale di Bergmann si basa sul presupposto che ridere a tali battute dimostri le medesime attitudini tra chi produce lo humor e chi lo riceve, sottolineando che, in ogni caso, tale umorismo è offensivo per qualsiasi donna, in quanto prende in considerazione una categoria di per sé già discriminata, aggiungendo però un ulteriore livello di affronto: la produzione di tale humor, infatti, permette la perpetrazione degli stessi stereotipi che etichettano le donne, reiterando tramite la risata situazioni che qualcuno potrebbe trovare dolorose, sminuendone le sofferenze (Bergmann 1986). L'autrice porta come esempio numerosi esempi di testi comici che vedono le donne come il target dello humor. Le battute sullo stupro, come quella riportata da De Sousa, sono le più significative sull'ottica dei due autori.

*M. visit the hockey team. When she emerged, she complains she has been gang raped. Wishful thinking. (De Sousa 1987, 290)*

Nell'esempio riportato da questa barzelletta la scena comica emerge al suono del "wishful thinking". Traspare così il desiderio di M. al voler essere stuprata negli spogliatoi del palaghiaccio dove la squadra gioca. Dalle analisi che fanno gli autori questa semplice linea di testo può portare con sé diverse assunzioni di tipo sessista: alle donne piace fare (molto) sesso, che lo stupro – o in questo caso lo stupro di gruppo – sia una variante normale del sesso e che il fatto che a una donna piace fare del sesso sia di per sé qualcosa di stranamente volgare e strano. (Bergmann 1986, De Sousa 1987). Le persone che condividono tali assunzioni descritte sopra saranno più propense a ridere alla barzelletta. Ma il punto chiave che rivela la capacità offensiva di tale testo sta nel fatto che la parola *rape* stessa venga menzionata come qualcosa di banale, semplice o triviale, ignorando l'intero contesto di quello che significa essere vittime di stupro. L'offesa sta nella banalizzazione e ridicolizzazione di un'esperienza così traumatica.

#### **2.4.1 Stereotipo come ipotesto**

Contrariamente da quanto affermato da De Sousa e Bergmann, diversi autori sono concordi sul fatto che ridere a una battuta che presenta caratteri stereotipizzati non identifichi di per sé che gli individui che ne sono divertiti ne condividano anche gli aspetti estraneizzanti. Lengbeyer, per esempio, sottolinea che nella riproduzione di un testo comico, il contesto induce l'ascoltatore a spostarsi da un modello di comunicazione serio a uno umoristico. In questo cambio di paradigma comunicativo, possono esserci delle difficoltà nella distinzione tra personaggi fittizi, creati *ad hoc* per il contesto umoristico, e personaggi reali (Lengbeyer 2015). La difficoltà nell'identificazione dell'oggetto della risata cambia in base alla situazione o al contesto e la condizione di impersonalità che si viene a creare può essere una condizione sufficiente per apprezzare forme di umorismo che presentino stereotipi senza ferire nessuno (Goldstein 1995). Anche alla presenza di

stereotipi o attitudini di stampo sessista o razzista, una persona può apprezzare ugualmente l'umorismo per via della sua forte incongruità nell'opposizione di determinati elementi, per la sua sfrontatezza verso alcune norme sociali che regolano le buone maniere (può essere questo il caso di una battuta a sfondo sessuale molto esplicita) o anche per l'apprezzamento della sfacciataggine per il fatto che siano stati pronunciati tali stereotipi (Lengbeyer 2015). Ciò che cambia, quindi, tra i punti di vista di De Sousa e di Bergmann con quello di Lengbeyer e degli altri ricercatori risiede nel fatto che il contesto in cui viene presentato il testo comico gioca un ruolo chiave nella produzione e ricezione dello humor. Mentre per i primi due autori l'approccio semantico allo humor occupa una posizione centrale nella ricerca degli elementi offensivi all'interno di una barzelletta, in questo caso ci si ritrova di fronte ad un approccio tanto semantico quanto pragmatico. Nel recepire un testo comico, infatti, all'ascoltatore viene lasciato il compito di "riempire" alcuni vuoti riguardo al contenuto con la propria conoscenza del mondo (Lengbeyer 2015).

Il fatto di ridere di una barzelletta che presenta elementi stereotipati non è sinonimo, come affermano De Sousa e Bergmann, che la persona in questione condivida tali attitudini. Gli stereotipi sono una serie di attributi fittizi che non corrispondono (o solo in parte) alla realtà e che vengono generati attraverso un sistema gerarchico dove un gruppo dominante si opera in modo tale da raccogliere e inglobare sotto un'etichetta gli elementi considerati come diversi da quelli normali rappresentati da ciò che compone il gruppo dominante (Goldstein 1995). All'interno dello humor, gli stereotipi possono essere utilizzati come ipotesto per la creazione delle scene comiche. Se prendiamo come esempio la barzelletta a pagina 32, l'immagine del carabiniere che pensa che sia fuori che dentro la caserma piova è ripresa dal comune stereotipo che tutti i carabinieri siano degli 'idioti' o degli 'scemi'. Se si pensa però al numero di barzellette che vedono come protagonisti i carabinieri ci si può trovare di fronte al fatto che la maggior parte di queste, se non tutte, condivide le stesse caratteristiche sul personaggio. Un uso prolungato dello stereotipo si trasforma via via in un'etichetta, tramite la quale il comico è in grado di creare mezzi linguistici per provocare delle incongruenze di *script* cognitivi (opposizione realtà-stereotipo) più che estendere ulteriormente una credenza (Morreall 2020). L'uso di stereotipi è comunque possibile solamente in contesti dove il target rappresentato da tali immagini non si senta minacciato, e solitamente questo avviene con alti gradi di confidenza tra i membri di una cerchia o all'interno di individui appartenenti a un medesimo gruppo sociale (Goldstein 1995). Alla presenza di humor stereotipizzato viene dato luogo a un'operazione dove il termine stereotipato in questione viene costruito all'interno di un mondo comico, perdendo il suo significato standard, e sostituito da uno fittizio valido solamente all'uso fittizio in quel particolare momento (Lengbeyer 2015).

Per provare a verificare tali argomentazioni ripropongo di seguito come esempio la seguente barzelletta in friulano:

*Hitler e la so femine a son in vacancie a Rigulât. Al è inviern e l'omp al mûr di freit ta cjase. Alore dîs  
ale so femine: Ce frêt cal fâs! Bute une breo su par il fûc!<sup>14</sup>*

La vicenda narrata in questo testo comico fa riferimento a un improbabile soggiorno vacanziero di Adolf Hitler in un paesino del nord del Friuli-Venezia Giulia di nome Rigolato. Per un pubblico che non conosce la lingua friulana, questa barzelletta colpirà subito per il riferimento antisemita contenuto al suo interno. La frase ad effetto, infatti, ruota intorno al termine *une breo* che, enunciato vocalmente, non fa risaltare lo spazio tra l'articolo (*une*) e il sostantivo (*breo*), lasciando all'ascoltatore una traccia che potrà essere identificata come *un ebreo*. Partiamo da una precisazione di tipo semantico. All'interno della lingua friulana è presente una forte variazione linguistica a livello locale, con forme che possono differenziarsi anche tra paesi vicini. Si possono trovare parole diverse per identificare uno stesso oggetto (fenomeno prevalente se si compara friulano del centro-basso Friuli e friulano carnico) o si possono riscontrare differenze a livello fonemico per una stessa parola. Qui ci ritroviamo nel secondo caso dove la parola in questione, *breo* (lett. asse, fig. qualsiasi pezzo di legno), è la varietà dialettale del paese di Rigolato (in friulano *Riugulât*)<sup>15</sup> per il termine *brê/brea* in uso nella lingua friulana. La particolarità di questo cambio fonemico sta nel fatto che il genere della parola rimane lo stesso e di conseguenza l'articolo non presenterà la medesima trasformazione. Il *trigger switch* comico in questa barzelletta è rappresentato dall'opposizione dei due script *une breo* e *un ebreo*. Il primo, infatti, porta con sé il valore di "LEGNO" o di un qualsiasi pezzo di questo materiale, mentre il secondo denota chiaramente una persona di fede ebraica, e gioca su un tipo di opposizione tra qualcosa di normale e qualcosa di anormale da utilizzare come combustibile per una stufa. Per i non parlanti della lingua friulana questa barzelletta rimarrà incomprensibile per la maggior parte dei suoi termini e l'unica cosa che verrà percepita chiaramente sarà il termine *un ebreo*, mentre per un parlante friulano della zona bassa della regione, sebbene possa capire il testo in sé, difficilmente riuscirebbe a cogliere il riferimento alla parlata del paese di Rigolato, pregiudicando la comprensione del gioco di parole e, con ogni probabilità, rimanendo scosso dalla spudoratezza della barzelletta in sé. L'area di successo per questo testo comico si riduce ulteriormente a una porzione di area geografica dove è conosciuta questa variante del dialetto e chi lo ascolta possa effettivamente riconoscere l'incongruenza del gioco di parole. Data la presenza di un chiaro riferimento antisemita e la presenza dello stereotipo "comico" dell'ebreo vittima dell'Olocausto, come si profila questa barzelletta sul piano etico e morale? Il gioco di parole ruota sulla somiglianza tra le forme *une breo* e *un ebreo*. Il rimando allo stereotipo è secondario e viene attivato quando il gioco di parole è completo. Lo stereotipo è usato come mezzo linguistico nella creazione del collegamento con l'introduzione della storia e la sua risoluzione. Lo scopo del testo comico non è quello di ridere delle sventure degli ebrei vittime delle atrocità naziste, ma bensì di ridere della parlata degli abitanti di Rigolato. Lo stereotipo diventa, così, l'ipotesto con cui si ripesc

---

<sup>14</sup> Traduzione: Hitler e la sua compagna sono in vacanza a Rigolato (un paese della Carnia, Friuli-Venezia Giulia). È inverno e l'uomo sta morendo di freddo in casa. Allora dice alla donna: "Che freddo che fa! Butta un legno sul fuoco!"

<sup>15</sup> La variante dialettale di Rigolato è riconosciuta come una delle poche forme locali, se non l'unica, che utilizza la -o finale anche per alcuni sostantivi femminili. Altri esempi sono acqua = *aga/age* > *ago*, mucca = *vacja/vacje* > *vacjo*

il tema della barzelletta. Ma dev'essere visto solo come un espediente linguistico in virtù della sua attivazione secondaria nella mente di chi ascolta. Infatti, il gioco di parole in sé non fa riferimento in nessun modo diretto all'Olocausto, ma gioca solamente sulla similarità delle due espressioni. In definitiva, la produzione e il piacere generato da questo testo comico non dovrebbero produrre in alcun modo rimandi ad attitudini immorali.

Quando ho sentito per la prima volta questa barzelletta, personalmente, l'ho trovata divertente sia per il gioco di parole (ero già a conoscenza della variante dialettale in questione) e, tristemente, anche per il riferimento all'Olocausto. Tuttavia, se quest'ultimo fosse stato assente, difficilmente si sarebbe potuta capire la barzelletta in sé. Se al posto di Hitler come protagonista della storiella, fosse stato inserito un personaggio sconosciuto, in quel caso il collegamento sarebbe venuto a mancare, con il rischio che tale testo fosse compreso come una chiara dichiarazione d'intenti verso certe inclinazioni di pensiero. Personalmente non condivido gli stereotipi e le attitudini maliziose che si potrebbero trovare all'interno dell'umorismo. Questo tipo di humor rappresenta un artefatto culturale, in virtù degli elementi contenuti, e mantiene al suo interno una traccia del primo momento in cui è stato prodotto. Se si devono identificare delle falle etiche e morali in tale barzelletta sono da ricercare all'interno del contesto in cui è stata enunciata la prima volta. Al pari di qualsiasi aspetto culturale, anche l'umorismo possiede la capacità intrinseca di cambiare in tempi brevissimi. Nel cambio tra due generazioni, ciò che viene considerato come divertente può cambiare completamente. Per tale motivo, ridere a un testo comico che presenta stereotipi al suo interno non è di per sé una condizione per definire una persona "moralmente cattiva". Come scritto in precedenza, la risata in questi casi può essere scatenata da molteplici fattori che poco hanno a vedere con lo stereotipo in sé, e in alcuni casi è la presenza dello stereotipo e del suo riconoscimento come qualcosa di falso e di impossibile che scatena la risata.

L'utilizzo di stereotipi, soprattutto negativi, può comunque provocare dei danni. L'applicazione incontrollata e continua di elementi che spingono le persone a giudicare, vedere o pensare a una persona non per quello che è, o per quello che rappresenta, ma tramite dei caratteri attribuitigli a priori sulla base della sua appartenenza a un gruppo considerato minoritario, anche se applicato a un testo comico diventa una forma in sé di pregiudizio dannoso (Benatar 1992). Sebbene una condizione principale dello humor sia il distacco emotivo, per il quale ci è impossibile ridere di una situazione che percepiamo come pericolosa per noi o chi ci sta intorno, forme di humor che violano la sensibilità delle persone, o la loro vicinanza emotiva a un dato tema, possono essere considerate come qualcosa di nocivo (Shuster 2013). Anche in casi in cui non si è direttamente coinvolti sul piano emotivo, alcune persone possono trovare lo humor stereotipato come crudele o possono preoccuparsi per le conseguenze che tale testo può avere sugli altri (Lengbeyer 2015), per esempio, diminuendo la capacità del pubblico di provare compassione per il gruppo preso di mira dallo stereotipo o insinuare ulteriori pregiudizi insensati nella mente delle altre persone (Morreall 2020). Inoltre, non si può essere completamente certi che il voler essere divertenti utilizzando stereotipi non possa essere

offensivo per qualcun altro, in quanto ci è impossibile conoscere le vicende personali di chiunque incontriamo (Goldstein 1995).

È quindi eticamente o moralmente sbagliato ridere a una barzelletta che gioca su stereotipi o attitudini sessiste/razziste? Non c'è una risposta esaustiva a questa domanda in quanto il grado di incertezza sulle attitudini delle altre persone rende la produzione di tale humor sempre un'incognita. Il punto fermo di questa parte risiede nel fatto che se si vogliono utilizzare stereotipi all'interno di un testo comico allora essi dovranno essere impiegati come espediente linguistico e non retorico. L'importanza sta anche nella consapevolezza del comico a saper distinguere tra le situazioni e gli argomenti che può affrontare davanti al suo pubblico. Ciò che rende l'umorismo tale è la sua capacità di sovversione delle convenzioni e di smorzare le pressioni sociali tramite un uso inventivo del linguaggio (Gabin 1987). Se lo humor stereotipato può essere utilizzato in questa misura, allora forse è possibile ritenerlo eticamente giusto.

### 3 ANALISI DEL FORMAT *LOL/HITOSHI MATSUMOTO PRESENTS DOCUMENTAL*

---

*L'ultima parte di questo elaborato si ripropone di analizzare il format comico LOL/HITOSHI MATSUMOTO presents Documental utilizzando gli strumenti visti nella seconda parte. Lo scopo sarà quello di descrivere il tipo di comicità utilizzata dai vari comici che aderiscono al programma, individuando le tecniche, i temi o gli stili di maggior successo tra un'edizione e l'altra e come si rapportano tra di loro i vari personaggi. L'aspetto interessante della comparazione di questi due programmi televisivi è la competizione intrinseca che spinge i comici a scegliere qualche sia il metodo più efficace per far ridere gli altri concorrenti. Gareggiando con altri comici professionisti, infatti, ci si dovrà confrontare con persone che conoscono bene come e cosa fa ridere le persone, e quindi, le aspettative sui possibili risultati di una barzelletta, per esempio, saranno già noti ai più, con conseguente anticipazione della frase ad effetto e smorzatura nella risata.*

*Un altro punto interessante di cui tenere considerazione è la componente emotiva di forte stress che caratterizza l'intero programma e che può influenzare le prestazioni dei vari comici nella produzione delle loro gag. Il carico emotivo, infatti, può spingere i vari partecipanti ad optare per strategie comunicative per cui si sentono più sicuri, ma che dal punto di vista di resa ed efficacia nel far ridere gli altri concorrenti possono non portare all'effetto desiderato.*

#### 3.1 COMICITÀ E TELEVISIONE IN GIAPPONE

Il contributo dei mass media nella creazione e nella diffusione della comicità al grande pubblico in Giappone ha avuto come risultato il ritorno di un modello d'intrattenimento che al giorno d'oggi trova come suo massimo esponente il *manzai* (漫才). Come introdotto in precedenza, il Giappone attraversò un periodo di giudizio negativo sulla comicità, tanto che all'interno del *nihonjinron* (日本人論), l'insieme delle teorie volte a giustificare l'unicità del popolo giapponese, si postulasse come il Giappone aveva fallito nello sviluppo di una comicità sua, riconoscendola diversa dalle forme provenienti dal continente o dall'estero, e che per tale motivo non era possibile comprenderla all'infuori dell'arcipelago; rafforzando ulteriormente il bacino di teorie relative alla particolare situazione culturale e sociale del Paese (Wells 1997). Abbiamo visto come ciò è un costrutto falso: la comicità è sempre esistita ma la sua classificazione ha reso più difficile la sua emersione e popolarizzazione. Con la televisione, iniziarono ad essere riproposti spettacoli comici su base teatrale, in particolar modo il *rakugo* (落語), fino alla creazione di programmi comici "di tendenza", trasmessi e resi popolari dalla televisione fino a diventare i modelli di comicità base del periodo, come il programma comico *Hachi ji da yo! Zen'in shūgō* (八時だよ！全員集合 'Sono le otto! Troviamoci tutti quanti insieme', 1969-1985) in gran voga negli anni Settanta. Nel decennio successivo troviamo una svolta la quale impronta rimane evidente: il revival del *manzai*. Il rinato formato televisivo aveva un diverso influsso sul

pubblico presentando una maggiore empatia con il ruolo del *boke*, dove in passato veniva acclamato maggiormente il ruolo del *tsukkomi*, dimostrando come la televisione potesse cambiare il ruolo sociale della comicità, definendo tendenze e ricevendo una risposta diversa dal pubblico in base al periodo. Nonostante le diverse critiche mosse sulla mercificazione o sul tipo di comicità 'bassa', ossia improntata sul ridicolo e l'empatia nei confronti del *boke*, la risposta dell'audience non è diminuita, dando una spinta dal basso al tipo di comicità che troviamo ora. Di particolare importanza è l'influsso che Takeshi Kitano ha esercitato sulla produzione comica di questo periodo, spingendo le sue gag al limite delle restrizioni imposte al linguaggio televisivo con produzioni oscene e giochi di parole spinti. Alla televisione viene riconosciuto anche il ruolo di aver lanciato nuovi comici con un rinnovo periodico delle apparizioni degli artisti, evidenziando i cambiamenti e mutamenti all'interno della società e del ricambio generazionale. Negli anni Novanta, il format televisivo preferito divenne quello "documentario comico", ovvero le *candid camera*, spostando l'ottica del pubblico da "cosa fa ridere", il contenuto per cui le persone ridono, a "il processo della risata", dove l'audience assiste in prima persona alla creazione dello scherzo e il suo sviluppo (Humphrey 2014). Il format *Documental* può essere inteso come il risultato di alcune delle tendenze comiche presentate nella televisione giapponese a partire dagli anni Ottanta fino ai primi anni Duemila. Il programma si profila come un documentario sulla comicità dove il pubblico viene reso partecipe della produzione umoristica attraverso uno sguardo completo delle azioni e strategie dei partecipanti, intervallando agli spezzoni comici le dichiarazioni degli artisti sulla situazione che stanno vivendo. Al contempo, appare come uno spettacolo comico qualsiasi che viene proposto sugli schermi televisivi, come il format in onda a fine anno e condotto Matsumoto Hitoshi, *M-1 guran puri* (M-1 グランドプリ) che si presenta come una battaglia a punti tra comici.

### 3.2 CARATTERISTICHE DEL FORMAT

La regola principale (e comune) di entrambi i format è la medesima: vietato ridere. Il sistema di gioco ruota intorno alla capacità e alla forza di volontà dei vari artisti di saper far ridere gli avversari, come farebbero su un qualsiasi palcoscenico di fronte al pubblico, ma evitando di ridere a loro volta alle proprie gag e a quelle altrui. Matsumoto riprende l'idea del format da uno dei programmi che conduce ogni anno, *Warattewa ikenai* (笑ってはいけない) ma modificando leggermente la struttura dello show: in *Warattewa ikenai*, due squadre composte da comici più o meno rinomati si sfidano per determinare quale sia quella migliore; in *Documental*, dieci comici vengono chiusi nella stessa stanza e devono sfidarsi a una gara all'ultima gag per poter guadagnare il montepremi finale (Inoue 2016). La motivazione dietro tale scelta è determinata dal fatto che, secondo Matsumoto, in Giappone sono presenti numerosi comici, ognuno con il suo stile, che si esibiscono in scenette comiche classiche, formate da un comico e da un pubblico, aventi una durata di tempo limitata entro la quale il comico deve riuscire a divertire chi lo ascolta. Ciò che Matsumoto ci propone qui è uno spaccato della "giungla" dell'ambiente comico giapponese, e lo scopo del programma è quello di



incoronare il comico migliore, che possiede lo stile più adatto a sopravvivere tra la selva (Matsumoto, HITOSHI MATSUMOTO presents Documental, stagione 1 2016).

È indubbio che lo stress procurato da questa regola possa influenzare in qualche modo il tipo di strategia che ogni concorrente adotterà per riuscire a vincere il gioco. Per poter vincere sulle difese degli avversari, al comico è richiesta la capacità di uscire dagli schemi e trovare soluzioni alternative e altrettanto efficaci. Infatti, i dieci concorrenti sono tutti comici di professione, già avvezzi al loro mestiere e alla loro arte. In base al grado di conoscenza reciproca che ogni concorrente ha dei suoi avversari, le tecniche che caratterizzano ognuna delle persone comiche saranno più o meno note, il che potrebbe pregiudicare, o più raramente favorire, la risata. L'anticipazione dello stile permette ai concorrenti di prevedere la possibile gag e, di conseguenza, prevenire una probabile rottura delle aspettative con conseguente risata. Lo stress psicologico generato dal gioco può avere due nature in realtà: la prima è appena stata descritta e rappresenta lo sforzo anticipatorio da parte degli artisti nei confronti dei loro colleghi per tentare di smascherare la gag e prevenire in tempo una possibile risata incontrollata. Dall'altro invece troviamo una pressione psicologica a livello interno. L'obiettivo del gioco è resistere fino alla fine del gioco senza ridere (o per meglio dirla, ridendo meno degli altri). Nel fare ciò sarà comunque necessario per i comici confrontarsi con i loro colleghi attraverso situazioni e gag comiche in modo da rompere le difese dell'avversario e scatenare in lui la risata. Tuttavia, un tarlo si può insinuare nella mente di un comico: i concorrenti non ridono perché non possono (in quanto le regole del gioco lo vietano) oppure non lo fanno in quanto non fa ridere? È una domanda legittima. Ogni individuo possiede il proprio senso dell'umorismo personale e può essere spinto da certe scene o testi comici che altri potrebbero non trovare così divertenti. Per un/a comico/a, il feedback sulla sua produzione durante uno spettacolo è di vitale importanza perché gli/le permette di adeguare il corso della sua performance individuando quei punti che non sono condivisi (e perciò conducono al divertimento) dal pubblico, e optando per quelli che invece lo fanno. In questo contesto, invece, dove ai concorrenti è imposta la serietà, questo feedback non può essere dato. Probabilmente il pubblico da casa potrà percepire solo in parte a questo stress perché se ne rende conto in un secondo momento, successivo all'esplosione della risata. Ma se partecipassimo al programma e fossimo uno di quei comici, se nel momento in cui terminiamo una gag e ciò che rimane è il silenzio, come potremmo essere sicuri che quello che abbiamo detto è stato apprezzato o meno? D'altro canto, come testimoniato da uno dei concorrenti alla prima stagione di *Documental*, Ōnishi Jimmy, la situazione in cui si trovano i concorrenti può rivelarsi un'opportunità per testare nuove gag e uscite comiche. Se una delle condizioni necessarie affinché la comicità abbia successo è la novità delle tecniche e dei temi proposti, allora un contesto dove nessuno può ridere è il posto più appropriato per testare l'efficacia di una nuova scenetta. Se queste sono recitate alla perfezione e riescono nel loro intento potranno essere utilizzate anche in altri contesti e situazioni con un'ottima probabilità di successo. In caso contrario, la gag comica non è ancora pronta e va perfezionata ancora.

Lo stress percepito dai concorrenti può anche essere accentuato dal montepremi. Soprattutto nella versione giapponese, dove il premio in palio è ad usufrutto del vincitore, il desiderio di vittoria può spingere i concorrenti a optare per forme di umorismo più azzardate rispetto alle strategie utilizzate abitualmente nel tentativo di eliminare più persone possibili. Tutti questi aspetti concorrono alla visione di Matsumoto di un programma che si presenti come un "survival": una sfida tra comici professionisti per decretare la persona che avrà i nervi più saldi da riuscire a resistere agli attacchi degli altri concorrenti (Matsumoto, HITOSHI MATSUMOTO presents Documental, stagione 1 2016). È altresì improbabile, tuttavia, che gli artisti, sottoposti ad un eccessivo stress possano efficacemente produrre gag comiche efficaci. Per questo motivo l'ambiente di gioco è stato studiato e realizzato per alleggerire la tensione e permettere ai concorrenti un attimo di riposo. In entrambe le versioni, l'ambiente di gioco presenta degli spazi appositi dove i concorrenti possono mangiare o bere qualcosa, dei divani dove sedersi, bagni e docce. Nella versione giapponese il mobilio e l'arredo contribuiscono a creare una scena di gioco formale e austera. I colori sono tutti caldi e scuri, tendenti alle varie sfumature di marrone e al nero: un ambiente che ricorda nella mente una sfida all'ultimo uomo. Nella versione italiana, invece, l'ambiente è studiato in modo tale da ricalcare al meglio il genere comico del format. Sono molto più presenti tonalità chiare e colori sgargianti. L'ambiente sembra anche più ampio rispetto allo spazio di gioco giapponese e a differenza di quest'ultimo presenta anche un palco. Tale scelta potrebbe essere stata caratterizzata dalla volontà della produzione italiana di abbandonare il carattere "survival" che caratterizza il format giapponese e prediligere una forma più allegra che sia in linea con i contenuti del gioco.

### **3.2.1 In Giappone**

La struttura del format originale giapponese prevede un gruppo di dieci comici che vengono invitati a partecipare al programma da una lettera inviata da Matsumoto con l'invito al programma e le istruzioni preliminari per partecipare al gioco. L'ambiente di gioco è composto da una sola stanza, completamente arredata e provvista di bagno, e di una control room. Quest'ultima è il luogo dove l'host, Matsumoto Hitoshi, controllerà il corso del gioco e che tutti i partecipanti rispettino le regole da lui introdotte. Appena radunati a tutti i comici nella stanza principale verranno introdotte le regole del gioco. Ad ogni giocatore è richiesta una quota di partenza di 1.000.000 ¥ (pari a quasi 8.000 €) che sommata per tutti i giocatori presenti va a formare il montepremi finale di 10.000.000.000 ¥ (circa 80.000 €). Questo aspetto della gara è molto interessante ed è stato inserito tra le regole del gioco al fine di stimolare tutti i comici a prendere parte attiva al programma, evitando una bassa attività di gioco. In alcuni casi, alcuni giocatori, per poter partecipare, si sono ritrovati a dover chiedere dei prestiti a familiari ed amici per avere abbastanza soldi per pagare la loro quota d'iscrizione al gioco, mentre alcuni comici si sono ritrovati a chiedere alla Yoshimoto Kōgyō, la casa di produzione del programma, i soldi per partecipare, essendo loro già vincolati con l'azienda tramite altri contratti lavorativi (Inoue 2016).

La regola maestra del gioco è non ridere. I concorrenti devono sfidarsi a colpi di barzellette e gag comiche cercando di mantenere il più possibile il controllo sulle proprie emozioni. Nel caso uno dei concorrenti non fosse capace di trattenersi, l'*host* si riserva il diritto di fermare il gioco, tornare nella stanza principale e svelare il nome dello sfortunato che si è lasciato andare. Il sistema di gioco non prevede l'eliminazione istantanea del giocatore che ride, ma una serie di cartellini da arbitro con i quali ammonire, prima, ed eliminare, poi, il giocatore. Nell'edizione giapponese abbiamo tre cartellini, ognuno con una funzione specifica:

- Cartellino giallo: viene presentato alla prima risata di un concorrente. Rappresenta la prima ammonizione data al giocatore;
- Cartellino arancione: viene presentato nel caso al giocatore venga riconosciuta un'ammonizione leggera (un sorrisino o una risata poco vistosa). Rappresenta una via di mezzo tra un cartellino giallo e uno rosso. Il cartellino arancione permette ai giocatori di rimanere in gara anche dopo aver ricevuto un cartellino giallo;
- Cartellino rosso: rappresenta l'eliminazione dal gioco. Può essere presentato nel caso in cui il concorrente rida o sorrida dopo aver ricevuto un cartellino giallo o arancione.

Inoltre, la scelta su quale cartellino dare a ogni ammonizione non è strettamente disciplinata dal regolamento del gioco, ma è il conduttore che potrà valutare di caso in caso quale tipo di ammonizione dare ai concorrenti, in base non solo a quanto è stata vistosa e prorompente la risata, ma anche in base al grado di partecipazione e coinvolgimento del comico. Dalla seconda stagione (2017) in poi, oltre al sistema di punteggio con i cartellini colorati, è stato introdotto in parallelo anche un sistema a punti. Questo sistema garantisce sempre un vincitore alla gara e scongiura possibili pareggi. In caso di pareggio, infatti, la gara è da ritenersi nulla e il montepremi viene diviso equamente tra tutti i partecipanti che hanno giocato al game show. Tramite il nuovo sistema, ogni partecipante riceve un punto per ogni concorrente che riesce a far ridere apertamente. A fine gara, in caso di pareggio tra due o più concorrenti, vincerà il giocatore con più punti, aggiudicandosi il premio finale.

A partire dalla terza stagione è stata introdotta la "regola Zombie" (*zonbi rūru* ゾンビルール). Questa prevede che, durante la partita in corso, l'*host* può impiegare uno dei concorrenti squalificati come "zombie" per farli ritornare alla sala principale temporaneamente (*zonbi taimu* ゾンビタイム) per tentare di far ridere gli altri concorrenti rimasti in gara. In questa modalità al concorrente squalificato è consentito ridere, anche in virtù del fatto di sfruttare la contagiosità di questa azione, cercando di indurre gli altri giocatori a cedere mostrando loro una persona che ride di fronte a loro. In questo caso il carico psicologico per i giocatori in gara aumenta esponenzialmente non solo perché dovranno essere in grado di non ridere alle gag comiche dei solo compagni (come normalmente avviene durante la sfida), ma dovranno essere in grado di resistere dal ridere stando di fronte ad una persona che ormai non avrà più alcun motivo di inibire tale stimolo.

Al fine di aiutare i comici nelle loro imprese, le regole del gioco permettono di portare in scena qualsiasi oggetto sia necessario agli artisti per esibirsi. Questi oggetti possono variare in base al tipo di strategia preferita da ogni partecipante. Nella maggioranza dei casi si tratta di piccoli oggetti di scena, alcuni effetti personali o travestimenti.

### **3.2.2 In Italia**

In Italia il format è prodotto dalla Endemol Shine, ora registrata sotto il logo della Banijay, e che rappresenta una delle più grandi case di produzione televisiva in Italia che opera nella produzione di show d'intrattenimento. Il programma è stato distribuito per le sue due stagioni sulla piattaforma Amazon Prime Video. In Italia, attualmente sono disponibili due stagioni e la terza è stata annunciata per l'anno 2023. La struttura base del game show è molto simile a quella giapponese, ma presenta alcune piccole differenze: l'host, interpretato da Fedez, è accompagnato da un co-host diverso per ogni stagione, Mara Maionchi nella prima edizione e Frank Matano nella seconda. Inoltre, all'interno della control room i due presentatori avranno a disposizione sul pannello di controllo diversi pulsanti con i quali interagire con i comici nella sala principale. Una delle regole presenti nel programma italiano e non in quello in giapponese è rappresentata dal fatto che ogni partecipante è tenuto ad essere proattivo all'interno della gara, evitando di isolarsi per cercare di scappare da possibili stimoli alla risata. L'obiettivo rimane, quindi, quello di mantenere alta la tensione psicologica per gli sfortunati concorrenti. La pena per chi non partecipa è rappresentata da un'ammonizione da parte dell'host. Un'ulteriore differenza tra *LOL* e le prime versioni di *Documental* riguarda la partecipazione dei comici al programma. Come scritto in precedenza, l'obiettivo di Matsumoto nella creazione del suo programma era di presentare una sfida all'ultima risata. Per incentivare il fattore competitivo dei comici nelle prime stagioni veniva richiesta la messa in palio dell'intero montepremi a carico dei comici. Nella versione italiana, tuttavia, tale collaborazione al montepremi finale non viene richiesta e ai comici viene pagata una quota di partecipazione al programma. Il montepremi finale, che nella versione italiana ammonta a 100.000 euro, per regolamento non verrà intascato dal vincitore del game show ma verrà devoluto interamente in beneficenza ad un ente a scelta del comico finalista.

Il sistema di punteggio nella versione italiana risulta di molto semplificato rispetto alla versione giapponese. L'host potrà contare su due soli cartellini: uno giallo per ammonire, uno rosso per squalificare. In questa versione del format viene a cadere la distinzione che si faceva prima tra cartellino arancione e giallo, lasciando solamente quest'ultimo e limitando il numero di cartellini che un concorrente può ricevere: ai partecipanti sarà concesso solamente un cartellino giallo, dopodiché all'ammonizione successiva verranno eliminati. Le smorfie e le risate nascoste valgono a tutti gli effetti come risate piene e quindi possono essere ammonite con il cartellino giallo. Vengono inoltre penalizzati nella stessa maniera tutti gli ostacoli fisici alla risata. modificare il volto in modo da rendere l'atto meccanico della risata più difficile da palesare è considerato a tutti gli effetti come un'ammonizione.

Al pari della versione giapponese, anche nella versione italiana esiste una modalità "zombie" con cui l'host può inviare qualcuno dei personaggi squalificati in sala per cercare di strappare qualche risata. Questa possibilità è stata sfruttata maggiormente nella seconda stagione del programma durante la finale per poter decretare il vincitore. Nella versione italiana non esiste un punteggio dato ai concorrenti ogni qualvolta che riescono a far ammonire o far squalificare uno dei loro compagni. Insieme alla modalità "zombie", nella versione italiana viene inserita anche un'arma segreta da impiegare contro i concorrenti: Pasquale Petrolo, in arte Lillo. Dopo la partecipazione come concorrente alla prima stagione del format italiano, al comico è stata offerta la possibilità di ritornare nel programma come effetto speciale per ostacolare i partecipanti.

Anche in questa versione del format è concesso ai comici partecipanti di portare in scena degli oggetti o dei costumi che li aiuteranno nelle loro esibizioni.

### 3.3 ANALISI DELLA PRODUZIONE COMICA NEI FORMAT

Con questa sezione si entra nel cuore del seguente elaborato. In questo capitolo ci si concentrerà sugli aspetti comici e sulla presentazione scenica dei vari artisti. Verranno messe in relazione diverse caratteristiche che serviranno successivamente nelle conclusioni a delineare se esiste un possibile un set umoristico comune (ma non per forza identico e unitario) tra Italia e Giappone per quanto riguarda temi, stili, approcci con il pubblico<sup>16</sup> e tipologia di comicità proposta.

#### 3.3.1 *Stili e tecniche dei comici*

Entrambe le versioni del format comico presentano comici con gli stili più diversi. Alcuni sono più estroversi e si avvicinano alla sfida in maniera molto attiva, producendo molte gag e collaborando in modo positivo agli sketch degli altri concorrenti, altri presentano un carattere più chiuso, schivo e la loro partecipazione al programma è limitata. L'aspetto eterogeneo della composizione dei gruppi di concorrenti nei due programmi possiede caratteristiche diverse che si parli della versione giapponese o italiana. Nella prima versione, viene data molta considerazione al carattere del personaggio in base al ruolo che assume nella recitazione di una gag. Matsumoto, nella presentazione ai vari comici all'inizio di ogni stagione, fa riferimento alle qualità di uno o dell'altro comico appellandosi ai caratteri distintivi dei ruoli all'interno del *manzai* (漫才). Questa forma di rappresentazione comica giapponese ricorda per molti aspetti una performance di stand-up comedy. Sul palco sono presenti due comici che sviluppano un dialogo di fronte a un pubblico che assiste alla scena. La particolarità che distingue il *manzai* dalla stand-up comedy è da ritrovarsi nei ruoli che i due comici interpretano all'interno della scena, generalmente chiamati *boke* (ボケ) e *tsukkomi* (ツッコミ). Il

---

<sup>16</sup> In questo caso, il rapporto con il pubblico non è direttamente verificabile. Per ovviare a questa mancanza verranno analizzate le reazioni degli host dei due programmi, in modo da avere una sorta di confronto (seppur limitato) tra le gag dei comici in studio e un possibile pubblico che li osserva. Tale scelta è motivata dal fatto che ai conduttori non è imposta la regola di non ridere, per cui le loro reazioni saranno genuine e non dettate da alcuna restrizione di tipo psicologico.

ruolo del *boke* caratterizza un personaggio lento nel pensiero, 'scemo' (Bryce e Katayama 2006) che rappresenta la negazione delle aspettative del pubblico su ciò che è la conoscenza comune (Jō 2017). Lo *tsukkomi*, invece, rappresenta il personaggio sarcastico che mostra al pubblico le contraddizioni del *boke*, correggendole in modo comico (Jō 2017). Mentre il *boke* tenta di manifestare la propria visione del mondo basata sull'assurdo e un'interpretazione erronea della realtà, lo *tsukkomi*, annuendo e completando i vuoti lasciati dal discorso del suo compagno, lo critica e lo corregge, evidenziando in maniera comica i suoi sbagli (Stocker 2006). Gli strumenti che lo *tsukkomi* possiede per correggere gli errori del suo compagno 'scemo' possono includere commenti sarcastici rivolti verso il pubblico, rompendo la "quarta parete", o attraverso azioni fisiche, a tratti sadistiche, rivolte nei confronti del povero *boke* (Bryce e Katayama 2006). Queste strategie inducono una risata nel pubblico che può essere ripresa secondo l'ottica della teoria della superiorità vista in precedenza. Il pubblico ride nel riconoscersi "superiori" alla figura del *boke* in quanto detentori di quella conoscenza che a lui/lei manca. Lo scopo apparente del *tsukkomi* sembra quello di rinforzare le conoscenze condivise del gruppo e la sua coesione attraverso una scena comica basata sulla ridicolizzazione del *boke*, che rappresenta il diverso, l'Altro, simulando in modo divertente una rappresentazione della vita di tutti i giorni (Bryce e Katayama 2006). Possiamo trovare questa forma di spettacolo anche all'interno di *Documental*. Nella stagione 4, viene invitato a partecipare al programma un duo *manzai* (*konbi* コンビ) completo, il duo *Chidori*<sup>17</sup>. Nella loro scena comica (st. 4 ep. 5), i due interpretano una gag ambientata in un ristorante sushi di Tōkyō. Daigo (*boke*) impersonifica il ruolo del cuoco, mentre Nobu (*tsukkomi*) è il cliente. La scena vede il cuoco presentare piatti ai clienti presenti nel locale (a volte rivolgendosi al vuoto, altre volte ai concorrenti presenti fisicamente) insoliti per un ristorante sushi o preparati in modo ambiguo, risultando così un cuoco incapace che serve piatti strani e di dubbia commestibilità. Il cliente, che gioca il ruolo dello *tsukkomi*, commenta ogni singolo piatto con tono sarcastico, marcando le violazioni o le differenze che si potrebbero trovare all'interno di un vero ristorante sushi. Un esempio è il seguente dialogo:

D: そろそろ握りの行住。はい、どうぞ。面白かったら、出してみてください。

*Sorosoro nigiri no gyōjū. Hai, dōzo. Omoshirokattara, detemite-kudasai.*

[parlando a un cliente terzo] Passiamo ai nigiri-zushi. Prego. Se non sa con cosa è fatto provi a indovinare.

N: あっ！当てるシステムね。

*Ah! Ateru shisutemu ne.*

Ahh! Prova a farli indovinare.

D: ええ、そうです。マグロはマグロのですけど、ここ頼の肉のですね。

*Ee, sō desu. Maguro ha maguro no desu kedo, koko hoo no niku no desu ne.*

<sup>17</sup> Questa è stata la prima stagione ad avere un duo al completo. Le precedenti comprendevano tutti comici che lavoravano da soli, come Daisuke, oppure facenti parte di un gruppo ma che partecipano singolarmente, come Kukky del gruppo *Yaseibakudan*.

Esatto, esatto. È tonno ma è la carne delle guance.

N: ほー。なるほどね。変わった部を使った。。。。

*Ho-. Naruhodo ne. Kawatta bu wo tsukatta ...*

Ahh. Capisco. Utilizza parti diverse ... [Nobu viene interrotto da Daigo]

D: そろそろ握りに行きます。はい、どうぞ。もしよかったら出てみるよ。

*Sorosoro nigiri ni ikimasu. Hai, dōzo. Moshi yokattara detemiru yo.*

Ecco a lei i suoi nigiri. Prego. Se ci riesce provi a indovinare con cosa sono fatti.

N: お願いします。ちょっとわからないですね。

*Onegaishimasu. Chotto wakaranai desu ne.*

Grazie mille. Mhh, non so proprio [con che pesce sia fatto].

D: イルカのここです。

*Iruka no koko desu.*

È questa parte del delfino [imita il muso allungato di un delfino]

N: 出すな！そんなところ。

*Dasu na! Sonna toko.*

Non dovrebbe servire cose del genere!

D: どうぞどうぞ。

*Dōzo dōzo.*

Prego, prego.

N: なんすか。

*Nansuka.*

Questo che è?

D: ハンマーヘッドシャークのここです。

*Hanmāheddo-shāku no koko desu.*

È questa parte dello squalo martello. [imita la testa allungata dello squalo]

N: 気持ち悪い！

*Kimochi warui!*

Che schifo!

D: どうぞどうぞ。

*Dōzo dōzo.*

Prego, prego.

N: なんすか。これ。

*Nansuka. Kore.*

Che roba è?

D: 提灯鮫のここです。

*Chōchinankō no koko desu.*

Questa parte del pesce lanterna. [imita la lanterna del pesce]

N: 気持ち悪い！

*Kimochi warui!*

Disgustoso!

D: どうぞどうぞ。

*Dōzo dōzo.*

Prego, prego.

N: 何すか。これ。

*Nansuka. Kore.*

Che è questo?

D: イカ二箇。

*Ika nika.*

Due pezzi di calamaro.

N: イカ二箇? このタイミングでイカが二箇?

*Ika nika? Kono taimingu de ika ga nika?*

Due pezzi di calamaro? Dopo tutti questo tempo mi da due pezzi di calamaro?

(Nobu e Daigo, HITOSHI MATSUMOTO presents Documental - stagione 4, ep. 5 29/12/2017)

Dal dialogo presentato si può notare come Nobu (*tsukkomi*) riempia i vuoti nel parlato e nelle azioni di Daigo (*boke*) attraverso l'utilizzo di frasi particolari (*aiduchi* 相槌) con lo scopo preciso di commentare l'operato del suo collega e dare inizio a quell'opera di critica e di rimprovero che caratterizza la scena del duo. Il discorso, infatti, non si presenta sotto forma di monologo del *boke*, dove lo *tsukkomi* si inserisce di volta in volta per esprimere il suo biasimo, ma ricalca nel modo con cui viene presentato un dialogo normalissimo tra due persone. Gli spunti alla risata in questa scena possono essere due: da un lato si può ridere del comportamento del titolare del ristorante che propone piatti immangiabili o di qualità dubbia, ridendo dell'incongruenza nel sentire il nome o gli ingredienti di certi piatti (l'ultimo *nigiri-zushi* proposto contiene anche un gioco di parole ben costruito). Dall'altro lato, lo spunto alla risata può manifestarsi attraverso i commenti che il cliente riserva al cuoco, alcuni dei quali sono più somiglianti a correzioni rivolte verso il pubblico, piuttosto che al cuoco, come a ricercare nel pubblico la conferma che tali piatti non vengono mai serviti sul bancone di un ristorante sushi, condividendo insieme a chi assiste la visione del cuoco come un individuo poco professionale.

Come detto in precedenza, la caratteristica del *tsukkomi* come ruolo di rinforzo a ciò che il pubblico percepisce come senso comune si può manifestare sia attraverso l'utilizzo di commenti rivolti al pubblico o al *boke* o attraverso gestualità e contatto fisico. Può capitare, infatti, che la personalità del *tsukkomi* possa manifestare il suo ruolo attraverso manifestazioni fisiche anche violente (Jō 2017). All'interno dello show si può assistere ad alcune scene dove partecipanti abituati al ruolo di *tsukkomi* o che presentano un carattere molto forte che ne "giustificano" il comportamento. A volte queste manifestazioni si possono trovare dopo una gag, un'azione o un commento umoristico che i partecipanti trovano particolarmente scema (e altrettanto comica). In alcuni casi, tuttavia, tale ruolo si adatta anche nella creazione di gag che sfruttano l'attitudine alla correzione violenta del *tsukkomi* per generare la risata. In questo caso, la risata che ne deriva può essere indirizzata a chi recita il ruolo del *boke* sia come forma di superiorità nei suoi confronti, la persona



comica ha deviato da qualcosa che tutti riconoscono come normale e la punizione è ben meritata; sia come forma di pietà ed empatia nei suoi confronti, riconoscendo che la persona ha sbagliato qualcosa di ovvio a tutti, ma la punizione che riceve è inaspettata ed eccessiva. Può capitare però, che tale ruolo rischi di generare situazioni opposte a quelle che favoriscono la risata.



Figura 1 - Miyasako (sinistra) e Fujimoto (destra).



Figura 2 - Fujimoto

Ne è un esempio la gag inscenata da Fujimoto Toshifumi (*Fujiwara*)<sup>18</sup> e Miyasako Hiroyuki (*Ameagari-kesshitai*). In questo piccolo spezzone di spettacolo, Fujimoto stuzzica Miyasako con continue battute finché quest'ultimo decide di "punirlo" utilizzando un asciugamano bagnato, impedendogli di parlare e umiliandolo fino ad arrivare a farlo piangere (st. 4 ep. 3). Questa scena è particolare in quanto lo sviluppo della scena non segue un andamento comico che induca i concorrenti a percepire il comportamento di Miyasako come parte del ruolo di *tsukkomi*. Al contrario, l'aggressività e il modo con cui decide di punire Fujimoto non inducono gli altri partecipanti a ridere, ma le loro facce rimangono perplesse e spaventate finché i due non rivelano la

---

<sup>18</sup> Il nome tra parentesi rappresenta il nome del duo o del gruppo comico di cui fa parte. Nel caso non ne venga scritto alcuno il comico è da considerarsi un solista.

loro complicità. Solo in quel momento gli altri concorrenti capiscono che la scena violenta faceva parte di una gag incentrata sul ruolo aggressivo del *tsukkomi* e alcuni di loro sembrano rilassarsi. Questo esempio, tuttavia, ricalca alla perfezione quanto detto in precedenza sulle condizioni che scatenano la risata. L'ostilità percepita dagli altri concorrenti li ha spinti a non ridere in quanto la scena che stavano osservando era una possibile fonte di stress e ansia per il comportamento di Miyasako e per il modo aggressivo con cui si avventa contro Fujimoto. Tuttavia, osservando le reazioni di Matsumoto alla gag si può intuire come in realtà, questa scena sia frutto di un'intesa tra i due e non una scena violenta a titolo gratuito.

Inoltre, ci si può rendere conto della recitazione dei due nel momento in cui Fujimoto decide di sfidare ulteriormente Miyasako. Questo genere di comportamento può essere spiegato solamente con l'identificazione e la comprensione dei ruoli di entrambi i partecipanti. A Miyasako è riservato il ruolo di *tsukkomi* ed è suo compito quello di "tenere al suo posto" la sfrontatezza del *boke* Fujimoto. Il divertimento provato da Matsumoto nell'assistere alla scena può essere spiegato da un'aspettativa di quest'ultimo sulle azioni di Miyasako una volta sfidato; aspettative che sono state mantenute, generando la risata nel conduttore non nella scena violenta in sé, ma nella realizzazione di quello che è il ruolo del *tsukkomi*. Si può aggiungere un ulteriore livello di risata, ed è quello dettato dal sentimento di sollievo nel riconoscere che tutta questa scena di violenza altri non era che una gag nata dall'intesa dei due comici. Nel momento in cui entrambi si inchinano davanti agli altri, lasciando cadere quell'atmosfera di ambiguità mista a preoccupazione che aveva avvolto gli altri concorrenti nei primi minuti dell'esecuzione, rivelando invece l'intento di generare una scena comica che si basasse, appunto, sul potere coercitivo del *tsukkomi*.

All'interno del format italiano non è presente una struttura comica come quella del *manzai* giapponese. Esistono alcuni gruppi che ricordano in qualche modo le meccaniche di questa forma di stand-up comedy, come il gruppo *Pino & gli Anticorpi* dove il personaggio di Pino La Lavatrice (Michele Manca) interpreta il ruolo simile a quello dei *boke* del *manzai*. La composizione dei partecipanti del format italiano ricalca in modo generale la composizione dell'ambiente comico presente oggi nel Paese. Il gruppo è composto per la maggior parte da comici che performano e hanno una carriera come solisti, rivelando una scena più improntata su uno stile stand-up comedy. Sono presenti anche in questa versione comici che appartengono a gruppi, come Elio (*Elio e le Storie Tese*) e Ciro e Fru (*The Jackals*), ma al pari della versione giapponese partecipano da soli, come nel caso di Elio, o insieme, come nel caso di Ciro e Fru. Tuttavia, è interessante notare come all'interno della prima stagione di *LOL* si siano create alcune meccaniche per le gag simili per alcuni aspetti a quelle del *manzai*. Il tipo di relazione instaurata tra Frank Matano, Elio e Angelo Pintus durante lo show può essere interpretata come una simil-relazione tra *boke* e *tsukkomi*. Per il tipo di comicità e gag assurde e senza senso presentate da Matano, infatti, la reazione di Elio e di Pintus assomigliano a quelle meccaniche del *manzai* dove chi interpreta il ruolo del *tsukkomi* si accanisce con il *boke* nel tentativo di correggerlo. Nella versione italiana, tuttavia, il modello di *manzai* classico non è presente: mentre alcune delle gag si basano sulla deviazione dalla conoscenza comune, non è presente un ruolo autoritario che punisce lo

scemo per il suo comportamento deviante. In questo contesto, all'approccio estenuante di Matano basato su un tipo di comicità fortemente ambigua, i comici che ristabiliscono l'ordine e allontanano la presenza destabilizzante assume caratteristiche aggressive, come accade nella versione giapponese. Ad esempio, la risposta secca di Elio "saranno cazzi miei" alle continue domande di Matano sulla sua vita privata. La scena comica ricorda il *manzai* nella misura in cui alle domande fuori luogo di Matano sulla vita di Elio (st. 1 ep. 4) – scena che di per sé fa già ridere per le continue pressioni e dal modo con cui il comico si avvicina nell'indagare la vita privata del suo collega – quest'ultimo riesce a ritorcere al mittente il suo stesso espediente bloccando il flusso di domande con una risposta brusca, che lascia Matano senza parole, e a un passo dalla risata. Un altro esempio è la relazione tra Matano e Pintus. In questo caso, troviamo sempre un approccio invadente e incessante del primo, mentre il secondo si ritrova in un'occasione a spaccare una bottiglia di scena, fatta di zucchero, sulla testa di Matano (st. 1 ep. 3). Al pari della scena della gag mista Fujimoto-Miyasako dove quest'ultimo aggredisce il primo nella creazione della gag, anche in questo caso troviamo lo stesso artificio impiegato per le medesime ragioni anche nella versione italiana. Al pari di quella giapponese, si possono riscontrare due livelli di risata: il primo è quello più immediato ed è il momento in cui Pintus spacca la bottiglia in testa a Matano. La scena violenta genera un sentimento di pietà nei confronti dell'agredito misto all'incongruenza dell'azione di rompere una bottiglia in testa ad una persona. Il secondo livello si attiva solamente in successione al primo, quando si scopre che la bottiglia era finta e Matano è illeso. In questo caso, la risata è generata da un senso di sollievo, di esorcismo per una scena violenta, e ci si compiace del fatto che nessuno si sia fatto male e che era una gag.

### **3.3.1.1 Personaggi comici inventati**

Uno degli strumenti di maggior successo per far ridere (o in questo caso tentare di far ridere) gli altri concorrenti al programma sono i personaggi comici fittizi e le imitazioni. Partendo dai primi, possiamo trovare diversi comici in entrambe le versioni del format che si sono cimentati con la presentazione di soggetti da loro ideati, creati *ad hoc* per spingere gli altri concorrenti a ridere. Il vantaggio della creazione di un personaggio comico fittizio risiede nel suo essere più duttile nell'impostazione rispetto all'imitazione di un personaggio reale. La loro forza risiede nella deviazione da un personaggio che esiste realmente. Può inoltre essere visto come una specie di totem che incarna un determinato tipo di attitudini da esorcizzare: il comico rappresenta tramite il suo personaggio fittizio ciò che la società non vorrebbe mostrare o ciò che va contro quello che è comunemente accettato, mostrando i difetti di questo individuo e inducendo le persone a ridere di ciò che normalmente non accetterebbe in una persona. Esistono, poi, anche personaggi fittizi che non possiedono uno scopo tale ma semplicemente rappresentano un soggetto bizzarro, fuori dalla norma, ma non per questo pericoloso o da allontanare. Sono accompagnati spesso da un tormentone o una frase ad effetto che ne ha caratterizzato la carriera negli show precedenti e che li hanno resi famosi al grande pubblico. All'interno dei due game show l'utilizzo di personaggi comici inventati è una strategia molto utilizzata dai partecipanti.



*Figura 3 - Guzzanti nei panni di Vulvia*

Nel format italiano si possono ricordare Caterina e Corrado Guzzanti, rispettivamente stagione 1 e 2, per la loro capacità di produrre soggetti dalle caratteristiche diverse e bizzarre. Gli effetti comici di questi personaggi consistono nell'incongruenza rispetto alla norma di azioni e dialoghi. I personaggi più emblematici sono quelli di Vulvia (st. 2 ep. 3) e di Brunello Robertetti (st. 2 ep. 6), entrambi impersonificati da Corrado Guzzanti. La prima è un'imitazione ispirata alle "signorine buonasera", le annunciatrici dei programmi televisivi presenti fino ai primi anni Duemila sui canali Rai. Corrado, per rappresentare questo personaggio, si veste con un lungo abito rosso e parrucca bionda. Vulvia è una presentatrice di un programma fittizio, Rieducational Channel, fusione improbabile tra i programmi di Rai Educational e Discovery Channel, che propone strani documentari. Lo stile che contraddistingue il personaggio di Vulvia è il modo con cui presenta i brevi servizi del canale per cui lavora. Storpiava spesso parole, tanto che alcune sono diventate dei tormentoni che ne hanno caratterizzato il personaggio ('mbuti, sapevatelo, ecc.) e si dilungava spesso in monologhi assurdi che discostano dal testo che deve leggere per introdurre il documentario. La sua figura può essere vista come una parodia delle annunciatrici televisive che manifestavano più apparenza che formazione, utilizzate allo scopo di catturare l'attenzione del pubblico maschile e tenerlo incollato allo schermo, formando così il carattere comico del personaggio: avvenente ma poco sveglio o ignorante, che però riesce a far ridere attraverso gli sproloqui caratterizzati da storpiature e nonsense. Il secondo personaggio, quello di Robertetti, un poeta contemporaneo, di modesta "estrazione mineraria". I versi declamati da questo personaggio sono imitazioni componimenti noti o di frasi popolari riarrangiate per farle apparire divertenti, giocando su parole e significati e dando loro un nuovo senso:

*"La bellezza non sfiorisce con gli anni, ma cambia genere. Prima ero bello come uomo, ora sono bello come cassapanca"* (Guzzanti, *LOL - Chi ride è fuori* - stagione 2, ep. 3 24/02/2022)

La particolarità di questo personaggio è quella di riproporre dei versi che il pubblico già conosce e possiede delle aspettative sulla loro composizione. Tuttavia, le aspettative vengono puntualmente infrante dalla risoluzione del verso che lascia spazio a un'uscita diversa, incompatibile e fuori dal suo contesto originario. Si prenda l'esempio della gag di Guzzanti:

*"Si fossi foco, bruciav'; Si fossi acqua, bagnav'; Si fossi saponetta, grattav'; Si fossi di nuovo acqua, sciaquav'"* (Guzzanti 2006)

I versi in questione parafrasano nella forma la celebre composizione "S'i' fossi foco" di Cecco Angiolieri ma vedono sostituiti alcune parti con azioni diverse, decantate tralaltro in modo storpiato. Per il pubblico che assiste a questa gag, la sola introduzione della prima strofa è sufficiente per creare il rimando al poema originale. La gag inizia dalla seconda strofa in poi, quando all'elemento acqua Robertetti associa un'altra azione, e via via aggiungendo sempre materiale diverso finché l'intero componimento assume un significato diverso e assurdo rispetto al primo.



Figura 4 - Guzzanti nei panni di Pippa Amazon

Al pari del fratello Corrado, anche Caterina Guzzanti si è dimostrata una creatrice di personaggi fittizi eccezionali. Tra quelli proposti all'interno di *LOL* possiamo il suo celebre personaggio della Contessina Orsetta Orsini Curva della Cisa, per questa edizione riarrangiata in Pippa Amazon (st. 1 ep. 2), la figlia del signor Amazon, che entra nello studio in triciclo e imponendo il suo volere ai concorrenti. Il personaggio di Pippa Amazon ricalca nel modo di approcciarsi e di fare a una bambina capricciosa e impertinente che in virtù dei soldi del padre pensa di poter fare quello che vuole. La scena comica in sé ruota intorno al comportamento della bambina nei confronti degli altri concorrenti adulti. Li tratta con sufficienza e sfrutta la posizione del padre come capo "della baracca" per porsi a un livello superiore rispetto agli altri. È un personaggio che incarna lo stereotipo del bambino ricco e svogliato, viziato e dalle pretese impossibili in un mondo dove la nobiltà e la ricchezza hanno un'influenza limitata sulle persone, specialmente se più grandi.

La risata ruota intorno alle richieste assurde e implausibili della bimba e alla sua sfrontatezza, anche di fronte all'ammettere i propri errori. Un ulteriore aspetto comico è dato dalla voce roca con cui parla a volte, con un chiaro accento romanaccio, contrapposto a quello bilingue inglese-italiano, che rappresenta un demone intrappolato all'interno della bimba e che contraddice quello che la contessina vuole, con una voce che a tratti può spaventare dal modo e dal tempismo con cui esce.

Anche all'interno della versione giapponese sono presenti artisti che impiegano personaggi inventati come strumento per far ridere i concorrenti. Nella quarta stagione di *Documental* possiamo trovare il comico Itoda Jun (*Supīdo-wagon*) e il suo personaggio Burger Master (*Hambāgu-shishō* ハンバーグ師匠), il Burger Master (st. 4 ep. 2). Quest'ultimo è caratterizzato come un uomo vestito da cowboy, con la fibbia modellata come un disco di carne macinata e delle posate nelle fondine al posto delle pistole. Il personaggio comico di Itoda si ripropone come un improbabile mandriano che sviluppa le sue gag attraverso giochi di parole assurdi che rimandano sempre agli hamburger o al mondo che ruota intorno al cibo:

「俺はハンバーグね。実家でふらふらしていた。母親はこういう言われました。「ホイ、

*Ore ha Hambāgu ne. Jikka de furafura shiteita. Hahaoya ha kōiu iwaremashita. "Hoi,*

ハンバーグ。どうしていつもふらふらしているんだ？。そろそろ、仕事に就いたの

*Hambāgu. Dōshite itsumo furafura shiteru n da? Sorosoro, shigoto ni tsuita no da?*

だ？。あんたハンバーグだろう？」 「そう。 テイショク にで」 "

*Anta Hambāgu darō?" "Sō. Teishoku ni de"*

"Io sono *Hambāgu*, no? L'altro giorno mi stavo rilassando a casa. Mia madre arriva e mi fa': «Hey, *Hambāgu*. Perché te ne stai tutto il giorno a casa a poltrire? Non credi sia ora di trovarti un lavoro? Non sei forse un *Hambāgu*?» «Già, un posto fisso [sul menù]»"

(Itoda, HITOSHI MATSUMOTO presents *Documental* - stagione 4, ep 2 8/12/2017)



Figura 5 - Itoda nei panni del suo personaggio Burger Master (Hambāgu-shishō ハンバーグ師匠)

In questo caso il gioco di parole ruota intorno al significato del termine *teishoku*, sottolineato all'interno della barzelletta. Questo presenta numerosi omofoni di cui solo due possono essere impiegati come script utili ai fini del gioco di parole. In base al contesto, in cui la madre di *Hambāgu* sgrida il figlio per essere un poltrone e lo intima a cercarsi un lavoro, l'interpretazione più vicina del termine *teishoku* potrebbe essere quella di LAVORO FISSO (in kanji 定職). Il personaggio inventato di Itoda, tuttavia, sfrutta molti riferimenti all'ambiente della ristorazione e del cibo e in quanto tale anche il significato del termine *teishoku* verrà modificato per rispecchiare tale ambiente. Lo script che sostituisce l'interpretazione ovvia di LAVORO FISSO sarà MENÙ FISSO (in kanji 定食). Inoltre, ogni sequenza di gag e barzellette viene formulata da Itoda secondo un pattern preciso: all'inizio di ogni breve azione comica, l'artista va a introdurre la scena come se stesse promuovendo al pubblico un prodotto pubblicitario. L'impressione è quella che il personaggio sia più vicino a un'attore incaricato per uno spot di un ristorante che un vero e proprio uomo-hamburger. Successivamente a ogni gag, Itoda conclude la sua performance irrompendo con un urlo ad alta voce che destabilizza ancora di più il pubblico. L'urlo in particolare altri non è che il nome del suo personaggio, che rimanda alla sua formula di apertura del personaggio. Ad ogni entrata in scena, il cowboy-hamburger si presenta in modo esuberante, con il timbro della voce che cambia ogni volta che presenta il suo nome. Tutte queste accortezze servono a generare nel pubblico l'impressione di un personaggio bizzarro, molto simile a un attore che recita uno spot pubblicitario per un ristorante, il Gold Rush, e che urla il suo nome ai quattro venti come se stesse sponsorizzando il prodotto a un pubblico il più vasto possibile.

### 3.3.1.2 Imitazioni di personaggi reali

All'interno delle personificazioni e dei travestimenti dei vari artisti all'interno del programma, uno dei modi più comuni ed efficaci di scatenare la risata nel pubblico e negli altri concorrenti al programma è

quello di imitare un personaggio già noto, ma esagerandone alcune caratteristiche note, in modo da rendere il personaggio ancora più surreale e divertente. Il vantaggio di imitare una persona famosa è che il pubblico è già a conoscenza di tale personaggio e delle sue caratteristiche e attitudini. Tuttavia, imitare un'altra persona non è un'operazione semplice in quanto non tutti i caratteri distintivi di un soggetto, scelto dal comico, possano essere esagerati a tal punto da rendere la figura comica per il pubblico. Inoltre, affinché l'imitazione abbia pienamente successo, il comico si dovrà limitare all'imitazione di quegli aspetti che sono fruibili a tutti tramite il modo con cui la persona imitata si pone. Un aspetto presente solo nella vita privata della persona che viene imitata non sarà altrettanto efficace come uno manifesto, a meno che non venga studiata da parte del comico una gag che colleghi le due caratteristiche così da rendere il personaggio ancora più bizzarro.



*Figura 6 - Raffaelli nella sua imitazione di Abramović*

All'interno del format italiano si possono trovare diversi esempi di imitazioni di personaggi reali e famosi. Tra i comici che più hanno sfruttato questa tecnica nella loro carriera e l'hanno portata ad alti livelli possiamo trovare di nuovo Corrado Guzzanti (st. 2 ep. 5), Virginia Raffaelli (st. 2 ep. 4) e Angelo Pintus (st. 1 ep. 3). Sia Guzzanti che Raffaelli nel presentare le loro imitazioni appaiono in scena indossando dei travestimenti che li rendano ancora più efficace la rappresentazione visiva del soggetto da loro imitato. Guzzanti, per esempio, porta sul palco la sua imitazione di Antonello Venditti facendosi trovare in scena con un pianoforte bianco e camuffando il suo aspetto in modo da assomigliare al vero cantautore. Indossa infatti una parrucca che gli permette di imitare una pelata e indossa gli occhiali da sole. Nella sua imitazione del cantante, Guzzanti marca notevolmente l'accento romano di Venditti, trascinando le vocali finali, soprattutto la "e" e la "a". Nel testo della sua canzone parla del raccordo anulare di Roma e dei suoi problemi alla viabilità. Ogni uscita è segnata dalla storia di qualche fatto inusuale e bizzarro, ma che è collegato in maniera comica alla realtà e a tutti i problemi di cui le strade romane e la città in generale soffrono: ci sono autobus che vanno a fuoco, i cinghiali che banchettano con la nettezza urbana non raccolta e i pericolosi gabbiani "grandi quanto er Cupolone". Le varie fermate vengono raccontate in modo ironico dal comico che sfrutta il



collegamento con la realtà dei fatti per ironizzare sulle condizioni in cui Roma si ritrova a vivere, enfatizzando o esagerando alcuni problemi e rendendoli ancora più comici attraverso l'uso strascicato del dialetto romagnaccio.

Anche Raffaeli può vantare una lunga e proficua carriera come imitatrice. Pure lei, al pari di Guzzanti, utilizza sia travestimenti che la propria personalità per adattarsi meglio al personaggio che interpreta. Ciò che la distingue molto è il fatto di saper modulare la propria voce e le espressioni facciali in maniera eccezionale, riuscendo a imitare non solo gli accenti delle persone da lei imitate in modo perfetto, ma anche le loro caratteristiche facciali, spesso esagerandole e portandole all'estremo per rendere ancora più divertente l'imitazione, come nel caso della sua Belen. All'interno del programma televisivo possiamo trovare la sua imitazione di Marina Abramović, una delle prime artiste a muoversi all'interno della "performance art". Il personaggio dell'artista interpretato dalla Raffaeli si presenta nell'aspetto vestita di un lungo abito rosso, che ricorda l'abbigliamento della Abramović nella sua performance "The Artist is Present" esibita al MoMA nel 2010. La Raffaeli esordisce sul palco presentandosi come Marina Abramović e invita gli altri partecipanti ad assistere alle sue esibizioni. Quest'ultime vengono presentate come dei movimenti strani o dei semplici giochi con le mani o con il corpo a cui l'artista fa riferimento a ogni azione con la frase "questa è *peffomance*" imitando l'accento servo dell'artista. Le varie performance della comica spaziano poi da gesti a imitazioni di versi di animali, a cui fa riferimento ad alcuni come performance artistiche, ad altri semplicemente con il nome dell'animale che li produce. L'atto finale della gag di Raffaeli è centrato sull'esibizione "The Artist is Present". La comica invita un altro partecipante a sedere con lei alle due estremità di un tavolo, riproducendo la scena originale dell'esibizione. Tuttavia, ad un certo punto, la finta Abramović lancia una carta da gioco sul tavolo e urla "scopa!". Di per sé è una scena estremamente ambigua e comica, caratterizzata dall'opposizione di due situazioni di vita divertite, la partita a scopa con gli amici al bar e una esibizione artistica di fama mondiale, accomunate però dalla centralità di un oggetto, un tavolo, nello svolgimento di entrambe. Con questa azione la Raffaeli sembra dissacrare l'opera dell'artista serba, caratterizzata da un'atmosfera di contemplazione tra l'artista e il pubblico, contaminandola con un qualcosa di più informale come una partita a carte. Ed è proprio la deriva da un'azione all'altra che genera il divertimento di qualcosa di inaspettato e fuori dagli schemi.

A differenza dei suoi colleghi Guzzanti e Raffaeli, le imitazioni di Angelo Pintus ricalcano solo parzialmente il personaggio reale a cui si riferiscono. Per il suo stile comico rapido, senza senso e molto referenziale, Pintus non si cala completamente nella parte dei suoi personaggi ma nel fa riferimento solamente tramite l'utilizzo della voce. Ciò che viene utilizzato maggiormente è l'accento del soggetto imitato e inserito all'interno di un contesto comico immaginario. Le imitazioni che fa Pintus dello chef Cannavacciolo o dell'allenatore della Roma Mourinho si prestano solamente a un contatto veloce e immaginario col pubblico, legato a un'imitazione situazionale e relativa al contesto del monologo che il comico sta facendo. Pintus,

infatti, è più improntato per situazioni in stile stand-up comedy, con la sua persona che narra delle sue vicende personali e le sue storie di vita a un pubblico presente apposta per ascoltarle. I riferimenti che fa di



Figura 7 - Kukky nei panni del regista Yamamoto Shin'ya

personaggi reali terzi sono solo qualcosa di parziale all'interno della narrazione della sua vita e come tali non hanno necessità di una presentazione più approfondita tanto nella voce quanto nell'aspetto. Ciò che conta per Pintus è dare il riferimento al pubblico in modo tale che chi assiste sia capace di cogliere al volo dove il comico vuole arrivare. Per questo, a Pintus basta solamente un'imitazione vocale, che non interferisca troppo con la narrazione principale. Imitazioni le sue che servono anche a creare delle situazioni di assurdo. Il suo punto di forza è la capacità di creare nuove voci, ma che alla lunga diventano tutte uguali. Il suo Canavacciolo finisce con confondersi con Mourinho in un miscuglio di voci e personaggi caotici che servono più a confondere il pubblico che a illuderlo che chi hanno di fronte sia il vero personaggio imitato.

Nella versione giapponese del format, il numero di imitazioni di personaggi famosi è notevolmente ridotto rispetto allo show italiano. Possiamo trovare alcune scene nella stagione due e quattro. Anche il tipo di imitazione che si fa dei vari personaggi cambia: mentre nella stagione due troviamo un'imitazione simile a quella che fanno Guzzanti o Raffaelli, nella stagione quattro l'imitazione si basa su una diversa caratterizzazione dell'aspetto fisico del soggetto imitato. Partendo dal primo esempio, il comico Tsuda Atsuhiro (*Daian*) porta in scena l'imitazione del cantante Suzuki Masayuki (st. 2 ep. 3). Nella sua entrata in scena, Tsuda veste con un abito bianco e camicia scura, porta occhiali da sole e baffi finti in modo da ricordare nel modo più fedele possibile il cantante. La gag comica ruota intorno al testo di una canzone di Suzuki e ogni risposta che da Tsuda ai commenti degli altri personaggi, che cercano di indovinare la sua identità è basato sul ritornello del brano "Chigau, sō-janai" (違う、そうじゃない, *let. ti sbagli, non è così*). L'imitazione e la parte di canzone citata da Tsuda sono molto efficaci nella creazione della scena comica in quanto assistiamo all'imitazione del cantante che afferma di essere una parodia. Nell'immedesimarsi nel personaggio di Suzuki

e nel riprendere nello specifico la strofa centrale dell'intera canzone, simile al titolo del brano stesso, Tsuda sembra negare di essere qualsiasi persona gli altri concorrenti affermino lui sia. Questa continua negazione del suo personaggio è ciò che rende la performance di Tsuda divertente. Nei panni di Suzuki, non ha optato per un approccio simile a quello di Guzzanti che imita Venditti, dove il comico prende le fattezze del cantante e ne arrangia in chiave comica un brano, ma cita esclusivamente il ritornello della canzone in continuazione, come se di tutto il brano conoscesse solo quel pezzo.

Un altro esempio interessante di imitazione di un personaggio reale sono quelle di Kukky (*Yasei bakudan*) durante la quarta stagione di *Documental*. Le sue imitazioni, tuttavia, sono al quanto particolari perché, a differenza di quella di Tsuda, Guzzanti e Raffaelli, dove i comici cercano di replicare al meglio l'aspetto del soggetto imitato, in questo caso il comico si trucca per assomigliare in qualche modo al suo soggetto. Nella sua imitazione del regista giapponese Yamamoto Shin'ya (st. 4 ep. 3), Kukky si trucca il viso con un cerone bianco, disegnando poi le linee che andranno a delimitare i tratti somatici del viso in modo da assomigliare in un modo o nell'altro al regista. Tolti gli occhiali da sole e scoperto il viso si ha l'impressione che un bambino abbia dipinto un volto su un foglio di carta. La somiglianza è relativamente poca tra il comico e il regista, anche per via del fatto della differente costituzione dei due. Il trucco si concentra soprattutto su degli elementi caratteristici del volto del regista, come i baffi e alcune rughe d'espressione. Questo tipo di imitazione si basa esclusivamente sull'assurdo dei suoi elementi. Presenta infatti anche degli elementi extra che la persona reale di Yamamoto non possiede, come una marcata dentatura, labbra molto sporgenti e una voce molto più acuta del normale. Tutte queste caratteristiche generano un senso di ambiguità tra la versione comica del personaggio interpretato da Kukky e la figura reale del regista, lasciando un senso di perplessità e di nonsense. Ci si aspetterebbe, infatti, che un'imitazione sia quantomeno il più possibile simile al soggetto originale. Il comico invece sembra voler scardinare questa aspettativa nel pubblico, presentando una persona molto dissimile dall'originale e riconoscibile solamente per qualche piccola accortezza. Kukky, infatti, sembra aver giocato su un'esagerazione di alcune caratteristiche per rendere la sua persona ancora più strana, tra tutte l'età del regista, ottantaduenne, enfatizzandone ancora di più la vecchiaia e dipingendolo come un anziano con la dentiera (aspetto questo da non escludere a priori considerando l'età di Yamamoto) e che rantola nel parlare, creando l'immagine di un anziano semplice più che di un regista affermato.

### **3.3.1.3 Giochi di parole e stand-up**

Tra tutti gli espedienti comici, o in gergo gag, elaborati dai vari artisti descritti fin qui vanno annoverate numerose altre competenze comiche in virtù del loro ampio utilizzo e della loro versatilità d'approccio. All'interno di questa categoria di azioni e attività si possono includere i giochi di parole, le barzellette e l'uso di strumenti e costumi di scena. Avendo già analizzato in precedenza la questione delle imitazioni di personaggi fittizi e reali ad opera dei comici, in questa parte del paragrafo ci limiteremo a vedere l'utilizzo umoristico di oggettistica di scena. Partendo dalle gag su base linguistica, entrambi i programmi presentano numerosi esempi di situazioni comiche che si focalizzano sull'uso di barzellette e giochi di parole. Il vantaggio

di queste forme umoristiche è che sono di facile esecuzione e riproduzione: basta un piccolo oggetto o una semplice frase per scatenare una barzelletta che faccia ridere una o due persone. Tutti questi espedienti si rifanno all'incongruità di fondo nell'opposizione tra un'aspettativa basata su un pattern di esperienze precedenti che spingono un individuo ad anticipare la risposta in base a quello che viene considerato comunemente come normale, e una risposta al quesito o una risoluzione diametralmente opposta all'aspettativa, che genera ambiguità e stupore che successivamente porteranno alla risata. Si è già visto in precedenza le caratteristiche di barzellette e giochi di parole; perciò, di seguito verranno mostrati e analizzati alcuni esempi tratti dai programmi.

Partendo dalla versione giapponese, si è già visto un esempio di giochi di parole con il personaggio di *Hambāgu-shishō* di Itoda Jun con riferimenti che si incrociano tra situazioni del mondo reale e i riferimenti culinari del suo cowboy-hamburger (st. 4 ep. 2). Sempre partendo da questo personaggio possiamo trovare diverse gag basate su giochi di parole. Una tra le più divertenti prevede il personaggio di *Hambāgu-shishō* leggere gli articoli da un menù decantante diverse varietà di hamburger sfidando gli altri concorrenti a una gara di velocità di lettura. Mentre uno degli altri partecipanti al game show tiene il tempo con un cronometro Itoda inizia a leggere uno per uno i vari piatti, facendo però numerose pause tra uno e l'altro e leggendo abbastanza lentamente. Finito l'elenco chiede il risultato che si confermerà intorno ai quattordici secondi. Ed è qui che si muove il gioco di parole perché dalla parola 十四 (*jūyon*, quattordici) Itoda crea un trigger switch tra le due letture utilizzate per il kanji 四, facendolo passare da *yon* (lettura *kun*) a *shi* (lettura *on*), trasformandolo, così, in *jūshi*, simile all'inglese *juicy* utilizzato spesso per descrivere gli hamburger come succulenti. I giochi di parole proposti da Itoda, quindi ruotano tutti intorno al mondo degli hamburger e della cucina, in relazione alla promozione del suo fantomatico ristorante stile western, il Gold Rush, creando associazioni senza senso e a volte forzate, ma che riescono a creare un forte senso di ambiguità e disagio da renderle divertenti.

Nella prima stagione di *Documental*, il personaggio di Jimmy Ōnishi si ritrova ad inscenare diverse uscite comiche che ruotano su giochi di parole nel suo tentativo di sperimentare nuovi gag e personaggi da poter utilizzare negli spettacoli successivi. Utilizzando degli oggetti di scena, in questo caso delle lattine di caffè vuote, il comico riesce a creare un gioco di parole semplice ma efficace, utilizzando i panni della scolaretta da cui è travestito per creare un'atmosfera ancora più surreale e ambigua. Il soggetto da lui creato, infatti, si ritrova a contare quante lattine ci sono all'interno di una busta di plastica. Finito di contarle il personaggio della scolaretta che interpretava fino a poco prima si trasforma in un'annunciatrice, e il testo comico è prodotto come segue:

「一缶、二缶、三缶、四缶、五缶、六缶、七缶、八缶、九缶」

"*Ikkan, nikan, sankan, yonkan, gokan, rokkan, shicikan, hachikan, kyūkan*"

「週刊新潮はキュウカン」 ”

"*Shūkan Shinchō ha kyūkan*"

“«Una lattina, due lattine, tre lattine, quattro lattine, cinque lattine, sei lattine, sette lattine, otto lattine, nove lattine»

«Il settimanale *Shinchō* è stato soppresso»”

(Ōnishi, HITOSHI MATSUMOTO presents *Documental* - stagione 1, ep 2 7/12/2016)



Figura 8 - Ōnishi

Sfortunatamente, questo rappresenta uno dei casi in cui la traduzione del testo comico non riesce a riprodurre anche il gioco di parole della lingua originaria. In questo caso, Ōnishi gioca sull'omofonia dei termini 九缶 (*kyūkan*), utilizzato per contare il numero di lattine che estrae dalla borsa, e il termine 休刊 (*kyūkan*) che indica la sospensione delle pubblicazioni di un giornale (st. 1 ep. 2). Il comico utilizza frequentemente giochi di parole così semplici e stupidi nelle sue esibizioni all'interno del programma. La strategia adottata è quella di proporre un tipo di umorismo noto a tutti. La differenza tra i giochi di parole prodotti da Ōnishi, contrapposti a quelli prodotti da altri comici, come quello di Itoda visto precedentemente (p. 69), sta nel fatto che vengono anticipati dal comico attraverso una serie di azioni o gesti che ne introducono un contesto cognitivo. Anche attraverso l'anticipazione del gioco di parole, tuttavia, risulta difficile comprendere in che modo Ōnishi produrrà la sua gag in virtù del fatto che sia il gioco di parole, sia l'azione che lo precede sono completamente assurdi e sconnessi tra solo se non per il trigger switch che induce il passaggio dal contesto dell'azione, come ad esempio la conta delle lattine dalla borsa, al contesto verbale, la notizia che il settimanale è stato chiuso. Questo tipo di strategia può essere trovata anche in altri momenti del programma e denotano una strategia ormai consolidata del comico a sfruttare non solo l'espedito testuale per il suo

gioco di parole, come fa Itoda, il cui rimando non viene anticipato ma viene presentato improvvisamente nel testo; ma sfrutta anche un elemento fisico che lo aiuta nel creare una situazione ancora più imbarazzante e ad anticipare in parte anche il testo, tramite un accostamento di contesti differenti e contrastanti.

Muovendoci sempre all'interno di spazi di creatività basati su una forte ambiguità tra aspettative e testi comici vale la pena di ricordare l'artista Iio Kazuki e il suo gioco di *ōgiri*<sup>19</sup>. Iio presenta il gioco portando con sé un blocco di fogli dove aveva preparato in precedenza una serie di risposte (st. 4 ep. 4).

"F: 「こんな学校は嫌だ。一体どんな学校？」

*"Konna gakkō ha iya da. Ittai donna gakkō?"*

Odio questa scuola. Che razza di scuola è?

I: 「それが二人にとっていつもの秋だから。」

*"Sore ga futari ni totte itsumo no aki dakara."*

Questo perché per entrambi è sempre lo stesso autunno.

[...]

"It: 「コダマ、ヒカリ、ノゾミに続く新しい新幹線と？名称は？」

*"Kodama, Hikari, Nozomi ni tsuduku atarashii shinkansen to? meishō ha?"*

Dopo Kodama, Hikari e Nozomi quale sarà il prossimo nome dello Shinkansen?

I: 「マドリードの太陽がそうさせた。」

*"Madorīdo no taiyō ga sō saseta."*

Lo ha dato il sole di Madrid.

[...]

"M: 「どんなペットは困る？」

*"Donna petto ha komaru?"*

Che animale da compagnia ti dà fastidio?

I: 「香典返し」

*"Kōdengaeshi"*

Quello ricevuto a un funerale."

(Fujimoto, Itoda, Iio, Miyasako, HITOSHI MATSUMOTO presents *Documental* - stagione 4, ep 4  
22/12/2017)

---

<sup>19</sup> Gli *ōgiri* (大喜利) sono gag comiche dove al comico vengono fatte delle domande, alle quali deve saper rispondere in modo arguto e comico mostrando capacità di improvvisazione. In ogni caso, la risposta data dal comico, per quanto ambigua e senza senso deve cercare di mantenere un minimo di senso logico con il tema della domanda posta.



Figura 9 - Iio durante la sua gag di *ōgiri*

Il gioco dell'*ōgiri* presenta la caratteristica interessante di lasciar molto spazio libero al comico per l'esecuzione delle sue risposte, premiando la fantasia e l'inventiva dell'artista nella ricerca di una domanda divertente, fuori luogo ma al tempo stesso inerente al tema principale della domanda. Questo genere di forma umoristica contravviene a tutti quei principi stipulati da Grice nella presentazione del suo CP, rendendo impossibile da capire le motivazioni o il nesso logico che ha permesso al comico di elaborare una tale risposta ambigua a una domanda normalissima. Ed è appunto questa violazione delle massime a rendere così interessante e divertente il gioco degli *ōgiri* in quanto non solo è una prova di abilità per il comico, ma stimola anche il pubblico a ricercare nella risposta data il processo cognitivo che ha portato a tale soluzione. Una volta che tale processo è stato immaginato allora sarà possibile intravedere e cogliere la logica dietro l'assurdo che caratterizza questo gioco.

La versione italiana del format presenta delle differenze da quella giapponese nella maniera in cui il conduttore aiuta i vari concorrenti affidando loro una serie di performance da fare in modo da movimentare lo spettacolo. Tra le varie gag che l'host propone è presente l'opzione stand-up comedy, dove uno dei concorrenti sale sul palco e si esibisce per qualche minuto nel tentativo di far ridere gli sfidanti. Lo strumento della stand-up è ampiamente utilizzato dai comici italiani anche al di fuori degli spazi dedicati dal conduttore e alcuni si cimentano in spettacoli di loro iniziativa, da soli o formando dei piccoli gruppetti per inscenare trame più complesse. Ad esempio, possiamo trovare nella seconda stagione i "LOL awards" dove i due conduttori, mago Forrest e Alice Mangione si ritrovano a premiare i vari concorrenti con premi assurdi e improbabili, utilizzando i cuscini presenti sui divani come le buste contenenti i nomi dei fortunati.

Nella seconda stagione si può assistere anche a una gara di barzellette tra i vari partecipanti al game show. Alcune di quelle meglio riuscite sono sicuramente quelle di Max Angioni e di Maccio Capatonda (st. 2 ep. 2). Il primo riesce a creare una scena comica con all'interno una barzelletta, ma il modo con cui la

propone ha un effetto più comico rispetto testo in sé. Il giovane comico, infatti, la propone in tedesco, sperando di cogliere i partecipanti di sorpresa. L'unica falla nella sua strategia è stata quella di dichiarare apertamente prima dell'inizio della barzelletta le sue intenzioni di recitarla in tedesco, anticipando agli altri concorrenti il suo piano. Probabilmente, se avesse iniziato il testo senza questa anticipazione avrebbe generato un effetto comico maggiore, rompendo le aspettative del pubblico circa quale barzelletta avrebbe detto e massimizzando il potenziale di ambiguità tra i partecipanti, che si sarebbero trovati di fronte a un testo comico ignoto e imprevedibile, senza contare che il solo enunciare una barzelletta in tedesco costituirebbe di per sé già una buona forma di umorismo. Al contrario l'espedito di Capatonda è più articolato. La sua strategia si basa sull'utilizzo di una barzelletta nota a chiunque, il fantasma formaggino, ma riarrangiando il testo in chiave tragicomica: il comico, infatti, continua la narrazione anche dopo che la *punch line* classica viene dichiarata, e introduce gli effetti nefasti che potrebbero insorgere nel cercare di spalmare sul pane un fantasma incorporeo. La vicenda così narrata si fonda su una situazione incongrua generata non solo dal finale tragico della vicenda, ma anche del modo con cui il comico cambia il modo di recitare il testo dopo al prima *punch line*. Capatonda riesce a gestire due stili narrativi in contemporanea: il primo prende luogo nella prima metà della barzelletta e ricorda il tono classico con cui vengono raccontate, ponendo enfasi soprattutto nella recitazione della frase ad effetto classica ("vieni qui che ti spalmo sul panino"); il secondo invece inizia subito dopo il primo e assume toni più drammatici, interrompendo per un attimo il discorso comico per aprire una parentesi di testo che a tratti ricorda un modo serio e formale (*bona-fide*) di parlare. La bellezza della barzelletta di Capatonda sta proprio nella sua capacità di decostruire un testo comico già conosciuto e ripetuto innumerevoli volte e di aggiungerci un tocco nuovo, con elementi diversi dall'ordinario e che rimandano alla cruda realtà del mondo reale, ma senza intaccare le potenzialità comiche del testo, ma bensì rinnovandole attraverso l'uso di quegli elementi che di norma in una barzelletta non produrrebbero quel senso di divertimento.

#### **3.3.1.4 Travestimenti e oggetti di scena**

L'ultimo aspetto da analizzare alla conclusione di questo sottoparagrafo sono quelle forme di umorismo che prevedono l'utilizzo di travestimenti o oggetti di scena e che sono molto presenti all'interno di entrambi i programmi. Tali strumenti possono essere utilizzati come elemento comico principale oppure essere impiegati per dare a un personaggio o a una azione particolare risalto all'interno della gag, in modo da attirare maggiormente l'attenzione degli spettatori e convogliarla verso quegli elementi comici su cui si basa la performance. Partendo dalla versione italiana, il travestimento più celebre dell'intera serie, rimasto finora ineguagliato nella storia del format italiano è sicuramente il travestimento da Gioconda con cui esordisce Elio nella prima stagione. È sicuramente uno dei travestimenti più elaborati poiché presenta una cura per i dettagli impressionante e la maestria con cui il comico porta in scena questo suo personaggio è notevole. Elio non entra in scena vestito in borghese per poi cambiarsi, ma arriva nello studio già travestito, motivato



dal fatto che portare un oggetto di scena delle dimensioni del quadro avrebbe attirato troppo l'attenzione, oltre che ad essere stato molto ingombrante.

Il contatto con il travestimento per così tanto tempo ha permesso a Elio di immedesimarsi in molteplici gag con centralità il suo travestimento, come la sua vendita all'asta durante una delle tante performance che hanno coinvolto tutti i partecipanti al programma. Il suo travestimento è stato particolarmente efficace nel produrre un effetto comico basato sulla sorpresa. Inoltre, fintanto che indossava la cornice del quadro, ha costituito una minaccia non indifferente per gli altri concorrenti, che si sono dovuti difendere contro uno dei dipinti più famosi al mondo. La caratteristica di questo travestimento sta nel fatto che non si concentrava solamente sulla zona del viso, circondato da una cornice, ma occupava tutto lo spazio fisico di Elio. Il travestimento, infatti, comprendeva anche un tipo di vestiario molto simile a quello che indossa la Gioconda, dando l'impressione che il soggetto del quadro abbia preso vita. In più, c'è da sottolineare come l'effetto comico sia anche accentuato dall'aspetto di Elio: in netta contrapposizione con i caratteri delicati della Gioconda, il viso di Elio presenta delle esagerazioni divertenti, come le sopracciglia, che rendono la sua figura ancora più ambigua e relegandola più a un imbruttimento del quadro che a una sua imitazione.



Figura 10 - Elio travestito da Gioconda

Anche nella versione giapponese sono presenti numerosi casi di travestimenti comici. Ōnishi entra in scena diverse volte vestendo panni di personaggi diversi: un prete, un karateka, una scolaretta. Ogni travestimento che porta è sempre accompagnato da una serie di elementi comici che lo aiutano a inscenare i suoi personaggi e per dar loro un'aria ancora più comica. Si è già citato il caso del personaggio di Itoda e del suo *Hambāgu-shishō*. All'infuori di questi due comici, vale la pena citarne un altro, Hachimitsu Jirō (*Tokyo dynamite*), e il suo *lucha libre*, il suo set di travestimenti basati sulle maschere da wrestler messicani (st. 1 ep. 2-3). Le maschere portate in scena sono molto simili per foggia e aspetto a quelle indossate dai lottatori messicani durante i combattimenti, ma via via che il personaggio se le cambia diventano via via più assurde e

imbarazzanti. Ci sono maschere che ricordano personaggi di film e fumetti, come quella ispirata a Joker, fino ad arrivare a maschere che rappresentano la bandiera americana o animali. Anche l'aspetto e la vestibilità delle maschere cambia via via che diventano più assurde: mentre le prime sono molto simili alle maschere originali, coprono tutto il viso ma lasciano delle aperture per occhi, naso e bocca, man mano che le decorazioni si fanno più appariscenti vengono modificati alcuni di questi elementi, a volte eliminando la fessura per bocca e naso, rendendo la respirazione difficile, vista anche l'aderenza della maschera al viso, sostituendo le fessure per gli occhi con accessori eccentrici. L'atteggiamento che Hachimitsu mantiene, tuttavia, ricorda quello dei lottatori messicani, con posture imponenti, sfoggio di muscoli e manifestazioni di aggressività. Per meglio mantenere il personaggio inscena anche alcuni momenti di lotta, fingendo di strangolare un altro dei concorrenti e salendo su una sedia, nel tentativo di imitare qualche mossa di lotta. Questo atteggiamento da macho è però reso ambiguo e imbarazzante dalla foggia che certe maschere possiedono. Sono



Figura 11 - Hachimitsu in "Lucha Libre"

stravaganti al punto che in certi momenti è difficile immaginare un wrestler indossare maschere tanto assurde e divertenti. La sensazione è quella che più che un vero lottatore ci si trovi di fronte a una sua parodia o imitazione, basata sui numerosi stili che le maschere dei lottatori possono assumere.

Un ultimo aspetto comico, simile ai costumi per frequenza d'utilizzo e semplicità, sono i *prop*, l'oggettistica di scena che i comici possono utilizzare al fine da inscenare delle gag. Sotto un certo punto di vista, i travestimenti stessi possono essere considerati come dei *prop* che il comico indossa per la sua performance, in quanto propedeutici all'esecuzione della stessa. In questa parte, tuttavia, per *prop* mi riferirò solamente a oggetti e strumenti, distinguendolo così dal vestiario. Qualunque cosa, purché utilizzata con lo scopo di far ridere un pubblico, può diventare un oggetto di scena: da un coltello finto a una corda fino a un palloncino di silicone. L'unico limite è dettato dalla fantasia del comico. All'interno del format giapponese sembra

esserci un uso più frequente di oggetti di scena, molto spesso foto e oggetti di scena che i partecipanti utilizzano spesso anche all'infuori di *Documental*. Nella maggior parte dei casi, l'utilizzo di *prop* si limita a oggetti di piccola taglia, poco ingombranti e vistosi per meglio gestirli in sala. Tra questi possiamo trovare foto di famiglia o di personaggi noti (modificate al computer o meno) usate allo scopo di creare la risata attraverso l'autoironia e l'auto-umorismo, ossia quelle forme di humor che puntano al generare il divertimento attraverso una serie di azioni indirizzate a dipingere l'artista che le esegue sotto una luce imbarazzante e comica. Anthony (*Matenrō*) e Kukky sono tra i due comici che più hanno impiegato le foto come elemento comico. Il primo, nato da padre afroamericano e madre giapponese, utilizza le foto della sua famiglia, sottolineando la differenza di aspetto tra uno e l'altro genitore come espediente comico, utilizzando foto con un bassissimo contrasto (come le foto fatte di notte) per giocare sul colore della pelle di suo padre, indistinguibile dallo sfondo scuro del basso contrasto (st. 1 ep. 4). Il secondo comico, Kukky, invece utilizza moltissimo fotografie ritoccate al computer di personaggi appartenenti al mondo televisivo giapponese come espediente umoristico. Nella fattispecie, le foto presentano caratteristiche accentuate, come parti del corpo più o meno grandi rispetto al resto dell'immagine o degli elementi che contiene (st. 2 ep. 2). In altri casi, le foto presentano delle citazioni sconclusionate, senza senso o controverse considerate tipiche di tale personaggio, una specie di citazioni alla Luca Giurato (st. 4 ep. 2).

Tra gli altri *prop* comici utilizzati possiamo trovare i giornalini per adulti che ritraggono la suocera di Itoda, portati da quest'ultimo; i palloncini di silicone utilizzati da Kukky, che li veste intorno alla testa e che li gonfia dall'interno col suo stesso fiato, bombole di elio e ghiaccio secco e protesi dentarie per conferire ai personaggi dei comici di assumere caratteristiche ancora più ambigue e divertenti.



Figura 12 - Kukky

Nella versione italiana, l'utilizzo di oggettistica di scena è determinato da pochi oggetti personali, come fotografie. Molti comici portano con sé i *prop* che hanno già utilizzato in gag passate, o piccoli oggetti, come protesi dentarie finte o strumenti musicali. Gli oggetti di scena che più hanno avuto un impatto comico all'interno del programma sono sicuramente il quadro della Gioconda di Elio e la console di Capatonda con la quale si esibisce nei suoi improbabili trailer. Questi due oggetti hanno una rilevanza non indifferente all'interno della produzione comica del programma non solo per le dimensioni – il quadro di Elio (st. 1) è notevolmente grande e la console di Capatonda (st. 2 ep. 5) si appresta perfettamente per la gag che vuole inscenare – ma anche per il tipo di performance attuata dai comici. Tutti gli altri partecipanti si limitano ad utilizzare oggetti di scena piccoli e poco dispendiosi, qualche piccolo travestimento, ma niente di troppo elaborato. L'utilizzo di quei due tipi di *prop* dà ai due comici un notevole vantaggio nell'allestimento di scene comiche inedite all'interno del programma. Infatti, né Elio né Capatonda sono nuovi agli sketch proposti. Il primo è conosciuto per i suoi travestimenti e la creazione di personaggi e storie bizzarre, il secondo invece aveva già proposto i trailer improbabili come strumento comico in altre sedi. L'utilizzo di strumenti più elaborati dei semplici baffi finti porta con sé il vantaggio di una resa più autentica della scena comica, aiutando i partecipanti ad immedesimarsi ulteriormente in quello che stanno vedendo e ascoltando, amplificando così l'effetto di divertimento. Ne risulta così un tipo di comicità più completa dal punto di vista sensoriale e immaginativo in quanto coinvolge di più l'aspetto cognitivo dei partecipanti.

### **3.3.2 Altri aspetti comici**

Le scenette comiche elencate finora possono considerarsi degli aspetti comuni tra le performance umoristiche utilizzate dai comici all'interno dei due programmi. Nelle varie sezioni del paragrafo precedente sono stati presentati esempi per entrambi i format di caratteristiche comuni, come barzellette, travestimenti o personaggi comici inventati. Questa sezione, invece, si concentrerà su quegli aspetti che differiscono, parzialmente o totalmente, tra le due versioni del game show, incentrando l'analisi sull'identificazione di forme di comicità peculiari o caratteristiche che possano aiutare a identificare quali aspetti comici possano essere considerati come una manifestazione culturale all'interno della comicità e quali meno.

Osservando i vari episodi di *Documental* si può constatare come alcune scene comiche vengano create attraverso strategie che prevedono l'utilizzo di elementi espliciti, come riferimenti sessuali, scene di nudo e di violenza. Questi elementi sembrano suscitare una notevole ilarità tanto nel pubblico quanto nei concorrenti al programma. La maggior parte delle scene di nudo, per esempio, sono caratterizzate dalla predominanza o esclusività del nudo maschile. Anche in presenza di concorrenti femminili, i comici utilizzano le scene di nudo come forma di umorismo senza veli, mentre non ci sono attestazioni di nudo femminile all'interno del programma. Sembra così trasparire una differenza di percezione tra i due tipi di nudo: quello maschile viene identificato come comico, bizzarro e strano, capace di essere utilizzato come espediente umoristico molto efficace, tanto da essere impiegato in modo ricorrente all'interno del programma; quello

femminile invece non viene considerato come tale in quanto le concorrenti femminili non producono tale forma di umorismo e il massimo di nudità esposta è sempre limitato e non raggiunge mai i livelli di quello maschile. I diversi concorrenti non sembrano sentirsi a disagio nell'utilizzare le zone intime e i genitali come "oggetto di scena" per inscenare una gag. L'utilizzo di tali forme di comicità sembra concentrarsi maggiormente intorno la seconda metà del programma, anche se alcune possono riscontrarsi nelle fasi iniziali del programma come nel caso di Ōnishi (st. 2 ep. 1) che sfrutta il corpo nudo e coperto solo parzialmente e malamente nei pressi dell'inguine come strumento comico all'interno della prima ora di gioco. I comici maschi non sembrano sentire nemmeno il disagio di entrare in contatto con suddette zone. Diverse gag sfruttano il contatto di zone sensibili nel tentativo di creare disagio e risate. La performance di Miyagawa Daisuke (st. 1 ep. 3), per esempio, parte da una sfida singolare, denominata "*analympics*", che prevede una gara a chi riesce a calarsi le mutande e mostrare l'ano il più velocemente possibile. Questa sfida, oltre a riuscire ad ammonire dei concorrenti, ha l'effetto di spingere alcuni concorrenti a replicare la scena. Al termine della stagione 4, nel tentativo di eliminare qualche giocatore dalla gara, Matsumoto fa entrare i concorrenti squalificati precedentemente per inscenare una gag. La scena scelta ritorna ancora una volta in una gara a squadre con al centro l'ano: due comici si sdraiano supini sul pavimento mentre altri due utilizzano delle pompe per biciclette per soffiare all'interno dell'aria. Il vincitore della gara è decretato in base alla sonorità della scoreggia prodotta con il rilascio dell'aria dall'ano.

Tutti questi esempi di gag basate sullo sfruttamento del nudo hanno il risultato di creare una scena comica del tutto particolare. Sono scene estremamente assurde, basate su un utilizzo non convenzionale del corpo tramite azioni assurde e potenzialmente pericolose. Si può identificare in questa forma di humor due componenti che concorrono alla formazione del divertimento percepito dal pubblico: la prima componente, quella dell'assurdo, è rappresentata dall'uso del corpo nudo come espediente comico; la seconda, basata su un rilascio emotivo, viene generata dal rilascio della tensione accumulata nell'aspettativa della risoluzione comica della gag. Il tipo di rilascio più comune, probabilmente, potrebbe essere l'allontanamento di sensazioni stressanti legate allo svolgimento della performance. Prendiamo come esempio la gara di scoregge della quarta stagione: il fatto che due persone si operino per pompare aria all'interno dell'ano di altri due concorrenti è di per sé una situazione molto ambigua e assurda. Il fatto di pompare aria all'interno dell'ano di una persona per provocarne una scoreggia è certamente un uso contraddittorio del corpo e viola la credenza comune sulla direzionalità dell'aria che passa attraverso l'intestino. Diventa così una situazione paradossale e che contravviene ai meccanismi della fisiologia umana. Di conseguenza tale pratica contiene anche un fattore di rischio non indifferente: il rischio di lacerazioni interne alla mucosa anale è dietro l'angolo e può rappresentare una fonte di stress non solo per chi gareggia, ma anche per i partecipanti che in quel momento provano sentimenti di empatia nei confronti dei loro colleghi. La risoluzione della scena nella produzione di una scoreggia lunga e sonora rompe quel sentimento di stress accumulato fino a quel momento e libera la tensione accumulata.



Figura 13 - Kurosawa (sinistra) e Fujimoto (destra)

In parte legato all'umorismo generato dal nudo, anche quello generato da allusioni sessuali è presente all'interno di diverse stagioni di *Documental*. A differenza del primo, tuttavia, questo tipo di umorismo è svolto da tutti i comici, sia di genere maschile e femminile. In particolar modo, la comica Kurosawa Kazuko (*Morisanchū*), sfrutta frequentemente allusioni sessuali durante lo svolgimento delle sue performance. La prima gag che inscena, infatti, si basa sulla recitazione e la narrazione di un improbabile e parodico incontro a luci rosse tra lei e Fujimoto (st. 4 ep. 1), descrivendo nei dettagli il tipo di rapporto consumato e la posizione, invitando il comico a riprodurre la scena dell'atto sessuale sul tavolo dello studio. Gli elementi espliciti della gag vengono narrati con estrema facilità e naturalezza da una Kurosawa attraverso una narrazione assurda e priva di qualsiasi emozione o sentimento di natura sessuale, in un completo stato di apatia, manifestata anche dal tono molto neutro con cui simula i gemiti. La mancanza di emozione e le pose assurde e impossibili aiutano a creare una scena comica senza senso che difficilmente riesce a creare una sensazione di erotismo in ciò che si sta guardando, lasciando spazio, invece, a una sensazione di imbarazzo per i due amanti. Tale scena è il frutto del ruolo di entrambi i comici coinvolti, che in qualità di *boke* sono avvezzi alla creazione di situazioni che esulano dalla conoscenza comune, anche in materia di sesso, come in questo caso, dimostrando anche come il sesso e i rapporti sessuali (consenzienti) possano essere rappresentati come qualcosa di fermo, con posizioni conosciute e accettate e una prassi definita. Un ulteriore esempio eclatante di performance basata su allusioni sessuali è la gag con cui Miyasako (st. 4 ep. 4) esordisce uscendo dallo spogliatoio con i pantaloni aperti e un'erezione in corso. In questo caso, la scena comica è presentata e svolta interamente da un solo comico senza la partecipazione di nessun'altro. L'erezione è mostrata apertamente e il comico non sembra provare imbarazzo o particolare disagio nel presentarsi in studio in questo stato. Il suo obiettivo è stato quello di portare davanti agli altri concorrenti una scena talmente assurda ed esplicita che non si sarebbero mai immaginati di incontrare all'interno del programma. Mentre nel primo esempio, quello del duetto Kurosawa-Fujimoto, la tensione sessuale era smorzata dalle posizioni impossibili e dal fatto che

entrambi i comici erano vestiti, in questo caso, la condizione di Miyasako rimanda in modo esplicito e inequivocabile ad atti sessuali espliciti, a un atto di erotismo interrotto o in corso. Da questi due esempi si potrebbero trarre delle ipotesi sul ruolo che l'erotismo e la sessualità possiedono all'interno dell'umorismo giapponese. La prima di queste si concentra sul fatto che la linea che separa umorismo e depravazione nella comicità giapponese sia molto più sottile rispetto a quanto possa accadere in Italia.

Si è visto come gag incentrate sul corpo nudo e una nudità esplicita siano utilizzate e accettate dal pubblico a tal punto da generare ilarità. Inoltre, allusioni sessuali tanto spinte hanno il medesimo effetto e non provocano alcun rigetto in chi assiste nella versione giapponese. Anche in concomitanza con una scena tanto esplicita come la gag di Miyasako, le prime impressioni degli altri concorrenti non lasciano trasparire alcun segno di fastidio o di disgusto, semmai sembrano tutti quanti perplessi per la situazione e si complimentano con il comico per la sua abilità nel riuscire ad avere un'erezione durante il programma. Nella versione italiana si presentano riferimenti alla sessualità più impliciti. Si assiste a limitati atti verbali, come le gag di Michela Giraud (st. 1 ep. 3) dove la comica utilizza un linguaggio contenente allusioni di stampo sessuale all'interno del suo monologo, ma che vengono mascherati e soffocati all'interno del testo. Un'altra gag che presenta una componente più esplicita è quella di Katia Follesa (st. 1 ep. 2) che incentra la sua scena comica sul flirt con un altro concorrente, spingendosi fino a baciarlo. In nessun caso, tuttavia, tali atti vengono reiterati e nella seconda stagione sono completamente assenti. Si può supporre, quindi, che tra Italia e Giappone esista un senso di pudore diverso, e che i valori dati nudità e sessualità possano essere scissi dal contesto dell'atto sessuale fisico o da un rimando ad esso in Giappone, mentre in Italia tali contesti vengano limitati a pochi casi rari, considerando come queste situazioni siano scarsamente accettabili nell'ambito dei programmi comici nella televisione italiana.

Un altro elemento molto presente all'interno del format *Documental* è sicuramente l'utilizzo della violenza come tecnica per generare la risata. Si è visto precedentemente come, in alcuni casi, l'adozione di strategie umoristiche violente faccia parte del ruolo del *tsukkomi* all'interno di una struttura di performance basata sulle meccaniche del *manzai*. L'esempio riportato è stato quello della gag congiunta Fujimoto-Miyasako, dove il primo contravviene alle regole sociali che prevedono, in qualche modo, una certa deferenza nei confronti dei concorrenti con più esperienza; il secondo invece ripristina l'ordine e la posizione del primo attraverso una serie di punizioni corporali che per alcuni versi non sono in grado di generare in nessun modo quel senso di divertimento, ma altresì un sentimento di ansia e preoccupazione. All'infuori di questi casi, vi è un utilizzo più marcato della violenza fisica come forma di umorismo. Possiamo trovare le gag con gli elastici di Miyagawa contro Ōnishi e Kukky, oppure ci si può imbattere in diverse scene dove vari concorrenti utilizzano il proprio corpo o in alternativa *prop* per creare artifici umoristici tramite la violenza.

Qualunque sia il mezzo impiegato, tutti questi atti comici possono essere riassunti con quella che è la teoria della superiorità vista nella parte prima (§1.1.1). Ogni espediente che utilizzi la corporalità come forma di comicità di per sé identifica nella vittima l'elemento più disturbante del gruppo. Con le scene di stampo

*manzai* lo si è visto in maniera leggera con il cuoco incompetente interpretato da Daigo, che viene continuamente ripreso per il suo modo di preparare il sushi, e con la scena di Miyasako che punisce Fujimoto per la sua insubordinazione. Nelle altre forme, invece, non sembra esserci uno stampo correttivo, ma bensì l'artificio violento è spesso considerato come qualcosa di divertente. La vittima non è riconosciuta come un elemento deviante o diverso ma viene scelta in virtù della situazione di vulnerabilità in cui si trova. Ne è un esempio il momento in cui Miyagawa lancia un elastico direttamente nell'ano di Kukky mentre questi stava partecipando alle *analympics* introdotte dal primo poco prima. In questo caso, la posizione svantaggiata di Kukky lo ha reso un bersaglio facile per la gag violenta di Miyagawa, che di per sé non avrebbe nessun motivo di comportarsi così se non per una motivazione meramente sadistica. La stessa cosa avviene nella stagione due con la gag che vede come vittima Ōnishi e gli altri concorrenti intenti ad aspirargli uno dei testicoli con l'aspirapolvere. La teoria della superiorità riesce in parte a spiegare perché scene del genere riescano a generare nel pubblico delle risate alla vista di qualcuno che sta provando dolore. Il motivo principale è la distanza emotiva tra chi ride e chi soffre. Il contesto del game show aiuta chi assiste a generare meno empatia nei confronti dei comici che sono all'interno dello studio. Inoltre, l'utilizzo di *prop* speciali e assurdi, come un'aspirapolvere, aiuta certamente a ridurre maggiormente il sentimento di pietà nei confronti della vittima, che si ritroverà così derisa in quanto l'azione che sta provando non verrebbe replicata da una nessuna persona adulta e consapevole dei rischi correlati all'aspirazione un testicolo. Questo esempio sottolinea il collegamento che può sussistere tra la risata e forme di comicità improntate su una visione di superiorità tra chi si comporta in modo ambiguo e sconsiderato, arrivando a procurarsi dolore fisico, e il pubblico che si reputa più maturo e consapevole del comico.

Gli aspetti legati alla violenza, l'uso esplicito del nudo e allusioni sessuali non vengono condivise alla stessa maniera tra la versione giapponese e quella italiana. Innanzitutto, sono completamente assenti casi di violenza fisica tra i concorrenti ad eccezione della gag con la bottiglia di zucchero fatta da Pintus nella stagione 1. Quello si può considerare come l'unico caso in cui uno dei partecipanti abbia provato ad utilizzare l'espedito della violenza fisica per cercare di far ridere. C'è da sottolineare, tuttavia, che all'interno della stagione due possiamo trovare un esempio di "pseudo-violenza" nella gag di Max Angioni, travestito da wrestler americano, che sfida Capatonda a un incontro di lotta. La differenza sostanziale tra questa forma di gag e quelle che troviamo su *Documental* sta nell'approccio che hanno i vari comici al dolore: mentre nella versione giapponese il dolore è visto come qualcosa che è potenzialmente divertente e i comici lo sfruttavano a pieno titolo, in *LOL* invece non viene mai ripreso come tecnica per far ridere le pochissime scene di violenza andate in onda nel programma sono mimate e completamente innocue per i partecipanti. La gag di Angioni e Capatonda non presenta in nessun modo forme di violenza in quanto nessuno dei due personaggi non si colpisce mai direttamente, ma fingono pugni, calci e sberle. La scena, infatti, si ripropone di imitare il wrestling americano ma senza la componente fisica potenzialmente dannosa. I due artisti propongono una caricatura esagerata del wrestling americano, di per sé anch'esso finto e privo di violenza effettiva. Viene data



importanza più all'aspetto visivo, con pose e trucchi spettacolari, ma per cui nessuno dei partecipanti ne soffre direttamente. Inoltre, in entrambe le stagioni di *LOL* sono completamente esenti scene di nudo integrale. L'utilizzo dei genitali e delle zone intime come espediente è completamente sconosciuto nel format italiano, indicando un senso del pudore molto più accentuato e probabilmente anche una linea di demarcazione tra nudo e sessualità molto meno marcata rispetto alla versione giapponese, dove scene esplicite venivano presentate senza nessun rimando a pratiche sessuali.

Anche nella versione italiana del format possiamo trovare delle caratteristiche assenti in quella giapponese e che possono aiutare a definire con maggiore chiarezza l'ambiente comico creatosi. L'atmosfera di *LOL*, infatti, non è scandita da quel senso di ansia che caratterizza *Documental* e il clima tra i comici è molto più allegro e collaborativo. Questo è dovuto a due questioni: la prima è la natura stessa del programma. *Documental* è stato concepito da Matsumoto come un survival, dove solo un concorrente sarebbe sopravvissuto e avrebbe intascato tutto il montepremi. Il carattere di fondo del game show non è di portare alla luce lo stato dell'arte della comicità in Giappone, ma di incoronare quel comico che meglio di tutti riesce a resistere agli attacchi degli avversari e che è in grado di contrattaccare con forza maggiore. Per questo motivo l'intervento del conduttore nello svolgimento del programma è limitato alle sole modalità zombie, per mantenere così la sensazione che ciò che si sta osservando sia una forma di esperimento sociale. La versione italiana cambia completamente il modo di approcciarsi al gioco. Scompare l'idea di esperimento che vede come cavie i comici. I concorrenti non vengono più analizzati secondo le loro caratteristiche d'attacco e di difesa e il format punta maggiormente sulla collaborazione e a un clima più rilassato per tutti i concorrenti. Conseguentemente cambia anche il modo con cui il conduttore interagisce con i comici, fornendo loro gli strumenti per inscenare gag comiche alternative attraverso dei minigiochi durante il corso del programma. Ai comici potrà essere richiesto di salire sul palco e inscenare uno spettacolo di stand-up comedy, o un musical tutti insieme o qualsiasi altra forma di gioco che il conduttore voglia far fare loro.

Per quanto simili nelle regole basilari del gioco, i due programmi differiscono enormemente sul modo con cui i partecipanti si relazionano tra loro e il gioco stesso. Nel caso del format giapponese, l'obiettivo ultimo si sposta man mano dal far ridere gli altri concorrenti al cercare di vincere il montepremi finale. L'attenzione rimane ferma sulla vincita e non alla performance durante il gioco. Nella versione italiana invece, si punta di più alla collaborazione e a un clima sereno. Il format è percepito come un gioco e non come un esperimento e questo riesce a dar luogo a collaborazioni interessanti tra comici dalle caratteristiche e stili diversi. Tuttavia, questa percezione del gioco impedisce anche ai partecipanti di esplorare forme di comicità o personaggi diversi da quelli utilizzati normalmente, proponendo persone comiche già viste o gag utilizzate da anni. Lo spazio all'innovazione è limitato e poco sfruttato, mentre la versione giapponese viene vista più come uno spazio per sperimentare e rilanciare successivamente personaggi nuovi, gag inedite e scene che altresì non potrebbero essere svolte altrove.

### 3.4 INTERAZIONI TRA COMICI

L'ultimo paragrafo di questa sezione sarà dedicato a una breve descrizione della struttura dei due game show per quanto riguarda la composizione del gruppo di concorrenti, sottolineando eventuali differenze o somiglianze tra i due programmi. Il primo sotto paragrafo si concentrerà sulla strutturazione dei vari gruppi e di come i vari concorrenti interagiscono tra loro nella produzione di gag comiche. Si cecherà di fornire anche un quadro generale di come eventuali minoranze all'interno dei gruppi di partecipanti possano influenzare la produzione comica dei programmi, in relazione al gruppo dominante.

#### 3.4.1 *Caratteristiche dei "pool" comici*

Partendo dal programma *Documental*, uno dei primi aspetti da notare nella composizione dei vari gruppi di concorrenti al programma è la netta maggioranza di comici maschi rispetto alle loro colleghe femmine. Nella prima stagione, soprattutto, tutti i concorrenti sono maschi, mentre nella seconda e nella quarta stagione cominciano ad apparire anche delle concorrenti femminili. Nella prima stagione, l'assenza di un gruppo di comiche femmine non sembra influenzare l'andamento del tipo di comicità proposta da un gruppo di concorrenti solo maschi. Le scene di nudo, infatti, vengono presentate anche nelle stagioni in cui si ritrovano le comiche e il tipo di gag non presenta elementi che rimandino al fatto che nessuna donna è presente al programma. La presenza di Ōshima Miyuki durante la stagione due non comporta un grosso cambiamento nella percezione e produzione di umorismo all'interno del gruppo a maggioranza maschile. La scena comica che vede come protagonista un paio di mutande di Ōshima è da lei iniziata e gestita attraverso una serie di narrazioni e di azioni che la aiutano a sviluppare il corso della sua della gag.

L'altra concorrente donna, Kurosawa Kazuko (st. 4 ep. 1), invece, si ritrova in una situazione particolare. il giorno del contest si ritrova all'interno dei suoi giorni di ciclo mestruale, ed è proprio lei che lo dice agli altri concorrenti, scusandosi per l'inconveniente di essere troppo emotiva. Da subito gli altri concorrenti, sempre tutti maschi, sembrano spiazzati dalla notizia e molti non utilizzano questo fatto come oggetto comico. Tuttavia, durante il corso del programma Kurosawa riceve alcuni commenti poco gradevoli da uno dei concorrenti, Nobu (*Chidori*), riguardo alle sue performance comiche. Il tipo di scene che porta nello studio la comica vengono sminuite e commentate in modo sarcastico. Le motivazioni dietro questo atteggiamento di Nobu nei confronti di Kurosawa non sono chiare. Alcune delle gag della comica vengono commentate prontamente da Nobu con un tono paternalistico e il comico ha nei suoi riguardi un comportamento abbastanza indisponente. Se effettivamente il comico volesse utilizzare tali commenti come forma retorica comica si potrebbe assumere che stia sfruttando il suo ruolo come *tsukkomi* in relazione al ruolo di *boke* che Kurosawa ricopre all'interno del trio. Se così fosse, si potrebbe vedere nel comportamento di Nobu come una forma di correttivo nei confronti di Kurosawa e che l'abbia presa di mira in quanto più giovane, meno esperta di lui all'interno del mondo comico. Tuttavia, proprio in virtù del suo ruolo come *tsukkomi*, il quale rappresenta l'elemento correttivo al comportamento infantile e sbadato del *boke*, il quale reitera e rafforza

la conoscenza comune, esso corre il rischio di far percepire il suo comportamento come una manifestazione delle sue reali attitudini nei confronti delle donne. Non c'è alcuna prova a sostegno di questa ipotesi e non è assolutamente certo che tali commenti lascino intendere le vere attitudini del comico. Tuttavia, nelle due stagioni analizzate che presentavano una presenza femminile, Nobu è stato l'unico che ha espresso tali commenti, rendendolo di fatto un precedente per una possibile analisi più approfondita.

Un ulteriore elemento distintivo che caratterizza la relazione tra i concorrenti della versione giapponese è il senso e il rispetto della gerarchia che si viene a creare tra i comici veterani e quelli con meno esperienza. I primi vengono sempre identificati nel linguaggio attraverso un utilizzo più formale del parlato. Il registro cambia spesso in base al fatto che si parli con un collega più anziano (*senpai* 先輩) o con uno più giovane (*kōhai* 後輩), ossia di un collega più anziano o più giovane. La deferenza verso i concorrenti più anziani è solitamente manifestata attraverso un uso deferente del linguaggio, attivando sistemi di *facework* tali da mantenere un rapporto cordiale all'interno del gruppo. Ci sono dei casi, tuttavia, in cui il contesto di deferenza viene infranto volontariamente nel tentativo di creare una scena comica utilizzando la rottura del sistema gerarchico come mezzo tramite il quale inscenare le gag.

Una di queste situazioni è già stata proposta come esempio in casi precedenti e corrisponde alla gag di Fujimoto e Miyasako (st. 4 ep. 3). Il primo sfida volontariamente il secondo tramite una serie accortezze volte a minare l'equilibrio nel rapporto tra i due. Il linguaggio che utilizza nel minare questo rapporto non mostra più le caratteristiche del linguaggio cortese. Di tutta risposta, alla violazione del rapporto cordiale tra i due, Miyasako risponde con una serie di punizioni fisiche e umiliazioni volte a ristabilire l'ordine tra i due concorrenti. Questo genere di gag comica è reso possibile anche in virtù dei ruoli occupati dai due comici. Fujimoto, in quanto *boke*, è abituato a inscenare situazioni ambigue e fuori dall'ordinario, mentre Miyasako recita il ruolo del *tsukkomi* e rappresenta la personalità forte e autoritaria dei due. Alle continue punizioni di Miyasako, Fujimoto risponde con rinnovata insubordinazione, rifiutandosi di riconoscere il ruolo del collega come suo superiore e continuando a sfidarlo, innescando ulteriori sforzi da parte del *tsukkomi* per rimettere a posto il rapporto secondo le regole gerarchiche originali. La scena comica si conclude dopo diversi minuti di tensione tra i due, che risolvono la loro disputa e l'equilibrio è ristabilito. Nella prima stagione si può assistere a una scena simile sempre con Fujimoto come protagonista, ma in un altro ruolo. In questo caso possiamo trovare Fujimoto punire con un ceffone in testa uno degli altri concorrenti meno esperti in quanto si è rivolto a lui con un tono sgarbato, ordinandogli di fare una gag al posto suo. In questo caso Fujimoto ha fatto uso della violenza come mezzo per ripristinare la sua faccia, similmente a quanto Miyasako farà con lui nella quarta stagione.

Per quanto riguarda il format italiano, la composizione del gruppo di comici è ben proporzionata tra concorrenti maschili e femminili. In entrambe le stagioni, il numero di concorrenti donne è uguale o di poco

inferiore a quello dei concorrenti maschi e ciò può essere ricondotto probabilmente alle recenti policy di Amazon Prime Video in materia di equa partecipazione tra maschi e femmine agli show. Le prime stagioni di *Documental*, infatti, sono state prodotte quando la sensibilità in materia di equa visibilità tra artisti di entrambi i generi e per questo motivo si potrebbe spiegare la scarsa affluenza di comiche donne all'interno della seconda e quarta stagione. Nella versione italiana, inoltre, si può notare una maggiore partecipazione dell'organico femminile alla pari di quello maschile. Mentre in *Documental* le partecipanti donne partecipavano ad un ritmo molto minore rispetto ai colleghi maschi, nel caso italiano la partecipazione rimane alta e proficua. Sono molte le partecipanti che si cimentano in gag comiche in modo attivo. Per quanto riguarda la proattività nelle produzioni comiche si può riscontrare come i comici già affermati, come Guzzanti, Raffaelli, Forrest e altri che hanno solcato il palco numerose volte siano coloro che più si cimentano in scenette e sketch comici. I giovani artisti, come Tess Masazza e Luca Ravenna, tendono a rimanere in disparte. La scena è così dominata dai comici già affermati e che possiedono più esperienza, ottenuta da anni di esibizioni sui palchi e in programmi televisivi.

Inoltre, a differenza della versione giapponese, dove era forte e presente la distinzione gerarchica tra comici veterani e comici meno affermati, nella versione italiana si percepisce meno il grado di distacco tra le due generazioni di artisti. A parte il problema della partecipazione menzionato precedentemente, le due generazioni collaborano in modo attivo alla creazione delle varie gag. Una delle meglio riuscite sicuramente è l'incontro di wrestling Angioni vs. Capatonda, dove entrambi i comici trovano un'intesa perfetta e creano una scena semplice ed esilarante. Tuttavia, bisogna sottolineare il fatto che in alcuni casi si può trovare qualche forma di "bullismo" da parte di alcuni comici affermati nei confronti dei loro colleghi più giovani. Il caso, ad esempio, di mago Forrest che tende a sminuire in modo crudo e a tratti eccessivo il collega Angioni, riservandogli commenti a volte poco lusinghieri sulle sue scenette. Si potrebbe dire che lo faccia solamente come strumento retorico umoristico, che nella realtà apprezzi davvero tali scene, ma come è stato visto precedentemente nella seconda parte, una frase comica che ricorda o rimanda ad atteggiamenti aggressivi non per forza sarà considerata tale da tutti. Supponendo di immedesimarci nei panni di Angioni, non dev'essere facile sopportare i commenti di Forrest sulla performance appena compiuta. Anche se sia stata detta con toni goliardici e scherzosi, a primo impatto ci si potrebbe sentire sminuiti e non apprezzati. In un contesto dove i concorrenti devono sfidarsi a suon di comicità, ma a cui è stato imposto il divieto di ridere, le condizioni per la creazione di una gag comica sono di per sé sfavorevoli. Sommandoci anche commenti poco lusinghieri sulla propria performance il risultato potrebbe essere quello svilire e abbattere ancora di più, anche se solo per un istante, l'autostima del comico, con possibili conseguenze anche sulla sua produzione futura all'interno del programma.

## CONCLUSIONI

---

Il seguente elaborato è stato sviluppato come un'analisi comparativa delle forme di umorismo presenti all'interno del format comico *LOL/Documental* nel tentativo di delineare alcune delle caratteristiche salienti del programma e cercare di identificare alcuni aspetti comici comuni o discrepanti tra i programmi televisivi dei due paesi. Nella prima parte si sono viste alcune delle teorie utili a comprendere in che modo l'umorismo si manifesti a livello emotivo e psicologico negli individui, identificando le caratteristiche tramite le quali un'azione o un testo comico vengono percepiti come divertenti. Nella seconda parte, si sono andate a descrivere alcune delle teorie semantiche, legate cioè al significato, dell'umorismo e in particolar modo quelle utili alla comprensione e risoluzione delle ambiguità nel testo, basate sull'inversione di significato capace di creare artefici cognitivi e linguistici in grado di generare un senso di piacere dall'assurdo e dall'incongruo. Inoltre, sono state introdotte alcune delle teorie pragmatiche in grado di dare una spiegazione al modo di approcciarsi a livello linguistico dei vari comici, soprattutto in relazione al contesto in cui si trovano, sia esso comunicativo o sociale.

L'ultima sezione di questo elaborato si è concentrata sulla risoluzione alle domande iniziali per la stesura della seguente ricerca. Si sono andate ad analizzare le varie forme di umorismo prodotte all'interno dei due programmi, individuando una serie di elementi comuni in entrambi i format del game show. In particolar modo, i due programmi sembrano godere di numerose similitudini per quanto riguarda le tecniche con cui gli espedienti comici vengono prodotti. In entrambi i casi si è potuto osservare come ci fosse un grande utilizzo di personaggi comici precedentemente sviluppati nei contesti di altri spettacoli. Tali performance sembrano essere preponderanti all'interno della versione italiana del programma, nella quale è presente un cospicuo numero di artisti veterani che godono della loro fama soprattutto attraverso la reiterazione delle stesse *persone* e di gag sempre simili tra loro, dando al personaggio che interpretano una forma più iconica, che scateni la risata al suo solo ingresso, anziché attraverso una serie di scene o testi comici. Al contrario invece, nella versione giapponese sembra essere preponderante l'inventiva e l'innovazione, dove i comici sperimentano nuove forme di assurdo e nuovi personaggi in modo tale da ampliare il loro repertorio nel tentativo di stupire gli altri concorrenti. È inoltre molto diffuso l'utilizzo di oggetti di scena, spesso con predilezioni per quei *prop* di uso abituale per il comico, soprattutto nella versione italiana, mentre in quella giapponese anche in questo caso c'è un utilizzo più diversificato di oggetti che normalmente non finirebbero sul palcoscenico. A livello di tecniche e strategie comiche, alla luce di un utilizzo omogeneo delle gag in entrambe le versioni, sembra esserci una differenza basata sul tipo di performance che i comici intrattengono. Sembra, infatti, che i comici italiani rimangano incrollabili su personaggi e scene da loro già recitati e di cui sanno l'efficacia, lasciando poco spazio alla creatività e all'innovazione. Questo processo si vede principalmente osservando le due generazioni di comici presenti in studio. Mentre i più giovani si destreggiano in forme comiche nuove, con al centro nuovi temi o nuove gag, gli artisti già navigati rimangono fedeli ai vecchi copioni, ripresentando gli stessi personaggi che li hanno portati al successo e cambiando di poco le gag in

modo tale da rimanere fedeli allo stampo originale dal quale difficilmente si discostano. Al contrario, nella versione giapponese possiamo trovare comici che sfruttano l'atmosfera dello studio per sperimentare nuove versioni dei loro vecchi personaggi o inventarne di nuovi. Quello che caratterizza le stagioni del format *Documental*, infatti, è una continua ricerca da parte degli artisti di novità, utile a vincere al gioco o ad avere successo in altri spettacoli. È molto più frequente l'utilizzo di costumi di scena e di *prop* improvvisati e solamente pochi artisti si cimentano in gag con i personaggi da loro inventati e già collaudati in scenette precedenti. Questo fa presumere che in Giappone sia più sentita la questione di un tipo di comicità sempre fresca e che i personaggi dei vari comici non assumano, come in Italia, la caratteristica di tormentone tale che basta la sola presenza del costume per generare la risata. Tuttavia, questa ricerca della novità può essere ricondotta anche a una necessità legata alla struttura come *survival* del programma: solo il più forte (ossia il più spregiudicato) potrà vincere il montepremi finale. Tale impostazione del programma può indurre diversi comici a sfruttare conoscenze nuove o a mescolare stili e personaggi in modo da trovare una nuova formula con cui ravvivare il loro repertorio e assicurarsi una forza d'attacco maggiore rispetto agli avversari.

Ulteriori differenze tra i due programmi si possono riscontrare all'interno di ciò che viene considerato come divertente in uno o nell'altro show. Nel corso del terzo capitolo si è visto come all'interno della versione giapponese venga dato molta importanza alle caratteristiche del comico in quanto stile che possiede. Spesso questo stile viene fatto risalire al ruolo che l'artista occupa all'interno di canali comici già consolidati, come ad esempio gli spettacoli *manzai*, indicando il modo con cui il concorrente si relazionerà con il resto del gruppo e con il contesto. Si vengono a creare, infatti, delle aspettative circa il ruolo che uno o l'altro comico avranno all'interno del contesto umoristico, anticipando anche il tipo di comicità proposta. Le differenze riscontrate tra i due programmi ruotano per alcuni aspetti in base a questi ruoli ricoperti dai comici giapponesi. Sono frequenti episodi di violenza tra i concorrenti in relazione alla gerarchia che intercorre tra di essi, vedendo nell'artista più esperto una figura da rispettare e nella mancanza di rispetto verso tali persone si rischia di incappare in "sanzioni" volte a riequilibrare la gerarchia. Spesso queste sanzioni si possono manifestare attraverso l'uso della violenza e del dolore e in questi casi la scena comica è più caratterizzata dal fatto che il trasgressore viene punito e rimesso al suo posto più che nello sfogo di sentimenti sadistici o masochistici dei concorrenti. Nella versione italiana non vi è una pressione gerarchica così forte tra vecchi e nuovi comici, ma soprattutto non vi sono esempi di violenza che tendono al mantenimento di un senso di rispetto verso i colleghi più anziani. Molto presenti nella versione giapponese sono le scene di nudo e le allusioni sessuali libere, mentre in quella italiana sono completamente assenti e il linguaggio spinto è decisamente ridotto. Da questi esempi è possibile tratteggiare una prima risposta alla domanda posta all'inizio dell'elaborato e che si riproponeva di tratteggiare eventuali differenze tra la comicità prodotta in Giappone e quella in Italia. Alcune di queste differenze possono essere definite da un punto di vista culturale: l'applicazione della violenza in alcune scene può infatti essere ricollegata alle meccaniche del *manzai*, e quindi meglio accettata da un pubblico giapponese che è già consapevole dell'effetto comico che tali azioni e gesti

hanno all'interno di tale contesto comico. Al contrario dell'Italia dove scene di violenza così esplicite sono rare da trovare all'interno di un programma televisivo comico. A differenza del Giappone, infatti, il sistema in vigore nella comicità italiana del duo stupido-intelligente prevede risoluzioni meno fisiche e meno violente. Spesso, infatti, la risoluzione alla gag prevede il comico che interpreta la parte dello stupido uscirne vincitore, lasciando l'intelligente senza parole, attraverso un contesto dove la risposta sbagliata viene consegnata in base a giochi di parole e collegamenti semplicistici e sommari. Per quanto riguarda le forme di nudo e di linguaggio esplicito, sembrerebbe che in Giappone la nudità e il pudore assumano caratteristiche diverse da quelle che si trovano in Italia. Traendo delle conclusioni osservabili dal programma, la nudità maschile non sembra recare particolare disgusto ai concorrenti che, invece, si cimentano di loro spontanea volontà in gag in cui la nudità del corpo è la componente centrale. Si può dedurre una certa libertà di espressione del corpo nudo non vincolata da norme sul pudore particolarmente stringenti, a differenza dell'Italia dove sarebbe impossibile trovare un programma televisivo che presenti tali scene. E probabilmente nemmeno i comici stessi sarebbero completamente a loro agio a svestirsi davanti a tutti per inscenare una gag che prende di mira le zone intime o l'ano.

Ciò potrebbe essere spiegato dalla teoria della ricercatrice Wells sull'umorismo in Giappone comparandolo con altri casi. Wells delinea quattro possibili risposte a problemi etici incentrati sull'umorismo che include la presenza di scene di violenza e nudo al suo interno: ignorandolo, rimuovendolo, censurandolo o contenendolo. Secondo Wells il primo caso è impossibile in quanto collaserebbe sotto uno scontento sociale. Il secondo, invece, proibirebbe l'esistenza della comicità e di conseguenza rimoverebbe uno sfogo psico-fisiologico essenziale per l'essere umano (Wells 1997). Il terzo e il quarto caso sembrano corrispondere alle società italiana e giapponese. In un determinato contesto come quello televisivo può essere concessa una comicità censurata, senza blasfemia o nudità, come nel caso italiano, dove non sono presenti scene di violenza e nudo esplicito reiterati durante il corso dello spettacolo e neppure in stagioni successive. Il quarto caso prevede il contenimento o confinamento della comicità in un ambiente specifico, in modo da poter sfogare ogni possibile pulsione o stimolo che altrimenti, all'interno della vita di tutti i giorni, sarebbe altresì inaccettato. Tuttavia, risulta necessario constatare quei caratteri considerati come 'tabù' all'interno delle due società e culture: a livello italiano la blasfemia non è contemplata all'interno di uno spazio pubblico come la televisione; la sessualità esplicita ha dei confini molto ristretti e anch'essa è poco tollerata; nel caso giapponese, invece, una forma di comicità poco presente è la satira, in particolar modo quella politica, e all'interno di *Documental* sono assenti imitazioni di membri del governo e del parlamento, al contrario della versione italiana che, oltre a vantare un'ampia gamma di comici che si sono destreggiati con la satira politica, ha visto qualche breve momento di imitazione fatto da Guzzanti (st.2 ep 1 e). Il contesto sociale in cui i due format si muovono si rivela, quindi, uno strumento utile per comprendere come certi aspetti, considerati come 'tabù' o meno in entrambe le società e culture, possano influenzare la produzione umoristica all'interno dei programmi televisivi.

Ciò che è stato osservato e analizzato all'interno di questo elaborato fa riferimento a solo una parte della comicità prodotta in Giappone. È stato scelto di analizzare questi due format in ragione del fatto che presentavano regole molto simili e, quindi, rappresentavano un ambiente di studio ottimale per una comparazione. Tuttavia, l'analisi all'interno di questo ambiente ha necessitato alcune limitazioni in modo da poter coprire un discreto numero di elementi e osservarli in modo approfondito. Infatti, non sono state analizzate forme di umorismo situazionale, come le battute, o le citazioni e i riferimenti ai personaggi reali tanto utilizzati dai comici per inscenare le loro gag. Di per sé, tutti questi elementi potrebbero essere utili a una maggiore comprensione degli aspetti culturali che sovrintendono la produzione umoristica nei due paesi. Si è scelto, tuttavia, di non considerarli ai fini di questo elaborato in quanto estremamente particolari e la loro analisi richiederebbe uno studio più approfondito in materia linguistica e socioculturale. Le battute, infatti, possiedono la caratteristica di essere estremamente "volatili", sono legate al contesto in cui vengono prodotte e da tale non possono essere scisse. Sarebbe improduttivo cercare di analizzare una battuta riprendendo solamente il testo comico che l'ha generata. Per avere il risultato migliore bisognerebbe risalire ulteriormente nella conversazione fino a trovare il punto che ha permesso lo sviluppo di tale testo comico. Sui riferimenti e le citazioni ad altri comici l'analisi non si fa meno complicata. Oltre ad un'analisi simile a quanto fatto in questa sede sarebbe necessaria un'altra che spieghi come tale individuo è diventato famoso all'interno del contesto comico, da dove è originato tale riferimento e perché è considerato tanto comico. Si apre, quindi, un panorama di studio ben più ampio, caratterizzato dall'intrecciarsi di numerosi fattori che, per ragioni di tempo, non si è optato analizzare in questo elaborato.

Tutte le limitazioni alla ricerca descritte fin ora potrebbero essere considerate un punto di partenza verso degli sviluppi successivi a questo elaborato. Avendo considerato le principali tecniche utilizzate dai comici in questi game show si potrebbe ampliare ulteriormente l'analisi andando a osservare uno tra i tanti punti già incontrati, come ad esempio l'uso della violenza o del nudo e perché in Italia tali forme comiche non sono prodotte. Non sono prodotte perché non sono apprezzate? O appartengono di più a un ambito comico privato e personale? E come mai in Giappone nudo e violenza, spesso nella stessa gag, sono così apprezzati? Tutte queste domande richiederebbero un elaborato a parte per dar loro una risposta, ma ricopro tutti ambiti interessanti per comprendere meglio ciò che spinge alla risata in Italia e in Giappone. Come si è visto, in entrambi i format dei due Paesi possiamo trovare elementi comuni in termini di strategie e temi affrontati, ciò che sembra differire è l'approccio verso alcune forme di comicità. Si è quindi risposto alla domanda del titolo, "cosa fa ridere", ed è stato illustrato come alcuni aspetti facciano ridere più di altri tra un programma e l'altro. La domanda successiva che si potrebbe porre è "perché fa ridere?".



## BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

---

- Autori Anonimi. *Barzellette divertenti*. s.d. <https://www.albanesi.it/barzellette-divertenti.htm> (consultato il giorno 30/10/ 2021).
- «Umorismo.» *Enciclopedia online Treccani*. s.d. <https://www.treccani.it/enciclopedia/umorismo> (consultato il giorno 25/06/2021)
- Abrahams, Daniel. «The Social Account of Humour.» *Canadian Journal of Philosophy* 51, n. 2 (2021): 81-93.
- Abrahams, Daniel. «Winning Over the Audience: Trust and Humor in Stand-Up Comedy.» *The Journal of Aesthetics and Art Criticism* 78, n. 4 (Settembre 2020): 491-500.
- Amemiya Toshihiko. *Warai to yūmoa no shinrigaku* (Psicologia dello humor e della risata). Kyōto: Minerva Shobō, 2016
- 雨宮俊彦『笑いとユーモアの心理学』、京都、ミネルヴァ書房、2016年。
- Attardo, Salvatore. «Humor and Pragmatics.» In *The Routledge Handbook of Language and Humor*, di Salvatore Attardo, 174-188. New York, Oxon: Routledge, 2017.
- . *Humorous texts: A semantic and pragmatic analysis*. New York, Berlino: Mouton de Gruyter, 2001.
- . *Linguistic Theories of Humor*. New York, Berlino: Mouton de Gruyter, 1994.
- Attardo, Salvatore. «The semantic foundation of cognitive theories of humor.» *Humor* 10, n. 4 (1997): 395-420.
- Attardo, Salvatore, Christian F. Hempelmann, e Sara Di Maio. «Script opposition and logical mechanisms: Modeling incongruities and their resolutions.» *Humor* 15, n. 1 (2002): 3-46.
- Attardo, Salvatore, e Victor Raskin. «Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model.» *Humor - International Journal of Humor Research* 4, n. 3/4 (1991): 293-347.
- Beeman, William O. «Humour.» *Journal of Linguistic Anthropology* 9, n. 1/2 (Giugno 1999): 103-106.
- Bekinschtein, Tristan A., Matthew H. Davis, Jennifer M. Rodd, e Adrian M. Owen. «Why Clowns Taste Funny: The Relationship between Humor and Semantic Ambiguity.» *The Journal of Neuroscience* 31, n. 26 (Giugno 2011): 9665-9671.
- Benatar, David. «Prejudice in Jest: When Racial and Gender Humor Harms.» *Public Affairs Quarterly* 2, n. 13 (Aprile 1992): 191-203.
- Berger, Arthur A. *An Anatomy of Humour*. Londra, New York: Routledge, 1999.
- Bergmann, Merrie. «How Many Feminists Does It Takes to Make a Joke? Sexist Humor and What's Wrong with It.» *Hypatia* 1, n. 1 (1986): 63-82.
- Brône, Geert, e Kurt Feyaerts. *The cognitive linguistics of incongruity resolution: Marked reference-point structures in humor*. Università Cattolica di Leuven, dipartimento di linguistica, 2003, 58.
- Brown, Penelope, e Stephen C. Levinson. *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
- Bryce, Mio, e Hanae Katayama. «Performativity of Japanese Laughter.» *The International Journal of the Humanities* 6, n. 9 (2006): 125-130.
- Carroll, Noël. *Humour: A Very Short Introduction*. Oxford University Press, 2014.

- Chan, Yu-Chen. «Emotional structure of jokes: A corpus-based investigation.» *Bio-Medicals Materials and Engineering* 24, n. 6 (2014): 3083-3090.
- Clark, Michael. «Humour and Incongruity.» *Philosophy* 45, n. 171 (Gennaio 1970): 20-32.
- Colston, Herbert L. «Irony and Sarcasm.» In *The Routledge Handbook of Language and Humor*, di Salvatore Attardo, 234-249. New York, Oxon: Routledge, 2017.
- Correll, Timothy C. «Associative Context and Joke Visualization.» *Western Folklore* 56, n. 3/4 (Estate - autunno 1997).
- Davies, Catherine E. «Sociolinguistic Approaches to Humor.» In *The Routledge Handbook of Language and Humor*, di Salvatore Attardo, 472-488. New York, Oxon: Routledge, 2017.
- Davies, Christie. «Undertaking the comparative study of humor.» In *The Primer of Humor Research - Humor Research* 8, di Victor Raskin, 157-182. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 2008.
- Davis, Wayne. «Implicature.» *the Stanford Encyclopedia of Philosophy*. A cura di Edward N. Zalta. Autunno 2019. <https://plato.stanford.edu/cgi-bin/encyclopedia/archinfo.cgi?entry=implicature> (consultato il giorno 16/03/2022).
- De Sousa, Ronald. *The Rationality of Emotion*. Boston: MIT Press, 1987.
- Freud, Sigmund. *The Joke and its Relation to the Unconscious*. Traduzione di Joyce Crick. Penguin Random House, 1905 [2003].
- Gabin, Rosalind J. «Humour as Metaphor, Humour as Rhetoric.» *The Centennial Review* 31, n. 1 (Inverno 1987): 33-46.
- Goatly, Andrew. *Meaning and Humour*. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.
- Goffman, Erving. «On Face-Work: An Anlysis of Ritual Elements in Social Interaction.» In *Interaction Ritual: Essay in Face-to-Face Behavior*, di Erving Goffman, 16-46. New York: Routledge, 2017.
- Goldstein, Lawrence. «Humor and Harm.» *Sorites*, n. 3 (1995): 27-42.
- Greenbaum, Andrea. «Stand-up comedy as rhetorical argument: An investigation of comic culture.» *Humour* 12, n. 1 (1999): 33-46.
- Grice, Paul H. «Logic and Conversation.» In *Studies on the Way of Words*, di Paul H. Grice, 22-40. Cambridge, Londra: Harvard University Press, 1989.
- Guzzanti, Corrado. «Corrado Guzzanti "Il poeta Brunello Robertetti".» *YouTube.com*. 10 12 2006. <https://www.youtube.com/watch?v=b5CLCQBitBE> (consultato il giorno 02/06/2022).
- Hempelmann, Christian F. «Key Terms in the Field of Humor.» In *The Routledge Handbook of Language and Humor*, di Salvatore Attardo, 34-48. New York, Oxon: Routledge, 2017.
- Humphrey, David C. «Warai: Laughter, Comedy and the Television Cultures of 1970s, 80s and 90s Japan.» Tesi di dottorato, University of California, Berkley, 2014.
- Ide, Sachiko. «Formal forms and discernment - two neglected aspects of universals of linguistic politeness.» *Multilingua* 8, n. 2/3 (1989): 223-248.
- Inoue Masaki. Matsumoto Hitoshi purezentsu "Dokumentaru" hatsudō. Geijintachi ga jibara de 100-man en wo harau sabaibaru” (È iniziato "Hitoshi Matsumoto presents *Documental* ", il survival nel quale i comici pagano il montepremi di tasca loro) *Ekisaito nyūsu*. 01 Dicembre 2016

- 井上マサキ 『松本人志プレゼンツ「ドキュメンタル」発動。芸人たちが自腹で100万円を払うサバイバル』、エキサイトニュース、2016年12月1日 (consultato il giorno 25/05/2022).
- Jō Adumakata. «Manzai ni okeru 'tsukkomi' no biteki tokusei ni kansuru kōsatsu” (Considerazioni sulle caratteristiche estetiche del "tsukkomi" nella comicità del manzai) » *Bikaku geijutsu kenkyū* (Tōkyō daigaku bigaku geijutsu kenkyū-shitsu), 2017: 192-267.
- 邵東方 『“漫才の笑いにおける〈ツッコミ〉の美的特性に関する考察』、美学芸術学研究、東京大学美学芸術学研究室、2017年、pp. 192-267.
- Jurken, Andreas H. «Pragmatics in the history of linguistic thought.» In *The Cambridge Handbook of Pragmatics*, di Keith Allan e Kasia M. Jaszczolt, 495-512. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.
- Kimura Satoru. *Warai no tetsugaku* (Filosofia della risata). Tōkyō: Kōdansha, 2020  
木村覚 『笑いの哲学』、東京、講談社、2020年.
- Korta, Kepa, e John Perry. «Pragmatics.» *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. A cura di Edward N. Zalta. Primavera 2020. <https://plato.stanford.edu/entries/pragmatics/> (consultato il giorno 09/03/2022).
- Kotthoff, Helga. «Impoliteness and Conversational Joking: On Relational Politics.» *Folia Linguistica* 30, n. 3-4 (1996): 299-326.
- Lengbeyer, Lawrence. «Humour, Context and Divided Cognition.» *Social Theory and Practice* 31, n. 3 (Luglio 2015): 309-336.
- Lintott, Sheila. «Superiority in Humour Theories.» *The Journal of Aesthetics and Art Criticism* 74, n. 4 (Autunno 2016): 347-358.
- Locher, Miriam A., e Richard J. Watts. «Politeness theory and relational work.» *Journal of Politeness Research* 1 (2005): 9-33.
- Mao, Lu Ming Robert. «Beyond politeness theory: 'Face' revisited and renewed.» *Journal of Pragmatics* 21 (1994): 451-486.
- Martin, Rod A. *The Psychology of Humour: An Integrative Approach*. Elsevier, 2007.
- Matsumoto, Yoshiko. «Politeness and conversational universals – observations from Japanese.» *Multilingua / Journal of Cross-Cultural and Interlanguage Communication* 8, n. 2-3 (1989): 207-222.
- Matsumoto, Yoshiko. «Reexamination of the universality of face: Politeness phenomena in Japanese.» *Journal of Pragmatics* 12, n. 4 (1988): 403-426.
- Mintz, Lawrence E. «Standup Comedy as Social and Cultural Mediation.» *American Quarterly* 37, n. 1 (1985): 71-80.
- Morreall, John. «Philosophy of Humour.» *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. A cura di Edward N. Zalta. Autunno 2020. <<https://plato.stanford.edu/archives/fall2020/entries/humor/>> (consultato il giorno 14/10/2021).
- . *Taking Laughter Seriously*. Albany: State University of New York Press, 1983.
- Morreall, John. «The Good, the Bad, and the Funny: An Ethics of Humor.» *The Southern Journal of Philosophy* 0, n. 0 (2020): 1-16.

- Raskin, Victor. *Semantic Mechanisms of Humor*. Dordrecht: Springer Netherlands, 1984.
- Raskin, Victor, e Salvatore Attardo. «Non-literality and non-bona-fide in language: An approach to formal and computational treatments of humor.» *Pragmatics & Cognition* 2, n. 1 (1994): 31-69.
- Scarpetta, Fabiola, e Anna Spagnoli. «The Interactional Context in Stand-Up Comedy.» *Research on Language & Social Interaction* 42, n. 3 (2009): 210-230.
- Shuster, Martin. «Humor as an Optic: Bergson and the Ethics of Humor.» *Hypatia* 28, n. 3 (Estate 2013): 618-632.
- Stephenson, Richard M. «Conflict and Control Function of Humour.» *American Journal of Sociology* 56, n. 6 (Maggio 1951): 569-574.
- Stocker, Joel F. «Manzai: Team Comedy in Japan's Entertainment Industry.» in *Understanding Humor in Japan*, di Jessica Milner Davis, 93-130. Detroit: Wayne State University Press, 2006.
- Tsakona, Villy. «Genres of Humor.» In *The Routledge Handbook of Language and Humor*, di Salvatore Attardo, 489-503. New York, Oxon: Routledge, 2017.
- Vaid, Jyotsna. «Humour and Laughter.» In *Encyclopedia of the Human Brain*, di Vilayanur S. Ramachandran, 505-516. Elsevier, 2002.
- Watts, Richard J. «Linguistic politeness and politic verbal behaviour: Reconsidering claims for universality.» In *Politeness in Language: Studies in its History, Theory and Practice*, di Richard J. Watts, Sachiko Ide e Konrad Ehlich, 43-69. Berlino, New York: Mouton de Gruyter, 1992.
- Weaver, Simon. «Jokes, rhetoric and embodied racism: a rhetorical discourse analysis of the logics of racist jokes on the internet.» *Ethnicities* 11, n. 4 (2011): 413-435.
- Wells, Marguerite A. *Japanese Humor*. Basingstoke: MacMillan Press, 1997.
- Zajdman, Anat. «Humorous face-threatening acts: Humour as strategy.» *Journal of Pragmatics* 23 (1995): 325-339.
- Ziv, Avner. «The Social Function of Humor in Interpersonal Relationships.» *Soc* 47 (2010): 11-18.

## FILMOGRAFIA

---

- LOL - Chi ride è fuori - Stagione 2*. Diretto da Antonio Pollacci. Prodotto da Endemol Shine Italy. Condotto da Fedez e Frank Matano. Amazon Prime Video, 2022.  
<[https://www.primevideo.com/detail/oNIZDA48PWCIFSMQ05QGO52WRT/ref=atv\\_hm\\_hom\\_1\\_c\\_cjm7wb\\_4\\_1?language=it\\_IT](https://www.primevideo.com/detail/oNIZDA48PWCIFSMQ05QGO52WRT/ref=atv_hm_hom_1_c_cjm7wb_4_1?language=it_IT)>
- LOL - Chi ride è fuori - Stagione 1*. Diretto da Alessio Pollacci. Prodotto da Endemol Shine Italy. Condotto da Fedez e Mara Maionchi. Amazon Prime Video, 2021.  
<[https://www.primevideo.com/detail/oPlol557VHS483BSF5UN9HSJ9H/ref=atv\\_sr\\_fle\\_c\\_Tn74RA\\_3\\_1\\_3?qid=1656268535&sr=1-3&pageTypeld=Bo8YQY8H76&language=it\\_IT&pageTypeldSource=ASIN](https://www.primevideo.com/detail/oPlol557VHS483BSF5UN9HSJ9H/ref=atv_sr_fle_c_Tn74RA_3_1_3?qid=1656268535&sr=1-3&pageTypeld=Bo8YQY8H76&language=it_IT&pageTypeldSource=ASIN)>
- HITOSHI MATSUMOTO presents dokumentaru – shīson 4 (HITOSHI MATSUMOTO presents Documental-stagione 4). Diretto da Komatsu Jun'ya, Wada Eichi. Prodotto da Yoshimoto Kōgyō. Condotto da Matsumoto Hitoshi. Amazon Prime Video, 2017

HITOSHI MATSUMOTO presents ドキュメンタル・シーズン4、監督 小松純也 和田英智、プロデューサー 吉本興業、司会者 松本人志、Amazon プライムビデオ、2017年。  
<[https://www.amazon.co.jp/-/en/gp/video/detail/B077S8HD4X/ref=atv\\_dp\\_season\\_select\\_s4](https://www.amazon.co.jp/-/en/gp/video/detail/B077S8HD4X/ref=atv_dp_season_select_s4)>

HITOSHI MATSUMOTO presents dokumentaru – shìson 2 (HITOSHI MATSUMOTO presents Documental-stagione 2). Diretto da Komatsu Jun'ya, Wada Eichi. Prodotto da Yoshimoto Kōgyō. Condotta da Matsumoto Hitoshi. Amazon Prime Video, 2017

HITOSHI MATSUMOTO presents ドキュメンタル・シーズン2、監督 小松純也 和田英智、プロデューサー 吉本興業、司会者 松本人志、Amazon プライムビデオ、2017年。  
<[https://www.amazon.co.jp/-/en/gp/video/detail/B06ZYK4X61/ref=atv\\_dp\\_season\\_select\\_s2?language=en](https://www.amazon.co.jp/-/en/gp/video/detail/B06ZYK4X61/ref=atv_dp_season_select_s2?language=en)>

HITOSHI MATSUMOTO presents dokumentaru – shìson 1 (HITOSHI MATSUMOTO presents Documental-stagione 1). Diretto da Komatsu Jun'ya, Wada Eichi. Prodotto da Yoshimoto Kōgyō. Condotta da Matsumoto Hitoshi. Amazon Prime Video, 2016.

HITOSHI MATSUMOTO presents ドキュメンタル・シーズン1、監督 小松純也 和田英智、プロデューサー 吉本興業、司会者 松本人志、Amazon プライムビデオ、2016年。  
<[https://www.amazon.co.jp/-/en/gp/video/detail/B01N44CSBV/ref=atv\\_dp\\_season\\_select\\_s1?language=en](https://www.amazon.co.jp/-/en/gp/video/detail/B01N44CSBV/ref=atv_dp_season_select_s1?language=en)>

## FONTI ICONOGRAFICHE

---

Amazon Prime Video, Documental stagione 1 ([https://www.amazon.co.jp/-/en/gp/video/detail/B01N44CSBV/ref=atv\\_dp\\_season\\_select\\_s1?language=en](https://www.amazon.co.jp/-/en/gp/video/detail/B01N44CSBV/ref=atv_dp_season_select_s1?language=en))

Amazon Prime Video, Documental stagione 2 ([https://www.amazon.co.jp/-/en/gp/video/detail/B06ZYK4X61/ref=atv\\_dp\\_season\\_select\\_s2?lan](https://www.amazon.co.jp/-/en/gp/video/detail/B06ZYK4X61/ref=atv_dp_season_select_s2?lan))

Amazon Prime Video, Documental stagione 4 ([https://www.amazon.co.jp/-/en/gp/video/detail/B077S8HD4X/ref=atv\\_dp\\_season\\_select\\_s4](https://www.amazon.co.jp/-/en/gp/video/detail/B077S8HD4X/ref=atv_dp_season_select_s4))

Amazon Prime Video, LOL stagione 1 ([https://www.primevideo.com/detail/oPlolL557VHS483BSF5UNgHSJgH/ref=atv\\_sr\\_fle\\_c\\_Tn74RA\\_3\\_1\\_3?qid=1656268535&sr=1-3&pageTypeld=Bo8YQY8H76&language=it\\_IT&pageTypeldSource=ASIN](https://www.primevideo.com/detail/oPlolL557VHS483BSF5UNgHSJgH/ref=atv_sr_fle_c_Tn74RA_3_1_3?qid=1656268535&sr=1-3&pageTypeld=Bo8YQY8H76&language=it_IT&pageTypeldSource=ASIN))

Amazon Prime Video, LOL stagione 2 ([https://www.primevideo.com/detail/oNIZDA48PWCIFSMQo5QGO52WRT/ref=atv\\_sr\\_fle\\_c\\_Tn74RA\\_4\\_1\\_4?qid=1656268535&sr=1-4&pageTypeld=Bo9Q1QC8JN&language=it\\_IT&pageTypeldSource=ASIN](https://www.primevideo.com/detail/oNIZDA48PWCIFSMQo5QGO52WRT/ref=atv_sr_fle_c_Tn74RA_4_1_4?qid=1656268535&sr=1-4&pageTypeld=Bo9Q1QC8JN&language=it_IT&pageTypeldSource=ASIN))

Nota: tutte le immagini sono state scattate e editate dal laureando a partire dalle scene dei format televisivi. Nelle fonti sono stati inseriti i link presso i quali è possibile rintracciare i vari episodi dei game show.