



diSalute

nella stessa collana:

Il linguaggio del corpo, di David Cohen

Procrastinare, Windy Dryden

Celiachia, di Alex Gazzola

La tua memoria, di Tom Smith

Come smettere di preoccuparsi e vivere bene, di Frank Tallis

Vincere il respiro corto, di Tom Smith

Il settimo senso, di Giovannantonio Forabosco

Giovanantonio Forabosco

Il Settimo Senso

Psicologia del senso dell'umorismo

Con istruzioni per l'uso

TARKA

Titolo dell'opera:

Il settimo senso.

Psicologia del senso dell'umorismo. Con istruzioni per l'uso

Tutti i diritti sono riservati

La prima edizione di quest'opera è stata pubblicata nel 1994

Nuova edizione: novembre 2020

© 2020 Tarka srl

Piazza Dante 2 – Mulazzo (MS)

www.tarka.it

ISBN: 979-12-80246-04-2

Impaginazione ed editing: Monica Sala

Finito di stampare nel mese di novembre 2020

presso Mediagraf SpA – Noventa Padovana (PD)

Indice

Premessa IX

Introduzione XI

Studiare il senso dell'umorismo? XIV

Ringraziamenti XV

Modalità d'uso XVI

Capitolo 1 Quando è meglio non essere spiritosi 1

L'immagine dell'umorismo 2

Non si può essere sempre spiritosi 3

L'immagine degli umoristi 6

La pia giovanetta 7

Capitolo 2 I meccanismi dell'umorismo 11

I cavoli a merenda: l'aspetto cognitivo 12

Così è se vi pare: soggettività e modelli cognitivi 13

Le due fasi di una barzelletta 15

Umore bifase e monofase 16

Un funambolico equilibrio: incongruità/congruenza 17

La sorpresa 18

“La sai l'ultima?": la metacomunicazione 20

Indici esterni e interni 22

Sesso a colazione: l'aspetto dinamico 27

Il contenuto 28

L'aggressività 28

Aggressività e senso di superiorità 30

La sessualità 31

Il piacere di evitare il dispiacere 31

Cavoli e sesso: l'ingranaggio cognitivo-dinamico 32
"Chi non ride in compagnia": la dimensione relazionale 35
Ripetizione 36

Capitolo 3 Il senso del senso dell'umorismo 39

Gradi di libertà 39
Una mappa del senso dell'umorismo 43
Divertirsi. Ovvero, rispondere all'umorismo con umorismo
44
"Tutto sotto controllo": il principio della padronanza 45
"Non l'ho capita": la padronanza cognitiva 45
"Parlare di corda in casa dell'impiccato": la padronanza
dinamica 48
Il gioco delle tre carte: la padronanza cognitivo-dinamica
51
"Il mio dente mi fa più male del tuo":
il principio della salienza 54
"Forte e chiaro": il principio della sintonia 56
Il metasenso dell'umorismo 57

Capitolo 4 La misurazione del QU 59

The humor test of personality 60
Il questionario di Ziv sul senso dell'umorismo 62
Sociometria del senso dell'umorismo 63
CHS e SHRQ 64
3WD 75

Capitolo 5 I sensi dell'umorismo 81

Differenza e differenze 81
Differenze individuali ("dimmi come ridi...") 82
La personalità come fonte di differenze 85
Il conservativismo 85
La ricerca di sensazioni 86
Le preferenze degli altri 86
Il camionista e il professore 88

Umorismo maschile e umorismo femminile?	91
Somiglianze e differenze	92
Differenze nazionali	95
L'umorismo etnico	97
Un americano, un tedesco e un inglese...	100
Capitolo 6 A che serve il senso dell'umorismo?	102
Funzioni intellettive: l'umorismo come palestra mentale	104
Funzioni sessuali e aggressive	105
Funzioni salutari: Norman Cousins	109
Stress, ansia e depressione	110
Funzioni relazionali	112
Le funzioni sociali	113
L'umorista nel gruppo al lavoro	116
Il clown: uno per tutti	117
Una funzione che non funziona	119
Funzioni negative?	125
I molti volti dell'autoironia	125
La madre di tutte le funzioni	127
Capitolo 7 Raccontare	132
Barzellette a cena	132
La serialità	137
Chi racconta?	143
Raccontatore e ascoltatore: regole per comunicare	146
Si può imparare a raccontare barzellette?	149
Capitolo 8 Creare una battuta spiritosa	154
Origine e originalità delle barzellette	154
Creatività umoristica	160
La creatività in generale	161
Le tecniche	165
Esempi di tecniche	166
Smontare e montare	169

Il genio creativo 172
Umorismo al computer 173
 Intelligenza artificiale e indovinelli 173
 Humor Processor 174
Qualità del creativo umoristico 174
Tradurre e(') ricreare 175

Capitolo 9 Applicazioni.

 Lo sfruttamento del senso dell'umorismo 182
Un'etica per l'umorismo? 182
Pubblicità 183
 La teoria degli script
 e il messaggio pubblicitario umoristico 186
 I registri della pubblicità e l'umorismo 189
 Pubblicità spiritosa e codici affettivi 191
Lavoro e affari 192
Umorismo e scuola 200
 Contro e Pro 201

Capitolo 10 207

Postfazione Il settimo senso: lo stato dell'arte 208
 La psicologia cognitiva: la percezione di incongruità 209
 La GTVH 210
 Le neuroscienze 211
 La gelotofobia 211
Applicazioni: Clowning, relazioni aziendali e salute 212
Il futuro? 214

Bibliografia 215

Note 222

Premessa

L'analogia è con il software. Il programma gira bene, fa decentemente il suo lavoro. E poi l'aggiornamento – l'update – ne migliora la funzionalità e lo rende ancora più efficiente.

La prova degli anni ha generosamente fornito riscontri positivi a quanto proposto da questo libro. Dati e osservazioni hanno avuto conferme e interessanti sviluppi. I dati di ricerca si sono dimostrati solidi e i modelli teorici validi e fertili. In un capitolo finale vengono indicati, in termini di utile aggiornamento, gli argomenti e i risultati dei più importanti studi che hanno contribuito a esplorare l'affascinante mondo dell'umorismo e le linee di ricerca che si proiettano verso il futuro.

A Vincenzina e Giovanni

Introduzione

Mi aggiravo, era non pochi anni fa, nei luoghi ove cercare risposta alle mie tese curiosità sui segreti dell'umorismo. Parlavo, i luoghi erano elettivamente ambienti di psicologia, con persone da cui attendevo illuminazioni, indicazioni di percorsi possibili. Ne ottenevo alcune. Ma, soprattutto, mi venivano raccontate delle barzellette. "Tu che ti interessi di umorismo, la sai quella...?".

Questa me l'ha detta uno psicoanalista:

Un cannibale va con suo figlio sulla spiaggia dell'isola. A un certo punto vedono riversa per terra una donna bella e appetitosa che è lì, svenuta. Il bambino dice al babbo cannibale: "Papà, dai, la portiamo a casa, la mamma la cucina e ce la mangiamo!". E il babbo: "Facciamo un'altra cosa: la portiamo a casa, cuciniamo la mamma e ce la mangiamo!".

Quest'altra, che è una barzelletta/scherzo, me l'ha detta/fatto un docente di Psicologia, interessato a questioni di percezione e di cognitività:

(Il raccontatore dice:) "Vedi quel lampadario?" (Indica un lampadario nella stanza). "Se mi dai mille lire ci salgo sopra". (Dopodiché prende le mille lire, le poggia per terra e ci mette un piede sopra).

Così, mi venivano offerte ulteriori occasioni di curiosità, di interrogativi. Era un caso che lo psicoanalista mi raccontasse una barzelletta con sesso, cannibalismo e il consueto tocco edipico,

mentre il docente di psicologia ne raccontava una basata su giochi attentivi e linguistici?

Oppure c'era una qualche forma di coerenza tra gusti umoristici e scelte professionali? Uno psicoanalista, è perché è uno psicoanalista che racconta battute di contenuto psicoanalitico?, oppure è perché ama quel tipo di battute che è uno psicoanalista? Oppure ancora (e poi basta), è uno psicoanalista e gli piacciono quelle barzellette perché la sua storia personale ha plasmato, nella medesima matrice, tanto la sua disposizione professionale che il suo senso dell'umorismo?

Ne derivava, in ogni caso, una conferma degli intrecci di fenomeni e di saperi difficili e provocanti, e della rilevanza conoscitiva dell'oggetto. Freud ne aveva avuto una lucida intuizione, dichiarando:

Merita darsi tanta pena per un motto di spirito? Non credo che vi possano essere dubbi su questo... posso richiamarmi al fatto che vi è un legame intimo tra tutte le manifestazioni del pensiero – il che fa intendere che una scoperta psicologica realizzata in un campo, sia pure molto lontano, potrà rivelare un valore imprevedibile anche in altri campi¹.

Eppure, chi si occupa di umorismo con interesse scientifico deve fare i conti con chi la ritiene una scelta poco, se non per niente, opportuna. Daniele Panebarco, con tollerante simpatia per i miei studi e con la (comprensibile) diffidenza del creatore di umorismo nei confronti di chi lo smonta per vedere come è fatto dentro, si è schierato con padre Jorge del *Nome della Rosa* di Umberto Eco, che avrebbe a suo avviso fatto più che bene a distruggere il secondo libro della *Poetica* di Aristotele, a salvaguardia dei misteri del comico.

E c'è la (eccessiva) complessità dell'oggetto. Bergson definiva il riso una “sfida impertinente alla speculazione filosofica”². Sfida che McDougall riteneva alquanto perdente per gli studiosi, e ironizzava dicendo che molti autori hanno formulato teorie ridicole del ridicolo³. Umberto Eco dichiarava:

... da tempo ho deciso che, quando avrò sessant'anni, scriverò un libro (straordinario) sul comico. Non prima, per evitare le brutte figure di Aristotele, Bergson, Freud e altri⁴.

Posizione prudentiale (almeno in parte contraddetta nei fatti da alcuni scritti dedicati da Eco all'argomento, prima della scadenza fissata), non priva di ragioni.

E in effetti il critico azzannatore è perennemente in agguato, quando si va a caccia dei segreti dell'umorismo.

Non è bastato per esempio allo psicoanalista Edmund Bergler dichiarare il proprio intento ironico nello scrivere:

Ritengo che la maggior parte delle teorie presentate dai miei precursori in questo campo siano di dubbio valore. Naturalmente questa opinione è sostenuta dalla convinzione che la mia teoria sia la sola corretta possibile. E questo l'affermo in completa modestia e al solo scopo di perpetuare una consolidata tradizione⁵.

La teoria di Bergler è una complessa elaborazione psicoanalitica di concetti come la "pseudoaggressione", il "masochismo psichico" e così via.

Commenta Charles Gruner, che pure presenta le idee di Bergler con una certa considerazione:

Quando si leggono le formulazioni di Bergler, si fa fatica a resistere all'idea che il suo libro non sia una poderosa battuta, uno scherzo gigante alle spalle dei lettori. Ci si continua a chiedere: "Ma quello che dice, lo dice proprio sul serio?"⁶.

Un altro tipo di obiezione-ritornello è che lo studio rovina l'umorismo. Sono state evocate ali di farfalla, iridescenti bolle di sapone, arabesche tele di ragno, per richiamare cosa avviene a toccarle con le dita. O, più crudelmente, l'esempio è stato quello della vivisezione di una rana: si può imparare molto ma la rana muore. In effetti qualcosa di problematico può succedere-

re: Avner Ziv⁷, per esempio, confessa che a un certo punto non riusciva più a sentire una barzelletta senza cercare di ragionarci sopra per veder se si adattava alle sue teorie. È un rischio possibile. Ma, probabilmente, la domanda “chi lavora sull’umorismo può riuscire ancora a divertirsi con l’umorismo?”, non è diversa dalle domande “può un astronomo godersi romanticamente con la sua innamorata una notte di luna piena?”; “può un macellaio farsi venire l’acquilina in bocca per una succulenta bistecca alla brace?”; “può un ginecologo...?”.

Studiare il senso dell’umorismo?

È noto l’aneddoto secondo cui un inglese, un tedesco e un francese furono invitati a fornire una definizione del cammello. L’inglese prepara i suoi bagagli, si mette in viaggio per l’Oriente e compila un resoconto delle sue spedizioni: e il cammello in effetti aveva un certo spazio nel racconto delle sue avventure. Il francese va allo zoo e prepara una brillante relazione. Il tedesco si ferma nella quiete silenziosa del suo studio ed estrae, dalle profondità dell’intelletto, il concetto di cammello *in se...*⁸.

Con moto autocelebrativo (o autodenigratorio), si potrebbe aggiungere un quarto personaggio, l’italiano ovviamente, che si fa raccontare tutto dall’inglese, dal francese e dal tedesco, e poi ci scrive un libro.

Paul E. McGhee, uno degli psicologi che più hanno scandagliato le profondità dell’umorismo, rilevava che fino a questo secolo nello studio dello humor è mancato il passaggio dalla poltrona della riflessione al laboratorio della sperimentazione⁹.

Se c’è un progresso che attualmente si può osservare nell’attività di ricerca dedicata all’umorismo, è non solo il crescente numero dei lavori effettuati ma anche la molteplicità degli approcci disciplinari e dei metodi di ricerca. Allo studio dell’umorismo, dopo che per secoli ci si sono impegnati filosofi e pensatori, si dedicano oggi psicologi, antropologi, linguisti e via andare con

l'elenco all'incirca di tutte le discipline che la specializzazione di metodi e oggetti è andata istituendo.

Questo libro pone l'attenzione sulla psicologia del "senso dell'umorismo", il che comporta delimitare e privilegiare un aspetto, una prospettiva, all'interno del discorso più generale sull'umorismo. Ma, per evitare la settorializzazione e il riduzionismo, viene tenuto conto del contesto d'insieme della ricerca. In questo lavoro un impegno particolare è stato dedicato a riprendere e cercare di sviluppare le conoscenze messe in luce dallo studio psicologico, andando "nei deserti d'oriente", "allo zoo", e nella "poltrona", che fuor di metafore cammelliere stanno a indicare gli approcci speculativi, empirici e sperimentali (altrui, ma anche propri) su cui credo sia improprio stabilire, a priori, una gerarchia di potere generativo di conoscenze, a favore invece di un convincimento per un valore reciprocamente integrativo (in serie e in parallelo).

Il tutto con la precisa sensazione di avventurarsi in una attraente, stimolante e impegnativa impresa nei riguardi di uno dei fenomeni più insoliti, affascinanti e piacevoli nel repertorio del comportamento umano. E con la tranquillità che residui misteri da svelare ne resteranno perfino dopo questo libro.

Ringraziamenti

Anche se un libro porta il nome di un solo autore ci sono sempre numerose persone che hanno in vario modo contribuito a realizzarlo. Vorrei fare la lista di almeno una parte delle persone che hanno merito nell'impresa (demeriti e diritti sono appannaggio dell'autore). Ma non posso esimermi prima da una citazione:

L'annuncio della pubblicazione di un libro e quello della nascita del figlio di un professore di Psicologia apparvero in contemporaneità sullo stesso giornale. Quando un collega si congratulò con lui per il lieto evento av-

venuto in famiglia, lui pensò che si riferisse al libro, e disse: “Be’, devo riconoscere che non ci sarei mai riuscito senza l’aiuto del mio assistente!”¹⁰.

Un grazie sentito va, in ordine sparso, a: Willibald Ruch, Rod Martin, Salvatore Attardo, Salvatore Grillo, Enrico Flisi, Remo Cacciatori, Daniele Panebarco, Francesca, Francesca, Daniela, Nicoletta, Evelina Savini, Kim Binsted, Guglielmo Gulotta e al mio amico Bruno.

Un ringraziamento particolare va alle donne; che, dandomene piuttosto poco del loro, mi hanno lasciato il tempo per lavorare a questo libro.

Modalità d’uso

Volendo, il significato di questo libro è quello di indagare la composizione e i principi attivi del senso dell’umorismo.

E anche quello di proporne posologia, indicazioni e controindicazioni.

Come i foglietti che si trovano nelle confezioni dei farmaci. Che di solito però o non si leggono o si leggono con apprensione e smarrimento. Specie a proposito degli effetti indesiderati: fin che si tratta di una possibile “secchezza delle fauci” è un conto; ma come prendere, e regularsi, con “in rari casi si sono verificate morti improvvise”? Si ipotizzano le seguenti possibilità:

- a. buttar via la scatola;
- b. affidarsi al calcolo delle probabilità;
- c. chiedere chiarimenti al medico curante;
- d. intenderlo come un caso di umorismo nero; con seguente risata, possibilmente.

Quando è meglio non essere spiritosi

C'è un importante brano di Freud,

... non tutti sono capaci di un'attitudine umoristica: è un dono raro e prezioso, e molti non sono in grado di trarre piacere dall'umorismo neanche quando qualcuno glielo presenta davanti.¹

che contiene due importanti imprecisioni:

1. non è esatto che sia “raro”: in realtà tutti hanno il senso dell'umorismo. In misura maggiore o minore, di genere diverso. Risulta raro se lo si raffigura, elitariamente, solo di elevata e raffinata qualità. Ma in senso ampio, non selettivo – scapperebbe di dire “democratico” – appartiene a tutto il genere umano. Il caso estremo, poi, l'agelasta (α -γάλαστος = senza riso) che nulla riesce a far ridere, che mai si diverte, è un caso teorico che allo stato puro non s'incontra. Anche se qualcuno ci si avvicina molto.
2. “dono”: l'idea che suggerisce è quella di un bene, buono e benigno. E pochi dubbi vi sono che l'umorismo sia una risorsa benefica ricca di prerogative. Ma non è angelica. A guardarci dentro – e Freud è tra quelli che l'hanno fatto con più profondità – si alimenta di disgrazie (altrui), di vizi, di cattiverie. Di cose sporche e perfino turpi, che ricicla e trasforma in battute, magari scintillanti, in gradevoli motti, in arguti aforismi. Innocui e amichevolmente ammiccanti, ma anche capaci di stiletare e ferire, se non di uccidere.

L'immagine dell'umorismo

Qualche lato di ombra, dunque, in un fenomeno sostanzialmente positivo. Un fatto che si riflette in un'immagine alta, molto valutata, ma che deve fare anche i conti con qualche diffidenza e svalutazione.

Come appare anche da alcune espressioni della tradizione popolare².

Se da un lato “il riso fa buon sangue” e “chi fa ridere altrui, stan tutti con lui” (ripreso da un proverbio russo), dall'altro si aggredisce con “ridi come uno scemo” e si invita a “non fare il buffone”. E comunque “gente allegra il ciel l'aiuta”, ma “scherza con i fanti e lascia stare i santi”. C'è l'abusato latino “risus abundat in ore stultorum”; c'è chi “ride come un matto” e chi “muore dal ridere”. Il riso, espressione evidente e vistosa del divertimento, è più bersagliato. Decisamente meno il sorriso. È molto indicativo quanto, nel 1748, scriveva Lord Chesterfield al figlio:

Ho parlato del ridere, e devo metterti particolarmente in guardia contro di esso; potrei trovare desiderabile che ti si possa vedere spesso sorridere, ma mai sentirti ridere in tutta la tua vita. Ridere spesso e forte è una condotta sciocca e fuori luogo... A mio avviso, non vi è niente di così poco dignitoso e maleducato come una risata che si faccia sentire.

Anche nel mondo degli studiosi si ritrovano diffidenza e svalutazione.

Con un dubbio radicale: “Lo humor è un dono concesso dagli dèi o una punizione dataci da un demone?”³.

Il filosofo Hobbes, per esempio, in linea con il suo “homo homini lupus”, dice nel *Leviathan* che il riso deriva da una sensazione di superiorità in relazione a disgrazie altrui. Già per Aristotele esso derivava da qualche difetto, deformità o bruttezza, sia pure con la circostanza attenuante di non essere dolorosi o dannosi. E anche la concezione di Henri Bergson secondo cui il riso è un

correttivo sociale, una sanzione, ne evidenzia un aspetto non del tutto simpatico:

Il riso è, innanzitutto, una correzione. Fatto per umiliare, deve dare alla persona che ne è oggetto una impressione penosa. La società si vendica per mezzo suo delle libertà che ci siamo prese con essa. Il riso non raggiungerebbe il suo scopo se portasse il contrassegno della simpatia e della bontà⁴.

Comunque, anche facendo la tara delle imputazioni, alla fine il risultato netto è che il senso dell'umorismo viene effettivamente considerato come un "dono prezioso". E sono ben poche le persone disposte a riconoscere di non possedere il senso dell'umorismo. Chi si è avventurato in indagini in questo campo ha trovato che circa il 94% delle persone affermava di avere un buon senso dell'umorismo superiore alla media (!)⁵.

Non si può essere sempre spiritosi

Esercitare il senso dell'umorismo significa dunque esprimere una qualità positiva, apprezzabile e apprezzata. Il che non porta, sanamente, a concludere che essere spiritosi va sempre bene.

Più avanti cercheremo di vedere in che cosa consiste il senso dell'umorismo. Intanto diciamo che qualunque cosa sia, esso comprende, costitutivamente, la capacità di capire quando è il caso e quando no. Con gli estremi preferibilmente da evitare.

Uno di questi è rappresentato dal cercare ossessivamente la battuta, la spiritosaggine. E questo ha i suoi inconvenienti.

Come ha mostrato per esempio uno studio compiuto all'università di Tel Aviv, capitale non solo di Israele ma anche di diversi studi sull'umorismo. Perché la cultura ebraica ha prodotto ricerche molto attente così come autori e comici di grande valore, da Chaplin a Woody Allen.

In questo studio è stato osservato che l'umorismo è un importante fattore per stabilire in un gruppo di adolescenti chi è

un leader, in misura maggiore di qualità pur importanti, come ad esempio l'intelligenza. Però, con qualche eccezione rilevante: c'erano alcuni che avevano punteggi alti ma non venivano considerati dei leader. Si trattava di casi chiamati di "umoristi compulsivi", cioè ragazzi che non smettevano mai di fare battute, che prendevano tutto con tono di scherzo e non parlavano mai o quasi mai seriamente⁶.

All'altro estremo ci può essere la difficoltà, la paura a essere spiritosi. Una delle ragioni può essere che si teme di creare disagio, di imbarazzare, ferire. E anche questo ha i suoi inconvenienti.

Il rischio è che, se proprio non si vuole urtare nessuno, non si riesce a trovare nemmeno una barzelletta raccontabile. Gino Bramieri, che sulle barzellette ha costruito molta della sua popolarità e quindi sente personalmente questo problema, lo ha detto:

Scegliere le barzellette è difficile: quella sui grassi non la puoi raccontare, quella sui magri nemmeno, quella sui fascisti neanche, sui comunisti non ne parliamo, quelle sui preti, Iddio mi perdoni, sulle donne lasciamo perdere...

Quelle sui matti non vanno, poveretti, in fondo sono più sani di noi, quelli savi sono loro, i matti siamo noi. Non parliamo delle barzellette sui negri, o di quelle sui terroni, al nord o sui "polentun", al sud, c'è sempre l'immigrato che si secca⁷.

D'altra parte non si può trascurare chi è colui che ascolta. In qualche caso non tenerne conto può esporre a pesanti contraccolpi. Come è successo a un conferenziere che, in un incontro con degli insegnanti, per rendere in maniera spiritosa l'idea dell'importanza della formazione aveva raccontato questa storiella:

Due anziane insegnanti in pensione, zitelle, avevano deciso di usare i soldi della liquidazione per comprare una fattoria. Possedevano una mucca e volevano farle avere dei vitelli. Si rivolsero a un allevatore per prendere a prestito un toro da riproduzione. L'allevatore glielo portò ma dicendo che

aveva degli impegni e non poteva fermarsi ad aiutarle. Le due dissero che se la potevano cavare da sole. Quando l'allevatore tornò, la stalla era tutta sotto sopra. Si scusò: "Mi dispiace, immaginavo che per voi sarebbe stato un bel problema". Ma le due replicarono: "Non c'è da scusarsi. Il suo toro ha fatto il suo dovere. È stata la mucca a farci fare un sacco di fatica per farla sdraiare sulla schiena"⁸.

Nessuno rise. Il punto era che in sala c'erano due direttrici, anziane e zitelle. E gli altri lo sapevano.

Ma perché nessuno rise? Una paziente lettura di questo libro soddisferà la curiosità.

Tra i due estremi c'è una posizione mediatrice: quella in cui il senso dell'umorismo si accompagna con il senso dell'opportunità.

Chi legge è sicuramente in grado di pensare a esempi propri e altrui in cui l'essere spiritosi si è rivelato poco o per niente opportuno. Casi che hanno una certa generalità sono:

- quando lo scopo è sbagliato; per esempio, cercare di rabbonire qualcuno che è molto, ma molto arrabbiato: l'effetto può essere simile a quello di tentar di spegnere il fuoco con la benzina, per poi cercar di soffocarlo con la polvere... nera;
- quando è in quantità eccessiva;
- quando l'interlocutore non ha (abbastanza) senso dell'umorismo.

Racconta William Higginbotham, autore di un brillante libretto sul tema:

Il mio senso dell'umorismo si è manifestato presto. E mi ha quasi causato una mancata assunzione in uno dei miei primi lavori. Avevo fatto domanda presso la Shell Oil Co. Dopo aver avuto un colloquio con il responsabile del personale, venni inviato al responsabile del dipartimento dove era il posto vacante. Arrivato nel suo ufficio alle 11 e 30 lo trovai dietro

I meccanismi dell'umorismo

Parlare di meccanismi per spiegare un fenomeno è come parlare di aprire un vecchio orologio. C'è il fascino di ruote dentate, molle, levette, e tanta precisione.

Questo dà anche un'idea di molteplicità di componenti, di complessità, che ci rende necessario impegnare il lettore in una elaborata descrizione di cosa c'è dentro l'orologio dell'umorismo. La cosa ha peraltro il vantaggio di aiutare a superare uno dei limiti maggiori delle cosiddette "teorie tradizionali", pre-scientifiche. Teorie che, in gran parte, hanno tentato di spiegare il ridere e quello che fa ridere cercandone l'essenza, cioè un principio elementare, semplice; una volta scoperto il quale, si svelasse definitivamente l'intima e intera natura del fenomeno.

L'elenco di queste "teorie" è lungo e le paternità vantate sono illustri. Si apre con Platone, almeno nella cultura occidentale, e continua con quasi ogni possibile nome della tradizione filosofica e di pensiero.

Oggi si concorda nel riconoscere che molte teorie hanno individuato aspetti anche di grande importanza, ma parziali e ristretti. Qualche volta però assunti a spiegazione generale.

È successo come nella storia dei tre ciechi a cui era stato chiesto di descrivere l'elefante: uno tasta la proboscide e dice che è come un grosso serpente, l'altro tasta una zampa e dice che somiglia a un tronco, il terzo tasta un'orecchia e dice che è come una larga foglia¹. Insomma la parte presa, e confusa, per il tutto.

Una situazione che si può ritenere superata, soprattutto da quando la ricerca ha identificato dei concetti chiave che, senza pretendere di spiegare tutto, permettono comunque di cogliere

aspetti importanti dei “meccanismi” che fanno funzionare l’umorismo.

In questo capitolo ne prenderemo in considerazione alcuni tra i più interessanti, con particolare attenzione a quelli che torneranno utili in seguito: vale a dire, esaminiamo i meccanismi dell’umorismo per capire meglio il senso dell’umorismo.

I cavoli a merenda: l’aspetto cognitivo

Che cosa succede nella mente di una persona che legge una barzelletta?

Se la barzelletta è considerata come un insieme di informazioni, in che modo la persona le recepisce e come le tratta?

Come funziona il *software mentale* che elabora l’umorismo?

C’è soprattutto un concetto che si è rivelato cruciale per interrogativi di questo tipo, ed è quello di “incongruità”.

Nel linguaggio comune si dice “incongruo” qualcosa di strano, insolito, privo di coerenza ecc. Occorre però andare al di là del significato d’uso corrente, intuitivo ma anche generico.

In che cosa consiste dunque e come si forma un’incongruità?

Bisogna prenderla alla lontana, risalire ai principi del conoscere. Partiamo da un esempio. Le conoscenze dirette e indirette che abbiamo avuto sulla neve ci hanno formato un’idea di dove e quando cade. Il che comporta anche un’aspettativa circa dove e quando è “normale” che la neve cada.

Quest’idea corrisponde a quello che gli addetti ai lavori chiamano “modello cognitivo” (o anche “struttura” o “set mentale”), che costituisce una sintesi delle esperienze passate e diventa termine di confronto per le informazioni in arrivo. Quando si riceve un’informazione che è difforme dal modello cognitivo si ha il caso di una percezione d’incongruità².

Una nevicata a Taormina d'agosto, per esempio, è una cosa decisamente strana. Nei nostri termini, diciamo che è un evento difforme dal modello cognitivo. È un fatto che viene percepito come incongruo, insomma un cavolo a merenda.

L'esempio suggerisce anche come l'incongruità non abbia a che fare solo con l'umorismo: ha un'estensione che riguarda tutte le situazioni in cui si verifica una discrepanza tra informazioni in arrivo e modello cognitivo, tra evento effettivo ed evento atteso.

In un esperimento era stata per esempio costruita un'incongruità impiegando delle carte da gioco in cui a un certo punto il giocatore si trovava in mano un asso di cuori nero.

Un altro bicchiere blu esempio per illustrare l'incongruità. L'esempio è la frase appena letta.

Il lettore non frettoloso ha notato che la collocazione delle parole "bicchiere blu" non risponde a un modello linguistico di frase sensata. E se ha avuto una sensazione di stranezza (che c'entra "bicchiere blu"?) vuoi dire che ha appena sperimentato la percezione di un'incongruità. ["Bicchiere blu" è dovuto a Enrico Forabosco, comunicazione personale. *N. d. A.*].

Un ultimo esempio si può trovare nel capitolo 10 (che si suggerisce di andare a vedere ora).

Così è se vi pare: soggettività e modelli cognitivi

Ci sono due punti importanti a proposito del concetto di incongruità, e che saranno ripresi parlando del senso dell'umorismo.

1. Il carattere soggettivo dell'incongruità: uno stimolo non è incongruo in assoluto, cioè sempre e per tutti; che lo sia dipende da qual è il modello cognitivo con cui viene comparato, e il modello può variare da persona a persona e nella stessa persona in momenti diversi.

La fotografia di un naso con tre narici può risultare incongrua per un bambino piccolo, perché il suo modello cognitivo non contempla questi casi anatomici e neanche i trucchi fotografici; ma, solitamente, non lo è per un adulto; e poi, a un certo punto, non lo è più neanche per il bambino quando impara che esistono i fotomontaggi.

2. Quello che conta è il modello di riferimento, cioè quello a cui effettivamente il soggetto riferisce (con cui confronta) lo stimolo incontrato. I modelli attivabili possono essere diversi e alcuni possono non condurre a una percezione d'incongruità. Per esempio, se la neve d'agosto a Taormina è un evento per il quale viene evocato il modello "clima" è probabile che appaia come un'incongruità, un'anomalia non contemplata tra i possibili eventi meteorologici; ma a essere evocato potrebbe invece essere il modello "trovate pubblicitarie". In questo caso l'incongruità potrebbe non essere percepita o comunque potrebbe venire immediatamente eliminata: si potrebbe immaginare, per esempio, che vi sia qualche aereo che sta creando una nevicata artificiale. Oppure il modello evocato potrebbe essere quello dell'inquinamento chimico atmosferico: un fatto insolito che può dar luogo a una percezione di un'incongruità, ma anche questa però poi spiegata e dissolta.

Proprio quest'ultima evenienza introduce un altro aspetto. E cioè che alla percezione di incongruità possano seguire reazioni diverse, oltre a quelle umoristiche: perplessità, curiosità, comportamenti esplorativi, ansia, paura ecc.

Più in generale, la risposta di primo impatto a un'incongruità è quella di un'"attivazione cognitiva" ("strano!" "com'è questo fatto?"), che spinge a cercare di capire di che cosa si tratta, e di dargli senso rispetto alla realtà nota.

In altri termini, l'individuazione di un'incongruità costituisce innanzitutto l'identificazione di un problema da affrontare e da

risolvere. A cui seguono reazioni di significato diverso, tra cui quelle umoristiche.

Le due fasi di una barzelletta

È stato su basi di questo genere che si è delineato quello che succede nella mente di una persona di fronte a una barzelletta. E cioè un insieme di operazioni che si svolgono in due fasi³.

1. Individuazione di un problema: il soggetto trova che le sue aspettative, indotte dalla parte iniziale del testo, sono smentite dalla conclusione (la battuta finale). Ha cioè una percezione di incongruità.
2. La risoluzione: viene quindi messa in atto una forma di *problem solving*, cioè un impegno cognitivo teso a trovare l'elemento che dia un senso alla conclusione e riconcili le parti incongrue. Questo elemento, che permette la risoluzione dell'incongruità, viene indicato come la "regola cognitiva", e può essere un fatto di esperienza, una proposizione logica, un elemento linguistico ecc.

Prendiamo ad esempio il seguente interrogativo-indovinello: che cos'è una banana?

Supponiamo di dare tre risposte:

- a. un frutto giallo;
- b. una posata;
- c. una badonna babassa babassa.

La risposta *a* è coerente con il comune modello cognitivo e non presenta quindi incongruità. La *b* è difforme da qualunque accettabile modello, per cui risulta incongrua e non appare risolvibile. La *c* è incongrua ma ammette una risoluzione. Questa è legata al trovare la regola che possiamo chiamare della raccolta a

fattor comune (si tratta cioè di eliminare la sillaba “ba” da tutte le parole in cui compare).

Umoreismo bifase e monofase

Secondo alcuni ricercatori tuttavia la seconda fase, di ricerca di una risoluzione, non è necessaria perché vi sia un'esperienza umoristica.

In un esperimento, consistente in una finta prova di psicofisica, è stato chiesto a un campione di studenti di sollevare una serie di pesi. Agli studenti era stato detto che il compito consisteva nel distinguere quale era di peso maggiore e quale minore. Quando però andavano a effettuare la prova trovavano che l'ultimo peso era o decisamente più leggero o decisamente più pesante degli altri. L'osservazione fu che questa semplice discrepanza finale (il peso incongruo) produceva frequenti risposte di sorriso o di riso negli studenti. C'era un'incongruità ma non c'era una risoluzione, e la prima bastava per produrre reazioni di umorismo⁴.

Altre ricerche hanno sottolineato che nei bambini è frequente che sia la sola incongruità a produrre una risposta di divertimento umoristico. Per un bambino piccolo, il solo sentire chiamare “cucchiaino” una forchetta può già provocare una risata divertita.

In effetti, a conferma posso citare un episodio. Una volta mi è capitato di entrare in una prima elementare, per parlare con una maestra. Mentre mi veniva incontro, la maestra aveva chiesto a un bambino di girare la lavagna (di quelle che si capovolgono). Sull'altro lato era stato disegnato un albero. Voltando la lavagna, questo veniva a presentarsi a testa in giù. La cosa provocò una generale, rumorosa ilarità nei bambini, con esclamazioni come: “Che buffo!” “Guarda quell'albero!” “Un albero coi piedi per aria!”.

Altro esempio: in televisione trasmettono la finale olimpica dei 100 metri stile libero; i nuotatori sono tesi e concentrati; primo atto: i nuotatori si piegano; colpo di pistola: i nuotatori scattano

e si tuffano. La bambina, un po' meno di tre anni, punta il ditino verso il televisore, si volta verso i genitori e con fare interrogativo: "Bagnetto?". [Sara Forabosco, comunicazione personale. *N. d. A.*].

Una esplicita risoluzione dell'incongruità sembra quindi poter non esserci.

In realtà, anche nei casi in cui non risulta esserci la seconda fase, una forma di risoluzione è comunque presente. Infatti il soggetto è in condizione di disporre di elementi che danno, almeno in parte, un senso all'incongruità. Il bambino sa com'è un albero, che si tratta solo di un disegno, che la figura è accidentalmente risultata capovolta. Sono questi gli elementi che vengono di fatto utilizzati per la "risoluzione" dell'incongruità, e il controllo della tensione cognitiva che altrimenti si porrebbe. Il disegno incongruo non mette in crisi le sue conoscenze e i suoi modelli cognitivi, pur risultando difforme da questi.

La differenza tra i due tipi di risoluzione, esplicita ed implicita, sta soprattutto nel fatto che nell'umorismo "bifase" la risoluzione è oggetto di una ricerca attiva e una volta trovata compare in evidenza. Invece nell'umorismo che si presenta in un'unica esposizione, monofase, la risoluzione resta sullo sfondo, fuori dal fuoco dell'attenzione.

Un funambolico equilibrio: incongruità/congruenza

In ogni caso, il compito della risoluzione non è quello di eliminare l'incongruità, ma di renderla accettabile e di non far avvertire la necessità di cercare ulteriori informazioni o spiegazioni.

E questo costituisce una caratteristica cruciale, che contraddistingue la risposta umoristica rispetto ad altre forme di reazione.

L'incongruità umoristica è risolvibile ma non viene, e non deve essere, completamente risolta. Se così fosse, lo stimolo cesserebbe di essere percepito come umoristico. Perché ci sia umorismo occorre invece una situazione in cui lo stimolo risulti allo stesso tempo incongruo e congruente.

Nella definizione di “banana”, la regola cognitiva individua un aspetto per il quale la risposta ha un suo senso, ma si tratta di una regola che è arbitrariamente presa dall’ambito matematico ed è quindi applicata impropriamente. La definizione, alla fine, resta sostanzialmente incongrua e, insieme, almeno per un aspetto, congruente.

Vediamo anche le parole “bicchiere blu”. Diamo per buono che a prima vista siano risultate incongrue. Il lettore potrebbe aver pensato a un semplice refuso. In questo caso c’è una temporanea percezione d’incongruità (“che c’entrano?”) che però viene subito dopo eliminata (“è un errore di stampa”). Successivamente si dice che si tratta di un esempio di incongruità. A questo punto, se il lettore lo intende come un esempio e basta (“ah, era solo un esempio”) l’elaborazione è conclusa, e l’incongruità sparisce. Se invece coglie l’elemento congruente (“è un esempio”) ma continua a percepirne anche l’incongruità (“che razza di esempio!”) è possibile che la cosa gli risulti spiritosa.

Incongruità e congruenza formano, nella risposta finale una configurazione in equilibrio instabile. E in questo caso, e solo in questo caso, ciò corrisponde a un esito umoristico. Se infatti dovesse nettamente prevalere l’incongruità (cioè lo stimolo continua a essere percepito come sostanzialmente incongruo) si avrebbe perplessità, confusione, addirittura senso di minaccia ecc.; se invece prevale la percezione di congruenza, in modo tale da annullare l’incongruità, lo stimolo risulta normale, sensato, e non si ha una ulteriore risposta, o comunque non una risposta umoristica.

La sorpresa

Parlando di meccanismi, la sorpresa è la molla che scatta. È comunemente identificata come uno dei componenti importanti dell’umorismo.

Per lo più è considerato a sé, ma è possibile e utile vederlo in relazione al concetto di incongruità. In effetti, incontrare uno stimolo incongruo corrisponde a percepire qualcosa che non ci si aspetta, e la sorpresa è la reazione conseguente. Il legame è quindi stretto.

Ma come non ogni stimolo incongruo è umoristico, così anche non ogni stimolo che suscita sorpresa è incongruo. Una porta che sbatte all'improvviso, un fulmine mentre il cielo è sereno possono cogliere di sorpresa ma, non risultando difformi da un modello cognitivo, non vengono percepiti come incongrui (non ce lo si aspetta proprio in quel momento, ma si sa che le porte possono sbattere all'improvviso e i fulmini cadere a ciel sereno).

La sorpresa corrisponde a una specifica reazione all'inatteso, in cui scatta una risposta di attenzione e di allertamento.

Ha delle mimiche tipiche, consistenti in bruschi movimenti del capo o del corpo, inclinazione del busto all'indietro, apertura della bocca, spalancamento degli occhi, repentino inarcamento o aggrottamento delle sopracciglia ecc., che suggeriscono il tipo di effetto che lo stimolo ha sul soggetto che colpisce.

È possibile che, all'origine dell'umanità, la reazione di sorpresa avesse una sostanziale valenza negativa, riconducibile a primordiali necessità di reagire con prontezza al non atteso e, per ciò stesso, potenzialmente minaccioso. In una realtà piena di insidie e pericoli il solo fatto di essere colti impreparati esponeva a una condizione di rischio.

La sorpresa poteva (e può) a sua volta evolvere, a seconda di come si rivelava lo stimolo inatteso, in reazioni diversificate, essenzialmente basate sullo schema fuga-attacco. Una tigre con i denti a sciabola che comparisse improvvisamente nella foresta comportava con probabilità una fuga. Un maiale selvatico poteva spingere a un comportamento di caccia. Un animale mai visto, non evidentemente né pericoloso né facilmente affrontabile, ma forse commestibile, poteva sollecitare a una condotta di cauta esplorazione, per saggiarne le reazioni, vedere meglio se

era dotato di zanne e artigli acuminati ecc., e quindi stabilire se fuggire o cacciare.

E ci sono poi le situazioni in cui non solo l'evento è inatteso, e quindi sorprendente, ma si rivela anche incongruo (*repetita...*: cioè difforme dall'ipotesi di aspettativa, ovvero sia dal modello cognitivo di riferimento attivato).

È in questo caso che la sorpresa si collega con la percezione di incongruità, costituendone la reazione di primo momento.

Dunque, la sorpresa è la prima fase di risposta all'inatteso: le risposte successive possono essere di vario significato, a seconda di come si rivela e viene elaborato l'evento in questione; tra queste vi è quella umoristica.

Le molteplici possibilità di reazione a una situazione/stimolo sorprendente si possono cogliere in questa storiella:

Il vecchio Luke vinse 50.000 dollari a una lotteria. La sua famiglia era incerta su come dirgli di questa grossa vincita per via delle cattive condizioni del suo cuore che temevano non reggesse alla notizia. Allora pensarono di chiedere al parroco, persona abile con le parole, di comunicarglielo lui. "Luke", cominciò il parroco, "hai mai comprato biglietti delle lotterie?". "Sì, ogni tanto", rispose Luke. "E che cosa faresti se ti capitasse di vincere una grossa quantità di denaro, diciamo 50.000 dollari?" "Be', di sicuro ne darei la metà alla chiesa!". Il parroco cadde stecchito per un infarto⁵.

Tre sorprese, quella di Luke (per un evento positivo ipotizzato), quella del parroco (per un evento "troppo" positivo) e quella del lettore (sulla conclusione della storiella), con tre diverse reazioni: uno slancio di generosità, un infarto, un (più o meno consistente) divertimento umoristico.

"La sai l'ultima?": la metacomunicazione

"Ti racconto una barzelletta". Questa informazione non è solo un modo di iniziare. È anche, e soprattutto, un messag-