

## LO STUDIO DELLE BARZELLETTE: PER UNA COMPETENZA PRAGMATICA INTERCULTURALE

RITA SCOTTI JURIC  
NADA POROPAT  
Pola

CDU 37:82-7  
Saggio scientifico originale  
Marzo 2010

*Riassunto: Nel saggio si esplorano i meccanismi e le caratteristiche della barzelletta, un genere comunicativo poco studiato e, soprattutto poco praticato nell'insegnamento della L2. L'umorismo è una delle forme più importanti della comunicazione quotidiana, ovviamente, anche quella scolastica. L'incapacità di praticare una comunicazione priva di aspetti umoristici è spesso dovuta alla scarsa competenza interculturale degli apprendenti. Nonostante la sua apparente semplicità, la barzelletta asseconda regole rigide che permettono il suo funzionamento e che verranno discusse nel saggio. Lo scopo è quello di proporre un'analisi pragmatica dei messaggi umoristici che permetta di spiegare come questi vengono interpretati dal destinatario, quali inferenze vengono fatte per giustificare l'elemento finale che è il riso. Il saggio porta in primo piano alcune caratteristiche formali del genere barzelletta, come l'uso del tempo presente e del discorso diretto, lo sfruttamento della dimensione implicita, per giungere alla battuta finale, caratterizzata da una concisione istantanea.*

Parole chiave: barzelletta, competenza interculturale, competenza pragmatica, implicito.

### 1. Introduzione

La didattica interculturale delle lingue straniere insiste oggi sullo sviluppo di competenze pragmatiche che si manifestano nelle fraseologie e in altri atti linguistici indiretti la cui forza pragmatica non risiede nel significato letterale, ma in quello traslato, nel quale si esprime soltanto l'intenzione comunicativa del locutore. Si tratta di un repertorio di formule idiomatiche comune ai parlanti nativi e rimanda ad un'eredità culturale condivisa dalla comunità linguistica. Solo quando questi valori, convinzioni e stereotipi culturali veicolati dal significato figurato saranno noti agli studenti della L2, si potrà passare alla comprensione di sottintesi e impli-

cazioni pragmatiche di proverbi, detti idiomatici, barzellette. Gli *idioms*, le espressioni di “saggezza popolare”, come pure tanti enunciati umoristici sono spesso tralasciati dagli insegnanti di lingue perché reputati difficili da spiegare in quanto non si prestano ad analisi grammaticali tradizionali. Sono invece strumenti preziosi di formazione della competenza pragmatica, ma anche di accesso più diretto e autentico a una cultura diversa da quella materna (Marzotta, 2002).

Il principale ostacolo all'apprendimento della competenza comunicativa in una lingua straniera è rappresentato proprio dalla distanza interculturale, perché i valori, le credenze, le regole, i modelli specifici della cultura materna, cristallizzati nella lingua e nei comportamenti sociali ed interiorizzati in maniera inconsapevole fin dalla prima infanzia, agiscono da “filtri”, che *“impongono a ciascuno una griglia di lettura limitata e deformante per l'interpretazione dei fenomeni sociali stranieri”* (Destarac, 1992, 121). Perché la comunicazione abbia successo, è necessario, invece, che il comportamento degli interlocutori sia in buona misura conforme ad uno schema che lo renda prevedibile, cioè rientri nello *script* culturale relativo a quella data situazione, cosicché il destinatario sia in grado di anticipare le azioni comunicative del parlante e in rapporto a queste possa pianificare la propria azione di risposta. All'origine di molti malintesi vi è un comportamento difforme dallo schema e inaspettato, che nei casi più gravi, come quelli in cui entrano in gioco gli atteggiamenti reciproci dei parlanti, può provocare l'interruzione della comunicazione.

La barzelletta è una trama in cui si trovano una quantità di lacune di informazione lasciate dalla formulazione superficiale del testo che alle volte possono essere riempite dalle conoscenze enciclopediche (Simone, 1990, 446). In questo tipo di testi, come del resto in altri, una sequenza di enunciati viene assegnata all'azione ricostruttiva del destinatario. Solo quando il destinatario ha compiuto l'attività ricostruttiva si può parlare di comunicazione e di “testo”. Ogni forma di comunicazione è la risultante di un compromesso tra due forze contrarie, quella della massima stringatezza e quella della massima esplicitzza. La sintesi sarà opportuna quando le integrazioni sono utili alla comunicazione, oppure la creatività lasciata all'interlocutore sia operativamente utile per la comunicazione. Viceversa, l'esplicitzza sarà necessaria quando non si desidera lasciare troppo spazio all'azione del destinatario o si desidera che il destinatario si attenga al messaggio detto. Nel caso delle barzellette si richiede il dominio

della stringatezza in quanto tale testo è inquadrato entro un modello riconoscibile e culturalmente accreditato. Il grado di comprensione del “non detto” dipenderà da una continua verifica che il rapporto fra significante e significato sia attivo e dagli apporti inferenziali, cioè le deduzioni che gli interlocutori dovrebbero fare dal testo.

## 2. L'umorismo

Il concetto di umorismo si può riferire a qualsiasi enunciato, dal testo letterario scritto al discorso informale, in cui si prefigge l'obiettivo di divertire o suscitare risate nel lettore o ascoltatore (Gulas e Weinberger, 2006). Molti autori (Newman, 2004; Gulas e Weinberger, 2006) sono concordi nel ritenere importante il livello di motivazione dello spettatore: più alta è la motivazione, più esteso nel tempo sarà il ricordo dell'atto umoristico in questione. Di conseguenza, siamo portati a credere che l'umorismo sia efficace solo se si conoscono almeno superficialmente i connotati del pubblico destinatario e del potenziale responso da aspettarsi, nonostante esso sia altamente soggettivo e soprattutto relativo alla cultura sociale. Secondo Gulas e Weinberger (2006, 137) il messaggio umoristico è determinato da tre meccanismi, vale a dire *l'incongruenza, l'eccitazione/la sicurezza e la superiorità*<sup>1</sup>. Questi meccanismi si traducono in azione mediante l'utilizzo di diversi fattori, come i segnali ludici, la familiarità, la ricettività più o meno spiccata, la sorpresa, ecc., che direzionano il destinatario del messaggio verso l'obbiettivo (la risata) e hanno un impatto importante sul suo stato d'animo, provocando reazioni sia cognitive che affettive.

Tra i meccanismi cognitivi legati alla struttura del messaggio (Spotts et al., 1997), *l'incongruenza* è la caratteristica prevalente nei dispositivi cognitivi. Sulla base dei lavori condotti, Morreal (1983, in Spotts et al., 1997) sostiene che l'umorismo può essere raggiunto con meccanismi che invogliano semplicemente la sorpresa o l'incoerenza. Il piacere che deriva dall'*incongruenza* è la divergenza tra le concezioni che gli ascoltatori o spettatori tengono nelle loro menti e ciò che sconvolge le loro aspettative, in un contesto giocoso di confusione e di contrasti (Newman, 2004; Nor-

<sup>1</sup> Gli autori la identificano con i termini di *incongruity, arousal/safety e superiority*.

rick, 2004). Tuttavia, l'*incongruenza* diventa più forte solo quando si segue un processo di risoluzione ed è capita e accettata dai destinatari (Gulas e Weinberger, 2006). Tramite il suo utilizzo gli enunciati umoristici mirano a produrre una risposta favorevole basata sui contrasti strutturali (Raskin, 1985).

Kelly e Salomon (1975, in Gulas e Weinberger, 2006) propongono alcune principali categorie di fattori abilitanti che consentono di conseguire l'umorismo: i giochi di parole (l'uso umoristico di una parola o un enunciato o un testo, in un modo che permetta due o più interpretazioni); uno scherzo orale o un atto senza implicazioni serie; qualche elemento ludico (risibile o ridicolo, in quanto tale); l'uso della satira e del sarcasmo per esprimere un vizio o qualcosa di atipico e inusuale.

Tra gli ambiti della pragmatica della comunicazione verbale, un posto specifico viene dato all'umorismo delle barzellette, elemento che tratteremo più da vicino in questo saggio.

### 3. Le teorie pragmatolinguistiche

Nonostante ci siano state molte ricerche nel campo negli ultimi anni (Antonopoulou, Sifianou, 2003; Raskin, 1985; Attardo, 1994; Attardo, 2001; Brown e Levinson, 1987) non è ancora emersa nessuna vera e propria teoria dell'umorismo. Oltre a quelle nominate sopra, ossia la *teoria cognitiva*, la *teoria della superiorità* (Gulas e Weinberger, 2006), i meccanismi mentali usati per la produzione e la comprensione di enunciati umoristici vengono interpretati da una prospettiva pragmatica, attraverso la combinazione di aspetti relativi al principio di cooperazione di Grice (1978), al principio di Politeness o teoria della gentilezza di Leech (*Polite Principles*, 1983), alla teoria della *Pertinenza* di Sperber e Wilson (*Relevance Theory*, 1984, 2001), alla *teoria del relief* (Spotts et al. 1997; Norrick, 2003)<sup>2</sup>, le teorie semantico-pragmatiche dell'umorismo, il GTVH (*General Theory of Verbal Humor*). La produzione e comprensione degli enunciati umoristici è connessa alle implicature conversazionali che vengono prodotte violando deliberatamente i principi citati sopra (Yan, 2007).

La questione della comunicazione umoristica rimane un test difficile

<sup>2</sup> Si tratta delle *cognitive theory*, *superiority theory* e *relief theory*.

per una teoria pragmatica in quanto non copre tutti i tipi di umorismo (Attardo, 1994). Nel modello di Grice (1978), l'analisi dell'umorismo include implicature conversazionali particolarizzate, dal momento che un enunciato umoristico deve essere sempre adattato alla relazione tra il corrente cotesto e contesto, acciocché venga capito dal destinatario (Kotthoff, 2005). La pragmatica, solo se combinata con l'analisi della *Performance linguistica* (Clark, 1996; Levinson, 2000)<sup>3</sup>, può contribuire alla spiegazione di come gli interlocutori "costruiscono" e decodificano l'umorismo, se tiene in considerazione la stratificazione del senso e la conoscenza del retaggio culturale e sociale. Per la *Pragmatics of Performance* le modalità particolari per sottostare o violare una massima orientano i partecipanti della comunicazione su come potrebbero o dovrebbero cooperare. L'analisi dell'azione dialogica viene così connessa con le massime di Grice (*Principio di cooperazione*) e finisce per assumere l'idea di una gerarchia di livelli della comunicazione. Secondo Clark (1996) le massime di Grice indicano il senso di un enunciato solo su un livello molto astratto. Al fine di descrivere la produzione del significato in sequenze concrete, si deve far riferimento ad altri tipi di conoscenza (ad esempio, la conoscenza delle sequenze, le aspettative stilistiche, i generi del discorso e le procedure di contestualizzazione), che costituiscono un sistema collaterale della comunicazione. I parlanti non fanno solo delle scelte sul *cosa* dicono, ma pure sul *modo* in cui lo dicono di modo che la significazione globale di un enunciato riguarda quello che è stato detto, quello che è implicato convenzionalmente e conversazionalmente, ciò che è generalizzato o particolarizzato (Levinson, 2000). La maggior parte delle attività umoristiche considera le inferenze non standardizzate, come il nucleo dell'umorismo. La loro dinamica interna deriva dai giochi con gli *script*, con la formulazione degli standard, con i normali modi di parlare e i modelli generici, invitando associazioni insolite, deludendo le aspettative, e creando il *sense in nonsense*, come lo chiama Freud (1905).

Il meccanismo attraverso il quale riusciamo a inferire da un enunciato credenze, pensieri o affermazioni non esplicite del parlante, è quello che viene definito *implicatura conversazionale*. L'implicatura scatta nel momento in cui, pur rispettando il principio di cooperazione di Grice (1978), violiamo una massima. Il concetto di *implicatura* è un concetto centrale in

<sup>3</sup> *Pragmatics of Language Performance*; Clark e Levinson riprendono il concetto da Grice.

pragmatica, poiché ci permette di capire le intenzioni comunicative del nostro interlocutore quando questo non le rende chiaramente esplicite, non mancando di comprendere, nell'analisi, tanto la strutturazione sintattica e verbale del messaggio, quanto la cornice figurativa in cui il messaggio viene espresso. L'analisi strutturale, tuttavia, lascia irrisolti alcuni aspetti rilevanti nella comprensione enunciati, quali, ad esempio, l'interpretazione di elementi dipendenti da fattori culturali, o la risoluzione di ambiguità, che possono essere spiegati solamente partendo da un punto di vista pragmatico.

#### 4. L'implicito nella barzelletta

Le situazioni umoristiche, che vanno dall'arguzia, come intervento estemporaneo e non preannunciato nello scambio comunicativo, alla barzelletta in quanto microstoria strutturata e incorniciata, sono caratterizzate dall'uso dell'implicito. Analiticamente si potrebbero considerare in termini di Grice i tipi di implicature derivate dalle violazioni di massime, specie quelle del modo e della pertinenza; la rottura di aspettative legate a presupposizioni pragmatiche; gli slittamenti di significato derivati da ambiguità semantiche (dal metaforico al letterale), e quindi i fraintendimenti ingenui o maliziosi, entrambi promotori di riso. Tutti questi microeventi mettono in moto quel "corto circuito del pensiero" (Freud, 1905) che è alla base della bisociazione umoristica (Koestler, 1975).

Per poter spiegare le inferenze dell'interazione umoristica, da una prospettiva pragmatica, bisogna prendere in esame i contorni del contesto e la ricostruzione delle forme di conoscenza nelle condizioni normali e quotidiane. Il nucleo del potenziale umoristico è, nella maggior parte dei casi, contenuto nelle inferenze, che non seguono i canoni standardizzati, ma giocano appositamente sulla formulazione delle norme e modalità previste nelle sequenze conversazionali attese e adoperano le associazioni inusuali nei destinatari (Attardo, 1994). Nella "soluzione" il fruitore mette in gioco sé stesso, così da essere parte del processo cognitivo di comprensione e godimento del testo umoristico. Chi ride ride di sé, quando si coglie a compiere inferenze sbagliate, a cadere nell'inganno che ha attribuito al personaggio. Critchley dirà che l'oggetto del riso è *il soggetto che ride* (2002). Nell'umorismo quindi si fondono comunicazione e metacomuni-

cazione in un intreccio che sconfinava con il paradosso (Bateson, 1952; Fry, 2001).

L'implicito, oltre a far parte costitutiva del meccanismo cognitivo che regola la fruizione umoristica, ne condiziona anche la funzione relazionale. Nella conversazione, luogo privilegiato dello humor per la presenza della complicità, dei saperi e delle esperienze condivise, l'implicito agisce nella doppia direzione di accordo-disaccordo che sottende al processo interattivo. Sullo scambio di un messaggio umoristico (o ironico) si costituisce o si rinforza una complicità tra parlante e ascoltatore; ma al tempo stesso la possibile opacità del messaggio, in quanto non esplicito, può essere causa di non comprensione, e di "perdita di faccia", contribuendo a far fallire l'interazione (Priego, Valverde, 2001).

La coerenza del contenuto di una barzelletta è data, tra gli altri fattori dal rispetto di implicature, presupposizioni ed inferenze. Tutti questi sono fattori basati sulle reazioni mentali che si attivano nel processo di "ricostruzione" del testo da parte del ricevente. Essi sono intrinseci alla considerazione e alla consapevolezza dell'emittente, ma la loro produttività ed efficacia si verificano solo nel caso in cui si ricostituiscono così come intendeva il codificatore del messaggio, nella mente del destinatario. Un esempio nella prassi è evidente nella deduzione realizzata con un processo mentale degli ascoltatori-lettori di una barzelletta, nell'interpretazione dell'inferenza logica e della deduzione conseguente da esplicitare.

## 5. Struttura testuale della barzelletta

Alcuni autori individuano, nelle barzellette, la presenza di due aspetti fondamentali (Koestler, 1975; Mizzau, 1998):

- la *bisociazione* o *collisione* o *contaminazione* tra due matrici (universali di discorso, *frames*, isotopie)<sup>4</sup> tra loro incompatibili, e
- la *concisione*, ossia la repentinità di questo scontro di matrici, e

<sup>4</sup> Le isotopie sono linee guida del testo che ne permettono una lettura coerente. L'isotopia si costituisce come un piano omogeneo del senso, tracciando una griglia di lettura del testo in grado di assicurarne coerenza. S'intende, per isotopia, ogni forma di ricorrenza di semi che produce ridondanza semantica. Questa reiteratività permette una lettura coerente. I frames sono strutture canoniche e usuali, veri e propri stereotipi testuali, dette "sceneggiature" che svolgono la funzione di modelli di prevedibilità che aiutano la comprensione.

quindi l'utilizzo dell'implicito.

La barzelletta presenta una struttura tipica ricorrente che sfocia nel *punchline*, la battuta finale caratterizzata dalla massima concisione, concisione che sconfina nell'omissione. L'ascoltatore è tenuto a compiere in tempi rapidi una serie di inferenze, a volte complesse, per ricavare il significato umoristico del "non detto". Il successo di quest'operazione mette in luce i processi di comprensione di un testo, analoghi a quelli che si presentano in una situazione di problem solving. Suls (1972) individua un modello a due stadi nella presentazione delle barzellette: la parte iniziale nella quale si costruiscono delle aspettative su come proseguirà la storia e la battuta finale che smentisce le aspettative. In questo secondo stadio l'ascoltatore, per ridare coerenza alla barzelletta, cancellare le precedenti aspettative, trova delle interpretazioni alternative. Secondo l'autore, il senso iniziale di sorpresa si converte nel senso umoristico, quando l'ascoltatore riconosce che la battuta collima con la parte iniziale della barzelletta (coerenza). Quindi, per apprezzare l'umorismo di una barzelletta è necessaria la sensibilità al fattore "sorpresa" e l'apprezzamento del fattore "coerenza", oltre che l'aver colto la natura inferenziale della battuta.

Facciamo un esempio:

(1) Il papà a Pierino di ritorno da scuola:

- "Pierino, perché piangi?"

- "Sigh ... la maestra mi ha sospeso ..."

- "E perché?"

- "Perché quando è entrata in classe c'era il mio compagno di banco che fumava..."

- "E allora... tu che c'entri se lui fumava?"

- "Hanno detto tutti che ero stato io a dargli fuoco!"

La struttura del testo della barzelletta è abbastanza standardizzata: all'interno del genere, come ricorda Kotthoff (1998), l'informazione viene elaborata in modo tale che, fin dall'inizio si aspettano incongruità e sorprese, così come sviluppi narrativi non contestualizzati. Il contenuto della barzelletta viene suddiviso in due parti: prima le premesse semantiche e pragmatiche (Pierino a scuola che piange per una sospensione dovuta al fumo), poi la battuta finale (il fumo non è dovuto alla sigaretta



ma al corpo che brucia). *L'intenzionalità*, fattore implicito del messaggio e che per ora può esser soltanto immaginata (cfr. Poittier, 1987) consiste nel far ridere il destinatario.

Anche testi molto brevi, come le barzellette (2) e (3), si servono principalmente di due strategie per raggiungere il proprio scopo:

a) nel primo caso:

(2) – “Cosa fa un uccellino dentro a un computer?” – “Chip!”

la barzelletta propone delle connessioni pragmatiche o semantiche poco previste (l'uccellino e il computer) all'interno di una data organizzazione culturale del materiale semantico.

b) nel secondo caso:

(3) Totti entra in un negozio di elettronica e dice:

- “Aho... vojo comprà 'na stereo!”

Il commesso: - “Sony?”

- “No... io nun so' capace!”

presenta delle connessioni pragmatiche e/o semantiche molto prevedibili (stereo e Sony) in modo sorprendente. Per cui ogni lessema rappresenta un'unità culturale che viene spiegata tramite altre unità culturali (Eco, 1975) in modo che il parlante possa combinare associativamente lessemi che per loro natura sono molto distanti e spesso contraddittori (“Sony” non viene ricondotto alla marca di elettronici, ma al verbo “suonare”). Totti, il calciatore italiano spesso preso di mira per le sue scarse capacità intellettive, interpretata la parola Sony nella sua espressione fonologica senza tenere in considerazione il termine quale brand di elettrodomestici, tra cui la radio-stereo. Infatti “soni” è l'equivalente della flessione del verbo “suonare” (“sonare” in romanesco) nella seconda persona singolare, il che porta Totti a rispondere che non sapeva suonare. Le due parole sono omofoni, in quanto pur avendo significati diversi e differenti grafie, si pronunciano allo stesso modo.

### 5.1. *Gli espedienti pragmatici*

Gli *espedienti pragmatici* che attivano una corretta interpretazione della barzelletta poggiano sul sapere ontologico e sul sapere enciclopedico. Dato che l'organizzazione del sapere avviene in gran parte tramite l'educazione scolastica, moltissime barzellette rinviano proprio a un sapere di questo tipo.

(4) – “Pierino, dimmi l'Infinito di Leopardi”.  
- “Leopardare”.

Nell'esempio (4) Pierino produce una verbalizzazione inadeguata e grammaticalmente inaccettabile del sostantivo *Leopardi* flettendolo nella forma del modo verbale dell'infinito presente, al posto di recitare il capolavoro poetico del poeta. Infatti, egli non coglie le connotazioni semantiche del termine *infinito* nella sua accezione polisemica: modo verbale e titolo della famosa poesia del Leopardi, parte del bagaglio enciclopedico culturale-letterario.

Barzellette come questa contano la propria comicità sulle contraddizioni che possono nascere da incompetenze concernenti il sapere comune e per questo sono quelle più facilmente traducibili all'interno di culture vicine. Culture diverse richiedono competenze diverse. Così è spesso l'ignoranza o l'inesattezza riguardo agli usi e costumi di altre culture la sorgente che crea la comicità. Nella barzelletta (5) l'ironia si attua nei confronti della conoscenza culturale limitata della giornalista americana, ignara della posizione e dello status della donna nel Medio Oriente.

(5) Una famosa giornalista americana sta girando un documentario in una zona del Medio Oriente in cui è in atto una guerra. Prima del conflitto aveva notato che allora le mogli camminavano sempre dietro ai mariti. Tornando oggi, pochi anni dopo, nota che i mariti camminano dieci metri dietro le mogli.

La giornalista avvicina una delle donne e commenta: “Stupendo! Qual è la causa di così tanto progresso in un breve tempo?”

Risponde la donna: “Le mine anti—uomo!”

Si ritiene comunemente che il presupposto di una vera comunicazione

sia la partenza dei dialoganti da mondi e esperienze diverse. Questa convinzione fa chiaramente sistema con la teoria della comunicazione come trasmissione, passaggio di concetti (di esperienze diverse) dall'uno all'altro e viceversa. Non si dà esigenza di comunicazione là dove è abolita la differenza tra le esperienze del mondo, perché è questa differenza che è alla base di ogni bisogno comunicativo. Sono le nuove esperienze fatte insieme che possono mettere in "comunicazione" persone di culture diverse e creare situazioni ambigue e comiche. Strati sociali diversi possono pure produrre codici comportamentali diversi. Molte barzellette sfruttano generalizzazioni e luoghi comuni che nascono dal contrasto città-campagna, contadino-cittadini, operaio-intellettuale, povero-ricco, ecc. Per fare un esempio di codice comportamentale inadeguato, si veda la seguente barzelletta:

(6) Un carabiniere va per la prima volta in campagna ed è invitato a cena da un contadino. Quando si vede offrire del salame molto gustoso prende i chicchi di pepe e se li mette in tasca. Per non contrariarlo, il contadino rimane col dubbio e fa finta di nulla. Alla fine della cena gli chiede se gli è piaciuta, e il carabiniere risponde di sì, al che il contadino per saggiare il terreno gli chiede: "Anche il salame?" e il carabiniere: "Sì, era ottimo". A questo punto il contadino rincuorato gliene vuole offrire un po' per casa e il carabiniere: "No, grazie, ho già preso i semi!"

La comicità di queste barzellette sta nel fatto che il protagonista non conosce le regole di un codice comportamentale tipico di uno strato sociale o di una cultura, e quindi dalle sue azioni e reazioni improprie si possono riconoscere anche delle contraddizioni del codice stesso. Insomma, tutto ciò di implicito del messaggio che Pottier chiama il sapere culturale degli interlocutori (1987). I confini di questo sapere vengono delineati nella premessa della barzelletta mediante una sceneggiatura che può essere considerata come l'attivazione di una parte pertinente alla situazione concernente la strutturazione del sapere convenzionale circa il mondo. Le sceneggiature non si riferiscono soltanto a leggi e norme del mondo fisico, biologico e psicologico ma soprattutto anche alle convenzioni che regolano le relazioni sociali (Van Dijk, 1980). Le convenzioni sociali rappresentano un codice fortemente strutturato e molte culture sono caratterizzate da codici piuttosto rigidi. Le contraddizioni delle convenzio-

ni sociali consentono una vasta produttività di barzellette.

Il meccanismo della barzelletta è basato sulla bisociazione tra il sacro e profano, erudizione e ignoranza. Esiste una tipizzazione caricaturale del personaggio che funziona come supporto dell'operazione bisociativa, contaminativa, collisionistica: Totti, visto come una persona di bassa scolarizzazione, attraverso i turni di parola riconferma iperbolicamente la sua ignoranza oltre le nostre aspettative. La collisione di matrici avviene a un livello molto più formale. Nel fulmineo incrociarsi dei turni di parola, con la battuta finale fortemente elittica, si riflette un complesso processo argomentativo che l'ascoltatore è tenuto a ricostruire (Mizzau, 1998).

Il riso è sempre basato sulla violazione di una regola implicita. Si possono distinguere due casi estremi: quando la regola non detta è violata (ma la si conosce) e quando la regola violata è non detta (ma la si suppone). Si vedano i due casi nelle barzellette che seguono:

(7) Dante e Virgilio girano per l'Inferno. Arrivano al girone dei sodomiti dove si vedono i dannati che camminano sulla sabbia infuocata sotto una pioggia di fuoco. Mentre Dante sta passando arriva un diavolone che lo piglia per il colletto e lo sbatte sotto la pioggia di fuoco. "Ahi! -grida Dante uscendo di corsa- non vedi che sono Dante?" Ma il diavolone lo ripiglia e lo sbatte nella sabbia rovente. "Ahia! -urla Dante- diglielo tu Virgilio che io sono Dante!" Ma il diavolone imperturbabile: "Non importa, 'dante' o 'prendente' la pena è la stessa!"

Il meccanismo è basato sulla bisociazione (contaminazione) tra la conoscenza che si ha della Divina Commedia e la situazione nuova in cui operano i demoni dell'Inferno. La tipizzazione caricaturale dei personaggi funziona come supporto dell'operazione bisociativa: il crescendo della posizione inadeguata di Dante sembra esser arrivata all'apice, e quindi arrestarsi, la cosa va oltre le nostre aspettative e non si ferma. Il riso viene scaturito dal rimando a un *contesto extralinguistico* che il testo mette in discussione. La battuta finale, fortemente elittica, riflette un complesso processo argomentativo che l'ascoltatore è tenuto a ricostruire: "dante" gerundio presente di "dare", come "prendente" è gerundio presente di "prendere", nel senso che *chi ha dato* o *chi ha preso* ha poco conto per un demone che ha il compito di infliggere le pene a colui che è stato destinato all'Inferno, per cui già giudicato dal Padre Eterno. L'implicatura deriva

dallo sfruttamento della massima conversazionale di modo.

Come accennato in precedenza, l'implicatura dipende dal contesto e non ogni inferenza è basata su un'implicatura. Fattori sociali e culturali giocano un ruolo importante nell'umorismo che non è quindi analizzabile solo in termini di implicatura.

Il secondo caso lo si può individuare nella barzelletta seguente:

(8) Totti, ritiratosi ormai dal mondo del calcio, si compra un bel casale in mezzo ai boschi. Per passare il tempo, essendo ancora giovane e forte, decide di farsi un po' di legna per l'inverno. Non avendo una tuta da lavoro va in un negozio e fa al commesso:

- "Ngiorno... vorei na tuta pe' lavora".

Il commesso: - "Che taglia?"

- "La legna, perché?"

La domanda "che taglia" può venir letta in due versioni possibili: una relativa alla taglia-sostantivo (il numero di grandezza dell'indumento; della tuta) e l'altra come quesito interrogativo con il soggetto sottointeso "che (cosa) taglia (lei)?", con "taglia" non più in veste di sostantivo ma come la voce del verbo tagliare, che induce Totti ad associare la domanda con la legna. In questo caso abbiamo due (quattro) parole che si compongono in modo differente e appartengono a categorie grammaticali diverse ma si pronunciano e si scrivono nello stesso modo.

La compresenza di una diversità sia di significato, che di etimo delle parole, impediscono di considerare omografe due parole che in realtà rappresentano soltanto due accezioni della medesima parola (polisemia) e che, di norma, sul dizionario sono raggruppati sotto il medesimo lemma.

La seconda condizione del riso è ottemperata da una dose supplementare di implicito: non è il contenuto la violazione di una norma, ma la forma del dire, anzi del *non dire*. In questo caso l'ignoranza del personaggio fa sì che sia scontato, giustificato il *non dire*. Qui il meccanismo del riso poggia prevalentemente sulla costruzione stessa del testo. Il rimando è costituito dal *cotesto* (come lo dice) piuttosto che dal *contesto* extralinguistico, anzi dal risparmio dell'argomentazione, dal "corto circuito" del pensiero. Anche qui l'implicatura deriva da sfruttamento della massima conversazionale di modo. Può accadere che in questa intesa, l'evocazione del non detto si attui attraverso un "inganno", un'indebita attribuzione di

presupposizioni. Il risultato di questa operazione, osserva la Mizzau (1998, 148), diventa particolarmente adatto per osservare un fenomeno pragmatico che è riscontrabile, magari in modo meno evidente, anche in altre situazioni comunicative.

Frequenti sono pure i casi di ambiguità pragmatica, quando l'intenzione comunicativa viene recepita dal destinatario secondo una funzione dominante diversa. Siamo in presenza di un fraintendimento relativo alla struttura dominante di un messaggio.

## 5.2. *Gli espedienti semantici*

Gli *espedienti semantici* poggiano sulle caratteristiche semantiche delle entità lessicali impiegate in una qualsiasi barzelletta. Per creare l'intervallo necessario tra aspettative convenzionali e la battuta finale, ci si preoccuperà di celebrare alcune proprietà semantiche e rendere insensibili delle altre. Questa tecnica viene impiegata per depistare il destinatario, aumentare la sorpresa finale e quindi raggiungere l'intenzione pragmatica della barzelletta. Accame (2008) ritiene che la maggioranza delle barzellette di questo tipo poggia sull'ambiguità causata della *polisemia*. La comicità consiste nell'usare un termine in un senso contraddittorio e polivalente. Il ridicolo nasce dalla contraddizione scoperta nel codice, ossia nel lessico. L'ambiguità lessicale riguarda il contenuto concettuale del singolo lessema. Tipi di ambiguità lessicale semantica sono la cosiddetta ambiguità complementare (o polisemia) e l'ambiguità contrastiva (o omonimia). Linguisti e psicolinguisti individuano due gruppi di parole ambigue: parole omonime (alla parola corrispondono significati ben distinti) e parole polisemiche (più che di significati distinti si parla di variazioni contestuali di un medesimo significato). Tuttavia, Klein e Murphy (2001) hanno sperimentalmente dimostrato che anche per le polisemiche si può parlare di significati distinti (si veda Hino, Pexman e Lupker, 2006). Per tale ragione raggrupperemo sotto la locuzione comune *parole ambigue* sia le parole omonime, sia le polisemiche.

Comunemente, nell'omonimia i diversi significati di un lessema si trovano a essere rappresentati da un'unica forma ortografica solo per caso, per una serie di controversie etimologiche, mentre nel caso della polisemia i diversi significati sono correlati etimologicamente e semanticamente, e

tale correlazione è avvertita chiaramente dal parlante. Chiariremo il concetto analizzando la barzelletta che segue:

(9) Perché Fanfani insegna Diritto all'Università di Roma?  
Perché se insegnasse seduto nessuno lo vedrebbe.

La barzelletta (9) implica una conoscenza del personaggio, i suoi connotati fisici, ossia la dimensione corporea e, in seguito, pure lo spettro dei significati del termine *diritto*. L'inferenza che viene a crearsi riguarda l'uso del sostantivo singolare che indica il corso di studio di scienza giuridica, che il professore tiene all'università, e il suo omonimo, l'aggettivo relativo alla postura del corpo che implica che egli stia ritto, eretto in piedi, durante la pratica dell'insegnamento, per rendere visibile il proprio corpo agli studenti. La stessa forma grafica della parola *diritto* ha in questo caso due possibili lessemi che può realizzare. Essi non sono correlati etimologicamente né semanticamente però coincidono nella loro forma grafica e fonetica.

Un tipico esempio di polisemia si riscontra nei *colmi*, un altro genere umoristico ricco di implicature. L'ambiguità dunque, intesa come *pluralità di sensi*, è un fenomeno intrinseco al fatto linguistico, alla testualità e alla comunicazione in generale. La *langue*, il patrimonio linguistico di ciascun parlante, è diverso da individuo a individuo quindi ogni testo potenzialmente potrebbe essere polisemico. Ovvero il senso che dà il mittente potrebbe essere diverso da quello interpretato dal destinatario. La questione centrale è quella di individuare un quadro esplicativo generale che renda conto dei dati sul riconoscimento di parole ambigue incentrato sia sulla struttura del processo sia sulle dinamiche di interazione tra le rappresentazioni ortografiche e le rappresentazioni semantiche. Il problema va in realtà visto come un'opportunità per tentare un'incursione nella modellizzazione della semantica o, perlomeno, della relazione tra la semantica e il lessico.

Tabella - Rappresentazione schematica dei colmi

Colmi	Lessemi	Polisemia
(a) Colmo per un avaro: ascoltare un discorso senza interesse.	interesse	1. (econ.) compenso, frutto, rendita, dividendo, saggio, tasso, aggio, rendimento, (est.) tornaconto, utilità, guadagno, profitto, utile, beneficio 2. interessamento, coinvolgimento, curiosità, partecipazione, premura, sollecitudine, zelo, dedizione, amore, passione
(b) Colmo per una maestra: non aver classe.	classe	1. gruppo di alunni 2. (fig.) qualità, stile, eccellenza, eleganza
(c) Colmo per un chimico: non avere reazioni.	reazioni	1. (chim.) trasformazione, combinazione 2. (est.) effetto, contraccolpo, riflesso, azione (fig.), risposta, ripercussione, <i>feedback</i> (ingl., fig.)
(d) Colmo per un barista: ritirarsi in un convento per fare il cappuccino.	cappuccino	1. bevanda calda con caffè e latte 2. frate francescano
(e) Colmo per un calciatore: fare il portiere di notte.	portiere	1. il calciatore che sta attento alla porta per non ricevere i goal 2. portinaio, usciere, custode

Le tecniche che agiscono sulla sfera del *significato* riguardano anche altri elementi come può essere la scelta lessicale, l'uso del linguaggio figurato, la combinazione di lessemi, gli accostamenti semantici e fonemati, le costruzioni sintattiche particolari.

### 5.3. *Espedienti fonetici*

Molte ambiguità possono nascere da scambi minimali di tratti distintivi fonemati. Le barzellette possono giocare ad esempio sull'incapacità di distinguere tra consonanti sonore e sorde. Per il codice ovviamente non ci sono delle contraddizioni, ma nell'uso questi confini non sono sempre così netti. Il funzionamento del codice linguistico è garantito dalla diversità dei significanti, in rapporto tra loro in base al principio di interrelazione oppositiva. Accade però che significati diversi coincidano nel medesimo significante. Sono segni linguistici diversi fra loro ma che casualmente si trovano ad avere lo stesso significante: se hanno in comune la grafia, si chiamano *omografi*, se hanno in comune la realizzazione fonemata (il suono) si dicono *omofoni*. Tali fenomeni entrano nell'ambito dell'ambiguità fonemata.

Un esempio di omonimia/omofonia è il sostantivo maschile *interesse* (a) (Colmo per un avaro: ascoltare un discorso senza interesse) che risulta



indicare sia interessamento, curiosità che compenso, guadagno, profitto. Comunque il collegamento che deve far scattare l'inferenza è il lessema *avaro*. Infatti, la seconda connotazione del termine simboleggia l'avidità, egoismo, venalità, calcolo, avarizia, materialismo, utilitarismo.

In italiano, numerose barzellette giocano su opposizioni concernenti l'apertura vocalica. Ogni parola ha un accento tonico ricadente sulla vocale all'interno della sillaba sulla quale la voce si posa. L'accento tonico può avere due forme: accento fonico grave e accento fonico acuto. Il primo (̀) segna il suono aperto; l'accento acuto (/) invece il suono chiuso. Un esempio di distinzione lessicale implicata dalla diversità dell'accento vocalico è la seguente barzelletta di Pierino, tipicamente ritratto nell'ambiente scolastico, messo a cospetto delle innumerevoli domande dei professori a cui non sa rispondere. Nella barzelletta egli non applica la distinzione tra la vocale *e* (é) chiusa, presente nel numero cardinale *vénti* (20) e la *e* (è) aperta nel sostantivo singolare *vènto*, indicante un movimento di masse d'aria di una certa intensità (ovvero nella sua flessione plurale *vènti*):

(10) La maestra: “Pierino da cosa sono formati i venti?”  
- “Da due decine, signora maestra!”

Un altro esempio di lessema che permette due interpretazioni a seconda della caduta dell'accento è “concentrati” (11). In tal caso *concentrati* e *concentràti* non sono omofoni ma allonoematici. Infatti, non un unico lemma avente una doppia identità, che permette che l'accento cada in due posizioni differenti, ma sono due parole distinte. Ad ogni accento corrisponde un significato diverso. Per la terza persona singolare del participio passato del verbo “concentrare” in forma riflessiva, l'accento cade sulla seconda sillaba (ovvero la terzultima, ed è il caso di una parola sdrucchiola). Nel caso, invece, del sostantivo maschile plurale che sta ad indicare il barattolo dell'estratto o della conserva di un alimento, esso cade sulla penultima sillaba, come in tutte le parole piane. I carabinieri infrangono i principi normativi dell'ortoepia che riguarda la corretta pronuncia dei suoni e delle parole in un contesto.

(11) Quando i carabinieri rimangono fermi e fissi per ore al supermercato osservando certi prodotti?  
Quando sull'etichetta c'è scritto: “Concentrati”.

#### 5.4. Giochi di parole

Abbiamo individuato messaggi umoristici che utilizzano figure di suono come la *paronomasia* che è basata sull'identità parziale di sillabe e il *calembour*, ossia l'identità nel suono dell'intera parola. Si tratta di figure che danno luogo a giochi di parole e doppi sensi. Se la paronomasia vanta una lunga tradizione di studi, anche nel linguaggio politico, il *calembour* rimane associato, nella nostra memoria, al cabaret e all'avanspettacolo, più che alle sofisticate tecniche pubblicitarie odierne (Mortara, Garavelli, 1988). Tuttavia, come mostrano i recenti studi di Cook (1992) e Tanaka (1994), il gioco di parole è uno dei mezzi linguistici preferiti nei messaggi pubblicitari e barzellette, basati su *calembour* e *paronomasie*. Si nota che, complice la compenetrazione di media e politica, il gioco di parole è entrato persino nella comunicazione politico-elettorale. In realtà, il messaggio che si serve di giochi di parole costituisce, come ogni altro messaggio, uno stimolo ostensivo, attraverso il quale l'emittente rende palese la propria volontà comunicativa. Ciò permette al destinatario di compiere le opportune inferenze per interpretare il messaggio, che si arricchisce, così, di numerosi sensi non derivabili meccanicamente dal contesto, ma dipendenti dall'attività stessa del soggetto che lo processa.

(12) Dopo aver dato l'addio al calcio, pare che Zidane sia stato assunto dalla Eminflex per testare i Materazzi.

Olbrechts-Tyteka (1977, 89-90), osserva che nel racconto per elissi, *“l'omissione volontaria sottolinea un accordo certo degli ascoltatori a proposito di quanto è avvenuto”*. L'umorismo di questa barzelletta, giustamente, può venir riconosciuto solo dagli spettatori che hanno seguito l'ultimo campionato mondiale di calcio, durante il quale si è verificato l'incidente tra due calciatori di squadre nazionali avversarie: Zidane e Materazzi. Zidane ha dato una “testata” all'altro giocatore (un colpo di testa), in seguito ad una lite, durante la partita. La somiglianza fonetica del cognome del calciatore Materazzi con il plurale di “materasso”, unito al mutamento del sostantivo “testata” e la successiva trasformazione del nome nel verbo “testare” ha reso possibile l'accostamento dei termini e la creazione dell'ambiguità inferenziale. Il calciatore Materazzi ha ricevuto la “testata” (un colpo di testa) mentre i materassi si testano. Un altro elemento impor-

tante per la decifrazione dell'informatività della barzelletta è una delle più famose ditte italiane di materassi (la Eminflex) che permette il collegamento tra Materazzi e materassi, come pure l'inquadramento del triangolo Zidane – “testata” - Materazzi. Materazzi e materassi compongono un gioco di parole per via della somiglianza fonetica che si avvale di alcuni dei principi dell'omografia fonetica di due parole che differiscono per la realizzazione dei loro fonemi omografi. La chiave di lettura appropriata sta nella locuzione fraseologica, ovvero nell'espressione dei due concetti base legati ad una sola nozione situazionale, relegata al contesto calcistico.

Nella barzelletta seguente (13) il nome proprio del dio greco Apollo viene inteso come se fosse formato da due parti costituenti: da *a* (articolo femminile che nel dialetto romanesco subisce la caduta della *l* iniziale) e da *pollo* (sostantivo maschile che indica l'animale). Tale versione permette a Totti di asserire che la *gallina* sia la *madre di Apollo*, nonostante ci sia una mancata concordanza di genere (“apollo” sta in tale caso per “la pollo”, al posto della versione accettabile “il pollo”; ma ciò calza a pennello data la proverbiale ignoranza grammaticale di Totti). Del resto questo è uno degli errori tipici pure del linguaggio infantile, ossia la suddivisione delle parole fatta in maniera motivata o casuale (*Bona petito*, invece di *Bon appetito*) dovuta alla mancanza del supporto grafico della scrittura. Totti è conosciuto come persona di bassa scolarizzazione per cui gli si ascrive un'incompetenza nella rappresentazione grafica del materiale discorsivo.

(13) La maestra chiede a Totti: “Chi era la madre di Apollo?”  
E Totti risponde: “A gallina!!!”

## 6. Conclusione

La barzelletta è molto di più: è un piccolo capolavoro di sintesi che compendia credenze condivise, background culturali, ritmi narrativi, omissioni, dettagli, differenze e sanature. Il punto fondamentale è avere ben chiari quali sono gli elementi comuni tra lo sfondo ideologico del narratore e quello dell'ascoltatore, per non incappare in rivelazioni dannose per il finale della barzelletta e, ancor di più, per far emergere tutti quegli elementi di contorno che esaltano l'ossatura centrale della storia e che, presi singolarmente, costituiscono dei veri e propri frammenti narra-

tivi a sé stanti. Il racconto di una barzelletta a scuola può diventare un più o meno consapevole disvelarsi di apparati culturali condivisi.

Una barzelletta è una vera e propria architettura narrativa che sfrutta dislivelli tra aspettative e conclusioni, che parte da differenze o fratture logiche, per arrivare alla loro sanatura imprevedibile durante la rivelazione del finale.

L'efficacia della barzelletta consiste nel creare un grande intervallo semantico-pragmatico tra le aspettative concenzionali esplicitate nella premessa ed i risultati non previsti nella battuta finale. Più aumenta questo intervallo, più la barzelletta sarà efficace.

La strategia testuale della barzelletta poggia su artifici pragmatici, semantici e ovviamente sulla combinazione pragmatico-semantica.

Abbiamo scelto di analizzare questi tipi di testo perché, oltre a divertire coloro che lo usano nell'apprendimento della L2, riteniamo che in esse siano presenti, concentrati e amplificati caratteristiche e fenomeni pragmatici presenti nella produzione linguistica. Al servizio della codificazione e decodificazione di una barzelletta, inoltre, sono di capitale importanza gli elementi paratestuali o paralinguistici, ovvero non prettamente testuali (volume della voce, tono, intonazione, ritmo), che entrano in gioco e provengono dal contesto che sono utilizzati da entrambi gli attori della comunicazione come strumenti per favorire la comprensione. Sono dunque importanti i costituenti prosodici (tono, intonazione, ritmo dell'espressione vocale che non sono elementi strettamente del testo dal punto di vista linguistico, ma che sono elementi di comunicazione importantissimi), i costituenti prossemici (quelli che riguardano la distanza tra emittente e ricevente, come la posizione del corpo e la distanza fisica tra gli utenti, in cui la vicinanza è proporzionale alla confidenza), i costituenti cinesici (quelli che riguardano le espressioni del viso, le posizioni e i movimenti del corpo). Tutti elementi che vengono introdotti nell'educazione linguistica in maniera divertente, ma soprattutto efficiente.

## Bibliografia

- ACCAME F., 2008, *L'anomalia del genio e le teorie del comico*, Duepunti edizioni, Palermo.
- ANTONOPOULOU E., SIFIANOU M., 2003, "Conversational dynamics of humor: the telephone game in Greek", in *Journal of Pragmatics*, Volume 35, Issue 5, May 2003, 741-769.
- ATTARDO S., 1994, *Linguistics Theories of Humor*, Mouton de Gruyter, Berlin.
- ATTARDO S., et al., 1994b, "The linear organization of jokes: analysis of two thousand text", in *Humor*, 7, 27-54.
- ATTARDO S., 2001, *Humorous Texts. A Semantic and Pragmatic Analysis*, Mouton de Gruyter, Berlin.
- BATESON G., 1952, *Il ruolo dell'umorismo nella comunicazione umana*; trad. it. *Aut aut*, 282, 1997.
- BROWN P., LEVINSON S., 1987, *Politeness: Some Universals in Language Usage*, Cambridge University Press, Cambridge.
- CLARK H. H., 1996, *Using Language*, CUP, Cambridge.
- COOK G., 1992, *The discourse of advertising*, Routledge, London.
- CRITCHLEY S., 2002, *Humor*, Genova, Il melangolo, 2004.
- DESTARAC M. C., 1992, "Insegnare una lingua e una cultura straniera nella scuola elementare", in RAINOLDI M., SODINI S. (a cura di), *La lingua straniera nella scuola elementare*, La Nuova Italia, Firenze.
- ECO U., 1975, *Trattato di semiologia generale*, Bompiani, Milano.
- ECO U., 1979, *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Bompiani, Milano.
- FREUD S., 1905, *Il motto di spirito e la sua relazione con l'inconscio*; trad. it. *Opere di Sigmund Freud*, Torino, Boringhieri, vol. 5.
- FRY F. W., 2001, *Una dolce follia*, Cortina, Milano.
- GRICE H. P., 1978, "Logica e conversazione", in Sbisà, *Gli atti linguistici*, Feltrinelli, Milano.
- GULAS C. S., WEINBERGER G., 2006, "Humor in Advertising – A Comprehensive Analysis. New humor on advertisement effectiveness: a contingency approach", in *Journal of Advertising*, 26, 17–33.
- HINO Y., PEXMAN P. M., LUPKER S. J., 2006, "Ambiguity and relatedness effects in semantic tasks: Are they due to semantic coding?", in *Journal of Memory Language*, 55, 247-273.
- KLEIN D. E., MURPHY G. L., 2001, "The representation of polysemous words", in *Journal of Memory and Language*, 45, 259-282.
- KOESTLER A., 1975, *L'atto della creazione*, Roma, Ubaldini.
- KOTTHOFF H., 2005, "Pragmatics of performance and the analysis of conversational humor", in *Humor*, Special issue on cognitive humor research, ed. K. Feyaerts.
- LEECH G., 1983, *Principles of pragmatics*, London, Longman.
- LEVINSON S. C., 2000, *Presumptive meanings*, Cambridge, MIT Press, MA.
- MARZOTTA P., 2002, *Europa, lingue e istruzione primaria. Plurilinguismo per il bambino italiano-europeo*, UTET, Torino.
- MORTARA GARAVELLI B., 1988, *Manuale di retorica*, Bompiani, Milano.
- MIZZAU M., 1998, *Storie come vere. Strategie comunicative in testi narrativi*, Feltrinelli, Milano.
- NEWMAN M., 2004, *The 22 Irrefutable Laws of Advertising (and When to Violate Them)*, Singapore, Wiley.
- NORRICK N. R., 2006, "Humor in Language", in *Encyclopedia of Language and Linguistics*, 425-426.

- OLBRECHT-TITEKA L., 1977, *Il comico del discorso*, Feltrinelli, Milano.
- POTTIER B., 1987, *Théorie et analyse en linguistique*, Hachette, Parigi.
- PRIEGO-VALVERDE B., 2001, *C'est du lardo ou du cochon? : Lorsque l'humour opacifie la conversation familière*, Université de Provence.
- RASKIN V., 1985, *Semantic Mechanisms of Humor*, D. Reidel, Dordrecht/Boston/Lancaster.
- SIMONE R. (a cura di), 1990, *Fare scuola col linguaggio*, La Nuova Italia, Firenze.
- SPERBER D., WILSON D., 2001, *Relevance: Communication and Cognition[M]*, 2nd ed. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press. Blackwell Publishers Ltd.
- SPERBER D., WILSON D., 1984, *Relevance: Communication and Cognition*, Blackwell, Oxford.
- SPOTTS H. E., WEINBERGER M. G., PARSONS A. L., 1997, "Assessing the use and impact of humor on advertising effectiveness. A contingency approach", in *Journal of Advertising*, 26, 3.
- SULS J. M., 1972, "A two-stage model for the appreciation of jokes and cartoons: An information processing analysis", in GOLDSTEIN J. H., MCGHEE P. E. (a cura di), *The psychology of humor: Theoretical perspectives and empirical issues*, Academic Press, New York.
- TANAKA K., 1994, *Advertising Language*, Routledge, London.
- VAN DIJK, T. A., 1980, *Textwissenschaft. Eine interdisziplinäre Einführung*, DTV, München.
- YAN, LIN-QIONG, 2007, *Pragmatic Interpretation of Humor Production and Comprehension*, China Foreign Language, 2007, Volume 5, No.4, ISSN 1539-8080 (Serial No. 43), USA.

**SAŽETAK**

*PROUČAVANJE VICEVA ZA PRAGMATIČNU MEĐUKULTURALNU KOMPETENCIJU* – U ovom se eseju analiziraju mehanizmi i karakteristike viceva koji su nedovoljno proučena vrsta komunikacije kao i skromno korištena u poučavanju jezika društvene sredine. Humor je jedan od važnijih oblika svakodnevne komunikacije, pa tako i u školstvu. Nesposobnost prakticiranja komunikacije kroz humoristički aspekt često je povezana s nedostatnim međukulturalnim kompetencijama učenika. Vicevi, usprkos njihovoj prividnoj jednostavnosti, prate čvrsta pravila koja omogućavaju njihovo funkcioniranje, a to je i predmet rasprave ovog eseja. Cilj je predložiti pragmatičnu analizu humorističnih poruka da bi se obrazložio način na koji ih primatelji tumače te do kojih se zaključaka dolazi da bi se opravdao posljednji čin, a to je smijeh. U djelu su istaknuta neka formalna obilježja viceva kao što su naprimjer korištenje sadašnjeg vremena i dijaloga, iskorištavanje implicitne dimenzije i završna rečenica koju karakterizira trenutna konciznost.

Ključne riječi: vicevi, međukulturalna kompetencija, pragmatična sposobnost, implicitan.

**POVZETEK**

*TUDIJA SMEŠNIC ZA MEDKULTURNE PRAGMATIČNE KOMPETENCE* - V razpravi je prikazana raziskava mehanizmov in lastnosti smešnice, redko preučevane komunikacijske zvrsti, predvsem pa malo uporabljane pri poučevanju tujega jezika. Duhovitost je ena od najpomembnejših oblik vsakodnevne, nedvomno tudi šolske komunikacije. Nezmožnost komuniciranja brez humorističnih vidikov je pogosto posledica pomanjkljive medkulture kompetence učencev. Kljub svoji navidezni enostavnosti pa smešnica sledi strogim pravilom, ki omogočajo njeno učinkovitost in ki jih obravnava študija. Njen namen je ponuditi pragmatično analizo duhovitih sporočil, s katero je mogoče razložiti, kako ta sporočila interpretira prejemnik in na podlagi katerih sklepov upraviči končni element, torej smeh. Razprava v prvi vrsti prinaša nekaj oblikovnih lastnosti zvrsti smešnice, kot je uporaba sedanjega časa in premega govora ter implicitne dimenzije, kar vodi do

vrhunca šale, za katerega je značilna trenutna zgoščenost.

Ključne besede: smešnica, medkulturna kompetenca, pragmatična kompetenca, implicitno.

#### ABSTRACT

*THE STUDY OF JOKES: FOR AN INTERCULTURAL PRAGMATIC COMPETENCE* – The paper analyses the mechanisms and characteristics of the joke, a communicative genre which has been poorly investigated and rarely used in second language teaching. Humor is one of the most important forms of daily and school communication. The inability to practice communication devoid of humorous aspects can often be explained by students' low intercultural competence. Although apparently simple, jokes must comply with strict rules in order to function and this will be discussed in this paper. The aim is to present a pragmatic analysis of humorous messages which will explain how they are perceived by the receiver and what inferences are made in order to justify their final element-laughter. The paper emphasizes some formal characteristics of the joke as a genre, the use of a present tense and direct speech, the use of the implicit dimension, and finally the punch line, characterized by instantaneous conciseness.

Key words: joke, intercultural competence, pragmatic competence, implicit.