

Francisco Yus (2016). *Humour and Relevance*

Casa Editrice: John Benjamins Publishing Company, Amsterdam/Philadelphia.

[367 pp., E 99,00]

Carla Canestrari

Università di Macerata

Dipartimento di Scienze della Formazione, dei Beni Culturali e del Turismo

E-mail: carla.canestrari@unimc.it

Book Review

Ricevuto il 11 dicembre 2019; accettato il 20 dicembre 2019

Il libro “Humour and Relevance” è stato pubblicato dalla prestigiosa casa editrice John Benjamins, nella collana “Topics in Humor Studies”, dedicata interamente agli studi sull'umorismo. La sede di pubblicazione fa già prefigurare l'elevato valore scientifico del libro che viene confermato dall'analisi dei suoi contenuti. Quanto all'autore, Francisco Yus è sicuramente lo studioso maggiormente associato all'applicazione della teoria della pertinenza di Sperber e Wilson (1986) ai testi e contesti umoristici. Infatti, sul tema ha scritto svariati contributi, alcuni dei quali, rielaborati e arricchiti, sono confluiti organicamente nel libro oggetto di recensione (solo a titolo esemplificativo ricordiamo Yus 1997, 2004, 2008, 2012, 2013).

L'obiettivo -pienamente raggiunto- di “Humour and Relevance” è offrire una prospettiva pragmatico-cognitiva sulla produzione e interpretazione di testi umoristici, applicabile a diversi tipi di testo umoristico. I primi due capitoli del libro sono dedicati alla presentazione della teoria della pertinenza – teoria di cui si trova una ricchissima e costantemente aggiornata raccolta bibliografica curata da Francesco Yus nel sito <https://personal.ua.es/francisco.yus/rt.html> - e alla sua applicazione in ambito umoristico. Il focus è sulle inferenze che produttori e fruitori di testi umoristici devono costruire o prefigurare per dare vita a uno scambio comunicativo umoristico. Le inferenze sono definite come meccanismi mentali atti a produrre interpretazioni di un testo pertinenti con quanto espresso attraverso il testo e con il contesto (incluso quello culturale) in cui esso e gli interagenti si collocano. Ciò è possibile in quanto le inferenze colmano dei vuoti informativi tra quanto si intende esprimere e ciò che effettivamente viene espresso, tra ciò che viene effettivamente espresso e quanto il suo fruitore interpreta. A tale capacità inferenziale ci affidiamo ogni qual volta produciamo un testo umoristico o di qualsiasi altra natura. Il testo umoristico, per caratteristiche sue proprie, rappresenta uno spazio che forse più di altre tipologie di testo fa leva sulle inferenze, ad esempio per conferire l'effetto sorpresa, che è una delle componenti tipiche dell'apprezzamento umoristico. Nel concetto di inferenza risiede il connotato cognitivo, quindi la radice psicologica, che caratterizza la teoria della pertinenza.

Dall'applicazione dell'apparato teorico della teoria della pertinenza alla comunicazione umoristica proposta da Yus scaturiscono: un interessante dibattito con le principali teorie linguistiche e/o cognitive dell'incongruità e della risoluzione e una loro rivisitazione (capitolo 3); una tassonomia di barzellette basata su un innovativo modello comunicativo umoristico (capitolo 4); una riflessione sulle implicazioni nell'ambito della traduzione di testi umoristici (capitolo 7); infine, puntuali analisi di diversi tipi di testo

umoristico, dai monologhi comici (capitolo 5) alle conversazioni umoristiche (capitolo 10), passando per l'ironia, le vignette, le pubblicità umoristiche (rispettivamente capitoli 6, 8, 9).

L'applicazione della teoria della pertinenza all'umorismo operata da Yus non è l'unica nel panorama degli studi sull'umorismo. In merito a ciò, puntuali revisioni di tali applicazioni sono proposte, ad esempio, da Biegajlo (2017) e Wieczorek (2019), ma l'applicazione elaborata da Yus ha il pregio di aver aperto tale strada di ricerca, di offrire una più sistematica applicazione a diversi ambiti umoristici e una più convincente argomentazione in relazione alle teorie umoristiche basate sull'incongruità e la risoluzione, che rappresentano il paradigma dominante nello studio linguistico e/o cognitivo dell'umorismo. Successivamente al 2016, anno di pubblicazione di "Humour and Relevance", la ricerca di Yus sulla pertinenza e l'umorismo è proseguita con ulteriori studi (2017, 2018), a testimonianza della ricchezza del filone di ricerca. Il libro è di sicuro interesse per gli studiosi del tema specifico e per tutti coloro che si interessano di umorismo da un punto di vista pragmatico, cognitivo, linguistico, sociologico e comunicativo.

Bibliografia

- Biegajlo, M. (2017). 'To classify or not to classify?' -A critical survey and quantitative analysis of relevance-theoretic classifications of jokes. In A. Piskorska & E. Walaszewska (Eds), *From Discourse to Morphemes. Applications of Relevance Theory* (pp.223-243). Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Sperber, D., & Wilson, D. (1986). *Relevance: Communication and cognition*. Oxford: Blackwell.
- Wieczorek, M. (2019). *Humour in relevance theory: A pragmatic analysis of jokes*. Siedlce: Scientific Publishing House of Siedlce University of Natural Sciences and Humanities.
- Yus, F. (1997). La teoría de la relevancia y la estrategia humorística de la incongruencia-resolución. *Pragmalingüística*, 3-4, 497-508.
- Yus, F. (2004). Pragmatics of humorous strategies in El club de comedia. In R. Márquez-Reiter & M.E. Placencia (Eds), *Current trends in the pragmatics of Spanish* (pp.320-344). Amsterdam: John Benjamins.
- Yus, F. (2008). A relevance-theoretic classification of jokes. *Lodz Papers in Pragmatics*, 4(1), 131-157.
- Yus, F. (2012). Relevance, humour and translation. In E. Walaszewska & A. Piskorska (Eds.), *Relevance theory: More than understanding* (pp. 117-145). Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholar.
- Yus, F. (2013). Analyzing jokes with the Intersecting Circles Model of humorous communication. *Lodz Papers in Pragmatics*, 9(1), 3-24.
- Yus, F. (2017). Incongruity-resolution cases in jokes. *Lingua*, 197, 103-122.
- Yus, F. (2018). Positive non-humorous effects of humor on the Internet. In V. Tsakona & J. Chovane (Eds), *The dynamics of interactional humor. Creating and negotiating humor in everyday encounters* (pp.283-304). Amsterdam: John Benjamins.

Biografia

Carla Canestrari

Carla Canestrari, Ph.D., è ricercatrice in Psicologia generale presso l'Università di Macerata. È membro dell'*International Society for Humor Studies* (ISHS) e collabora con il gruppo di ricerca *Experimental Phenomenology of Perception* (<http://www.dsu.univr.it/?ent=grupporic&id=211>). I suoi principali interessi di ricerca riguardano i processi percettivi, cognitivi e comunicativi implicati nella comprensione di testi umoristici e ironici.