

La risposta emotiva all'umorismo sul Covid-19: i risultati di un'indagine italiana

[The emotional correlates of Covid-19 humor: an Italian investigation]

Luca Bischetti^{1*}, Paolo Canal¹ e Valentina Bambini¹

¹ *Scuola Universitaria Superiore IUSS Pavia*

*E-mail: luca.bischetti@iusspavia.it

Original article

Ricevuto il 11 Giugno 2021; accettato il 16 Luglio 2021

ABSTRACT

IT Anche durante la pandemia di Covid-19 il mondo ha spesso preso la situazione con umorismo. Nuove forme comiche ispirate al virus sono state create e diffuse fin dall'inizio del 2020. Questo contributo discute i risultati principali di un nostro precedente lavoro (Bischetti et al., 2021, *Lingua*) condotto durante la prima ondata pandemica e incentrato sulla risposta emotiva all'umorismo sul Covid-19. I risultati dello studio hanno mostrato che le forme comiche legate al Covid-19 non apparivano più divertenti degli stimoli su temi generali, ma al contempo erano caratterizzate da una marcata sensazione di disturbo. Sui giudizi di divertimento e disturbo, inoltre, influivano l'età e l'uso dell'umorismo come meccanismo di coping. La ricerca ha rivelato che non tutti percepiscono allo stesso modo l'umorismo sul Covid-19, che anzi per alcuni può risultare particolarmente disturbante. Questi dati arricchiscono la letteratura sull'umorismo nero, ponendo l'accento sulle differenze individuali nella risposta emotiva all'umorismo ispirato al Covid-19.

Parole chiave: Umorismo Covid-19; Umorismo nero; Meme; Divertimento; Disturbo; Coping

EN During the Covid-19 outbreak, the world often saw the humorous side of the pandemic. New forms of humor inspired by Covid-19 were created and shared since early 2020. This paper presents and discusses the main results of our previous work (Bischetti et al., 2021, *Lingua*), carried out during the first pandemic wave and focused on the emotional reaction to Covid-19 inspired humor. Results showed that Covid-19 humor was not rated as funnier than humor forms paying on heterogenous themes, yet was characterized by a pronounced aversive response. Furthermore, the ratings of funniness and aversiveness were influenced by age and the use of humor as a coping strategy to deal with difficulties. In sum, our research revealed that not everybody enjoys Covid-19 humor, which can actually appear especially aversive for some. These findings expand the literature about dark humor, emphasizing the role of individual differences in the appreciation of Covid-19 humor.

Key words: Covid-19 humor; Dark humor; Memes; Funniness; Aversiveness; Coping

1. Introduzione

1.1 L'umorismo sul Covid-19: la genesi di un nuovo ciclo di dark humor

Nel marzo 2020 l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha annunciato che l'epidemia del Coronavirus SARS-CoV-2 poteva essere considerata una pandemia¹. I primi due casi confermati dell'infezione in Italia risalgono al 30 gennaio 2020, mentre le prime misure di contenimento locale sono state implementate nel mese di febbraio 2020², fino a culminare nelle misure di gestione dell'emergenza epidemiologica contenute nel Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri dell'8 marzo 2020³. Ancor prima della totale comprensione da parte della popolazione mondiale (e italiana) dei rischi legati a questa pandemia, e non appena registrati i primi casi sul nostro territorio nazionale, sui social media sono iniziati a circolare contenuti legati al Coronavirus di stampo umoristico (Vicari & Murru, 2020).

L'umorismo legato a eventi tragici, come per il caso della pandemia da Coronavirus, viene creato e condiviso con estrema rapidità, contemporaneamente allo sviluppo e alla narrazione dei fatti, e generalmente si ispira ai temi più scottanti della situazione corrente. Pertanto, si può definire come una forma di umorismo nero, quel tipo di umorismo basato su temi come la morte o argomenti di natura morbosa e agghiacciante che spesso fa scattare una risata amara. Si può inoltre parlare di "ciclo" umoristico, poiché ci si riferisce a battute, meme e vignette sul Covid-19 che oltre a condividere i temi di fondo, sono state create in un lasso di tempo circoscritto (per una rassegna storica sui joke cycle, si veda Attardo, 2001). La pandemia da Coronavirus non appare altro che un tragico generatore di un nuovo ciclo umoristico, come accaduto dopo gli attentati terroristici dell'11 settembre 2001 (James, 2014), o in tempi ben più lontani come la diffusione della peste (Groves, 2011) o della influenza spagnola (Lobanov, 2020).

Catherine Davies ha ipotizzato che l'origine delle forme di umorismo legate a tragedie o eventi catastrofici sia anche una conseguenza della copertura mediatica data a tali eventi (Davies, 2003), capillare e massiccia anche durante la pandemia causata dal Coronavirus. In un'ottica più generale, recenti studi hanno dimostrato che la narrazione mediatica continua e assillante gioca un ruolo rilevante sulla percezione dell'emergenza pandemica, con aumenti di stress e ansia (Garfin, Silver, & Holman, 2020). In questo contesto, e in modo simile quanto accaduto nel passato, l'umorismo è una possibile via di salvezza (Fessell, 2020). Già descritto come "[...] il più potente meccanismo di difesa" (Freud, 1960), l'umorismo espleta diverse funzioni che impattano sul benessere fisico e mentale, sulla qualità della vita e sulla percezione degli eventi. Ad esempio, l'uso dell'umorismo o la presentazione di elementi comici può aiutare a superare momenti stressanti (Fritz, Russek, & Dillon, 2017) o a mitigare gli effetti più negativi di tali momenti (Pietrantonio & Dionigi, 2006). Più in generale, l'uso dell'umorismo e l'esperienza di situazioni comiche supporta il benessere mentale ed emotivo (Borcherdt, 2002; Dionigi & Canestrari, 2018), ha un effetto benefico sulle condizioni di salute e sullo stato d'animo (Marziali, McDonald, & Donahue, 2008; Vagnoli & Dionigi, 2019) e permette una valutazione più positiva delle esperienze e della qualità della vita (Dionigi, Duradoni, & Vagnoli, 2021; Nezelek, Derks, & Simanski, 2021; Ruch, Hofmann, Rusch, & Stolz, 2018). Prendendo in considerazione la massiccia esposizione mediatica alle notizie sulla pandemia e i diversi meccanismi espletati dall'umorismo, recenti studi hanno

¹ <https://www.epicentro.iss.it/coronavirus/sars-cov-2> (pagina visitata il 20 maggio 2020)

² <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2020/02/25/20A01273/sg> (pagina visitata il 20 maggio 2020)

³ <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2020/03/08/20A01522/sg> (pagina visitata il 20 maggio 2020)

descritto i motivi che hanno spinto le persone a far ricorso all'umorismo: ad esempio, per portare una voce collettiva nel dibattito pubblico (Sebba-Elran, 2021) o per esporre opinioni rispetto alle imposizioni e restrizioni dettate dai governi (Cancelas-Ouviña, 2021) o per commentare sulle diseguaglianze create in seguito alla pandemia (Outley, Bowen, & Pinckney, 2021).

1.2 Le ricerche sull'umorismo ispirato al Covid-19: contenuti e apprezzamento

Nel contesto degli studi scientifici sull'umorismo legato al Covid-19, la maggior parte dei lavori ha avuto come scopo principale quello di descrivere i contenuti di queste forme nuove e creative, specialmente durante la prima ondata del 2020 (Glăveanu & de Saint Laurent, 2021; Torres, Collantes, Astrero, Millan, & Gabriel, 2020). Infatti, molti lavori si sono focalizzati sulla descrizione dei tratti che caratterizzano le battute e i meme sul Coronavirus: lo sfondo dei messaggi umoristici dipinge in larga misura la situazione caratterizzata da restrizioni e imposizioni, spesso commenta sulle esperienze di vita e sui cambi di abitudine durante la pandemia da Covid-19, o propone astutamente una rianalisi di idee e prospettive (o "voci") prese dalle discussioni sul Covid-19, sia costruttive che marcate dall'intento di mettere in ridicolo i protagonisti dietro tali voci (Chłopicki & Brzozowska, 2021; Dynel, 2021; Norstrom & Sarna, 2021; Pulos, 2020). Al contrario, i lavori che hanno esaminato la risposta emotiva o l'apprezzamento dell'umorismo ispirato al Covid-19 sono rari (tra i pochi lavori, si veda Strick, 2021 e Olah & Ford, 2021). Questa distribuzione non è inusuale: nell'analisi dei precedenti cicli di umorismo ispirati a tragedie coeve, gli studi si sono focalizzati sulla descrizione dei meccanismi e dei temi coinvolti, e più raramente sulla quantificazione della portata comica, della comprensione, o della percezione di disturbo associata a questi stimoli (Dundes, 2017).

Nella precedente letteratura scientifica sull'umorismo si possono però rintracciare alcuni studi che hanno indagato la percezione dell'umorismo nero, che per fattori contenutistici è molto simile alle declinazioni dell'umorismo legato al Covid-19. Appare chiaramente che le forme di humor basate su temi come la morte, i disastri, la disabilità e le malattie sono generalmente valutate come meno divertenti e più disturbanti dell'umorismo più leggero (o su temi generici e non tendenziosi), e che alcuni fattori demografici e di personalità regolano la risposta emotiva al dark humor (per una trattazione più estesa, si veda Martin & Ford, 2018). Risultano tuttavia pochissimi gli studi che abbracciano le diverse fonti di variabilità individuale (un'eccezione è rappresentata da Forabosco, Dionigi, Cioni, & Heintz, 2020), e necessariamente meno quelli che si focalizzano su un fenomeno recente come l'umorismo sul Covid-19.

Da questo scenario nasce lo studio condotto dal nostro gruppo (Bischetti, Canal, & Bambini, 2021), che si concentrava sulla risposta emotiva all'umorismo ispirato al Covid-19, più che sulla descrizione dei suoi contenuti. Questo contributo ha lo scopo di discutere i risultati principali di tale lavoro, sviluppando le sue implicazioni e proponendo nuove direzioni di ricerca.

2. Lo studio sperimentale: Bischetti, Canal e Bambini (2021)

Lo studio di Bischetti et al. 2021 si caratterizza per aver incluso una valutazione dell'apprezzamento dell'umorismo legato al Covid-19 nelle dimensioni del divertimento (o della comicità, dall'inglese *funniness*) e del disturbo (dall'inglese *aversiveness*), arricchita da una analisi che prendeva in considerazione l'effetto di una serie di caratteristiche demografiche e di tratti psicologici. Lo studio è stato condotto durante la prima ondata della pandemia in Italia (marzo 2020), coinvolgendo partecipanti distribuiti sull'intero territorio nazionale. Vengono sotto riassunti i principali aspetti dei metodi sperimentali. Per una descrizione più dettagliata, il lettore può riferirsi a Bischetti et al. (2021).

2.1 Partecipanti

Sono stati coinvolti 1903 partecipanti, reclutati tramite social media e contatti personali. L'analisi è stata ristretta poi ad un campione di 1751 individui, parlanti di italiano e che rispettavano un criterio di inclusione geografico, ovvero quello di risiedere in Italia al momento della compilazione. Sono stati esclusi i parlanti di italiano che hanno compilato il questionario mentre risiedevano in altre nazioni.

2.2. Strumenti

Per valutare gli effetti dell'umorismo sul Covid-19 e studiarli nel contesto della pandemia globale sono state scelte forme di umorismo ispirato alla situazione pandemica sia in forma verbale (brevi battute) che multimodale (meme, ossia immagini o fotografie con testo, o strisce umoristiche). La selezione dei materiali è stata operata partendo da social media ampiamente usati per la condivisione e la fruizione di forme comiche (Facebook e Instagram). Tutti gli stimoli inclusi nell'esperimento erano caratterizzati dalla presenza di un'incongruenza tra le aspettative contestuali e il finale della battuta o la parte testuale degli stimoli multimodali, proprietà tipica dell'umorismo (Forabosco, 1992, 2008). Per la selezione dei materiali da Facebook, abbiamo limitato la nostra ricerca ad una serie di pagine che condividono materiale di stampo comico con un alto numero di followers.

Da queste pagine sono stati scelti tre tipi di item sperimentali, differenziati sulla base del contenuto trattato e del formato adottato. Per quanto riguarda il contenuto, 2/3 degli stimoli erano legati al Covid-19, mentre i rimanenti rappresentavano una serie di tematiche generali e slegate dall'emergenza pandemica. Per quanto riguarda il formato, gli stimoli inclusi erano sia verbali che multimodali. Nello specifico, il primo tipo (Verbale Covid-19) includeva brevi battute esclusivamente verbali con commenti spiritosi su aspetti leggeri legati alle nuove abitudini ("Io comunque mi lavavo le mani ancora prima che diventasse di moda") o considerazioni divertenti su aspetti legati alla quarantena ("Ricordatevi che alla fine della prima settimana chiusi in casa bisogna fare le nomination"; per altri esempi, si veda Fig. 1A). Il secondo tipo (Verbale non Covid-19) comprendeva una serie di battute esclusivamente verbali con commenti spiritosi che giocavano su aspetti leggeri di vario tipo e scollegati dalla pandemia ("Sono uscito a fare un giro per i saldi. Vista la mia disponibilità economica l'unica cosa che ho preso è il freddo") e freddure ("Sto imparando a leggere la mano. Ho appena finito l'indice"; per altri esempi, si veda Fig. 1B). Essendo strutturalmente simili alle battute sul Covid-19, questo tipo di stimoli è stato usato come punto di riferimento per valutare le differenze rispetto alle due dimensioni dell'apprezzamento. Il terzo tipo (Meme) includeva immagini accompagnate da testo che creavano situazioni comiche sui comportamenti tenuti durante le prime fasi della pandemia o alle conseguenze del lockdown (per un esempio, si veda Fig. 1C). Il quarto tipo (Strisce) includeva strisce di vignette di stampo umoristico sul coronavirus⁴, disegnate da un cantante e fumettista italiano, Davide Toffolo. Questi stimoli avevano una veste riconoscibile e autoriale ritraente il virus in fattezze antropomorfe (faccia con occhi e ghigno) che commenta in modo derisorio ("A me Milano è piaciuta davvero") e offensivo ("Solo i single sopravvivranno") le conseguenze più gravi e drammatiche della pandemia da Covid-19 (per un esempio, si veda Fig. 1D).

Per ciascuno stimolo veniva chiesto di esprimere un giudizio su due dimensioni: divertimento, su scala a sette punti da 0 (per niente divertente) a 6 (molto divertente), e disturbo, su scala a sette punti da

⁴ Tutte le Vignette Covid sono opere grafiche sono una gentile concessione dell'autore, Davide Toffolo, e posso essere trovate nella sua pagina Instagram (<https://www.instagram.com/davideltofo/>, pagina visitata il 20 maggio 2020) o nel suo libro *Andrà tutto benino*, edito da La Tempesta.

0 (per niente disturbante) a 6 (molto disturbante) (in linea con i metodi riassunti in Ruch, 1992). Le etichette sono state utilizzate seguendo precedenti adattamenti dall'originale lavoro in lingua tedesca all'italiano (come riportato in Forabosco, 2020).

Aderendo al paradigma dell'Open Science, tutti gli stimoli umoristici sono stati caricati in un archivio online gestito dagli autori, ospitato sulla piattaforma online osf.io, e sono liberamente consultabili e fruibili per altri studi (al link <https://osf.io/gj52h/>).

Figura 1. Esempi di item sperimentali per i quattro tipi di umorismo.



2.3 Procedura

Dal punto di vista metodologico, l'esperimento è stato lanciato su una piattaforma online e distribuito sull'intero territorio nazionale. La raccolta dati è iniziata il 18 marzo 2020 e si è conclusa il 31 marzo dello stesso anno, collocandosi quindi nel periodo più drammatico dell'esplosione pandemica in Italia. A ciascun partecipante è stato chiesto di indicare una serie di dati demografici, tra cui età anagrafica e genere. Inoltre, ogni partecipante ha completato un test per misurare l'uso dell'umorismo nell'affrontare situazioni stressanti (Coping Humor Scale, CHS, di Martin e Lefcourt, 1983), in traduzione italiana). Infine, ai partecipanti è stato presentato il compito di giudizio dei materiali umoristici descritto sopra.

3. I risultati dello studio

I risultati hanno mostrato che i diversi tipi di umorismo raggiungono diversi livelli di divertimento e di disturbo. Partendo dal divertimento, abbiamo riscontrato che la valutazione dei materiali non dipende solamente dal contenuto (legato o meno al Covid-19) o dal formato (verbale vs. multimodale). I materiali verbali hanno raggiunto livelli simili di divertimento indipendentemente dal fatto che il contenuto fosse legato alla pandemia oppure basato su tematiche generali. I meme, invece, hanno ricevuto valori di divertimento più alti rispetto alle battute esclusivamente verbali, mentre le strisce umoristiche sono state valutate come meno divertenti degli altri tipi di umorismo presentato, dato anche il loro gusto prettamente amaro.

Per quanto riguarda la valutazione del disturbo, abbiamo osservato che questo è influenzato dal contenuto legato alla pandemia e alle sue conseguenze. Difatti, tutti i tipi di umorismo basato sul Covid-19 hanno ricevuto valori di disturbo più alti rispetto agli stimoli umoristici su temi non legati all'emergenza pandemica. Inoltre, la distribuzione delle risposte per ciascun tipo di humor sul Covid-19 ha mostrato diversi livelli di disturbo: i partecipanti hanno valutato i meme con valori medi di disturbo più bassi rispetto alle battute verbali sulla pandemia e alle strisce umoristiche che ritraggono il virus. Le strisce umoristiche basate sulle conseguenze più gravi e drammatiche della pandemia sono risultate il tipo di umorismo più disturbante.

Le Figure 2 e 3 ripropongono i risultati dello studio mostrando, per ciascun tipo di stimolo, la frequenza delle risposte nelle dimensioni del divertimento e del disturbo.

Figura 2. Risultati nella dimensione del divertimento. Per ciascun tipo di umorismo, è rappresentata la proporzione di risposta per ciascuno dei valori della scala utilizzata per valutare la dimensione positiva dell'apprezzamento, cioè il divertimento (da 0 a 6).

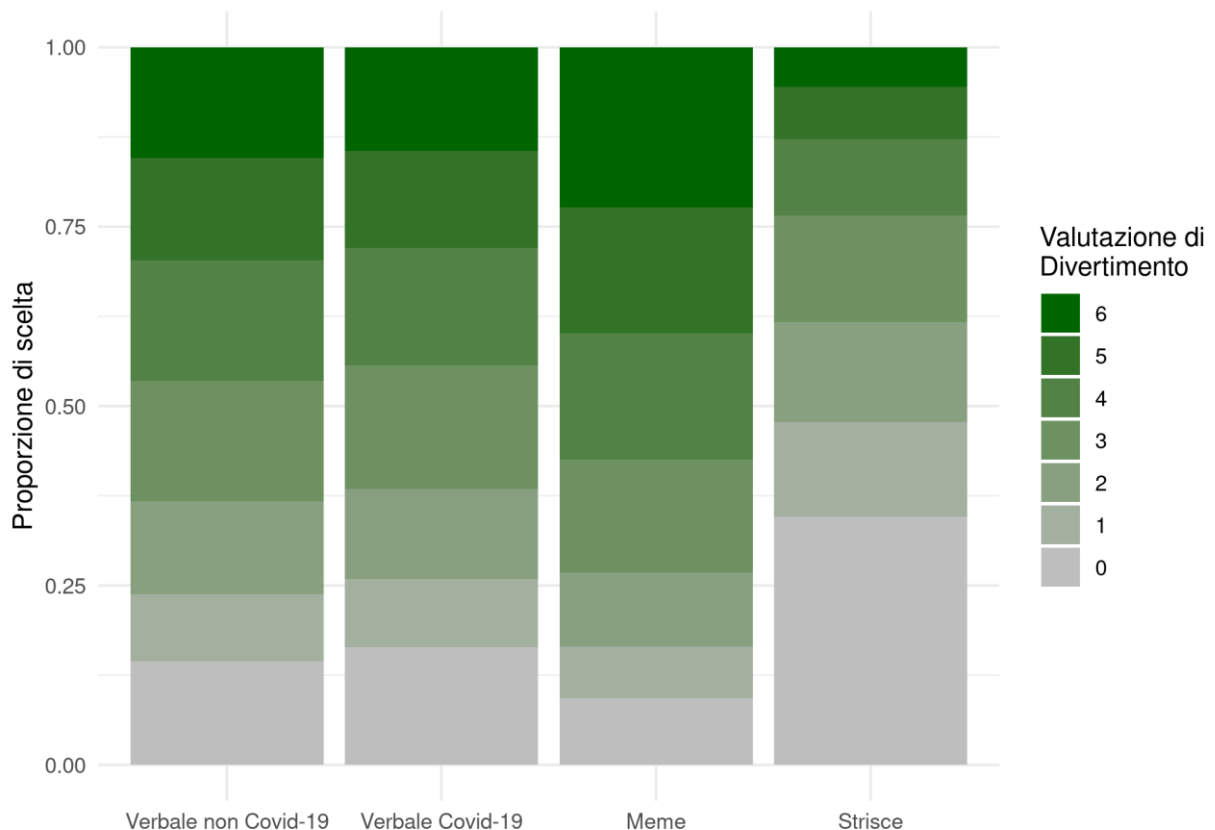
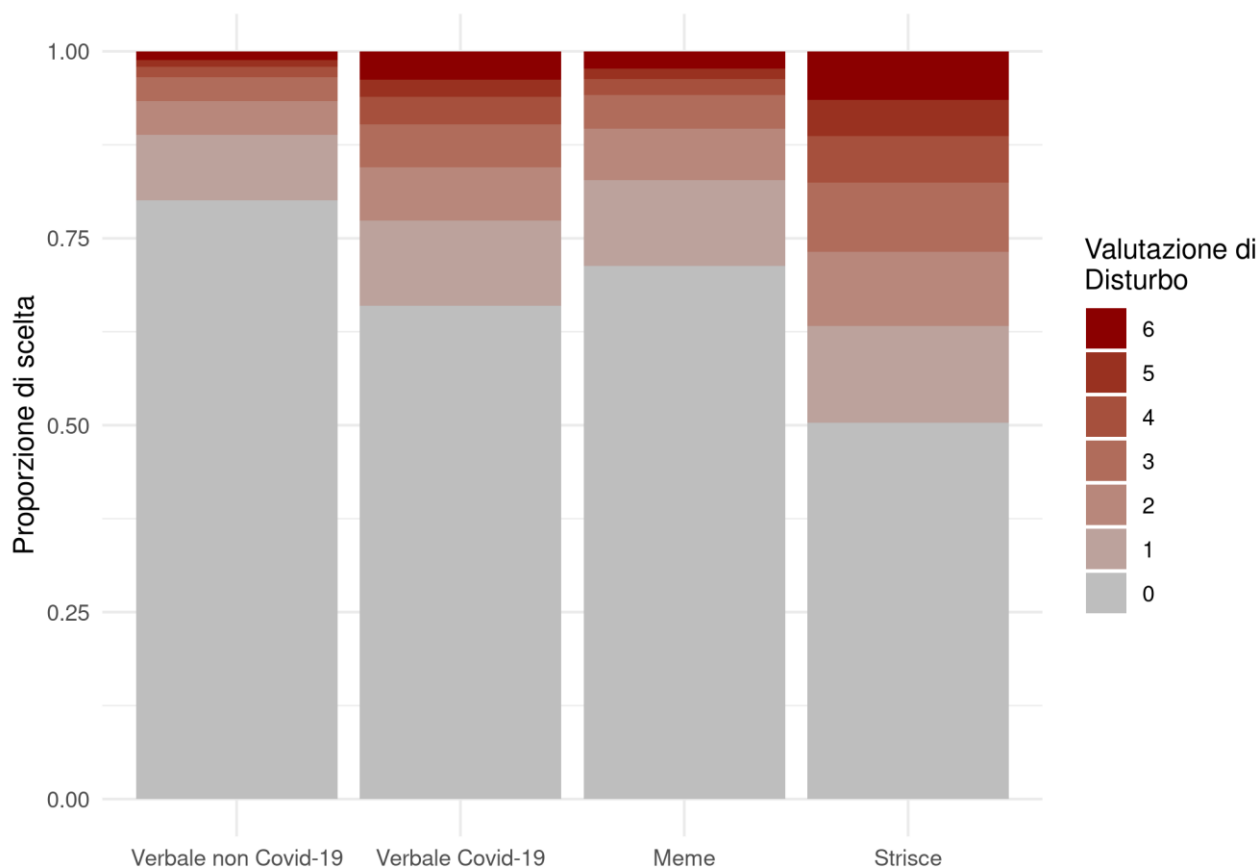


Figura 3. Risultati nella dimensione del disturbo. Per ciascun tipo di umorismo, è rappresentata la proporzione di risposta per ciascuno dei valori della scala utilizzata per valutare la dimensione negativa dell'apprezzamento, cioè il disturbo (da 0 a 6).



Per quanto riguarda la variazione dell'apprezzamento imputabile alle differenze individuali, abbiamo osservato effetti legati all'età anagrafica e all'uso dell'umorismo come strategia di coping (misurato con la scala CHS). Nello specifico, i soggetti più anziani hanno assegnato giudizi di divertimento più alti rispetto alle fasce d'età più giovani solamente ai materiali verbali non legati alla pandemia, mentre non è emerso nessun effetto dell'età anagrafica sull'umorismo legato al Covid-19. I punteggi ottenuti nella scala CHS, invece, hanno influenzato in modo positivo entrambe le dimensioni dell'apprezzamento: più le persone hanno indicato di utilizzare l'umorismo in situazioni stressanti (aumento di punteggi CHS) e più valutavano come divertenti e al tempo stesso meno disturbanti le battute sul Covid-19.

In sintesi, l'umorismo legato al Covid-19 non risulta essere in generale più divertente delle forme comiche su temi generali e slegati dalla pandemia, ma al tempo stesso si caratterizza per una netta risposta di disturbo, amplificata nelle persone che utilizzano di meno l'umorismo come strategia di coping.

4. Conclusioni e direzioni future

La pandemia da Coronavirus ha creato un'occasione di studio per una serie di fenomeni psicologici, linguistici e sociali senza precedenti. La comunità scientifica ha colto tale occasione: non solo la medicina ha studiato nel dettaglio il virus, le sue dinamiche e i modi per contrastarne la diffusione, ma nell'ultimo anno anche le scienze sociali hanno largamente esplorato la risposta psicologica al virus, così come la sua comunicazione e il suo impatto sulla società.

L'interesse sui fenomeni linguistici legati al Covid-19, ad esempio, ha dato alla luce una serie di contributi sull'uso di diversi tipi di metafore per descrivere le azioni da intraprendere per limitare le conseguenze della pandemia, come l'uso di diversi frame metaforici e i loro effetti (Panzeri, Di Paola, & Domaneschi, 2021; Semino, 2021; Wicke & Bolognesi, 2020). Da una breve rassegna dei lavori disponibili, sembra che l'umorismo legato al Covid-19 abbia ricevuto ancor più attenzione delle metafore sul Covid-19 (si veda a tal proposito lo Special Issue proposto dalla rivista HUMOR, riassunto nell'editoriale di Olah & Hempelmann, 2021). Questo interesse ha portato a un sorprendente numero di studi di classificazione e categorizzazione delle forme comiche legate alla pandemia, specialmente per quelle condivise sui social media. Seppur ricca, tale letteratura ha indagato solo marginalmente la risposta emotiva all'umorismo sul Covid-19, che invece è al centro dello studio da noi condotto e sopra descritto.

Che cosa sappiamo, quindi, sull'apprezzamento dell'umorismo ispirato al Covid-19? Dai nostri risultati si può concludere che gli stimoli umoristici sul Covid-19 non hanno mostrato un comportamento omogeneo nella dimensione del divertimento. Tra i quattro tipi di umorismo testati spiccano i meme. Il divertimento in risposta a questi stimoli è risultato più alto: è probabile che il formato, uno dei più utilizzati sul web al giorno d'oggi, e i contenuti generalmente bonari e senza caratterizzazioni estremamente negative (come per le battute ispirate al Covid-19) abbiano interagito nelle valutazioni. Un'immagine accompagnata da un breve testo sembra essere in grado di evocare emozioni più forti per quanto riguarda i livelli di divertimento, aiutando a superare il disturbo legato alle tematiche più tette. Al contrario, le strisce di vignette sul Covid-19 sono risultate gli stimoli meno divertenti: da una attenta analisi, emerge infatti che queste forme includono i commenti più negativi sui temi più delicati. La risposta emotiva risente quindi sia delle caratteristiche contenutistiche sia del formato del singolo elemento umoristico, con un possibile peso specifico maggiore dei temi trattati nella battuta o nel meme. Questa conclusione è rafforzata dai risultati descritti per la dimensione negativa del disturbo: in questo caso, gli stimoli legati al Covid-19 sono stati valutati come più disturbanti, per il tema a cui facevano riferimento. La gradazione delle valutazioni ottenute, tuttavia, rivela che per i meme e per le battute verbali legate al Covid-19 il disturbo è inferiore che per le strisce di vignette ispirate all'umorismo basato sulle conseguenze più gravi della pandemia. Le strisce di vignette autoriali, infatti, sono risultate gli stimoli valutati con i punteggi più bassi di divertimento e quelli più alti di disturbo: è importante sottolineare ancora una volta che questi stimoli includevano battute sugli aspetti più macabri e violenti legati al Covid-19 (come la morte, l'ospedalizzazione e la continua della circolazione del virus nelle fasce più deboli della popolazione, come gli anziani).

Quali sono, invece, le dimensioni di variabilità individuale maggiormente coinvolte nella risposta emotiva all'umorismo legato al Coronavirus e alle sue conseguenze? Il nostro studio ha mostrato che alcuni possono percepire questa tipologia di umorismo come divertente e non particolarmente disturbante, specialmente se sono giovani e se ricorrono spesso all'umorismo per affrontare le situazioni difficili o stressanti. Al contrario, altri possono reagire a queste forme comiche con scarso divertimento e una spiccata reazione di fastidio, specialmente con l'aumentare dell'età. Merita un approfondimento il risultato sul ruolo della misura di humor coping, cioè quanto il singolo individuo

impiega l'umorismo per affrontare situazioni stressanti: maggiori punteggi al questionario di humor coping erano associati a valori più alti di divertimento e più bassi di disturbo, e questo effetto si è rivelato particolarmente forte per le battute sul Covid-19. L'uso ed una buona propensione all'umorismo sembrano quindi degli strumenti utili alla gestione delle emozioni negative che sono tipicamente legate alla pandemia (Hussein & Aljamili, 2020; Olah & Ford, 2021; Saricali, Satici, Satici, Gocet-Tekin, & Griffiths, 2020). Sulla stessa linea, e a conferma esterna dei nostri risultati, troviamo uno studio condotto in Italia sul personale medico (Canestrari et al., 2021): in questo lavoro, i ricercatori hanno mostrato che, all'aumentare dell'uso dell'umorismo come meccanismo di coping, i livelli di stress percepito tendono a diminuire, sottolineando quindi il legame tra stress e umorismo.

Per una trattazione più ampia degli effetti di variabilità personale al di là del ruolo dei fattori demografici e dell'uso dell'umorismo come strategia di coping sulle due dimensioni di apprezzamento dell'umorismo legato al Covid-19, il lettore può rifarsi al lavoro pubblicato su *Lingua*, che contiene la discussione completa anche degli effetti di genere, livello di scolarizzazione, ottimismo e distanza psicologica dalla pandemia.

Il nostro studio non manca di alcune limitazioni. I dati riportati si riferiscono alla prima fase della pandemia nel nostro paese e sono stati acquisiti in un breve finestra temporale. Tra i molti quesiti e le numerose aree della scienza dell'umorismo che meritano un'esplorazione (Olah & Hempelmann, 2021), resta ancora aperta la domanda sul progressivo cambiamento nel tempo della risposta emotiva all'umorismo sul Covid-19. Inoltre, gli effetti delle variabili individuali considerate in questo studio suggeriscono un nesso tra l'abilità di distaccarsi dalla realtà dei fatti correnti e la capacità di fruire a pieno delle forme comiche sul Coronavirus e le sue conseguenze. Il nostro studio tuttavia non è una prova diretta dell'idea che l'esposizione a diverse forme di umorismo (anche legato al Covid-19) mitighi le sensazioni negative legate alla pandemia. Questo legame causale è spesso avanzato nella descrizione delle forme comiche legate al Covid-19, ma le conferme empiriche ancora mancano: sarà compito di studi futuri investigare questi rapporti, per approfondire il ruolo dell'umorismo nella vita quotidiana di un mondo che non ha ancora superato l'emergenza pandemica legata al Coronavirus.

Bibliografia

- Attardo, S. (2001). *Humorous Texts*. Berlin - New York: Mouton De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110887969>
- Bischetti, L., Canal, P., & Bambini, V. (2021). Funny but aversive: A large-scale survey of the emotional response to Covid-19 humor in the Italian population during the lockdown. *Lingua*, 249, 102963. <https://doi.org/10.1016/j.lingua.2020.102963>
- Borcherdt, B. (2002). Humor and its contributions to mental health. *Journal of Rational - Emotive and Cognitive - Behavior Therapy*, 20(3–4), 247–257. <https://doi.org/10.1023/a:1021168527963>
- Cancelas-Ouviña, L.-P. (2021). Humor in Times of COVID-19 in Spain: Viewing Coronavirus Through Memes Disseminated via WhatsApp. *Frontiers in Psychology*, 12, 611788. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.611788>
- Canestrari, C., Bongelli, R., Fermani, A., Riccioni, I., Bertolazzi, A., Muzi, M., & Burro, R. (2021). Coronavirus Disease Stress Among Italian Healthcare Workers: The Role of Coping Humor. *Frontiers in Psychology*, 11, 601574. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.601574>
- Chłopicki, W., & Brzozowska, D. (2021). Sophisticated humor against COVID-19: the Polish case. *HUMOR*, 34(2), 201–227. <https://doi.org/10.1515/humor-2021-0015>
- Davies, C. (2003). Jokes that follow mass-mediated disasters in a global electronic age. In P. Narváez (Ed.), *Of Corpse: Death and Humor in Folklore and Popular Culture* (pp. 15–34). Logan, UT: Utah State University Press.
- Dionigi, A., & Canestrari, C. (2018). The use of humor by therapists and clients in cognitive therapy. *The European Journal of Humour Research*, 6(3), 50–67. <https://doi.org/10.7592/EJHR2018.6.3.dionigi>
- Dionigi, A., Duradoni, M., & Vagnoli, L. (2021). Humor and anxiety: The relationship between the comic styles, worry and general well-being. *Personality and Individual Differences*, 181, 111028. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111028>
- Dundes, A. (2017). *Cracking Jokes: Studies of Sick Humor Cycles & Stereotypes*. New Orleans, LA: Quid Pro Books.
- Dynel, M. (2021). COVID-19 memes going viral: On the multiple multimodal voices behind face masks. *Discourse & Society*, 32(2), 175–195. <https://doi.org/10.1177/0957926520970385>
- Fessell, D. (2020). Laughter Leaves Me Lighter. *JAMA*, 323(24), 2476. <https://doi.org/10.1001/jama.2020.9283>
- Forabosco, G. (1992). Cognitive aspects of the humor process: The concept of incongruity. *HUMOR*, 5(1–2), 45–68. <https://doi.org/10.1515/humr.1992.5.1-2.45>
- Forabosco, G. (2008). Is the Concept of Incongruity Still a Useful Construct for the Advancement of Humor Research?. *Lodz Papers in Pragmatics*, 4(1), 45–62. <https://doi.org/10.2478/v10016-008-0003-5>
- Forabosco, G. (2020). *Il settimo senso: Psicologia del senso dell'umorismo*. Mulazzo (MS): Tarka (ed. or. 1994).
- Forabosco, G., Dionigi, A., Cioni, F., & Heintz, S. (2020). Umoreismo e intelligenza. Uno studio sperimentale [Humor and intelligence. An experimental study]. *Rivista Italiana Di Studi Sull'Umoreismo RISU*, 3(1), 24–35.
- Freud, S. (1960). Jokes and their relation to the unconscious (J. Strachey, Trans.). New York, NY (ed. or. 1905): Norton.

- Fritz, H. L., Russek, L. N., & Dillon, M. M. (2017). Humor Use Moderates the Relation of Stressful Life Events With Psychological Distress. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 43(6), 845–859. <https://doi.org/10.1177/0146167217699583>
- Garfin, D. R., Silver, R. C., & Holman, E. A. (2020). The novel coronavirus (COVID-2019) outbreak: Amplification of public health consequences by media exposure. *Health Psychology*, 39(5), 355–357. <https://doi.org/10.1037/hea0000875>
- Glăveanu, V. P., & de Saint Laurent, C. (2021). Social Media Responses to the Pandemic: What Makes a Coronavirus Meme Creative. *Frontiers in Psychology*, 12, 569987. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.569987>
- Groves, B. (2011). Laughter in the Time of Plague: A Context for the Unstable Style of Nashe's Christ's Tears over Jerusalem. *Studies in Philology*, 108(2), 238–260. <https://doi.org/10.1353/sip.2011.0007>
- Hussein, A. T., & Aljamili, L. N. (2020). COVID-19 humor in Jordanian social media: A socio-semiotic approach. *Heliyon*, 6(12), e05696. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05696>
- James, A. B. (2014). Humour as resistance: Disaster humour in post-9/11 United States. *European Journal of Humour Research*, 2(3), 28–41. <https://doi.org/10.7592/EJHR2014.2.3.james>
- Lobanov, N. (2020). Spanish Flu: The First Modern Case of Viral Humour? In D. Derrin & H. Burrows (Eds.), *The Palgrave Handbook of Humour, History, and Methodology* (pp. 405–428). Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-56646-3_21
- Martin, R. A., & Ford, T. E. (2018). *The psychology of humor: an integrative approach* (2nd ed.). New York, NY: Academic Press.
- Martin, R. A., & Lefcourt, H. M. (1983). Sense of humor as a moderator of the relation between stressors and moods. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(6), 1313–1324. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.6.1313>
- Marziali, E., McDonald, L., & Donahue, P. (2008). The role of coping humor in the physical and mental health of older adults. *Aging & Mental Health*, 12(6), 713–718. <https://doi.org/10.1080/13607860802154374>
- Nezlek, J. B., Derks, P. L., & Simanski, J. (2021). Relationships between everyday use of humor and daily experience. *HUMOR*, 34(1), 21–39. <https://doi.org/10.1515/humor-2020-0073>
- Norstrom, R., & Sarna, P. (2021). Internet memes in Covid-19 lockdown times in Poland. *Comunicar*, 29(67), 75–85. <https://doi.org/10.3916/C67-2021-06>
- Olah, A. R., & Ford, T. E. (2021). Humor styles predict emotional and behavioral responses to COVID-19. *HUMOR*, 34(2), 177–199. <https://doi.org/10.1515/humor-2021-0009>
- Olah, A. R., & Hempelmann, C. F. (2021). Humor in the age of coronavirus: a recapitulation and a call to action. *HUMOR*, 34(2), 329–338. <https://doi.org/10.1515/humor-2021-0032>
- Outley, C., Bowen, S., & Pinckney, H. (2021). Laughing While Black: Resistance, Coping and the Use of Humor as a Pandemic Pastime among Blacks. *Leisure Sciences*, 43(1–2), 305–314. <https://doi.org/10.1080/01490400.2020.1774449>
- Panzeri, F., Di Paola, S., & Domaneschi, F. (2021). Does the COVID-19 war metaphor influence reasoning? *PLOS ONE*, 16(4), e0250651. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0250651>
- Pietrantonio, L., & Dionigi, A. (2006). «Quando ridere fa male»: la relazione tra eventi di vita, stili umoristici e disagio psicologico. *Psicoterapia Cognitiva e Comportamentale*, 12(3), 301–316.
- Pulos, R. (2020). COVID-19 crisis memes, rhetorical arena theory and multimodality. *Journal of Science Communication*, 19(07), A01. <https://doi.org/10.22323/2.19070201>

- Ruch, W. (1992). Assessment of appreciation of humor: Studies with the 3 WD humor test. In C. D. Spielberger & J. N. Butcher (Eds.), *Advances in Personality Assessment* (pp. 27–75). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ruch, W., Hofmann, J., Rusch, S., & Stolz, H. (2018). Training the sense of humor with the 7 Humor Habits Program and satisfaction with life. *HUMOR*, 31(2), 287–309. <https://doi.org/10.1515/humor-2017-0099>
- Saricali, M., Satici, S. A., Satici, B., Gocet-Tekin, E., & Griffiths, M. D. (2020). Fear of COVID-19, Mindfulness, Humor, and Hopelessness: A Multiple Mediation Analysis. *International Journal of Mental Health and Addiction*. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00419-5>
- Sebba-Elran, T. (2021). A pandemic of jokes? The Israeli COVID-19 meme and the construction of a collective response to risk. *HUMOR*, 34(2), 229–257. <https://doi.org/10.1515/humor-2021-0012>
- Semino, E. (2021). “Not Soldiers but Fire-fighters” – Metaphors and Covid-19. *Health Communication*, 36(1), 50–58. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1844989>
- Strick, M. (2021). Funny and meaningful: media messages that are humorous and moving provide optimal consolation in corona times. *HUMOR*, 34(2), 155–176. <https://doi.org/10.1515/humor-2021-0017>
- Torres, J. M., Collantes, L. M., Astrero, E. T., Millan, A. R., & Gabriel, C. M. (2020). Pandemic Humor: Inventory of the Humor Scripts Produced during the COVID-19 Outbreak. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3679473>
- Vagnoli, L., & Dionigi, A. (2019). I clown a sostegno del processo di cura: una revisione della letteratura [Clowns in support of the care process: A literature review]. *Rivista Italiana Di Studi Sull'Umoreismo RISU*, 2(1), 7–22.
- Vicari, S., & Murru, M. F. (2020). One Platform, a Thousand Worlds: On Twitter Irony in the Early Response to the COVID-19 Pandemic in Italy. *Social Media + Society*, 6(3), 205630512094825. <https://doi.org/10.1177/2056305120948254>
- Wicke, P., & Bolognesi, M. M. (2020). Framing COVID-19: How we conceptualize and discuss the pandemic on Twitter. *PLOS ONE*, 15(9), e0240010. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0240010>

Biografia

Luca Bischetti

Luca Bischetti è Assegnista di Ricerca (post-doc) presso la Scuola Universitaria Superiore IUSS Pavia, dove ha ottenuto il Dottorato in Neuroscienze Cognitive e Filosofia della Mente, con una tesi sulla relazione tra umorismo verbale e teoria della mente.

I suoi interessi di ricerca riguardano l'ambito della neurolinguistica e della linguistica clinica, con una particolare attenzione per le risposte comportamentali ed elettrofisiologiche della comprensione del linguaggio figurato, e specialmente dell'umorismo.

Paolo Canal

Paolo Canal lavora presso la Scuola Universitaria Superiore IUSS Pavia. Nella sua tesi di dottorato in Neuroscienze all'Università di Modena e Reggio Emilia si è occupato di processi anticipatori nella comprensione del linguaggio. Studia temi di interesse della pragmatica da una prospettiva cognitiva, concentrando la sua attenzione sui correlati neurali e i movimenti oculari legati alla comprensione. Si occupa principalmente di elaborazione del linguaggio figurato (espressioni idiomatiche, metafore ed umorismo) e del ruolo delle differenze individuali (come ad esempio il quoziente di autismo, il livello educativo o gli stereotipi di genere) nella comprensione dei fenomeni pragmatici.

Valentina Bambini

Valentina Bambini è Professoressa Associata di Linguistica presso la Scuola Universitaria Superiore IUSS Pavia. I suoi interessi di ricerca riguardano l'ambito emergente della neuropragmatica, concentrandosi sui processi cognitivi e le basi neurali delle abilità comunicative e del linguaggio figurato. Ha sviluppato diversi strumenti per la valutazione del disturbo pragmatico nelle popolazioni cliniche e programmi di intervento per promuovere e riabilitare le abilità pragmatiche nell'arco di vita e nella patologia.