

## Premio della Comunicazione Castiglioncello 2006

Sono giunti all'attenzione della prima edizione del Premio circa 40 libri delle principali Case editrici italiane: Carocci, Laterza, Garzanti, Il Mulino, Angeli, Sellerio, Meltemi, Einaudi, Rubbettino, Marsilio, Dedalo, Rizzoli, ETS, Bompiani, Bonanno.

Sono stati selezionati 5 titoli come finalisti:

Dagostino Maria Rosaria

*Cito dunque creo. Forme e strategie della citazione visiva* Meltemi 2006

Mizzau Marina

*Ridendo e scherzando. La barzelletta come racconto* Il Mulino 2005

Novelli Edoardo

*La turbopolitica. Sessant'anni di comunicazione pubblica e di scena politica in Italia: 1945-2005* BUR 2006

Roversi Antonio

*L'odio in rete. Siti ultras, nazifascismo online, jihad elettronica* Il Mulino 2006

Serianni Luca

*Un treno di sintomi. I medici e le parole: percorsi linguistici nel passato e nel presente* Garzanti 2005

Il libro risultato **vincitore** è il seguente:

**Mizzau Marina**

***Ridendo e scherzando. La barzelletta come racconto, Il Mulino 2005***

Marina Mizzau insegna Psicologia della comunicazione nell'Università di Bologna. Sul tema dell'umorismo ha scritto precedentemente: *L'ironia. La contraddizione consentita* (Feltrinelli, 1984). E' autrice anche di una serie di altri volumi sulla psicologia dei comportamenti comunicativi. Tra i più recenti si ricordano: *Storie come vere. Strategie comunicative in testi narrativi* (Feltrinelli, 1998); *E tu allora? Il conflitto nella comunicazione quotidiana* (Il Mulino, 2002); *Il silenzio dei pesci* (Manni, 2004).

### Motivazioni del Premio

Nel libro risultato vincitore l'autrice esplora e mette a nudo i meccanismi e le caratteristiche di un genere comunicativo poco studiato e molto praticato: la barzelletta.

L'umorismo, al quale il genere testuale della barzelletta appartiene, è una delle forme più importanti della comunicazione quotidiana. L'incapacità di praticare una comunicazione priva di aspetti umoristici viene comunemente

ritenuto indice di una situazione patologica o comunque di mancanza di finezza psicologica e comunicativa in genere.

Ma che cos'è una barzelletta? L'autrice prova a dare una risposta a questa domanda, chiedendosi più specificamente (p.104) quali sono le caratteristiche che fanno di una barzelletta, appunto, una barzelletta. A dispetto della sua apparente semplicità, la barzelletta è molte cose insieme: è un micro-racconto, un evento interattivo, una breve sceneggiatura, un piccolo spettacolo. Non ci si pensa normalmente, ma la barzelletta ha una regola ferrea per il suo funzionamento: non sopporta interruzioni né commenti, pena lo svanire dell'effetto. Tanto è vero che chi interrompe o commenta viene considerato o uno stupido o un provocatore.

Il libro mette in risalto le relazioni tra un genere ritenuto marginale e generi molto più centrali nella cultura anche alta, come l'ironia e la satira. Infine vengono sottolineati i rapporti con altri microcomportamenti comunicativi, come la gaffe e la comunicazione paradossale. Quest'ultima è una forma comunicativa che, come ricorda l'autrice (p.120), viene considerata da Bateson (1997) contemporaneamente lo schema prototipico dell'umorismo e la "materia prima della comunicazione umana". Spesso collegato al meccanismo dell'inversione tra figura e sfondo, il paradosso arriva a rasentare, come Marina Mizzau opportunamente ricorda, le vertigini dell'enigma; ed è emblematico a questo proposito l'esempio del famoso *Witz*: "Che cos'è un sadico? Uno che è gentile con il masochista".

Questo viaggio, con perpetuo ritorno, tra figura e sfondo è anche un po' l'andamento che Marina Mizzau si attribuisce come cifra del proprio lavoro, sostenendo: "In questo girare attorno alle barzellette, peregrinando tra storie e riflessioni, forse ho fatto qualcosa del genere: ho inseguito associazioni che mi allontanavano e mi riavvicinavano, finendo per farmi rinunciare a formule definitorie. Divertendomi nell'inseguimento" (p.121).

Una definizione viene comunque suggerita e vengono anche regolati i conti con precedenti trattazioni relative a formazioni umoristiche di genere analogo, come il motto di spirito.

Così l'autrice prende una posizione originale rispetto alla classica analisi freudiana del *Witz*, attribuendo maggiore valore alla dimensione formale, a discapito di quella contenutistica che nel padre della psicanalisi era preponderante, in quanto individuava, come essenza del *motto di spirito*, il rinforzo al piacere derivato dal risparmio psichico dovuto al superamento della rimozione delle pulsioni sessuali e aggressive.

Nell'ultimo capitolo del suo libro Marina Mizzau infatti porta in primo piano alcune caratteristiche formali del genere barzelletta, come il suo carattere narrativo, la stereotipia spesso tradotta nella formula della triplicazione, l'uso del tempo presente e del discorso diretto. Accanto a queste, lo sfruttamento della dimensione implicita, per giungere alla battuta finale, caratterizzata dalla concisione spesso fulminea (in questo riprendendo un aspetto che fin da Aristotele, Cicerone e Quintiliano era apparso come caratteristico del motto arguto). Ancora, viene messo in giusto risalto il fatto che per la barzelletta non vale (o vale meno) il criterio della "apertura del testo", essendo essa finalizzata ad un senso generalmente univoco. Infine si sottolinea che, più di quanto avvenga in altri generi narrativi, nella barzelletta c'è uno stretto intreccio tra comunicazione e metacomunicazione, un coinvolgimento più

stringente del destinatario all'interno del testo: "Chi ride – dice l'autrice – ride di sé che ride. O ride del riso stesso", della sua possibile stupidità.

Peculiarità del libro, e ulteriore sua cifra creativa, è anche quella di mischiare i generi: saggio critico oggettivo e riflessione soggettiva riferita in prima persona, narrazione e metanarrazione che commenta quanto viene nel frattempo esponendo.

In questo modo, il libro - che è anche un viaggio tra una serie, sceltissima, di barzellette e di narrazioni umoristiche brevi, storie comiche o semicomiche - assicura una lettura piacevolissima ed intelligente a quel particolare pubblico che il Premio vede come suo referente, cioè un pubblico vasto, ma al tempo stesso colto e curioso.