

Violeta Ioana IRIMIE (RUS)

# **CE ESTE UMORUL?**

## **Sinteze teoretice**



Editura  
Universității  
Transilvania  
din Brașov

2025

## **EDITURA UNIVERSITĂȚII TRANSILVANIA DIN BRAȘOV**

Adresa: Str. Iuliu Maniu nr. 41A  
500091 Brașov  
Tel.: 0268 476 050  
Fax: 0268 476 051  
E-mail: editura@unitbv.ro

**Editură acreditată de CNCS, categoria B  
pentru domeniul Filologie (2020)**

**ISBN 978-606-19-1780-8 (e-book)**

Copyright © Autorul, 2025

Referenți științifici: Prof. dr. Andra VASILESCU  
Prof. dr. Răzvan SĂFTOIU

## CUPRINS

INTRODUCERE	7
<b>CAPITOLUL 1.</b>	
<b>COMPLEXITATEA FENOMENULUI UMORISTIC</b>	
1. Noțiuni introductive	9
2. Relația dintre comic, umor și ironie	10
2.1 Comicul – fenomen supraordonat umorului?	11
2.2 Ironie și umor – suprapuneri și delimitări	14
2.2.1 Perspective literare	14
2.2.2 Perspective lingvistice	16
2.2.2.1 Funcțiile umorului și ale ironiei din perspectivă lingvistică	17
2.2.2.2 Complexitatea procesării fenomenului umoristic și ironic	19
2.3 Concluzii parțiale	20
3. Ce este umorul?	20
3.1. Umorul din Antichitate până în prezent	20
3.2. Posibile definiții ale umorului	24
3.3. „Fațete” ale umorului	25
3.3.1 Umorul ca act creativ	25
3.3.2 Umorul ca act persuasiv	27
3.3.3 Umorul ca „stare mentală”	30
3.3.4 Umorul ca fenomen extern răsului	31
3.4. Procedee de realizare a umorului	33
3.5 Tipuri de umor	37
3.5.1 Umorul convențional	37
3.5.2 Umorul conversațional	38
3.5.2.1 Lexemele și unități frazeologice	39
3.5.2.2. Vorbele de duh	41
3.5.3 Umorul accidental sau neintenționat	41
3.5.4 Umorul corporal sau fizic	42

3.6	Stiluri ale umorului	42
3.7	Funcțiile umorului	44
3.7.1	Funcțiile umorului din perspectiva lui Meyer	44
3.7.2	Funcțiile umorului din perspectiva lui Hay	46
3.7.2.1	Funcții bazate pe solidaritate	46
3.7.2.2	Funcții bazate pe putere	48
3.7.2.3	Funcții psihologice	49
4.	Concluzii parțiale	50

## **CAPITOLUL 2.**

### **TEORIILE UMORULUI**

1.	Noțiuni introductive	55
2.	Teoriile nelingvistice ale umorului	56
2.1.	Teoria superiorității	56
2.1.1	Rădăcinile teoriei superiorității	56
2.1.2	Viziunea lui Hobbes asupra teoriei superiorității	57
2.1.3	Relevanța teoriei lui Hobbes asupra cercetărilor umoristice ulterioare	59
2.1.4	Afilierea sau apartenența la un grup ori un model	62
2.1.5	Identificarea cu o clasă sau un grup model	63
2.1.6	Teoria dispoziției sau modelul atitudinal al teoriei superiorității	64
2.2	Teoria eliberării	66
2.2.1	Concepția freudiană asupra umorului	66
2.2.2	Concepții și modele ale teoriei eliberării	67
2.2.3	Teoria incitării	69
2.3	Teoria incongruenței	70
2.3.1	Aspecte preliminare	70
2.3.2	Rădăcinile teoriei incongruenței	71
2.3.3	Limitele teoriei incongruenței propuse de Kant și Schopenhauer	73

2.3.4 O scurtă evoluție a conceptului de incongruență și relația sa cu fenomenul umoristic	74
2.3.5 Teoria incongruenței și a rezolvării	75
2.3.6 Disocierea scenariilor	79
2.4 Concluzii parțiale	80
3. Teorii lingvistice ale umorului	82
3.1 Noțiuni introductive	82
3.2 Teoria scenariilor semantice	83
3.2.1 Noțiunea de „scenariu” și rețeaua semantică	85
3.2.2 Structura teoriei scenariilor semantice a umorului	87
3.2.3 Comunicarea de tip <i>non-bona fide</i> (umoristică)	89
3.2.4 Receptarea și evaluarea teoriei semantice a umorului	90
3.2.5 Metodologia teoriei semantice a umorului	91
3.2.6 Teoria semantică a umorului și studiile despre umor	92
3.2.7 O primă extensie a teoriei semantice a umorului	92
3.3 Necesitatea revizuirii teoriei semantice a umorului într-o teorie generală a umorului verbal	93
3.3.1 Modelul izotopic-disjunctiv al glumelor (IDM)	97
3.3.2 Analiza jocurilor de cuvinte	98
3.3.3 Teoria generală a umorului verbal vs. Modelul izotopic-disjunctiv	100
3.3.4 Modelul schemă-incongruență-rezolvare (SIR) al umorului	101
3.4 Alte contribuții la cercetarea lingvistică a umorului	103
3.5 Teorii cognitive ale umorului	105
3.5.1 Umorul din perspectiva lingvisticii cognitive	105
3.5.2 Analiza glumelor din perspectiva lingvisticii cognitive	107
3.5.3 Teoria relevanței și umorul	110
3.5.3.1 Aspecte generale ale teoriei relevanței	111
3.5.3.2 Teoria relevanței aplicată umorului verbal	114
3.5.3.3 Relevanța în interacțiunea umoristică	118
3.5.3.4 Particularități cognitive ale umorului	124
3.6 Concluzii parțiale	127

### **CAPITOLUL 3.**

#### **UMORUL ROMÂNESC-PERSPECTIVE ȘI TIPOLOGII**

1. Umorul românesc în raport cu alte culturi europene	130
2. Principalele contribuții românești în domeniul studiilor lingvistice despre umor	132
2.1 Criterii de evaluare a umorului verbal	132
2.2 Umorul în context politic românesc	135
2.2.1 Umorul din perioada comunistă	135
2.2.2 Elemente de satiră și umor în politica românească	137
2.3 Umorul în conversația fatică	139
2.4 Umorul în mediul profesional românesc	143
2.5 Umorul în mediul online	145
2.6 Umorul etnic	149
2.6.1 Umorul în glumele etnice românești	149
2.6.2 Umorul interetnic	151
2.7 Umorul în comunitatea rurală românească	153
CONSIDERAȚII FINALE	158
BIBLIOGRAFIE	165

## INTRODUCERE

Studiul fenomenului umoristic, deși adesea subestimat ca subiect de cercetare științifică, ocupă un loc important în înțelegerea comportamentului uman, dar și a comunicării dintre indivizi. De-a lungul timpului, acest fenomen complex a fost studiat din perspectiva numeroaselor teorii lingvistice și nelingvistice.

Cartea de față își propune să ofere o sinteză comprehensivă atât a abordărilor nelingvistice, cât și a celor lingvistice, explorând în detaliu teoriile fundamentale și modul în care acestea au evoluat pentru a oferi o explicație cât mai completă asupra naturii umorului.

Din perspectiva nelingvistică, teoriile umorului se axează în special pe funcțiile psihologice și sociale pe care acesta le îndeplinește. Una dintre cele mai vechi și mai cunoscute teorii este *teoria superiorității*, discutată încă din Antichitate de marii filosofi Aristotel și Platon. Aceștia sugerează că umorul derivă din sentimentul de superioritate al celui care râde în fața celor percepuți ca fiind inferiori, adică cei de care se râde.

Teoria incongruenței reprezintă, de asemenea, o teorie nelingvistică, formulată și dezvoltată de filosofi, precum Kant și Schopenhauer, care pune în evidență ideea că umorul apare dintr-o lipsă de suprapunere dintre așteptări și realitate, elementul-surpriză fiind, în realitate, „cheia” experienței umoristice. Cea de-a treia teorie consacrată, teoria eliberării, a fost fundamentată de Freud și privește umorul ca un mecanism de reducere a tensiunilor psihice și/ sau de eliberare a emoțiilor reprimite. Aceste perspective oferă o înțelegere asupra umorului ca reacție psihologică și socială, fără a se concentra, în mod explicit, pe mecanismele lingvistice ale producției și recepției umorului.

Teoriile lingvistice ale umorului, în schimb, analizează cu precădere modul în care structurile limbajului contribuie la crearea unor efecte umoristice. Pragmatica lingvistică joacă un rol esențial în explicarea fenomenului umoristic, investigând modalitatea în care ambiguitatea sau încălcarea regulilor de cooperare generează o serie de situații umoristice. Spre exemplu, teoria relevanței, propusă de Sperber și Wilson, explică umorul prin prisma unei așteptări neîmplinite, dar rezolvate într-un mod surprinzător. În același sens, teoriile despre umorul conversațional investighează felul în care actele de vorbire, ironia, sarcasmul și jocurile de cuvinte funcționează în interacțiunile cotidiene pentru a produce umorul.

Importanța unei astfel de lucrări teoretice devine evidentă atunci când luăm în considerare caracterul interdisciplinar al umorului în multiple sfere ale vieții sociale și culturale. Umorul nu reprezintă, așadar, doar o formă de amuzament, ci și un instrument de negociere a sensului, o strategie de putere, și un „vehicul” pentru critică socială.

Această lucrare este relevantă în contextul actual, în care studiul discursului, inclusiv cel umoristic, a devenit esențial pentru a înțelege fenomenele sociale contemporane, precum propaganda politică, conflictele culturale și noile forme de expresie online. Astfel, această carte poate servi ca o resursă valoroasă nu doar pentru lingviști, ci și pentru cercetători din domenii conexe care sunt interesați să exploreze rolul umorului în societate și în procesele de comunicare.

În final, importanța acestei lucrări constă în faptul că, prin abordarea sa amplă și riguroasă, își propune să devină un punct de plecare pentru toți cei care doresc să aprofundeze complexitatea acestui fenomen complex și să contribuie la o mai bună înțelegere a rolului central pe care umorul îl joacă în viața oamenilor.



# CAPITOLUL 1

## COMPLEXITATEA FENOMENULUI UMORISTIC

### 1. NOȚIUNI INTRODUCTIVE

Noțiunea de umor este una relativ „tânără”. Este atestată în sensul său modern în Marea Britanie în anul 1682, unde, înainte de acest moment era folosită pentru a numi o stare de spirit sau un tip de temperament (Bremmer 1997: 13). În lucrarea sa, *Sensus communis: un eseu asupra libertății glumei și umorului* (1702 apud Amir 2014) Lordul Shaftesbury a folosit cuvântul cu sensul prezent și astăzi în Dicționarul Oxford („hazliu, comic”), evidențiind faptul că umorul este mai puțin „intelectual” decât cuvintele de duh<sup>1</sup>. Pe de altă parte, Voltaire în *Lettres Philosophiques*, scrise în anul 1731 (Stenger [2006]), consideră că noțiunea de umor își are originea în franceză, iar varianta englezească „humour” este derivată din francezul „humeur”.

Lorenz, în lucrarea *The Natural Science of the Human Species* (1992/1997) și Gould, în „Ethology: The mechanisms and evolution of behavior” (1982) au sugerat că, deși principalul rol al umorului este de a provoca râsul, acesta din urmă poate fi uneori perceput drept amenințător din moment ce își are originile în expunerea agresivă a dinților.

Umorul și râsul sunt aspecte universale ale experienței umane, fiind considerate atât fenomene sociale, cât și psihologice. Dacă din punct de vedere social, spunem că oamenii au tendința să râdă mai mult atunci când sunt în prezența altor oameni decât atunci când sunt singuri, chiar dacă se uită la o emisiune sau primesc orice alt stimul cu caracter umoristic, din punct de vedere psihologic umorul reprezintă o caracteristică a personalității umane, o

---

<sup>1</sup> engl. „witticism”

dispoziție afectivă care se exprimă într-un mod agreabil sau dezagreabil. Deopotrivă, umorul a fost încadrat în clasa emoțiilor estetice, precum și în rândul trăsăturilor de caracter prezente la unii indivizi cu înclinație spre glume și ironii (Șchiopu și Verza 1997).

Martin (2007: 7) sugerează că, deși umorul este un fenomen social, acesta evidențiază deopotrivă anumite tipuri particulare de cogniție, astfel că pentru a produce umor, o persoană trebuie să proceseze mai întâi la nivel cognitiv anumite informații extrase din mediul extern sau din memorie, apoi să le pună într-un context creativ, în vederea generării unei acțiuni verbale sau nonverbale, care să poată fi percepută de alții ca fiind amuzantă. De altfel, studiile psihologice au arătat că expunerea la stimuli amuzanți produce o creștere a atitudinii pozitive și o îmbunătățire a stării de spirit, precum activarea sistemului limbic, responsabil de generarea emoțiilor și formarea unor comportamente (Martin 2007: 63). Sub acest aspect, fenomenul umoristic reprezintă un răspuns emoțional realizat într-un context social ce se exprimă, de regulă, prin zâmbet sau râs. În timpul unei zile obișnuite, întâlnim diferite forme de umor, exprimate în feluri distincte și utilizate în diverse scopuri. Astfel, deși este un fenomen cotidian cu multiple beneficii în relaționarea dintre indivizi, puțini sunt cei care s-au aplecat asupra studierii umorului în cadrul comunității rurale. Fenomen esențial în realizarea socializării, umorul reprezintă totodată și un instrumente de interrelaționare între persoane aparținând unor culturi, clase sociale și backgrounduri educaționale diferite.

## **2. RELAȚIA DINTRE COMIC, UMOR ȘI IRONIE**

De-a lungul timpului, teoreticienii din diverse domenii de activitate, precum psihologia, antropologia, literatura, sociologia etc., au încercat să-i găsească un loc umorului, să-l încadreze într-o disciplină, să-i dea o definiție exactă,

însă – dată fiind complexitatea acestuia – umorul nu poate fi privit unilateral, ci mai degrabă ca o rețea ale cărei conexiuni generează alte și alte relații.

Berger (1998: 9) își începe teza despre umor afirmând că unul dintre cele mai importante motive pentru care acest fenomen ia diverse forme și manifestări este tocmai pentru că reprezintă un aspect esențial în viața fiecăruia dintre noi. Același autor contrazice concepția aristoteliană, conform căreia o lungă perioadă de timp s-a considerat că tragedia reprezintă cea parte serioasă a vieții noastre, pe când comicul (ca fenomen supraordonat umorului) ține doar de distracție. Mai mult, Berger (1998: 9) susține că, spre deosebire de tragedie, comicul apare sub toate formele și în toate domeniile vieții unui om<sup>2</sup>.

În esență, deși lingviștii nu folosesc termenul de *comic* atunci când iau în discuție fenomenul umoristic sau ironic, consider a fi necesară evidențierea similarităților, divergențelor funcționale și de expresie ale acestor concepte.

## **2.1 Comicul – fenomen supraordonat umorului?**

Berger (1998) stabilește trăsăturile comicului prin comparație cu tragedia, afirmând că aspectele esențiale ale acestuia sunt șansa, accidentul și greșeala, care nu iau forme distructive ca în cazul celei de-a doua. Pe de altă parte, Gourévitch (1975: 13) definește comedia drept un „gen mixt activat de o pluralitate de impulsuri: farsa, umorul, satira și ironia”<sup>3</sup>.

În studiul său despre comic și interpretările sale, Emelina (1991: 69) stabilește trei criterii de bază ale definiției comicului: distanța, anomalia sau nebuloasa și atitudinea comică (fr. „la distance”, „la nébuleuse” și „les conduites comiques”). În viziunea sa, *comic* este tot ceea ce o persoană percepe drept anormal, fără efect și detașat de sine. Așadar, un fenomen este

---

<sup>2</sup> În acest capitol voi stabili coordonatele umorului, plasându-l ca fenomen subordonat comicului (Escarpit 1972) și analizându-l prin comparație cu ironia.

<sup>3</sup> “miscellaneous genre activated by a plurality of impulses: farce, humor, satire, irony” (Gourévitch 1975: 13)

comic atunci când un individ se distanțează de un aspect considerat anormal pentru a nu avea consecințe care să-l conducă spre tragedie și nu spre amuzament. Mai mult, Emelina (1991: 81) consideră că fenomenul de *comic* se naște dintr-o schimbare, fie ea colectivă, individuală, socială sau psihologică, cu condiția ca aceasta să fie văzută ca efect al unei motivări individuale sau colective care să nu afecteze spectatorul. Modificarea impusă trebuie să fie comentată în perechi contrastive, de tipul: *așteptată/ neașteptată, reală/ fictivă, simplă/ complexă, bruscă/ progresivă, dorită/ impusă*.

Pe de altă parte, Genette (2002) crede că, pentru producerea unui efect comic este foarte importantă, atât latura subiectivă a performerului, cât și modul în care acesta relaționează cu ceilalți interactanți. Prin urmare, procesul de elaborare a unui joc al vorbelor de duh, care să producă un efect comic este strâns legat de nevoia de a-l comunica și celorlalți. Așadar, Genette (2002) comentează concepția freudiană cu privire la diferența dintre comic și vorba de duh, stabilind două instanțe ale comicalului: o persoană-obiect- de care se râde de către persoana-subiect- și un care se poate bucura de plăcerea comică pe care i-o oferă primul. De altfel, în cazul vorbei de duh (fr. „le mot d’esprit”), se sesizează prezența a trei persoane – „victima cuvântului, producătorul acestuia și destinatarul său”, cel pe care Freud (1960 [1905]) îl numea „le tiers” – „complicele” (Genette 2002: 147)

În ceea ce privește comicalul verbal, Emelina (1991: 78) distinge două componente esențiale ale acestuia: componenta verbală și cea nonverbală, prima fiind supraordonată umorului și ironiei. Același autor enumeră câteva elemente reprezentative ale comicalului verbal: jargon, fantezii verbale, înjurături, calambur, antifraza, umorul, paradoxul, care sunt considerate anomalii<sup>4</sup>. Acestea sunt devieri (fr. „ecarts”) voluntare sau involuntare de la vocabular, elocuție, sintaxă sau de structurare a ideilor.

---

<sup>4</sup> Conceptul de „anomalie” propus de Emelina poate fi echivalent cu termenul de incongruență din teoria incongruenței propusă de Grunner (Constantinescu 2012: 24).

Luând în considerare dihotomia dintre comicul involuntar și cel premeditat, Genette (2002: 157) propune o clasificare a comicului, stabilind trei categorii: a) *ridicolul* (apare atât în cazul umorului verbal, cât și al celui nonverbal și se încadrează în categoria comicului involuntar), b) *amuzamentul* (intră în categoria comicului voluntar sau simulat involuntar) și c) *comicul* (este valabil pentru comicul ficțional).

Poveștile amuzante sau glumele care apar în cadrul unei conversații au anumite caracteristici specifice comicului ficțional, întrucât se poate identifica manifestarea unei relații apropiate, evidențiată prin cuvinte agresive, depreciative, ceea ce Leech (1983: 82) numea *banter* (*satiră*) sau *mock impoliteness* (*impolitețe jucată/trucată*).

Un alt teoretician preocupat de distincția dintre comic și umor este Panaitescu (2003). În opinia sa, comicul este un „domeniu foarte larg, reunind cauzele care pot genera râsul de toate genurile (de la cel mai discret până la cel mai dezlănțuit)”, pe când umorul „reprezintă o modalitate specială de valorificare a posibilităților comicului: el traduce o atitudine, o ținută în fața tuturor realităților existenței” (Panaitescu 2003: 27). Pe măsură ce conceptul de umor reprezintă o formă „proteică (...) de valorificare a ceea ce apare drept *comic* în existență” (Panaitescu 2003: 959-968), comicul este un fenomen complex ce implică trei atitudini: a) cea *satirică*, care poate fi agresivă moralistă, didactică sau absolutistă, b) cea *umoristică*, care este mai tolerantă în ceea ce privește reflectarea asupra existenței și c) cea *neutră*, care nu adoptă o anumite poziție (Panaitescu 2003: 959-968).

Analizând concepțiile celor patru teoreticieni preocupați de fenomenul comicului, conchidem că nu putem pune semnul egal între comic și umor, dar – în mod evident – orice structură de natură umoristică poate reprezenta un fenomen subordonat comicului.

## 2.2 Ironie și umor – suprapuneri sau delimitări?

### 2.2.1 *Perspective literare*

Delimitările celor două concepte au stârnit interes și în rândul teoreticienilor literari. Spre exemplu, Escarpit (1972) vorbește despre dialectica umorului, punând în lumină evidenta legătură dintre cele două fenomene, tratând ironia ca principiu de bază în discutarea umorului. Așadar, într-o structură umoristică poate exista un paradox ironic, rezultat din punerea în contact a lumii cotidiene, cu cea redusă la absurd, în mod deliberat. Lumea redusă la absurd reprezintă rezultatul unei suspendări deliberate a unui comportament cognitiv care, în alte circumstanțe ar fi perfect normal, iar acea evidență suspendată este proprie unui anumit grup social, astfel că paradoxul umoristic nu există decât pentru membrii aceluși grup. Din acest punct de vedere, ironia reprezintă o subcategorie a umorului, o formă de manifestare a acestuia. Aducând în discuție „retorica ironiei” ca factor definitoriu în reprezentarea umorului, Escarpit (1972) susține că figura centrală care evidențiază o structură umoristică este litota, la care se alătură hiperbola sau exagerarea, idee regăsită ulterior și la Emelina (1991).

În definirea umorului, Genette (2002: 196) pornește de la accepțiunile bergsoniene (2005 [1911]), care plasează umorul ca fenomen opus ironiei<sup>5</sup>. Astfel, fiind un fenomen preponderent semantic, ironia are ca procedeu definitoriu antifraza, pe când umorul este un fenomen discutabil de vreme ce nu contrazice realitatea, ci mai degrabă o simulează prin elemente ludice. Mai mult, în discuția despre paradigma umoristică, Genette (2002) vede ironia drept un factor decisiv în judecata faptelor, funcționând ca o antifrază

---

<sup>5</sup> „L’humour, ainsi défini, est l’invers de l’ironie” (Genette 2002: 196).

factuală, iar umorul vizează judecata de valoare, fiind considerat o antifrază axiologică.<sup>6</sup>

În vederea stabilirii unor delimitări sau suprapuneri între cele două fenomene, Genette (2002: 203-204) conchide că umorul și ironia au ca punct comun revizuirea realității, iar elementele distincte ar consta în modalitățile prin care se realizează transformarea acesteia: negarea, văzut ca o formă ironică, iar justificarea – una umoristică. Astfel, dacă ironia simulează negarea realității, umorul pretinde justificarea acesteia prin argumente prelucrate ludic, cele două concepte definindu-se contrastiv prin ceea ce Genette numește funcție polemică: umorul produce întotdeauna amuzament, dar nu este întotdeauna polemic, pe când ironia este întotdeauna polemică.

O viziune contrastivă cu privire la cele două concepte apare și în lucrarea lui Ducrot (1984: 213) care consideră umorul o formă de ironie, un fenomen subordonat ironiei în care performerul nu are ca țintă o persoană sau un grup de persoane, ca în cazul în cazul ironiei.

Așadar, privite din unghiul teoreticienilor literari, umorul și ironia pot fi văzute fie ca două fenomene complementare, care se susțin și se potențează reciproc, fie ca elemente subordonate unul celuilalt, în funcție de contextul narativ și de intenția autorului. În unele cazuri, umorul poate constitui un vehicul pentru ironie, alteleori ironia poate include elemente umoristice pentru a accentua efectul satiric sau parodic al unui text.

---

<sup>6</sup> „L’ironie fait porter l’antiphrase sur le jugement de fait, l’humour, sur le jugement de valeur [...] L’ironie fonctionne ainsi comme une antiphrase factuelle, l’humour comme une antiphrase axiologique” (Genette 2002, 197).

### *2.2.2 Perspective lingvistice*

Din perspectivă lingvistică, ironia și umorul sunt două fenomene pragmatice independente aflate într-o strânsă legătură (Gurillo și Ortega 2013: 1). Ele reprezintă forme lingvistice figurative (Ritchie 2005; Brone, Fayaerts și Veale 2006) care încalcă anumite principii pragmatice (Ruiz și Gurillo 2012). De asemenea, ironia și umorul sunt două fenomene care constituie o parte a procesului pragmatic contrastiv (Colston 2002) sau a negației indirecte (Giora 1995; Attardo 2001; Hirsch 2011).

Attardo (2001: 122) crede că între cele două fenomene există atât conexiuni (ironia poate contribui la perceperea umorului în cadrul unui text<sup>7</sup>), cât și aspecte diferențiatorie. Spre exemplu, ironia este un fenomen pragmatic înțeles ca o negație indirectă, pe când umorul urmărește substituția unui scenariu cu altul aflat în opoziție. Deși ironia este un fapt pragmatic, iar umorul este deopotrivă pragmatic și semantic, observăm prezența unui punct teoretic convergent conform căruia în cadrul unei structuri poate exista umor ironic sau o ironie umoristică.

Leech (1983) vorbește de un principiu al ironiei, care vine să completeze principiile cooperării și ale politeții propuse de Grice (1975), respectiv de Lackoff (1977). Un aspect observat este că la nivel discursiv, ironia încalcă maxima calității prin exagerare, maxima cantității prin insuficiența informației, iar principiul politeții este încălcat atunci când interlocutorul decodează prin intermediul implicaturilor o formă de exprimare agresivă, care are un rezultat ofensator.

Attardo (2001b) evidențiază dificultatea sau chiar imposibilitatea delimitării unor subcategorii ale fenomenului umoristic, dat fiind faptul că nu s-au putut stabili niște granițe clare între acestea. Astfel, ironia este văzută

---

<sup>7</sup> „irony may contribute to the perception of humor in a text” (Attardo 2001: 122).



drept o subcategorie a umorului, deși pot apărea structuri umoristice care nu sunt ironice, dar și structuri ironice neamuzante.

La fel ca Leech (1983), Ritchie (2005) sau Brone (2006), și Attardo (2001b) consideră că ironia este un fenomen strict pragmatic, ținând cont de faptul că o structură ironică performată într-un context adecvat are un rezultat sau un impact diferit față de aceeași structură redată într-un context neutru; altfel spus, structurile ironice sunt derivate din inferențe și implicaturi. În discuția despre umor, același autor consideră că locutorul unei structuri umoristice trebuie să aibă capacitatea de a procesa un text din punct de vedere semantic, precum și de a stabili relații între elementele componente ale acestuia (competență). Performanța cere existența unui emițător și a unui receptor, care pe parcursul unei conversații își pot schimba rolurile; emițătorul spune ceva, iar receptorul recunoaște umorul, îl procesează, iar în cele din urmă răspunde prin râs.

#### *2.2.2.1 Funcțiile umorului și ale ironiei din perspectivă lingvistică*

Pentru a stabili elementele divergente sau de convergență dintre cele două fenomene, Attardo (2008: 117) identifică câteva funcții specifice. Din această perspectivă, umorul cuprinde:

- a) *Managementul social* (în această categorie intră medierea, controlul, jocul și solidaritatea). Această funcție a umorului este caracteristică performerilor care doresc să instituie anumite reguli la nivelul unei comunități sau într-un grup fără a da impresia de constrângere sau impunere.
- b) *De-angajarea* (posibilitatea de a-și retrage cuvintele, de cele mai multe ori redată prin expresia „Am glumit!”). Atunci când răspunsul la umor nu este în conformitate cu așteptările performerului, acesta are posibilitatea de a-și retrage cuvintele pentru ca discuția să nu degenereze în polemică.

- c) *De-funcționalizarea* (pierderea sensului de bază, literal). În acest caz intră cuvintele polisemantice, care – utilizate în diferite contexte – pot stârni amuzamentul.
- d) *Transmiterea unei informații* prin intermediul unei glume are un impact mult mai rapid asupra receptorului. Umorul este văzut drept un fenomen util atât la locurile de muncă (Fry 2004 , McGraw, Scanlon și Guthrie 1995), cât și în procesul de predare-învățare (Rowell și Steffen 1998, Hollis 2016, Loomans 2002) sau în mass-media, publicitate etc.
- e) *Testarea*. În funcție de intenția performerului, această funcție a umorului presupune următoarele: testarea interlocutorilor, a unei situații sau a unui eveniment.

Funcțiile ironiei, așa cum sunt evidențiate de Attardo (2008), sunt:

- a) *Afilierea la un grup* (de incluziune – bazat pe relații de solidaritate și de excluziune sau pe o judecată negativă);
- b) *Sofisticarea* (locutorul se detașează de situație, având abilitatea de a-și controla emoțiile și de a se juca cu limbajul);
- c) *Evaluarea* (prin această funcție Attardo subliniază că în cazul unei critici ironice se obține un efect negativ, pe când o laudă ironică atrage după sine un efect pozitiv);
- d) *Politețea* (atunci când apare această funcție, locutorul își retrage cuvintele care au avut un impact negativ asupra interlocutorului, utilizând expresii cu substanță ironică);
- e) *Persuasiunea* (convingerea prin intermediul unor structuri ironice);
- f) *Retractibilitatea* (posibilitatea interlocutorului de a-și retrage cuvintele, transformând o situație ironică într-una umoristică, sub pretextul „Am glumit!”);

Analizând funcțiile celor două fenomene discutate se pot identifica atât diferențe, cât și similarități prin reflectarea relațiilor care se stabilesc între

interlocutori, dar și integrarea lor într-un anumit mediu, prin intermediul unor structuri umoristice sau ironice. Atunci când umorul sau ironia nu produc efectul scontat, pentru a se evita un posibil conflict între participanții conversaționali, există posibilitatea interlocutorului de a-și retrage cuvintele, utilizând expresia „Am glumit!”, readucând discuția în punctul inițial.

#### *2.2.2.2 Complexitatea procesării fenomenului umoristic și ironic*

În vederea stabilirii coordonatelor dialecticii umorului și a ironiei, Giora (1995) evidențiază trei condiții esențiale: condiția de relevanță, cerința de informativitate gradată și anulabilitatea. Dacă în cazul umorului nu se impune prezența unui element marcat<sup>8</sup>, trecerea de la o interpretare nemarcată la una marcată, realizându-se treptat într-o structură ironică, este necesară o componentă evidentă, proeminentă, marcată, pentru a se produce ulterior o interpretare mai puțin marcată.

Pentru înțelegerea modalității de procesare a umorului și a ironiei se impune o analiză comparativă între perspectiva lui Giora (1995) și cea adoptată de Sperber și Wilson (1998), referitoare la teoria relevanței. Giora (1995) este de părere că un receptor al unei structuri umoristice sau ironice parcurge atât interpretarea literală a unui enunț, cât și pe cea figurată, pe când Sperber și Wilson (1998) consideră că receptorul accesează direct procesarea figurată, neexistând o diferență între sensul literal și cel figurat în interpretarea unei structuri.

Continuându-și analiza, Giora (1995: 241) împarte ironia în două categorii: cea a ironiilor ne-evidente și cea a ironiilor familiare (eng. „salient ironic meanings” și „familiar ironic meanings”). Într-un studiu experimental întreprins împreună cu Fein (1999a), a observat că participanții interpretau mai

---

<sup>8</sup> Traducerea conceptului îi aparține lui Constantinescu (2012: 30), iar pentru autoarea citată termenul înseamnă „neașteptat, evident, proeminent”.

întâi sensul literal al unei structuri ironice, ajungând ulterior la interpretarea ne-evidentă, pe când în cazul ironiei familiare perceperea acesteia este nemediată, directă (Giora și Fein 1999a: 254).

## **2.3 Concluzii parțiale**

În viziunea teoreticienilor literari, comicul este văzut ca un fenomen supraordonat umorului și ironiei. Din perspectivă lingvistică, comicul poate fi privit drept o categorie estetică, care are ca trăsături principale caracterul subiectiv și cel relațional. Umorul și ironia, pe de altă parte, sunt două concepte mult discutate atât de teoreticienii literari, cât și de lingviști, care le-au plasat nu numai într-o relație de complementaritate, ci și într-una de subordonare, evidențiindu-se astfel atât similarități, cât și diferențe funcționale.

## **3. CE ESTE UMORUL?**

### **3.1. Umorul din Antichitate până în prezent**

Conceptul de umor a stârnit în timp interesul mai multor specialiști din domenii variate, ei încercând să explice apariția, evoluția și importanța acestuia. În primă fază, cercetările în domeniul psihologiei au arătat că umorul își are baza înrădăcinată în genele noastre<sup>9</sup> (Martin 2007: 4).

Termenul de umor provine din limba latină („humor”) și înseamnă lichid sau fluid, referindu-se chiar la fluidele din corp. Fizicienii antici considerau că starea de bine a cuiva depinde foarte mult de echilibrul dintre cele patru fluide majore ale corpului (eng. „blood”, „phlegm”, „black bile”, „yellow bile”<sup>10</sup>) care ajută la funcționalitatea în parametri normali a celor patru organe ale corpului: inima, creierul, ficatul și splina. Atunci când

---

<sup>9</sup> „Humor has a biological basis rooted in our genes” (Martin 2007 :4).

<sup>10</sup> „sânge”, „expectorație”, „bila neagră” și „bila galbenă”.

fluidele corpului nu păstrează proporția corespunzătoare, anumite persoane ies în evidență cu anumite trăsături. În acest sens, conceptul de „humour” (umorul) era asociat cu temperamentul unei persoane care ieșea din standardele normale. În secolul al XVI-lea, persoanele cu un astfel de temperament erau considerate excentrice și erau ridiculizate de actorii de comedie (Carroll 2014: 5). În urma acestor aspecte, atestate istoric și științific, reiese că umorul este un fenomen specific activității umane care apare în toate tipurile de interacțiuni sociale<sup>11</sup> (Martin 2007: XV), fiind considerat un aspect universal al experienței umane, care apare în toate culturile și la indivizii din întreaga lume (Apte 1985).

Importanța fenomenului umoristic în viața oamenilor a fost remarcată încă din Antichitate de marile personalități ale culturii universale. Platon (427-347 î. Hr.), spre exemplu, susține că râsul ca efect al umorului este un viciu al nerecunoașterii propriului sine, un amestec al sentimentelor regăsite în suflet<sup>12</sup> (Piddington 1933: 152). Astfel, el consideră că se râde de oamenii care eșuează în a se cunoaște pe sine, care cred că sunt mai deștepți, mai puternici, mai înalți sau mai curajoși decât sunt în realitate.

Pe de altă parte, discipolul său, Aristotel (384-322 î. Hr.) definește umorul ca o formă de abuz. El este de părere că umorul regăsit în comedii puse în scenă portretizează trăsăturile negative ale oamenilor, însă nu neagă rolul pe care îl joacă în viața de zi cu zi a oamenilor, din moment ce acesta reprezintă o formă de relaxare. El consideră că umorul stimulează sufletul și îi conferă receptorului o stare de bine (Plebe 1952: 15-16).

Cicero (106-43 î.Hr.) reprezintă o altă figură importantă care a fost preocupată de conceptul de umor. El discută ce este umorul, de unde provine, dacă se potrivește în discursul unui orator, în ce măsură poate fi utilizat și care sunt genurile umorului (cf. Attardo 1994: 27). Ideile pe care acesta le postulează

---

<sup>11</sup> „Human activity that occurs in all types of social interactions” (Martin 2010: XV).

<sup>12</sup> „A mixed feeling of the soul” (Piddington 1933: 152).

sunt surprinzător de actuale și se regăsesc deopotrivă în teoriile contemporane referitoare la umor. Astfel, Cicero propune o primă taxonomie a umorului din punct de vedere lingvistic (ambiguitatea, paronomasia, etimologia populară, proverbele, interpretarea literală, expresii figurative, alegoria, metafora, antifraza și ironia), care a fost ulterior reluată și discutată de cercetătorii contemporani ai domeniului, (Raskin 1985 sau Attardo 1991, 1994), fără a se înregistra un progres substanțial: „dacă ar fi să comparăm taxonomia [lui Cicero] cu o taxonomie contemporană, este uimitor ce progres mic s-a făcut”<sup>13</sup> (Attardo 1994: 28). Mai mult, filosoful latin împarte textele umoristice în două categorii: cele ale căror efect umoristic rezistă în urma unei traduceri, deoarece depind de conținutul semantic al textului, și cele care nu permit modificări întrucât și-ar pierde efectul umoristic, dat fiind faptul că acesta derivă din forma textului. (Attardo 1994: 28)

În cea de-a treia secțiune a cărții sale *Institutio Oratoria*, Quintilian (35-100 d.Hr.) discută despre umor, conformându-se unei tradiții deja instaurate de predecesorul său, Cicero. El recomandă, așadar, evitarea exagerării și sugerează aplicarea corectitudinii pentru a evita glumele patetice. Mai mult, Quintilian accentuează că râsul are o sursă psihologică și psihică și propune șase tipuri diferite de umor: *urbanitas* (urban, civilizată), *venustum* (frumos), *salsum* (sărat, picant), *facetum* (plăcut, bine făcut/ intenționat), *jocus* (neserios) și *dicacitas* (spus, performant) (Attardo 1994: 31).

Epoca Evului Mediu nu a reprezentat o perioadă fructuoasă în ceea ce privește teoretizarea umorului. Totuși, un reprezentat de seamă al acestei epoci, Dante (1265-1321), a abordat fenomenul umoristic în opera sa literară *Divina comedie*.

În epoca renascentistă, marii gânditori au fost puternic influențați de teoriile anticilor greci, în special de cea aristoteliană, cu privire la fenomenul

---

<sup>13</sup> „If we compare the taxonomy to contemporary taxonomies, it is amazing how little progress has been made” (Attardo 1994: 28).

umoristic (Spingarn 1908: 101-106). Teoreticienii renașcentiști au fost preocupați îndeosebi de formularea unor reguli care să aibă în vedere distingerea dintre o farsă specifică epocii medievale și noua comedie cultivată.

Cei mai importanți doi reprezentanți ale acestei perioade sunt Vettore Fusto (1480-1550) și Madius (?- 1564). Cel dintâi preia concepția aristoteliană și vorbește despre opoziția verbal-referențial (Weinberg 1961: 90), pe când Madius este considerat cel mai important gânditor al Renașterii din punctul de vedere al tratării subiectului despre umor, astfel că Piddington (1933: 155) consideră că *De Ridiculis* este interesantă din perspectivă psihologică, iar Herrick (1950: 41) consideră lucrarea drept „cea mai elaborată discuție despre ceea ce provoacă râsul în secolul al șaisprezecelea”.<sup>14</sup>

La sfârșitul Renașterii, a început o ramificare a științei în diverse branșe, astfel că fenomenul umoristic a fost privit din mai multe perspective: psihologică, filosofică, literară sau sociologică. Teoriile umorului au fost împărțite în trei categorii: *cognitive* (teoria incongruenței sau a contrastului), *sociale* (teoria superiorității, trimfului, ostilității, agresiunii) și *psihologice* (de eliberare, subliminare) (Raskin 1985).

Cele mai noi abordări sunt cele care tratează fenomenul umoristic din punct de vedere lingvistic, iar cele mai importante două teorii sunt: *Teoria scenariilor semantice ale umorului* (Semantic Script Theory of Humor, SSTH), inițiată de Raskin (1985), și *Teoria generală a umorului verbal* (General Theory of Verbal Humor, GTVH), care derivă din prima, fiind preluată de Attardo și dezvoltată de Attardo și Raskin (1991).

Cercetătorii din diverse domenii sunt din ce în ce mai interesați de acest vast fenomen, umorul fiind o preocupare reală în psihologie, medicină, educație și, nu în ultimul rând, în lingvistică. Astfel, conchidem că, în

---

<sup>14</sup> “the most elaborate discussion of the risible in the sixteenth century” (Herrick 1950: 4).

modernitate, umorul reprezintă unul dintre cele mai importante aspecte din viața unui om.

### 3.2 Posibile definiții ale umorului

Umorele este un concept greu de definit în termeni necesari și suficienți, tocmai pentru că pe parcursul evoluției istorice a suscitât interes în cadrul mai multor domenii, precum psihologia, antropologia, sociologia și nu în ultimul rând lingvistica. În opinia lui Zafiu (2007: 497), o descriere generală a umorului ar consta în „intenția sau capacitatea de a produce enunțuri care să provoace o anumită reacție caracteristică (un tip de emoție sau manifestarea prin râs)” .

Umorele are un caracter specific prin soluții neașteptate, caraghioase și poate produce ilaritate. Din punct de vedere pragmatic, umorele este tot ceea ce are ca efect râsul (act fiziologic). Acesta poate avea un caracter binevoitor, ce ajută la stabilirea unor relații, sau dimpotrivă, poate fi caustic, distructiv. Mai mult, umorele nu este o structură unidimensională, ci include mai multe tipuri, precum: umorele sentimental, jocurile de cuvinte, umorele de situație, satira, parodia și ironia.

Adesea, în literatura de specialitate umorele este văzut ca un factor ce „afectează atenția și memoria” (Baym 1995 [2006]: 85), facilitează acțiunile sociale, rezolvă problemele de comunicare sau ajută la stabilirea unor conversații armonioase (Bergson 2005 [1911]). Pe de altă parte, Nijholt (2006) consideră că umorele poate stabili o relație între partenerii conversației sau poate face un dialog mai plăcut.

Alte accepțiuni referitoare la umorele subliniază că o structură umoristică „contribuie la motivare, la atenție, la înțelegerea și captarea informațiilor și la dezvoltarea unui sentiment afectiv a mesajului”<sup>15</sup> (Nijholt 2006: 62). Prin

---

<sup>15</sup> „Humor contributes to motivation, attention, comprehension and retention of information, and the development off affective feelings toward content” (Nijholt 2006: 62).



urmare, umorul reduce stresul, accentuează comunicarea și învățarea individuală și ajută totodată la sincronizarea adulților și a tinerilor dintr-un grup, atât în ceea ce privește solidaritatea, cât și identitatea de grup.

Stock and Strapparava (2006) sunt de părere că principalele roluri ale umorului constau în stimularea creativității, îmbunătățirea comunicării, a moralului, a productivității și captarea atenției auditoriului.

Deși rolul umorului este cel de a binedispune și ar trebui să aibă un impact pozitiv asupra oamenilor, există situații în care gluma este percepută greșit, generând efecte contrare. Așadar, deși unii oameni pot avea cunoștințe asemănătoare, raționamentele pot fi diferite, ceea ce duce la manifestări diferite în ceea ce privește reacția la umor. În cadrul unui grup, umorul are de asemenea rolul de a detensiona atmosfera; astfel, gluma făcută de unul dintre membrii grupului ar trebui să fie percepută ca atare, însă formulată necorespunzător, poate fi percepută ca atac la persoană, deoarece vorbim despre individualități. Un alt aspect demn de precizat ar fi că, uneori, umorul poate conduce la inhibarea comunicării din cauza stilurilor diferite de a performa o glumă, poate jigni sau crea tensiuni între indivizi.

Din cele câteva definiții prezentate mai sus, este evident că umorul este un termen larg, care face referire nu numai la ceea ce oamenii spun ori fac și este perceput ca fiind amuzant sau îi determină pe ceilalți să râdă, ci și la procesele cognitive implicate în vederea creării și perceperii stimulilor amuzanți sau la răspunsul de natură afectivă primit.

### **3.3 „Fațete” ale umorului**

#### ***3.3.1 Umorul ca act creativ***

De-a lungul anilor, s-a pus în evidență, tot mai mult, legătura dintre umor și actul creativ, cercetătorii considerând fenomenul umoristic drept o formă de creativitate alături de creațiile artistice și descoperirile științifice (Koestler

1964/1976 apud Pritzker și Runco 1999: 52). Se pare că elementele de bază ale umorului, precum incongruența, elementul surpriză sau noutatea, reprezintă deopotrivă trăsăturile de bază ale creativității (Besemer și Treffinger 1981 apud Pritzker și Runco 1999), ambele implicând o nouă modalitate de a privi lucrurile. Într-o cercetare propusă de Brodzinsky și Rubien (1976 apud Galloway 1994:78), s-a constatat că subiecții cu un nivel mai ridicat de creativitate au evaluat desenele animate neutre, agresive sau cele cu tentă sexuală drept amuzante, pe când subiecții cu un grad scăzut de creativitate nu au generat nicio reacție, ei considerându-le total lipsite de amuzament.

Procesele cognitive implicate stau la baza similitudinii dintre fenomenul umoristic și actul creativ. Potrivit teoriilor clasice ale umorului, o incongruență apare în urma asocierii unor idei sau situații care în mod normal intră în opoziție. Un alt factor esențial atât în cadrul actului umoristic, cât și în cel al creativității este originalitatea.

Împărțirea noțiunii de „umor” în două activități distincte – înțelegerea umorului (aprecierea umorului) și crearea umorului (producerea umorului) – oferă o viziune de ansamblu asupra similarităților dintre fenomenul umoristic și creativitate, întrucât, pentru a produce umor în mod intenționat, trebuie mai întâi să ai capacitatea de a-l aprecia și înțelege. Dacă umorul depinde de asocieri neașteptate între elemente opuse, se pare că abilitatea unui individ de a produce și înțelege umorul pare să depindă, totodată, de capacitatea de a produce noi idei, de a-și folosi creativitatea.

De altfel, atât în cazul umorului, cât și în cazul creativității sunt prezente stări emoționale precum surpriza și plăcerea, iar aprecierea umorului este considerată a fi o apreciere estetică a unui produs creativ (Wicker 1985 apud Pritzker și Runco 1999: 48).

### ***3.3.2 Umorul ca act persuasiv***

Plecând de la premisa că noțiunea de persuasiune este văzută uneori un fenomen tabu, spunem că un individ folosește mai degrabă „m-a convins” decât „m-a persuadat”, atunci când dorește să definească schimbarea de opinie drept un rezultat al unui demers comun emițătorului și receptorului, fără a se folosi de termenii „învingător” și „învingut”, ci cu un statut egal. Termenul de persuasiune este perceput ca o „înfrângere” sau o „plecăciune” în fața celuilalt, prin recunoașterea puterii interlocutorului (Kapferer 2002: 112).

Se știe că o primă condiție a unei comunicări este existența unui contact între individ și mesaj. Pentru ca un mesaj să-și îndeplinească scopul pentru care a fost performat, trebuie să fie receptat și decodificat. Noțiunea de „receptare” desemnează o serie de fenomene precum atenția, percepția și înțelegerea, pe când termenul de „decodificare” sugerează că receptorul trebuie să descopere ce dorește să i se transmită prin mesaj (Kapferer 2002: 115). Atenția, împreună cu cele două caacteristici ale sale, selectivitatea și intensitatea, reprezintă una dintre condițiile de bază ale percepției. Aceasta poate fi considerată o problemă de gradare și de efort.

A doua condiție specifică persuasiunii este înțelegerea, definită ca o corespondență între sensul mesajului intenționat de emițător și cel perceput de receptor. Prin urmare, pentru ca un mesaj să fie înțeles trebuie să se țină cont de câțiva factori: viteza de prezentare, simplitatea și relevanța argumentelor, redundanța mesajului, apelul la semnele familiare ale auditoriului, formularea explicită a concluziei etc. (Kapferer 2002: 119). Astfel, perceperea și înțelegerea mesajului umoristic depind foarte mult de calitatea comunicatorului, care afectează decizia de a accepta sau de a refuza concluzia mesajului.

Unul dintre modelele de persuasiune legate de procesarea informației (Hovland et al. 1953 apud Kapferer 2002: 123) este folosit pentru a explica

relația dintre umor și actul persuasiv. O modalitate în care umorul poate fi eficient în procesul de persuasiune este prin crearea unor emoții pozitive, deoarece este mai puțin probabil ca o persoană cu o stare de spirit bună să nu fie de acord cu un mesaj cu scop persuasiv. Astfel, umorul este utilizat cu scopul de a produce o stare sau o emoție pozitivă, care contribuie la sporirea eficienței persuadării receptorilor.

Mai mult, folosirea umorului ca act persuasiv poate crea un numitor comun între emițător și receptor prin împărtășirea simțului umoristic sau aceluiși set de valori (Meyer 1997 apud Lyttle 2001: 94). Deopotrivă, umorul este utilizat în persuadarea auditoriului prin blocarea procesării semantice, care conduce la distragerea auditoriului de la construirea unor contraargumente (Osterhouse și Rock 1970 apud Lyttle 2001) sau prin sporirea încrederii în sursa mesajului (Markiewicz 1974). Observându-se importanța umorului în actul persuasiv, s-au inițiat mai multe studii care pot fi clasificate astfel (Markiewicz 1974):

a) *Absența controlului mesajelor serioase.* Având în vedere natura mesajelor cu caracter serios sau grav, s-a pus întrebarea dacă folosirea umorului reprezintă o metodă eficientă în persuasiune. În vederea găsirii unui astfel de răspuns, s-au realizat un număr de șapte studii ce au analizat efectele mesajelor umoristice. Trei dintre ele au eșuat în identificarea unor schimbări atitudinale care ar fi putut să survină în urma expunerii la mesajul umoristic (Gruner 1965,1966; Zeman 1967 apud Markiewicz 1974), dat fiind faptul că au folosit ca procedeu satira, în scopul de a ataca cenzura, drept pentru care persuasiunea rezultată a fost îndoielnică. Totuși, în cazul celor patru studii în care utilizarea umorului a avut succes, Gruner (1967a apud Markiewicz 1974) a observat efecte pozitive numai în momentul în care li s-a explicat subiecților semnificația satirei.

- b) *Comparația cu mesajele serioase.* În acest caz, studiile întreprinse au avut ca scop analiza efectului persuasiv și schimbarea de atitudine sau impactul umorului asupra memoriei și etosul vorbitorului, ca rezultat al introducerii umorului într-un mesaj serios.
- c) *Umorul și schimbarea atitudinii.* În urma unor studii realizate, s-a încercat compararea impactului persuasiv al mesajelor cu caracter serios și a celor umoristice. Markiewicz 1974 consideră că majoritatea studiilor întreprinse au fost caracterizate de procedee precum satira, ironia, jocurile de cuvinte, hiperbolele, folosind modele experimentale care au la bază scală variabilă ce însumează trei valori: 1) un mesaj cu caracter umoristic; 2) un mesaj serios de control și 3) o metodă de control căreia îi lipsește mesajul. O parte dintre studiile realizate subliniază impactul persuasiv ridicat al mesajelor cu caracter umoristic (Gruner 1971, Markiewicz 1972, apud Markiewicz 1974) susținând că relația dintre umor și schimbarea atitudinii receptorilor nu au fost influențată neapărat de abilitatea verbală a performerului, credibilitatea emițătorului sau opinia inițială a receptorului.
- d) *Umorul și legătura cu conținutul mesajelor.* Gruner (1970 apud Markiewicz 1974) pleacă de la premisa că orice mesaj plictisitor, dacă i se adaugă elemente umoristice, va fi receptat pozitiv, pe când inserarea acelorași elemente într-un discurs interesant, sobru are rolul doar de a destinde atmosfera și nu neapărat de a îmbunătăți calitatea discursului.
- e) *Umorul extern mesajului.* Încorporarea elementelor umoristice în cadrul mesajelor serioase poate avea deopotrivă un efect negativ în ceea ce privește credibilitatea argumentelor aduse în discursul respectiv.

Sub acest aspect, umorul poate avea un efect negativ, întrucât modifică persuasiunea prin prisma procesării periferice, întrucât – deși creează, de regulă, o stare de bine – poate să distragă atenția de la ceea ce este esențial (Earleywine 2011).

### 3.3.3 Umorul ca „stare mentală”

Din perspectiva psihologiei cognitive, umorul este „o stare psihică determinată de o situație sau formulare comunicațională verbală, gestuală sau muzicală”<sup>16</sup>, prin care se înregistrează o discrepanță între ceea ce individul se așteaptă să descopere și ceea ce oferă de fapt realitatea textului umoristic.

Zafiu (2007: 497) accentuează rolul umorului ca factor coeziv între diverse grupuri, care contribuie la consolidarea relațiilor dintre interactanți, dar și la atenuarea posibilei agresiuni dintre aceștia, precizând că fenomenul umoristic este o „strategie conversațională și retorică ambiguă”. Asemenea altor strategii, fenomenul umoristic reprezintă un proces prin care individul utilizează toate mijloacele pe care le are la îndemână pentru a obține succesul într-o anumită situație de comunicare. Pentru a atinge succesul prin intermediul unui discurs umoristic, individul trebuie să se folosească de propria-i inteligență, care însumează anumite cunoștințe bine consolidate, logică, exercițiu de control etc.

Astfel, privit din perspectiva psihologiei actuale, fenomenul umoristic este strâns legat de individ, de procesele cognitive și intelectuale ale acestuia care creează căi de percepție și apreciere sau contribuie la generarea și răspândirea umorului.

Încă din Antichitate, termenul de umor făcea trimitere la o anumită reacție fiziologică determinată de stimularea intelectuală (Attardo 1994), astfel că Hipocrate stabilește încă de la început legătura dintre umor și temperamentele umane, subliniind că acesta este cel care hotărăște dispoziția sufletească a omului.

În 1862, termenul de *humor* capătă un sens modernist, astfel că trece de la o definiție medicală la una mai degrabă psihologică, fiind caracterizat

---

<sup>16</sup> <http://baldovin.netai.net/acte/Din.psi.abis/texte/umorul.html>, accesat la 21 mai 2015.

drept o „dispoziție mentală” (Bremmer 2006, Polimeni 2006). Deși Freud (1960 [1905]) consideră că nu orice individ este capabil să perceapă și să reproducă situații umoristice, totuși, observăm că din Antichitate până în zilele noastre se discută despre umor ca parte integrantă a ființei umane, existând o clară legătură între fenomenul umoristic și procesele volitive, afective și în special cele cognitive ale unei persoane.

### ***3.3.4 Umorul ca fenomen extern râsului***

Deși deseori luate sub aceeași „umbrelă”, umorul și râsul sunt două fenomene diferite, întrucât „a râde” nu este neapărat o parte integrată umorului, iar umorul nu are în mod obligatoriu ca efect râsul. În concepția antică, râsul era asociat cu ridicolul, degradarea și vulgaritatea clasei de jos a societății, pe când, în viziunea modernă activitatea de „a râde” este asociată cu o reacție psihică involuntară, o bucurie nevinovată, în definitiv, o caracteristică pozitivă intrinsecă ființei umane (Foka și Liliequist 2015). În acest sens, râsul poate fi definit drept un comportament uman fundamental, puternic aspectat social care este des asociat cu umorul, dar nu în mod obligatoriu. În funcție de cine râde și care este poziția socială a acestuia, râsul poate fi disciplinar, rebel, represiv, subversiv, autoironic, auto-depreciativ etc. (Foka și Liliequist 2015). În mod similar, umorul poate fi pozitiv sau destabilizator. Acesta poate avea efecte diverse: de la degradarea celorlalți, până la incongruența dintre ceea ce se așteaptă în conformitate cu normele și convențiile sociale și ceea ce se întâmplă în realitate. Prin urmare, în timp ce umorul pune accentul pe ambiguitate și incongruență, râsul contribuie la evocarea unor reacții de natură emoțională (Foka și Liliequist 2015).

Spre exemplu, umorul negru este acea categorie a umorului care este foarte rar însoțită de amuzament, întrucât noțiunile cu care operează nu stârnesc neapărat râsul, dat fiind faptul că se bazează pe absurditate și deseori

pe morbiditate. Prin fuziunea dintre furia, frustrarea și amărăciunea celui asupra căruia se aplică umorul negru se pot genera uneori chiar momente grotești, pe când fericirea sau bunăstarea generată de o situație non-umoristică, poate stârni râsul.

Relația dintre râs și umor a fost studiată și din perspectivă psihologică. Astfel, Freud (1960 [1905]) clasează umorul, respectiv comicul, în categoria formelor externe râsului. Prin urmare, aceste două fenomene nu se confundă, nu sunt identice, ci mai degrabă se intersectează, râsul fiind un posibil atribut al umorului, în esență „un mod de manifestare psihică a umorului” (Baldovin 1998).

Morreall (1983) distinge trei teorii ale râsului, similare cu cele ale umorului, printre care teoria superiorității, a incongruenței și a eliberării. El pornește de la ideea că cea mai răspândită și mai cunoscută teorie a râsului este cea în care un om își manifestă superioritatea față de altul prin râs. Dacă pentru teoria superiorității amuzamentul are la bază procesele afective, prin manifestarea propriului triumf asupra altei persoane, teoria incongruenței pune în lumină amuzamentul văzut ca o reacție intelectuală asupra a ceva neașteptat, ilogic sau inadecvat. La fel de importantă, cea de-a treia teorie a râsului, teoria eliberării, vede acest fenomen drept un factor esențial în vederea destinderii unei atmosfere tensionate sau care ajută la înlăturarea unui comportament nedorit, ceea ce-i conferă o dimensiune psihologică și socială.

Antropologul Bremmer (2006) menționează că în trecut existau anumite triburi în care predomina sobrietatea, iar glumele erau excluse din vocabular, în schimb în altele, oamenii râdeau cu foarte multă ușurință. Potrivit acestor afirmații, se înțelege că cele două fenomene distincte și totuși aflate la un punct de intersecție sunt determinate cultural.



Așadar, umorul și râsul sunt două fenomene complexe, distincte, care se încearcă a fi definite de specialiști din varii domenii, dar care ridică în continuare întrebări și probleme cu privire la „nașterea” acestor mecanisme. Totuși, pentru analiza acestora trebuie să se plece de la dimensiunea culturală, morală, etică și socială a indivizilor care performează sau receptează umorul, dar și a celor care „practică râsul”, chiar dacă acesta este provocat de situații non-umoristice. Aceste aspecte influențează atât tipul de umor acceptat într-o societate, cât și reacțiile pe care acesta le stârnește. În plus, râsul, ca expresie fiziologică, nu este întotdeauna legat strict de umor, ci poate fi determinat și de factori precum contextul social, normele de grup, disconfortul sau chiar mecanismele subconștiente de apărare.

### **3.4 Procedee de realizare a umorului**

a) *Jocurile de cuvinte* reprezintă o modalitate de performare a umorului prin care un cuvânt, o propoziție sau chiar o frază sunt reciclate pentru un nou uz semantic. Acest procedeu de performare a umorului nu garantează neapărat determinarea unor reacții puternice, însă există anumite elemente de incongruență care ne binedispun sau ne fac să zâmbim. Atunci când jocurile de cuvinte apar în context, acestea pot fi rezultatul unor construcții spontane generate de anumite situații din imediata apropiere a performerului sau de concepții și informații pe care acesta le deține sau respectă diferite cerințe precum legăturile contextuale sau concatenarea (Ritchie 2004: 118-119). Pe de altă parte, există și situații în care efectul umoristic este generat prin plasarea în interiorul unei propoziții sau fraze a unui cuvânt, similar din punct de vedere fonetic, dar diferit semantic de un cuvânt-cheie, fără a avea vreo legătură contextuală.

b) *Aluzia* reprezintă un alt procedeu umoristic prin intermediul căruia se face o referire indirectă la o realitate cunoscută. Aluzia asupra unei situații

sau persoane poate fi făcută atât de sursa mesajului, cât și de receptor, fără a fi menționată în mod direct. Este considerată foarte eficientă, deoarece, prin doar câteva cuvinte evocă anumite sentimente, emoții sau întâmplări complexe. Această modalitate de performare a umorului poate fi regăsită atât în cadrul conversațiilor, cât și în bancuri sau alte tipuri de glume. Aluzia este deoseori considerată a fi o ironie subtilă, întrucât se fac trimiteri indirecte la defectele sau neputințele unor categorii de oameni, situație întâlnită în glumele etnice.

În concepția lui Berger (1998: 21), aluzia este strâns legată de „greșelile, erorile, gafele sau lucrurile prostești pe care oamenii le spun și le fac, devenind cunoscute, dintr-un motiv sau altul”<sup>17</sup>. Pentru ca aluzia să aibă un efect umoristic, trimiterea care se face nu trebuie să aibă în vedere un aspect de maximă seriozitate sau importanță, ci, mai degrabă aspecte legate de „chestiuni sexuale, trăsături ale personalității, caracteristici comportamentale sau alte subiecte care pot fi stânjenitoare, dar nu dureroase”<sup>18</sup> (Berger 1998: 21).

c) *Revenirea* sau *repetiția* constituie o tehnică de creare a unei structuri umoristice elaborate în mod deliberat sau chiar intenționat, numai pentru a reveni și a corecta imediat ceea ce a fost spus anterior, producându-se astfel nu numai o situație amuzantă, ci și una oarecum ironică. Prin acest procedeu, performerii nu adaugă nicio informație, ci întăresc, de regulă, poanta finală pentru ca efectul umoristic să fie mai puternic, iar răspunsul la glumă (râsul) să fie unul prelungit.

d) *Tachinarea* ia forma unor remarce directe asupra imaginii sau a slăbiciunilor unei persoane, fără a avea intenția de a ofensa sau insulta persoana în cauză (Martin 2007: 13). În concepția lui Shapiro, Baumeister și

---

<sup>17</sup> „allusions are tied to mistakes, errors, gaffes, stupid things people say and do that become known, for one reason or another” (Berger 1998: 21).

<sup>18</sup> „sexual matters, personality traits, behavioral characteristics, and other matters which may be embarrassing but not painful” (Berger 1998: 21).

Kessler (1991), tachinarea cuprinde trei elemente: umor, agresiune și ostilitate. Tachinarea apare din diverse motive, de la a arăta afecțiunea cuiva, a comunica, a cunoaște pe cineva mai bine, până la a-și exprima ostilitatea sau malițiozitatea față de o anumită persoană. Tachinarea are un caracter paradoxal, constând în combinarea funcției prosociale cu cea agresivă: „prin tachinare se critică și totuși se complimentează, se atacă și totuși ea unește oamenii, umilește și totuși ea exprimă afecțiune”<sup>19</sup> (Keltner et al. 2001: 1231).

e) *Ironia* este un procedeu adesea menționat în studiile despre umor (Norrick 1994, 2003; Giora 1995, 2011; Jorgensen 1996; Kotthoff 2003), constituind o formă de expresie a acestuia. Principalele teorii ale umorului, precum teoria incongruenței (La Fave et al. 1976) sau SSTH (Raskin 1985) recunosc prezența unor tipare ironice în cadrul glumelor, cu mențiunea că nu orice structură ironică este deopotrivă și umoristică (Dyrel 2011a). Ironia îmbracă o formă umoristică atunci când se dorește o critică indirectă sau infonesivă asupra unui individ, sistem sau eveniment considerate tabu, despre care nu se poate vorbi liber din diferite motive cunoscute sau mai puțin cunoscute (Barbe 1995: 94). Spre exemplu, atunci când doreau să-și expună punctul de vedere despre un dictator sau un sistem opresiv, performerii se foloseau de glume în care mascau ironii fine, împărtășind părerile și intențiile lor cu alți membri ai societății (Barbe 1995: 94). Conform teoriei lui Norrick (1993), ironia joacă un rol important și în umorul interacțional, atunci când între participanții care se cunosc foarte bine, survine un fel de umor conflictual, specific discuțiilor între prieteni.

f) *Umorul negru* rezidă în „devierea de la valori și transgresiunea normelor sociale și sistemelor morale, ca atare se referă îndeaproape atât la

---

<sup>19</sup> „teasing criticizes yet compliments; attacks yet makes people closer, humiliates yet expresses affection” (Keltner et al. 2001: 1231).

umorul bolnav, cât și la cel agresiv sau ostil”<sup>20</sup> (Aillaud și Piolat 2012). Pe de o parte, umorul negru este considerat ostil și agresiv, reprezentând o formă de critică asupra unui aspect social necorespunzător (Martin 2007), pe de altă parte acesta este văzut ca un tip de umor „bolnav”, care are drept subiecte boala, handicapul sau moartea (Mindess et al. 1985). Această formă de umor combină gluma cu furia și amărăciunea, astfel că poate servi unor scopuri interpersonale negative (Dolitsky 1983) sau poate provoca un amestec de emoții precum amuzament, rușine sau dezgust (Aillaud și Piolat 2012).

**g)** *Satira* reprezintă acea formă agresivă a umorului, care are ca țintă instituțiile sociale sau politica socială. Satira este considerată drept una dintre cele mai importante surse de înțelegere a unei societăți, fiind o formă de reflecție asupra psihicului colectiv, asupra valorilor și gusturilor unui grup (Martin 2007: 13). Legătura dintre umor și satiră a suscitat interes mai ales în sensul explicării teoriilor nelingvistice ale umorului. Astfel, atunci când Ruch (2008: 29) a explicat teoria superiorității, el a discutat funcția satirică ca factor determinat al identității unei persoane sau al unui grup, susținând că „amuzamentul unei glume depinde de identificarea receptorului cu persoana (sau grupul) care a fost defăimat și cu victima calomniată”<sup>21</sup>.

**h)** *Sarcasmul* este o formă agresivă a umorului, care are drept țintă o persoană, nu o instituție sau o formă politică (Martin 2007: 13). Acesta este caracterizat de producerea în mod intenționat a unui metamesaj deschis, distinctiv, în care vorbitorul pune în evidență ridicolul și ostilitatea interlocutorului sau a unui alt individ care nu participă la conversație (Haiman 1998: 25). În literatura de specialitate, sarcasmul este văzut din perspectiva a două teorii. Conform primeia, sarcasmul implică un act al

---

<sup>20</sup> „relies on the deviation from values and the transgression of social norms and moral systems and as such relates closely to both sick and aggressive/hostile humor” (Aillaud & Piolat 2012).

<sup>21</sup> “funniness of a joke depends on the identification of the recipient with the person (or group) that is being disparaging and with the victim of disparagement” (Ruch 2008: 29).

prefăcătoriei (eng. „act of pretense”) (Grice 1975; Clarck și Gerrig 1984) și intră într-o strânsă legătură cu mimetismul, iar cea de-a doua teorie prezintă sarcasmul drept un act de menționare a cuvintelor (eng. „mention of words”) și nu de folosire a lor propriu-zisă (Sperber și Wilson 1981; Ducrot 1984: 192), astfel că citarea sau repetarea cuvintelor altor persoane atrag atenția asupra unor aspecte necorespunzătoare sau chiar ciudate.

Deși aceste procedee nu se exclud reciproc, în cadrul conversațiilor spontane pot apărea și alte forme spontane de realizare a umorului, precum: exagerarea, deprecierea, răspunsul la anumite întrebări retorice, modificarea unor expresii consacrate etc. (Martin 2007: 13)

### 3.5 Tipuri de umor

Fiind un fenomen variat, prezent în toate aspectele vieții, umorul a stârnit interesul unor domenii variate, precum: sociologia, psihologia, antropologia, lingvistica etc. Din perspectivă lingvistică umorul este împărțit în umor *verbal*, care este înțeles și performat prin intermediul limbajului (cf. Raskin 1985; Attardo și Raskin 1991; Chiaro 1992; Attardo 1994; Alexander 1997; Norrick 1993, 2004), respectiv umor *non-verbal*, care este un produs al limbajului corporal (cf. Raskin 1985, Norrick 2004). Dynel (2009) clasifică umorul verbal în două categorii: *umorul convențional* (sau gluma) și *umorul conversațional*.

#### 3.5.1 Umorul convențional

a. *Gluma cu structură fixă* (de tipul bancurilor) reprezintă o „unitate discursivă constituită din două părți, schema glumei și poanta finală<sup>22</sup>” (Raskin 1985: 216). Prima parte a glumei este de regulă narativă sau sub

---

<sup>22</sup> „a discourse unit consisting of two parts, the set up and the punch line” (Sherzer 1985: 216).

formă de dialog, iar partea finală reprezintă un scenariu opus, incongruent (Suls 1972). Gluma poate fi publicată în diverse colecții, poate fi performată individual sau inserată în cadrul unei conversații.

- b.** *Anecdota fără poantă finală* (eng. *shaggy-dog story*) este o poveste extinsă care descrie incidente irelevante, fiind caracterizată prin lipsa poantei finale. Efectul umoristic derivă din faptul că în cazul unei astfel de povești, performerul captează atenția auditoriului pentru o perioadă mai lungă de timp, urmând ca finalul să fie neașteptat tocmai pentru că, în esență, este fără înțeles. Acest tip de narațiune are la bază „absurditatea”<sup>23</sup> (Feinberg 1978: 177) și are un subiect prostesc sau chiar iritant. Feinberg (1978) consideră că ceea ce ne atrage la poveștile sau glumele de acest tip este devierea de la convenții, reguli, umorul de tip nonsens exprimând o agresiune împotriva logicii și a ordinii<sup>24</sup>.
- c.** *Gluma de tip întrebare-răspuns* (eng. *riddle*) reprezintă acel tip de umor care ia forma unei întrebări urmate de un răspuns prostesc și imprevizibil<sup>25</sup> (Chiaro 1992, Dienhart 1999). Această formă a umorului este specifică bancurilor etnice, în care performerul adresează întrebări retorice cu privire la trăsăturile unei comunități, apoi oferă răspunsuri ofesoare (Berger 1998: 67).
- d.** *Gluma scurtă* (eng. *one-liner*) este o redusă la câteva cuvinte, cuprinzând totodată poanta finală (Chiaro 1992, Norrick 1993).

### **3.5.2 Umorul conversațional**

Umorele *conversațional* poate fi spontan, construit în funcție de contextul situațional sau lingvistic, ori poate fi preconstruit, ținându-se cont de subiectul discuției la care interactantul ia parte. Umorul conversațional este un concept-umbrelă care însumează o serie de structuri verbale spontane sau

---

<sup>23</sup> „shaggy-dog humor relies on absurdity” (Feinberg 1978: 177).

<sup>24</sup> „nonsense humor expresses aggression against logic and order” (Feinberg 1978: 182).

<sup>25</sup> „questions followed by unpredictable and silly answers ” (Chiaro 1992, Dienhart 1999).

textual repetitive utilizate în vederea producerii amuzamentului în rândul receptorilor. Unitățile umorului conversațional variază de la lexeme formate dintr-un cuvânt, la propoziții sau fraze, ori chiar la schimb de replici amuzate intercalate într-o conversație non-umoristică (Dynel 2011).

### 3.5.2.1 Lexemele și unitățile frazeologice

În literatura de specialitate, cele mai scurte structuri umoristice utilizate în cadrul unei conversații sunt lexemele și unitățile frazeologice (Mel'čuk 1995, 1998). Potențialul umoristic al lexemelor sau al unităților frazeologice rezidă din noutatea lor în ceea ce privește inserarea în contexte conversaționale, icongruența unităților constituente și un nou sens pe care îl dobândesc (Dynel 2011).

A. *Lexemele umoristice* pot fi regăsite sub următoarele forme:

a. **prin derivare** - atașarea unor prefixe sau sufixe existente în limba română

**deziluzionist** (subst.) – persoană care provoacă deziluzii (prefixul dez- + substantivul „iluzionist”)

**iubibil** (adj.) – persoană care poate fi iubită ușor (verbul „a iubi” + sufixul -bil, cu sensul pasiv „care poate fi”)<sup>26</sup>

**rahatolog** (subst.) – specialist în chestiuni lipsite de importanță (substantivul „rahat” + sufixoidul „log”, cu sensul activ de „specialist”)<sup>27</sup>

**zâmbos** (adj.) – care provoacă amuzament (verbul „a zâmbi”+ sufixul “os”)<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> [www.jocuridecuvinte.ro/inexistente.htm](http://www.jocuridecuvinte.ro/inexistente.htm), accesat în data de 15.12.2017.

<sup>27</sup> idem

<sup>28</sup> idem

## b. combinarea unor părți din cuvinte diferite (cuvinte-valiză)

*crocobaur* – o combinație între două substantive: „crocodil” și „balaur”; folosit și pentru denumirea unei persoane care sperie lumea din jur<sup>29</sup>;

*individios* – o combinație între substantivul „individ” și „invidios”, având semnificația de persoană invidioasă<sup>30</sup>;

*exasperanțe* - o combinație între substantivul “exasperare” și “speranțe”; folosit cu sensul de speranțe transformate în exasperări<sup>31</sup>.

c. **acronime** La nivel modal, unele mărci de mașini au acronime amuzate, după cum urmează:

*BMW* – **B**ig **M**oney **W**aste (mulți bani cheltuiți)

*FIAT* – **F**ix **I**t **A**ll the **T**ime (repar-o tot timpul)

*DACIA* – **D**acă **A**i **C**ap **I**a-ți **A**lta<sup>32</sup>

## B. Unitățile frazeologice

Potențialul umoristic al unităților frazeologice rezidă din noutatea lor, precum și din juxtapunerea elementelor subordonatoare (Mel’čuk 1995, 1998). De altfel, există o categorie a unităților frazeologice care cuprinde unități deja existente al căror înțeles convenționalizat este substituit de unul nou.

*Donator de organe* – persoană care conduce motocicletă (motociclist);

*Mâncător de rahat* – persoană care bârfește;

*Frecător de mentă* – persoană leneșă, care nu face nimic util;

*Muncitor cu jumătate de normă la stat degeaba* – persoană extrem de leneșă

*Vânător de pokemoni* – persoană care umblă fără rost;

*(Om) dus cu pluta* – un om neatent<sup>33</sup>

---

<sup>29</sup> Construcție folosită de grupul social din care fac parte.

<sup>30</sup> Construcție regăsită în vocabularul grupului social din care fac parte.

<sup>31</sup> [www.jocuridecuvinte.ro/inexistente.html](http://www.jocuridecuvinte.ro/inexistente.html), accesat în data de 15.12.2017.

<sup>32</sup> [www.descopera.ro/dnews/14691138-acronime-amuzante-care-sunt-originile-marcilor-auto](http://www.descopera.ro/dnews/14691138-acronime-amuzante-care-sunt-originile-marcilor-auto), accesat în data de 17.12.2017.

<sup>33</sup> Expresii uzuale, unanim cunoscute.



### 3.5.2.2 *Vorbele de duh*

Vorba de duh reprezintă o structură verbală introdusă într-un schimb conversațional, nefiind în mod obligatoriu amuzantă (Norrick 1993). Vorbele de duh sunt legate contextual, dar apar spontan, de regulă într-o situație conversațională non-umoristică, contrastând cu glumele cu structură fixă, care constituie părți integrale ce pot fi dissociate de întregul discurs (Long and Graesser 1988). Așadar, vorbele de duh sunt similare cu zicătorile sau proverbele non-umoristice, în sensul în care sunt unități comunicative pline de sens și atunci când sunt luate din context. Pe de altă parte, acestea pot lua și forme comunicative variate, precum definiții sau comentarii (Chiaro 1992) sau pot servi unor scopuri comunicative, fără a fi neaparat umoristice.

*Dacă într-o zi simți un gol în stomac... înseamnă că... trebuie să mergi să mănânci, că ți-e foame!*

*Nu te îngrijora de ceea ce gândesc oamenii – nu li se întâmplă prea des.*

*Fugi de tentații, dar încet, să te poată ajunge.*

*Dacă o păsărică ți-a șoptit ceva, atunci înseamnă ca ai înnebunit pentru ca păsărelele nu vorbesc<sup>34</sup>.*

### 3.5.3 *Umorul accidental sau neintenționat*

Acest tip de umor se împarte în două categorii: (1) fizic sau non-verbal și (2) lingvistic sau verbal.

Umorul lingvistic accidental provine din greșeli de scriere, pronunțare sau erori logice (Martin 2007: 14). O sursă a umorului accidental poate fi ambiguitatea rezultată din polisemia unor cuvinte. Umorul neintenționat de

---

<sup>34</sup> [www.codrosu.ro/vorbe-de-duh-cugetari-despre-viata-amuzante](http://www.codrosu.ro/vorbe-de-duh-cugetari-despre-viata-amuzante), accesat în data de 05.01.2018.

tip fizic ține de întâmplări și situații comice din viața cotidiană realizate prin intermediul unor gesturi, expresii faciale sau corporale nedorite. Există și situații în care umorul poate apărea în mod accidental dacă performerul nu folosește gesturile corespunzătoare situației lingvistice prezentate.

#### ***3.5.4 Umorul corporal sau fizic***

Acest tip de umor intră în categoria umorului non-verbal și este legat atât de forma corpului unei persoane, cât și de toate lucrurile nostime pe care acesta le poate face cu corpul său. Umorul fizic sau corporal apare fie involutar, atunci când locutorul dorește să întărească ceea ce spune, fie atunci când gestică intră în contradicție cu ceea ce acesta relatează. De altfel, acest tip de umor însoțește umorul verbal și este evident mai ales atunci când o persoană intră în rolul altcuiva pentru a performa o glumă. În acest caz, persoana care generează umor prin intermediul mimicii sau al gesturilor își menține propria identitate, dar în același timp „împrumută” identitatea altora (Berger 1998: 42).

### **3.6 Stiluri ale umorului**

Indiferent de vârstă, sex, ocupație, statut social sau mediu social din care fac parte, oamenii folosesc umorul în interacțiunea cu alte persoane sub diferite forme și cu diverse scopuri.

Deși modalitatea de performare a umorului variază în funcție de context, o importanță deosebită o au trăsăturile de personalitate specifice fiecărui individ, drept pentru care studiile psihologice (Martin 2007) au prezentat un interes aparte în vederea identificării unor stiluri ale umorului. Așadar, din punct de vedere psihologic, umorul servește unor numeroase funcții interpersonale, unele dintre ele contribuind la stabilirea coeziunii

sociale sau la eficientizarea comunicării dintre indivizi, altele având rol coercitiv, peiorativ sau lingușitor (Martin 2007: 276).

Umorul poate avea rolul de a intensifica relația cu sinele sau poate eficientiza relația cu ceilalți, poate avea caracter binevoitor sau malițios, drept urmare, din suma acestor trăsături rezultă patru stiluri distinctive ale umorului: *afiliativ, de auto-consolidare, agresiv și autodistructiv* (Martin 2007).

**a)** *Umorul afiliativ* reprezintă acel stil al umorului utilizat într-o manieră pozitivă, având ca scop acceptarea sinelui sau eficientizarea relațiilor cu ceilalți. În această direcție, umorul este folosit ca o modalitate de a-i impresiona și amuza pe ceilalți, reducând tensiunea dintre interlocutori și contribuind la dezvoltarea relațiilor interumane. Prin urmare, există tendința de a spune lucruri amuzante, glume, vorbe de duh, cu scopul de a binedispune, de a amuza și de a râde împreună cu interlocutorii. Din punct de vedere sociologic și psihologic, indivizii care utilizează stilul afiliativ sunt mult mai deschiși pentru crearea unor legături de prietenie. De altfel, utilizarea frecventă a acestui stil al umorului conferă date de natură psihologică despre performer: încredere în sine ridicată, stabilitate emoțională, caracter extrovertit și deschis spre noi experiențe (Martin 2007: 211).

**b)** *Umorul de auto-consolidare* reprezintă acel stil al umorului prin care se reflectă o atitudine pozitivă asupra vieții prin capacitatea locutorului de a râde de el însuși sau de aspectele negative ale vieții într-o manieră constructivă. Ca atare, umorul este folosit de indivizi cu scopul de a privi partea bună a unei situații nesatisfăcătoare, de a găsi un echilibru sau de a-și menține o atitudine pozitivă chiar și în momentele în care sunt puși la încercare.

**c)** Prin *umorul agresiv* se urmărește criticarea sau manipularea celorlalți prin utilizarea unor forme ale umorului cu potențial ofensator, precum: sarcasmul, tachinarea, ridiculizarea sau critica. Acest stil umoristic este utilizat într-o

manieră compulsivă și atunci când este un context nefavorabil, drept pentru care cele mai semnificative prejucții rezultate în urma utilizării umorului agresiv sunt rasismul și sexismul (Martin 2007: 211).

**d)** *Umorul autodistructiv* implică utilizarea în mod excesiv a umorului auto-peiorativ prin care vorbitorul dorește stârnirea amuzamentului prin ceea ce face sau spune despre el însuși. Umorul derivă din evidențierea propriilor slăbiciuni, greșeli, gafe, luând forma unei negări defensive cu scopul de a ascunde anumite sentimente negative sau de a trata anumite probleme într-un mod constructiv. Acest stil umoristic este văzut ca o încercare de a câștiga atenția și aprobarea celor din jur cu privire la propriile experiențe (Martin 2007: 211).

### **3.7 Funcțiile umorului**

#### **3.7.1 Funcțiile umorului din perspectiva lui Meyer**

În concepția lui Meyer (2000: 315), funcțiile umorului se pot identifica prin aplicarea principalelor teorii ale umorului, acestea având drept corespondențe între funcțiile retorice, precum: *identificarea, clarificarea, diferențierea și întărirea*. Teoria eliberării (Spencer 1860, Freud (1960 [1905])) explică utilizarea umorului cu scopul de a detensiona interlocutorii; conform teoriei incongruenței (Suls (1972, 1977, 1983; Ritchie 1999, Moreall 2009), umorul reliefează noi perspective comunicaționale, iar din perspectiva teoriei superiorității (Morreall 1983, 1987; Gruner 1997) umorul este utilizat fie pentru a critica opoziția dintre membrii unui grup, fie cu scopul de a-i uni pe acei membri aflați în opoziție (Meyer 2000: 316).

a) **Identificarea** este acea funcție a umorului care servește la stabilirea unui raport de identitate între performeri și auditoriul lor, întărind credibilitatea vorbitorului (Gruner 1967, 1985; Malone 1980) și construind coeziunea grupului. În accepțiunea lui Winick (1976), sentimentele, indiferent de natura

lor, pot fi exprimate în siguranță prin intermediul umorului, deși, în mod normal, ar putea fi blocate din lipsa de deschidere a societății pentru a le accepta. Aprecierea simțului umorului reprezintă un aspect important în vederea creșterii și intensificării relațiilor dintre oameni (Graham 1995). În acest context, prin umor se încearcă reducerea tensiunii dintre interlocutori și determinarea audienței de a se simți superiori prin faptul că sunt poziționați la același nivel cu vorbitorul. Umorele care reduc anumite tensiuni create între vorbitori sau îl intergrează pe vorbitor în cadrul unui grup contribuie la identificarea vorbitorului cu auditoriul, ca și cum ar râde împreună pentru a reduce anumite tensiuni (Meyer 2000: 319).

b) **Clarificarea.** În anumite situații, performerii recurg la umor pentru exprimarea propriilor viziuni, formulându-le în fraze memorabile sau anecdote scurte, care ajută la clarificarea unor neînțelegeri sau alte aspecte ce necesită explicații. Folosirea umorului contribuie la prezentarea unui punct de vedere creativ și memorabil, deoarece este prezentat într-un mod neașteptat și disonant. Efectul umoristic rezultă din jocuri de cuvinte servește la clarificarea unor norme sociale, învățarea anumitor comportamente așteptate, însă fără intenția de a-i corecta sau cenzura pe cei implicați, ci cu scopul de a reduce tensiunea și de a promova sentimente pozitive printre interlocutori (Meyer 2000: 320).

c) **Întărirea.** Umorele îi permite performerului întărirea unor norme sau reguli de natură socială, precum și anihilarea criticii în timp ce se menține identificarea cu auditoriul (Graham et al. 1992). De altfel, fenomenul umoristic este utilizat în vederea întăririi unor principii sociale care sunt construite sub forma unor așteptări. Orice deviere de la așteptările propuse poate fi văzută drept umoristică, invocându-se râsul pentru a-i disciplina pe cei care nu respectă întocmai regulile sociale ale unui grup (Duncan 1962).

d) ***Diferențierea.*** Performerul utilizează funcția diferențierii pentru a pune accentul pe contrastul dintre el și oponentii săi, umorul fiind utilizat atât pentru dobândirea unor alianțe, cât și pentru stabilirea unor granițe de separare. Astfel, ridicularizarea opoziției prin intermediul umorului se consideră a fi mai eficientă decât prin intermediul indignării, a furiei ori a violenței (Volpe 1977). Astfel, această funcție este utilizată cu scopul de a diferenția un grup (cel care comunică și apreciază umorul) de un alt grup (de la care se așteaptă să fie în dezacord cu crearea umorului). Atunci când membrii unui grup fac glume pe seama unor aspecte pentru care de regulă sunt luați în derâdere de către cei din exterior, ei contribuie la identificarea lor cu alte grupuri, folosindu-se de funcția de diferențiere a umorului. Totuși, scopul funcției diferențiatoare a umorului este de a crea diviziune sau opoziție între oameni și grupuri (Meyer 2000: 323).

### ***3.7.2 Funcțiile umorului din perspectiva lui Hay***

În concepția lui Hay (2000), umorul servește unor multiple funcții în cadrul unui discurs. Acestea sunt împărțite pe trei niveluri: funcții bazate pe solidaritate, funcții care au la bază puterea și funcții psihologice.

#### ***3.7.2.1 Funcții bazate pe solidaritate***

În cele mai multe cazuri, umorul este utilizat pentru a crea solidaritate între grupuri sau între membrii unui grup, pentru a crea anumite limite sau pentru a binedispune. Prin urmare, Hay (2000) ajunge la concluzia că femeile utilizează umorul cu scopul de a crea relații bazate pe solidaritate de două ori mai mult decât bărbații. Pe de altă parte, studiul arată că femeile au tendința de a se autodezvălui prin intermediul umorului mult mai mult, în comparație cu bărbații. De altfel, Komorovsky (1962) arată că bărbații evită să împărtășească sau să dezvăluie informații personale. Astfel, dacă un grup de

femei împărtășește informații și valori personale cu scopul de a interacționa cu celelalte femei din grup, bărbații au tendința de a împărtăși diverse tipuri de activități (Goodwin 1982).

- a) *Împărtășirea* unui eveniment personal care are un substrat umoristic dezvăluie anumite detalii despre vorbitor, permițându-i auditoriului să-l cunoască mai bine. Atunci când vorbitorul împărtășește anumite informații personale denotă încredere în auditoriu, creând solidaritate între el și cei care îl ascultă.
- b) *Evidențierea unor similarități* prin împărtășirea unor experiențe comune. Una dintre funcțiile de bază ale umorului este de a identifica sau de a împărtăși idei comune, un interes comun ori alte similarități dintre vorbitor și ascultători (Ziv 1984).
- c) *Clarificarea și menținerea unor limite*. În anumite cazuri, umorul este folosit pentru a consolida diferite norme și valori ale unui grup, precum și de a face explicite anumite limite ale acceptabilității (Linstead 1985). În situația în care se fac glume pe seama unor indivizi din afara propriului grup se utilizează funcția de stabilire a unor limite, pe când în momentul în care umorul este utilizat cu scopul de a consolida niște standarde deja acceptate, se folosește funcția de solidaritate.
- d) *Tachinarea* reprezintă o strategie care poate funcționa în două moduri. Ea nu este întotdeauna antagonică, ci poate funcționa pentru a exprima solidaritate sau pentru a crea o legătură între indivizi (Hay 1994). Astfel, tachinarea poate avea rolul de a consolida solidaritatea și relațiile dintre indivizi sau de a ajuta la menținerea puterii celui care tachinează. Pentru ca tachinarea să aibă un efect pozitiv, de consolidare a relațiilor, trebuie să apară într-un context situațional umoristic, în care indivizii se tachinează și se insultă în mod frecvent, dar fără dorința de a-și exprima puterea sau de a-și domina partenerii conversaționali.

Tachinarea care are la bază solidaritatea este utilizată în general de membrii unui grup de același sex, în special de bărbați (Kuipers 1991 apud Hay 2000). Alte studii (Hay 2000) arată că atât femeile, cât și bărbații se ancorează în activități care au la bază tachinarea, dar această funcție a umorului apare mai rar în cadrul grupurilor mixte și mai frecvent în cele formate predominant din bărbați.

### 3.7.2.2 *Funcții bazate pe putere*

Deși în majoritatea cazurilor umorul este utilizat pentru a binedispune sau a pentru crea relații, există și situații în care acesta este folosit pentru a impune puterea în cadrul unui grup sau într-o relație. Hay (2000: 721) a identificat patru strategii care au la bază manifestări ale puterii:

**a) *Menținerea conflictului.*** Umorul care introduce sau menține conflictul reprezintă una dintre cele trei funcții generale propuse de Martineau (1972) cu privire la relațiile sociale dintre indivizi. În viziunea lui, folosirea umorului pentru a menține un conflict contribuie la înjosirea partenerului conversațional prin transmiterea unui mesaj agresiv.

**b) *Controlul.*** Funcția umorului prin care se umărește controlarea interlocutorilor, a discuției sau a unei situații a reprezentat un interes real pentru cercetătorii din domeniu, precum: Martineau (1972), Collinson (1988), Graham et al. (1992), Hay (2000). În viziunea lor, orice formă de umor care are drept scop influențarea comportamentului auditorului este clasificat drept umor de control. Un individ poate să controleze prin umor situații de la cele mai simple, precum a cere închiderea unei uși, până la cele complexe, precum a manipula un om sau o situație în scopuri proprii.

**c) *Contestarea și stabilirea unor limite.*** Prin umor, se pot contesta anumite limite clișeizate, se încearcă stabilirea unora noi sau menținerea și



crearea acelor limite considerate a fi necesare între interlocutorii din cadrul unui grup sau din grupuri diferite.

**d) Tachinarea.** Atunci când tachinarea este folosită cu scopul de a le ataca sau submina principiile și valorile celorlalți sau de a aduce critici, ea servește în mod evident la creșterea sau menținerea puterii vorbitorului.

### 3.7.2.3 Funcții psihologice

În viziunea lui Hay (2000: 725), a te apăra sau a face față unei situații prin intermediul glumei reprezintă două dintre funcțiile de bază ale umorului.

**a) Apărarea (autoapărarea).** Această funcție contribuie la autoprotejarea prin identificarea propriilor slăbiciuni înainte de a fi identificate și folosite în detrimentul său de către cei din jur. O formă de autoapărare împotriva criticii este de a invoca scuze sau de a exagera anumite situații penibile cu scopul de a crea umor, astfel încât să evite dezvăluirea unor informații personale despre sine, care ar putea fi folosite împotriva sa.

**b) A face față unei probleme date de context/ în afara contextului..** Această funcție a prezentat interes pentru o serie de cercetători, precum Fink și Walker (1977), Ziv (1984), Pogrebin și Poole (1988). Primii doi cercetători menționați au studiat umorul ca tehnică utilizată în vederea restabilirii comunicării interpersonale, atunci când o situație jenantă distruge o comunicare eficientă. Ziv (1984) a văzut umorul ca parte integrantă a personalității, conferindu-i acestuia un rol important în vederea confruntării cu diferite situații ale vieții, iar Pogrebin și Poole (1988) au studiat patru ipostaze umoristice cu care se confruntă, spre exemplu, ofițerii de patrulă, dar care pot fi aplicate și în cadrul altor grupuri țintă, în funcție de context: agresiunea umoristică, degradarea audienței, difuziunea pericolului sau a tragediei și neutralizarea normativelor.

Hay (2000: 726) a împărțit această funcție psihologică în două categorii: a face față prin intermediul umorului la o problemă contextuală, respectiv a face față la o problemă non-contextuală. Prima categorie include acel tip de umor care survine în urma unei probleme apărute în mod spontan în cadrul unei conversații. Problema poate apărea dintr-o gafă socială care a fost ținută o perioadă de timp sub presiune, „explodând” în timpul unei conversații. În conformitate cu cea de-a doua categorie, umorul este utilizat pentru a face față unor probleme cu caracter general, precum boala sau moartea. A glumi despre ceva înspăimântător, crud sau depresiv este un exemplu de umor de tipul „a face față la...”.

#### **4. CONCLUZII PARȚIALE**

Complexitatea fenomenului umoristic derivă, fără îndoială, din incapacitatea de a-l încadra într-un singur domeniu, el fiind prezent în orice aspect al vieții (Berger 1998).

În prima parte a capitolului, am observat că umorul poate fi privit ca un fenomen subordonat comicului, deoarece reprezintă o „unealtă” prin care comicul își valorifică posibilitățile de exprimare, alături de satiră, farsă și ironie (Panaitescu 2003, Gourévitch 1975). Mai mult, am constatat că au existat diverse preocupări cu privire la legătura dintre fenomenul umoristic și cel ironic. În viziunea unor teoreticieni (Escarpit 1972), ironia este un fenomen subordonat umorului, reprezentând o formă de exprimare a celui din urmă. Pe de altă parte, cercetările ulterioare plasează cele două fenomene pe aceeași treaptă din perspectiva complexității lor, fiind considerate fenomene pragmatice independente cu o vizibilă legătură la nivelul compozițional și performativ. (Gurillo și Ortega 2013). O viziune contrastivă a celor două este cea a lui Ducrot (1984) care consideră că umorul este o subcategorie a

ironiei, astfel că prin umor se încearcă ironizarea printr-o modalitate acceptată de către receptor.

În vederea stabilirii unor delimitări, respectiv a unor suprapuneri, Attardo (2008) a propus o serie de funcții specifice umorului și ironiei, constatând că există atât diferențe cât și puncte comune, astfel că orice situație umoristică se poate transforma într-una ironică și invers.

O altă preocupare care stă la baza acestui capitol este de a face o scurtă incursiune în istoria conceptului de umor, din Antichitate până în prezent. Filosofii antici desconsiderau umorul, asociindu-l cu aspecte negative prezente în viața oamenilor, mai ales în rândul oamenilor din clasa de mijloc.

Platon credea că râsul este un fenomen survenit ca urmare a necunoașterii sinelui, iar Aristotel vedea umorul drept un abuz, care are menirea de a portretiza trăsăturile negative ale oamenilor. Mai târziu, Cicero propune o taxonomie a umorului, care a fost preluată și adaptată contextului umoristic actual și de teoreticienii contemporani (Raskin 1985), mai ales de cei interesați de traducerea umorului.

O altă figură importantă în ceea ce privește discutarea fenomenului umoristic este Quintilian (Don Waisanen 2015). Acesta propune șase tipuri de umor utilizate în diverse situații, în funcție de contextul umoristic dat: *urbanitas* (urban, civilizată), *venustum* (frumos), *salsum* (sărat, picant), *facetum* (plăcut, bine făcut), *jocus* (neserios) și *dicacitas* (spus, performat).

În perioada renașcentistă se dorea stabilirea unor distincții între farsă și noua formă de comedie care avea să apară, astfel că la sfârșitul acestei perioade, umorul a fost privit din mai multe perspective: psihologică, filozofică, literară și sociologică. Cele mai recente abordări tratează umorul din punct de vedere lingvistic, astfel că cele mai importante două teorii sunt: SSTH (Semantic Script Theory of humor - Teoria scenariilor semantice ale umorului), inițiată de Raskin(1985) și GTVH (General Theory of Verbal

humor - Teoria generală a umorului verbal), care derivă din SSTH, fiind preluată și dezvoltată de Attardo (1994).

Un alt punct de interes al capitolului a fost acela de a găsi câteva dintre cele mai elocvente definiții ale umorului date de teoreticienii din diferite domenii. Am constatat, așadar, dificultatea de a găsi o singură definiție general valabilă, dată fiind diversitatea și complexitatea fenomenului umoristic. Privit din punct de vedere psihologic, umorul contribuie la atenția, memoria, motivația individului sau la înțelegerea unor informații și stabilirea unor relații armonioase cu sinele și cu cei din jur (Baym 2006, Nijholt 2006). Din punct de vedere sociologic și pragmatic, umorul este văzut ca un fenomen care contribuie la menținerea unei conversații armonioase, stabilirea unor relații între parteneri, precum și la captarea atenției auditoriului în vederea creării unei comunicări eficiente (Bergson 2005 [1911], Stock and Strapparava 2006).

Pentru determinarea umorului am avut în vedere câteva modalități de realizare și performare a umorului, printre care cele mai importante sunt: jocul de cuvine, aluzia, tachinarea, ironia, umorul negru, satira și sarcasmul. Jocul de cuvinte nu garantează întotdeauna succesul umorului, dar contribuie la crearea acestuia prin redarea unui nou uz semantic unor cuvinte sau propoziții, prin existența unor elemente incongruente rezultate în mod spontan, în funcție de contextul în care apare sau ca urmare a unor informații pe care le deține performerul.

Aluzia are rolul de a evoca unele sentimente intense, trăiri, emoții, ea fiind procedeul prin intermediul căruia nu se face o referire directă la realitatea prezentată, ci se sesizează mai degrabă o subtilitate în abordarea unui subiect.

Tachinarea este un procedeu de realizare a umorului prin care se aduc remarce directe cu privire la imaginea și slăbiciunea unei persoane, pe când

umorul negru este modalitatea de stabilire a umorului rezultat din amestecul dintre furie cu amărăciune, amuzament, rușine și dezgust. Văzută ca o subcategorie a umorului, ironia reprezintă un procedeu prin care se dorește punerea în evidența a unei critici inofensive, în contrast cu satira și sarcasmul, care reprezintă acele forme agresive ale umorului ce intenționează să creioneze nu atât individul, cât o întreagă societate.

Totodată, în capitolul de față am discutat despre existența a două categorii principale ale umorului: umorul verbal și umorul nonverbal. La rândul său, umorul este împărțit în glumă cu structură fixă (umorul convențional) și umorul conversațional. În concepția lui Dynel (2009), în categoria umorului convențional intră următoarele structuri umoristice: gluma cu structură fixă, anecdota fără poantă finală, gluma de tip întrebare-răspuns și gluma scurtă.

Umorel conversațional poate fi spontan și este construit în funcție de o anumită situație lingvistică. Din această categorie fac parte următoarele structuri umoristice: lexemele și unitățile frazeologice, vorbele de duh, umorul accidental sau neintenționat și umorul corporal sau fizic.

În analiza unei structuri umoristice, pe lângă tipul de umor în care se încadrează, este necesară stabilirea unui stil prin care acesta este performat. Din punct de vedere psihologic există patru stiluri ale umorului, după cum urmează: umorul afiliativ (are ca scop eficientizarea relațiilor), umorul de auto-consolidare (capacitatea locutorului de a râde de propriile trăsături negative în vederea salvării unei situații), umorul agresiv (se urmărește manipularea celorlalți) și umorul autodistructiv (utilizarea în mod excesiv a umorului autopeiorativ) (Martin 2007).

În ultima parte a capitolului, am urmărit funcțiile umorului din punct de vedere retoric, psihologic și sociologic. Meyer (2000) consideră că cele mai importante funcții ale umorului își au echivalentul în funcțiile retorice:

identificarea (întărește credibilitatea performerului), clarificarea (exprimarea propriilor viziuni, explicarea unor noțiuni neînțelese), întărirea (prin umor se urmărește întărirea unor norme și anihilarea unor critici) și diferențierea (se pune accentul pe diferența dintre locutor și oponentii săi). Privit din perspectivă psihologică și sociologică, umorul îndeplinește funcții bazate pe solidaritate, funcții axate pe putere și funcțiile psihologice.

În concluzie, prin trecerea în revistă a principalelor concepții referitoare la umor din Antichitate și până în prezent, am constatat că acest fenomen a stârnit interes din cele mai vechi timpuri, iar astăzi este încă unul problematic, prin complexitatea sa și imposibilitatea de a fi studiat dintr-un singur unghi sau încadrat într-o singură disciplină.

## CAPITOLUL 2

# TEORIILE UMORULUI

### 1. NOȚIUNI INTRODUCTIVE

Complexitatea fenomenului umoristic explică, fără îndoială, de ce este atât de dificil de definit și de studiat într-o manieră exhaustivă. Specialiștii din domenii precum filosofia, psihologia, sociologia, antropologia și lingvistica au încercat să ofere răspunsuri cu privire originea umorului, importanța acestuia sau modalitatea de performare și receptare, dar fără a pretinde că prin studiile lor au reușit să cuprindă acest fenomen multidimensional.

Primele teorii ale umorului, cu evidente orientări interdisciplinare, au fost cele nelingvistice, care au reprezentat punctul de pornire în stabilirea unui model comun pe baza căruia este construit umorul, unele dintre ele influențând teoriile lingvistice ulterioare. Astfel, cele trei teorii nelingvistice de bază sunt: *teoria superiorității* – din domeniul sociologiei (La Fave (1969), Gruner (1997)), *teoria eliberării* – din psihologie (Spencer 1860 apud Morreall 1983; Freud 1960 [1905]) și *teoria incongruenței* cu rădăcini în filosofie (Spencer 1860 apud Morreall 1983, Suls 1977, Ritchie 1999), iar cele mai însemnate teorii lingvistice ale umorului pe care le voi avea în vedere sunt: *scenariile semantice* (Raskin 1985) și *teoria generală a umorului verbal* (Attardo 1994).

În linii mari, deși fiecare teorie pune accent pe o anumită componentă, un element comun tuturor teoriilor despre umor este acordul privind ideea conform căreia fenomenul umoristic este influențat de factori cognitivi, culturali, psihologici și sociali.

## 2. TEORIILE NELINGVISTICE ALE UMORULUI

Berger (1987) împarte teoriile umorului în patru categorii: teoriile *psihanalitice*, teoriile *superiorității*, ale *incongruenței* și cele *cognitive*. Attardo (1994) propune trei tipuri de teorii nelingvistice ale umorului: *sociale* (de superioritate, agresiune, de zeflemisire, denigrare, ostilitate), *psihanalitice* (de eliberare, sublimare, liberare, economie) și *cognitive* (de incongruență și contrast). Teoria incongruenței și cea cognitivă pun în evidență ironia și surpriza conținutului umoristic (Suls 1972, Raskin 1985, Berger 1987, Attardo 1994), pe când cele psihanalitice și sociale subliniază relația antagonică dintre cei care performează gluma și individul sau grupul țintă vizat (Freud 1960 [1905], Zillmann 1983, Berger 1987).

### 2.1 Teoria superiorității

#### 2.1.1 Rădăcinile teoriei superiorității

Cea mai veche și probabil cea mai răspândită teorie a umorului este teoria superiorității, care își are rădăcinile în filosofia lui Platon. În viziunea sa, râsul denotă răutatea și nebunia omului, iar cel care râde este o persoană care se crede mai sănătoasă, mai arătoasă, mai virtuoasă sau mai inteligentă decât este în realitate. A te amuza pe seama unor oameni pe care îi consideri inferiori implică un soi de malițiozitate, iar aceasta conduce spre o durere ascunsă în suflet (Morreall 1983: 4).

Platon este de părere că râsul „se concentrează” pe diferitele vicii ale omului și astfel se pierde controlul rațional individual, devenind bufonii propriei noastre existențe. Mai mult, filosoful s-a opus convenționalizării râsului în cadrul unei comedii, considerând că este dăunător să portretizezi, prin intermediul literaturii, oameni râzând.



Mai târziu, Aristotel a preluat concepția de la Platon, susținând că râsul este o formă de batjocură. Mai mult, el este de părere că, din moment ce oamenilor nu le place ca cineva să râdă de ei, umorul poate servi drept o normă corectivă utilizată pentru reabilitarea aceluia care comit greșeli de ordin social. Pentru el, prea mult râs este incompatibil cu o viață sănătoasă, iar cei care folosesc umorul în exces sunt considerați niște bufoni vulgari. Totuși, spre deosebire de Platon, Aristotel nu condamnă în totalitate atitudinea umoristică, considerând că cei care nu spun ceva amuzant din când în când sunt grobieni și duri (Morreall 1983: 5).

În acord cu Platon și Aristotel, Socrate (Philebus 1925 apud Bilig 2005 : 40) își exprimă suspiciunea sa cu privire la râs, considerând că, atunci când ne bucurăm de o comedie, în sufletul nostru există un amestec de plăcere și durere. În noi există plăcerea de a râde de cei care nu au o părere prea bună despre ei înșiși sau de cei care se cred mai bogați, mai inteligenți sau mai frumoși decât sunt în realitate. Mai mult, Socrate devine interesat de moralitatea râsului și de legătura sa cu adevărul. El consideră că apare un soi de ignoranță din partea celui care râde, iar ignoranța este malefică, din moment ce râzi de vanitatea și îngâmfarea unui potențial prieten.

### ***2.1.2 Viziunea lui Hobbes asupra teoriei superiorității***

Concepția filosofilor antici cu privire la umor și la efectul acestuia s-a păstrat o lungă perioadă de timp, până în epoca premodernă când Thomas Hobbes (1996 [1651]) îi dă o nouă formă. Pentru el, râsul apare în momentul în care câștigăm o „bătălie” cu ceilalți sau chiar cu noi înșine. Râsul este un act compensatoriu care are la bază găsirea acelei puteri de a câștiga în fața altora sau a noastră, a ceea ce eram în trecut (Morreall 1983: 5).

Asemenea precursorilor săi, Hobbes (1996 [1651]) consideră că râsul poate fi dăunător caracterului unei persoane, atunci când aceasta nu se poate simți bine decât în momentul în care îi privește de sus pe ceilalți, considerându-i inferiori. Astfel, concepția lui despre râs stă la baza teoriei superiorității și a fost „apărată” de-a lungul a trei secole.

Din ideile postulate de Hobbes (1996 [1651]) înțelegem că, atunci când regăsim umorul în ceva, râdem indiferent că este vorba prostie, eșecuri, defecte culturale sau morale descoperite la o persoană, față de care ne simțim imediat „superiori”, deoarece nu suntem noi cei ghinionști, neîndemânatici sau lipsiți de moralitate. A te simți superior reprezintă, în acest context, același lucru cu „a te simți bine”, „a obține ce vrei”, „a câștiga”. De altfel, filosoful mai adaugă că, uneori, ne putem simți superiori față de noi înșine dacă ne raportăm la un trecut sau un prezent plin de neșanse, greșeli sau situații penibile, deoarece în acel moment suntem „deasupra” acelor situații nefericite.

Hobbes (1996 [1651]) pune ridicolul în centrul umorului fără a propune o distincție între râsul cu efect pozitiv sau negativ ori între umorul de clasă superioară și umorul de joasă speță. Pentru el, râsul nu este altceva decât o glorie subită, nimic altceva decât o reacție apărută în interes propriu. Atunci când propune o perspectivă socială a umorului, rezultatul este unul nesatisfăcător, deoarece evidențiază un model individualist: în momentul în care un om râde, ceilalți – din frică sau din gelozie – i se alătură, fără a ține cont de faptul că râsul este un fenomen social și se manifestă doar foarte rar în momentul în care o persoană este singură. Din acest punct de vedere, Hobbes vede râsul drept o manifestare fără sens a unor stări emoționale exterioare și nu o comunicare retorică plină de sens.

### ***2.1.3 Relevanța teoriei lui Hobbes asupra cercetărilor umoristice ulterioare***

Ludovici (1932) preia ideea lui Hobbes (1996 [1651]) care considera că „oamenii râd de ghinioane, eșecuri și indecențe, în care nu există comicul. De asemenea, oamenii râd de infirmitățile altora... Aș putea conchide că pasiunea râsului nu este altceva decât o glorie subită, născută dintr-o formare subită a superiorității în noi înșine, prin comparație cu infirmitatea altora sau cu a noastră proprie<sup>35</sup>” și îi dă o versiune progresistă. Această teorie pretinde că umorul apare din sentimentul de superioritate pe care îl poți avea la un moment dat față de altcineva. Sub acest aspect, râsul este o modalitate prin care noi le transmitem celor din jur că suntem puternici și mai bine adaptați la situație decât ei. În timp, odată cu evoluția omului, s-a constatat că există mai multe modalități prin care o persoană poate fi superioară celeilalte, nu numai cea de natură fizică, astfel că, nu contează numai puterea și agilitatea, ci și istețimea, inteligența sau chiar sănătatea (Morreall 1983: 6-7).

Gruner (1997) preia ideile postulate de Hobbes despre umor și elaborează „teoria superiorității”, care este cunoscută și sub alte denumiri, precum teoria „batjocurii” (eng. „derision” theory), teoria „ostilității” (eng. „hostility” theory) sau teoria „adaptării superioare” (eng. „superior adaptation” theory). Ideea care stă la baza acestei teorii constă în faptul că a râde este egal cu a câștiga, deoarece înseamnă a obține atât un lucru care îți provoacă plăcere, cât și unul pe care ți l-ai dorit și l-ai câștigat. Așadar, el afirmă:

---

<sup>35</sup> „Men laugh at mischance and indecencies, wherein there lies not wit or jest at all... Also men laugh at the infirmities of others...I may therefore conclude that the passion of laughter is nothing else but sudden glory arising from a sudden conception of some eminence in ourselves by comparison with the infirmity of others, or our own formerly: for men laugh at the follies of themselves past, when they come suddenly to remembrance, except they bring with them any present dishonour” (Hobbes 1996 [1651]).

„Atunci când regăsim umorul în ceva, râdem de nefericirea, prostia, stângăcia, defectele morale și culturale, pe care dintr-odată le descoperim la altcineva, față de care ne simțim subit și instantaneu „superiori”, din moment ce nu suntem, în acel moment, nefericiți, proști, stângaci sau defecti din punct de vedere moral sau cultural și așa mai departe. A te simți superior, în acest context, înseamnă „a te simți bine”; înseamnă „a obține ceea ce-ți dorești”. Înseamnă a învinge!”<sup>36</sup> (Gruner 1997: 6)

Totodată, el consideră că fiecare situație umoristică are deopotrivă un „învingător” și un „învingut”. Prin urmare, observăm că „învingătorul” nu este doar cel care performează gluma, ci și cel care o recepționează, atâta timp cât „învingutul” este cea de-a treia persoană, despre care se vorbește. Mai mult, pentru a explica teoria superiorității, Gruner (1997: 21) pornește de la teoria evoluției omului, specificând că, în contextul schimbărilor istorice, pentru tot ceea ce a obținut, omul a trebuit să lupte. El oferă diverse exemple prin care demonstrează că a râde de cineva mai slab decât tine te face mai puternic, punând în evidență faptul că încă din cele mai îndepărtate timpuri exista un joc de felul „care pe care” în care o anumită persoană încerca să-l încurce pe celălalt atunci când dorește să ofere un răspuns, astfel încât cel care triumfă râde de oponentul său care încearcă să se apere. Așadar, Gruner (1997: 21) este de părere că o situație comică poate fi cel mai bine înțeleasă prin cunoașterea învingătorului și a învingutului, tocmai de aceea îndepărtarea a ceea ce s-a câștigat sau s-a pierdut duce la înlăturarea elementelor esențiale ale situației umoristice.

---

<sup>36</sup> „When we find humor in something, we laugh at the misfortune, stupidity, clumsiness, moral and cultural defect, suddenly revealed in someone else, to whom we instantly and momentarily feel «superior» since we are not, at that moment, unfortunate, stupid, clumsy, morally or culturally defective and so on. To feel superior in this way is «to feel good»; it is «to get what you want.» It is to win!” (Gruner 1997: 6).

O altă încercare de a explica evoluția umorului care are la bază gesturile fizice ostile este cea a lui Rapp (1951), care consideră că vocalizarea triumfului precedă verbalizarea lui, iar râsul poate fi o formă de manifestare a unei victorii. Dacă la început oamenii râdeau atunci când îl vedeau pe un opozant cu un ochi vânăt sau un braț rupt, mai târziu aceștia au început să râdă de oricine avea un soi de diformitate, urmând ca în prezent acest lucru să fie specific în grupurile de prieteni sau de apropiați.

În linii mari, teoria superiorității este văzută drept o teorie a ridiculizării, din moment ce se sugerează că râsul este un rezultat al denigrării altor oameni (Sully 1902: 119-120). În zilele noastre, teoria superiorității este tratată cu scepticism, deoarece, privit din acest punct de vedere, râsul nu este întotdeauna sănătos și benefic. Pentru Morreall (1987: 3), privit din perspectiva teoriei superiorității, râsul este fundamental disprețuitor. În viziunea lui DuPré (1998: 56), prin teoria superiorității se pune în evidență faptul că râsul este un răspuns triumfător rezultat din denigrarea unor obiecte, concepte, persoane, neimportante pentru propriul sine. Totuși, teoria superiorității a umorului are perspective diverse: stă la baza ordinii sociale luând forma unui umor disciplinar, descurajează acceptarea necondiționată a ideii că râsul apare și este folosit numai în scopuri benefice sau este în dezacord cu ideologia pozitivistă, dar totuși poate oferi soluții cu privire la menținerea puterii sau a ordinii (Billig 2005: 39).

Deși mulți dintre teoreticienii care au fost preocupați de teoria superiorității au preluat și dezvoltat concepția lui Hobbes, există și alții care consideră că filozoful a exagerat rolul superiorității. Hutcheson (1758 apud Billig 2005: 53) crede că aparentul sentiment de superioritate „apare deodată în mintea noastră în graba unei conversații joviale între prieteni, unde de

regulă există o stimă reciprocă<sup>37</sup>”, iar plăcerea pe care o putem simți din nefericirea altora trebuie să fie una ascunsă, cu adevărat secretă, și nu una pe care să o expunem. În același sens, DuPré (1998) crede că teoria superiorității ar trebui rediscutată, deoarece nu simțim neapărat un sentiment de superioritate atunci când râdem.

#### ***2.1.4 Afilierea sau apartenența la un grup ori un model***

În 1934, Wolff et al. au extins teoria superiorității introducând conceptul de afiliere. S-a introdus sintagma de „obiecte afiliate”, referindu-se la extensia psihologică a sinelui, considerându-se că acestea sunt acele obiecte asupra cărora se răsfrânge aceeași atitudine pe care un individ ar întreprinde-o asupra sa (Wolff et al. 1934: 344). Astfel, se pornește de la ipoteza conform căreia oamenii ar trebui să se amuze mult mai mult în momentul în care sunt martori la batjocorirea unor membri ce nu fac parte din grupul lor, decât atunci când ținta batjocurii sunt cei din grupul din care fac parte. În urma unui studiu despre evrei, s-a demonstrat că grupurile etnice despre care se fac anumite glume nu le percep drept la fel de amuzante, spre deosebire de un grup etnic care nu este ținta batjocurii (Wolff et al. 1934).

Middleton (1959) întreprinde și el un studiu care vine în sprijinul teoriei superiorității. El observă că participanții afro-americani se amuză mult mai mult la glumele despre albi decât participanții albi. Pe de altă parte, se constată tendința celor din clasa mijlocie de a se amuza mult mai mult decât cei din clasa de jos a societății sau cei din pătura superioară, deoarece cele două extremități reprezintă subiectul principal al glumelor.

Priest (1966), respectiv Priest și Abrahams (1970) propun o analiză similară, care pune în evidență apartenența la un grup de referință. Priest își

---

<sup>37</sup> „Seldom arises in our minds in the hurry of a cheerful conversation among friends, where there is often a high mutual esteem” (Hutcheson 1758: 17 apud Billig 2005: 53).

îndreaptă atenția spre mediul politic și este de părere că, atunci când o persoană se amuză în urma unei glume cu tentă zeflemitoare a cărei țintă este un candidat la președinție, înseamnă că nu este afiliat partidului din care candidatul face parte. El dă exemple concrete aferente perioadei respective: în 1964, la alegerile prezidențiale, partidul democrat se amuza mult mai mult la glumele cu tentă de batjocură care se făceau despre contracandidatul republican, decât cele care îl vizau pe candidatul care îi reprezenta. Astfel, Priest și Abrahams (1970: 779) sugerează că „apartenența la un grup de referință pare a servi ca o ancoră pentru umorul regăsit în unele grupuri de referință (partidele politice grup de referință)”<sup>38</sup>.

Așadar, Wolf et al. (1934), Middleton (1959), Priest (1966), Priest și Abraham (1970) extind modelul lui Hobbes care avea în vedere superioritatea asupra unei persoane asupra unui grup social. În conformitate cu teoria superiorității dezvoltată de cercetătorii menționați mai sus, oamenii ar trebui să se amuze la glumele cu tentă zeflemitoare care au ca țintă un grup social diferit față de cel la care ei înșiși sunt afiliați.

### ***2.1.5 Identificarea cu o clasă sau un grup model***

La Fave (1969) preia noțiunea de afiliere de la Wolf et al. (1934) și impune un model al teoriei superiorității, numit teoria supremației, introducând conceptul de identificare cu o clasă model (eng. IC, *identification class*) care prezice gradul de plăcere resimțit ca efect al unei glume al cărei scop este batjocorirea unei persoane sau a unui grup social. Identificarea cu o clasă model are în vedere atât afilierea la un grup, cât și atitudinea sa față de acesta. Astfel, continuându-i ideea lui Hobbes (1996 [1976] despre teoria superiorității, La Fave (1972) sugerează că efectul de amuzament produs de

---

<sup>38</sup> „reference group membership seems to serve as an anchor for humor in some reference groups (political party reference groups)” (Priest și Abrahams 1970: 779).

umorul cu tentă batjocoritoare este rezultat din raportarea la stima de sine în contrast cu societatea. Glumele care descurajează identificarea negativă cu o anumită clasă sau un model ori care conduc la o stimă de sine ridicată au un efect umoristic mai pregnant, decât acel tip de umor care urmărește deprecierea celor care se identifică și se încadrează într-un anumit grup social. Spre exemplu, creștinii, susține La Fave (1972), sunt mult mai amuzați de glumele care au ca efect creșterea stimei de sine a acestei clase (IC pozitiv), decât acele glume care depreciază grupurile de creștini (IC negativ). Teoria supremației extinde teoria superiorității, punând în evidență importanța efectului umoristic ca rezultat al denigrării unor grupuri cu care nu se identifică sau urmărind creșterea stimei de sine și identificarea pozitivă cu un grup sau o clasă model.

### ***2.1.6 Teoria dispoziției sau modelul atitudinal al teoriei superiorității***

Zillmann și Cantor (1976) au criticat teoria supremației și conceptualizările legate de afilierea la un grup de referință ori la un model și au fost în dezacord cu ideea conform căreia umorul survine atunci când se fac glume cu tentă de batjocură la adresa unui grup din care performerul nu face parte. Ei consideră că teoria supremației (eng. *vicarious theory*) ar trebui să fie înlocuită cu un model atitudinal sau o teorie a dispoziției (eng. *disposition theory*), afirmând următoarele: „am înlăturat noțiunile de afiliere, grup sau clasă și am introdus conceptul de dispoziție afectivă oscilând de la o stare afectivă extrem de negativă la un punct neutru, de indiferență, apoi la o stare afectivă extrem de pozitivă<sup>39</sup> (Zillmann și Cantor 1976: 100). În acest sens, conceptul de dispoziție afectivă include noțiunile de afiliere, grup de referință

---

<sup>39</sup> „we have dismissed the dichotomization of affiliation, groups, or classes, and instead employed a conceptual continuum of affective disposition ranging from extreme negative affect through a neutral point of indifference to extreme positive affect” (Zillmann și Cantor 1976: 100).



sau identificare cu o clasă model. Modelul propus de ei explică faptul că modul de percepere a umorului este previzibil în funcție de relația care se instituie între membrii unui grup și atitudinea dihotomică privind identificarea cu o clasă socială. Totodată, Zillmann și Cantor (1976) sugerează că interpretarea umorului în termenii dispoziției afective este un proces tranzitoriu și nu unul stabil ca cel impus de modelul teoriei supremației. Spre exemplu, mânia este o atitudine sau o dispoziție tranzitorie, care poate motiva o persoană să râdă sau să „guste” umorul cu tentă defăimătoare care vizează o țintă anume, chiar dacă în alte circumstanțe între persoana care râde și cea de care se râde există o relație pozitivă. Prin urmare, se observă că modelul propus de Zillmann și Cantor este mai flexibil, astfel că, între cel care se amuză și cel care este ținta unei glume defăimătoare, nu trebuie să existe neapărat o relație antagonică sau să se aparțină unor grupuri sociale diferite.

O extensie a modelului atitudinal al teoriei superiorității este cea propusă de McGhee și Duffey (1983), care plasează umorul într-un context sexist. În urma cercetărilor, s-a constatat că oamenii le plac glumele cu tentă sexistă, chiar dacă asta înseamnă a avea o atitudine negativă față de femei (Ford 2000, Ford et al. 1999). Spre exemplu, Greenwood și Isbell (2002) spun că bărbații și femeile cu o puternică atitudine sexistă consideră bancurile la fel de amuzante precum cei care au o atitudine non-sexistă, astfel că efectul stârnit de o glumă, nu depinde neapărat de grupul din care faci parte, ci de atitudinea și dispoziția pe care o ai la un moment dat.

În concluzie, observăm că, de-a lungul timpului, au existat cercetători care au considerat râsul o formă de superioritate față de ceilalți sau de sine într-un anumit moment al vieții, dar și teoreticieni care au văzut teoria superiorității ca fiind una forțată, considerând că umorul are rolul de a bine-dispune, nu de a eticheta persoane.

## **2.2 Teoria eliberării**

### ***2.2.1 Concepția freudiană asupra umorului***

Principalul reprezentant al teoriei eliberării este Freud (1960 [1905]). El este de părere că reducerea incitării, reacția de a râde la stimuli, este provocată de necesitatea de a minimaliza tensiunea (de regulă asociată cu sexualitatea, agresivitatea sau moartea) pe care un individ și-o inhibă. În acest fel, râsul reprezintă o reflectare a gradului de intensitate a emoțiilor (suprimate sau reprimite) corelat cu stimulii relevanți situației comice. Astfel, atunci când suntem prinși într-o situație tensionată, pentru a ne elibera de emoțiile și gândurile acumulate, una dintre soluții este apelul la umor. În viziunea lui Freud (1960 [1905]), folosim gluma pentru a nu lăsa să ajungă la nivelul conștientului anumite frustrări, gânduri ascunse și sentimente pe care societatea ne obligă să le reprimăm. Mai mult, acesta consideră că sexul și ostilitatea sunt singurele coordonate a căror reprimare duce la râs, dar în realitate, spune Morreall (1987: 24), orice situație tabu poate crea premisele unui râs eliberator. Spre exemplu, atunci când ascultăm o glumă fără tentă sexuală sau fără o oarecare ostilitate, în cel mai bun caz putem acumula anumite emoții pe care ni le transmit trăsăturile personajelor, însă în momentul în care poanta finală ia o întorsătură neașteptată, iar personajele nu sunt ceea ce păreau a fi, emoția crește și cere a fi eliberată prin râs.

Conform concepției lui Freud, umorul suplinește sentimentele negative: astfel, în loc de durere, simțim o senzație de plăcere, care derivă din economia unui consum afectiv. Sub acest aspect, economia pare a fi un cuvânt-cheie în teoria freudiană, „mecanismul care unește elementele triadei freudiene sunt: economia în consumul de inhibiție (pentru plăcerea produsă de vorbele de duh), economia în consumul de reprezentare (în cazul comicului) și economia de consum afectiv (de sentiment – cazul umorului)”

(Freud 1960 [1905]: 410-411). Pentru ca o structură umoristică să aibă ca efect râsul, iar acesta să producă mai apoi plăcere, este necesar să se îndeplinească următoarele condiții: „în termeni generali, o glumă tendențioasă necesită prezența a trei oameni: în afară de cel care spune gluma, trebuie să existe un al doilea care este luat drept obiectul ostilității și agresiunii sexuale și un al treilea pentru care este îndeplinit scopul glumei de a produce plăcere”<sup>40</sup> (Freud 1960 [1905]: 100) Totodată, Freud (1960 [1905]: 119) sugerează că plăcerea care derivă din glumele tendențioase este ceea ce s-a „salvat” din energia psihologică folosită pentru inhibarea și reprimarea impulsurilor.

### ***2.2.2 Concepții și modele ale teoriei eliberării***

Spencer (1860) spune că emoțiile umane iau forma unei energii nervoase. Analizând reacțiile omului la anumite emoții sau energii nervoase, autorul spune că fiecare are o formă de manifestare atașată. Astfel, atunci când îți este frică, ai tendința de a abandona situația care creează această stare, când suntem furioși, manifestăm forme de agresivitate, iar dacă starea se intensifică, ne pregătim de atac. În acord cu teoria lui Spencer, râsul este o altă formă de manifestare a emoțiilor, dar și o formă de descătușare a tensiunilor, el contribuind la eliberarea energiilor nervoase acumulate la nivelul sistemului nervos.

Morreall (1987: 26) analizează concepția lui Spencer precum și pe cea a lui Freud cu privire la râsul ca formă de eliberare a tensiunii și ajunge la concluzia că, în realitate, râsul apare atunci când nu suntem implicați

---

<sup>40</sup> „Generally speaking, a tendentious joke calls for three people: in addition to the one who makes the joke, there must be a second who is taken as the object of the hostile and sexual aggressiveness, and a third in whom the joke's aim of producing pleasure is fulfilled” (Freud 1960 [1905]: 100).

emoțional într-o anumită situație sau avem capacitatea de a ne stăpâni emoțiile.

Pe de altă parte, Morreall (1987: 30) crede că, deși nu se pot stabili cu ușurință elementele diferențiatore dintre teoria de eliberare elaborată de Spencer și cea a lui Freud, acestea există, însă dificultatea provine tocmai din definirea superficială a unor concepte cheie. În teoria lui Spencer, prin râs se eliberează orice energie nervoasă acumulată, dar care nu se mai consideră a fi necesară; în schimb, Freud crede că energia pe care se presupune că o eliberăm prin râs este acea energie inhibată pe care nu o cunoaștem.

Dacă luăm în calcul doar teoria lui Spencer, putem face analogie cu teoria lui Aristotel despre *catharsis*, care presupune o eliberare a unei emoții sau a unei tensiuni, însă teoria ulterior elaborată de Freud prin care se afirmă că energia psihică are rolul de a inhiba emoțiile nu este una tocmai familiară.

Deși limita teoriei lui Freud constă în definirea insuficientă a noțiunii de energie inhibatoare, există câteva implicații generale care pot fi subînțelese: dacă glumele contribuie la eliberarea energiei folosite pentru suprimarea agresiunii și a instinctelor sexuale, atunci se înțelege că oamenii care se amuză la glumele agresive își inhibă sentimentele agresive, iar cei care găsesc glumele cu tematică sexuală amuzante sunt aceia care își reprimă instinctele sexuale. Din aceasta perspectivă, ipoteza fundamentală a teoriei eliberării este cea conform căreia oamenii le place umorul agresiv și ostil pentru că produce un fel de *catharsis emoțional* ori o eliberare a unei agresiuni reprimată. În vederea susținerii acestei teorii, s-au întreprins experimente de către Singer, Golob și Levine (1967) prin care s-a demonstrat că, după ce un grup țință de afro-americani au ascultat o înregistrare în care se vorbea despre crime și abuz de tip rasist, li s-a dat să asculte glume ostile și agresive, iar rezultatul a constat în faptul că subiecții nu au manifestat o atitudine agresivă. În acest context, umorul pe aceasta temă a fost un act de

eliberare a tensiunilor acumulate în urma ascultării înregistrării. Contrar acestei ipoteze, există cercetători (Baron 1978, Byrne 1961) care confirmă reversul, considerând că cei care sunt expuși unui umor de tip ostil și agresiv vor fi mult mai agresivi decât cei care vor interacționa cu umorul neutru. Un experiment care vine în sprijinul cercetătorilor aflați în cea de-a doua tabără a fost făcut de psihologul Hans Eysenck, care a demonstrat că, în realitate, oamenii care își exprimă agresiunea și instinctele sexuale au tendința de a se amuza la glume cu tematică sexuală, agresivă și ostilă (Morreall 1987: 32).

### ***2.2.3 Teoria incitării***

Un alt teoretician preocupat de teoria eliberării a umorului este Berlyne (1972). Acesta preia teoria lui Freud și o extinde elaborând un principiu al umorului, care presupune existența unei relații între incitarea la nivel psihologic și plăcerea trăită. Cu alte cuvinte, plăcerea crește odată cu arousal-ul până la un anumit punct, apoi scade, atingând o valoare în care incitarea poate fi confundată cu agresivitatea.

Teoria incitării susține că umorul este performat prin eliberarea limbajului. În acest sens, ne referim la folosirea de jocuri de cuvinte sau metafore, care încalcă tiparele uzuale ale limbajului, scoțându-l din funcțiile sale și reintegrându-l în altele. Umorul are un focus psihologic și este supraordonat unei serii de mecanisme ce operează atât la nivel verbal, cât și referențial (umorul reiese din situații și acțiuni) (Berlyne 1972).

În concluzie, conform teoriei eliberării, oamenii se detensionează de energii negative prin interacțiune umoristică. A împărtăși o glumă cu ceilalți ajută la eliberarea de anumite tensiuni sau stări nervoase, ori calmează o situație tensionată deja instalată în cadrul unei conversații. Astfel, teoria eliberării arată că, prin umor, se instituie o relaxare la nivel individual, dar și o coeziune la nivelul unui grup social.

## 2.3 Teoria incongruenței

### 2.3.1 Aspecte preliminare

În Oxford English Dictionary, termenul de „incongruență” are următoarele sensuri folosite pentru a explica fenomenul umoristic de către cei mai însemnați oratori și filosofi, precum Cicero, Kant, Schopenhauer, Morreall, Suls etc.:

- a) Neconcordanță în caracter sau valori; dorință de potrivire sau armonie; discrepanță, inconsistență<sup>41</sup>;
- b) Dorință de a fi în acord cu ceea ce este rezonabil sau potrivit; nepotrivit, necorespunzător, absurd<sup>42</sup>;
- c) Dorință de armonizare a unor părți sau elemente; dorință de autoconsistență<sup>43</sup>.

În linii mari, incongruența reprezintă un aspect intelectual sau conceptual al cărui mecanism psihologic este un răs „gâdilitor” și nu unul sofisticat (Morreall 1987: 19).

Sintagma „teoria incongruenței” însumează o serie de concepte filosofice care poziționează perceperea unei incongruențe drept o sursă de amuzament. De altfel, teoria incongruenței explică, pe de-o parte, de ce oamenii râd în diferite situații, chiar și atunci când nu este o situație umoristică, iar pe de altă parte, ce face ca o situație să devină amuzantă.

Teoria incongruenței pornește de la premisa conform căreia, în viața de zi cu zi, majoritatea oamenilor consideră că anumite situații sau lucruri se petrec la fel, iar atunci când apare o situație incongruentă cu așteptările lor se produce un efect umoristic. Mai mult, teoria incongruenței este dependentă contextual,

---

<sup>41</sup> „Disagreement in character or qualities; want of accordance or harmony; discrepancy; inconsistency” (<https://www.oed.com/>).

<sup>42</sup> „Want of accordance with what is reasonable or fitting; unsuitableness, inappropriateness, absurdity” (<https://www.oed.com/>).

<sup>43</sup> „Want of harmony of parts or elements; want of self-consistency” (<https://www.oed.com/>)

deoarece fiecare om are o anumită percepție asupra a ceea ce înseamnă „normal” sau obișnuit, astfel că o situație incongruentă poate fi amuzantă pentru o anumită persoană, însă pentru o alta ar putea fi lipsită de amuzament. Această diferență de percepere a unei situații incongruente este dată de cele mai multe ori de fundalul cultural, de educație, credințe, religie etc.

În încercarea de a explica conceptul de „incongruență”, Moreall (2009: 405) a asociat termeni, precum „absurd”, „illogic”, „ieșit din context”, „neșteptat”, „ludic”, „ridicol”, „neadecvat”, subliniind totodată că o incongruență se produce atunci când „un lucru sau un eveniment este perceput de noi ca violând tiparele noastre mentale sau așteptările obișnuite”<sup>44</sup>.

### ***2.3.2. Rădăcinile teoriei incongruenței***

Această teorie își găsește rădăcina în filosofia lui Kant și Schopenhauer, reprezentând una dintre cele mai importante teorii ale umorului. Conform filosofiei celor doi, râsul reprezintă perceperea bruscă a incongruenței dintre concept și obiectul real.

În lucrarea „Critique of the power of judgement”, Kant (1790 apud Morreall 2009) descrie dinamica jocului umoristic creat pe baza unor situații incongruente, considerând că pentru a înțelege o reacție la umor sunt implicate anumite procese cognitive. Această interpretare timpurie a umorului a fost preluată ulterior de Moreall (1987: 15), care considera umorul și efectul pe care acesta îl produce drept un proces cognitiv și nu unul emoțional. De altfel, Kant consideră râsul o reacție la o situație neașteptată, absurdă, illogică sau neadecvată într-un fel sau altul unui anumit context, identificând trei condiții esențiale ale umorului. Prima condiție pentru ca o situație să stârnească râsul este să aibă măcar un element al absurdității, o altă

---

<sup>44</sup> „some thing or event we perceive or think about violates our normal mental patterns and normal expectations” (Moreall 2009: 405)

condiție a umorului este ca tot ce ni se pare amuzant să intre în contrast cu propriile așteptări, iar a treia condiție se referă la acea situație umoristică ce ne induce pe moment în eroare.

Deși preia teoria lui Kant, Schopenhauer insistă mai puțin pe importanța absurdității și a așteptărilor frustrante în cadrul unei structuri umoristice, sugerând că amuzamentul este determinat de incongruența dintre percepția individuală și abstractizarea conceptuală (Straus 2014: 34). Așadar, Schopenhauer consideră că râsul este rezultatul relației incongruente dintre modul în care o persoană percepe un obiect și reprezentarea conceptuală a acestuia. Altfel spus, când o glumă este tratată din perspectiva teoriei incongruenței, două obiecte diferite din cadrul glumei sunt prezentate sub același concept sau cadru. Din acest punct de vedere pot fi privite și jocurile de cuvinte, prin faptul că anumiți termeni puși într-un context care contrastează cu sfera semantică din care fac parte, capătă o nouă semnificație, creând o incongruență ce provoacă râsul.

Morreall (1987: 136) observă similitudinea dintre concepțiile lui Cicero, Kant și Schopenhauer despre râsul ca efect al incongruenței dintre așteptările avute și rezultatul final, menționând că „umorul întotdeauna implică plăcerea obținută din perceperea sau imaginarea unei incongruențe”. Prin urmare, Cicero credea că „cea mai comună glumă este aceea în care, deși ne așteptăm la un lucru, altul este spus; în acest caz, propriile așteptări care au fost înșelate sunt cele care provoacă râsul”<sup>45</sup> (Morreall 1987: 18). Kant era de părere că „râsul este o afecțiune survenită dintr-o transformare subită a unor așteptări tensionate în nimic” (Morreall 1987: 47)<sup>46</sup>, iar Schopenhauer spunea că oamenii au tendința să asocieze discrepanța, inconsistența, nepotrivirea sau dorința de armonie cu ceva dezagreabil,

---

<sup>45</sup> „The most common kind of joke is that in which we expect one thing and another is said: here our own dissapointed expectation makes us laugh.” (Morreall 1987a: 18)

<sup>46</sup> „Laughter is an affection arising from the sudden transformation of a strained expectation into nothing” (Morreall 1987a: 47).



neplăcut, deranjant, producându-se astfel o incongruență între așteptări și rezultat.

### ***2.3.3 Limitele teoriei incongruenței propuse de Kant și Schopenhauer***

Deși Kant și Schopenhauer au punctat principalele elemente ale teoriei incongruenței, amendamentul concepțiilor prezentate rezidă tocmai din ambiguitatea prin care sunt explicate condițiile necesare în vederea producerii amuzamentului. Kant și Schopenhauer și-au conturat teoriile analizând toate incongruențele care pot fi întâlnite într-o situație de comunicare, ca factori ce produc umorul, fără a lua în calcul și contra-exemplele, în care un anumit tip de incongruență poate avea mai degrabă un efect negativ, decât unul umoristic (Straus 2014: 40). Astfel, susținătorii teoriei incongruenței consideră că orice situație incongruentă are potențial umoristic, fără a lua în calcul că o anumită persoană poate să nu o perceapă amuzantă, fiind influențat de starea de spirit, concepțiile sale sau contextul în care se află.

De asemenea, Straus (2014: 40) consideră că „o problemă serioasă a teoriei incongruenței este încercarea de a explica de ce un subiect oarecare găsește o anumită situație amuzantă, dar și de ce anumite situații amuzante au potențialul de a amuza un anumit subiect”<sup>47</sup>.

Așadar, în conformitate cu teoriile lui Kant și Schopenhauer, condițiile necesare producerii amuzamentului sunt prea complexe și prea generale, deoarece se presupune că subiectul va fi amuzat numai și numai dacă: a) poate percepe o incongruență între o experiență reală și un tipar conceptual, b) se află într-o stare de spirit propice și c) are o stare emoțională corespunzătoare, precum și o relație temporală cu incongruența aflată în discuție (Straus 2014: 41).

---

<sup>47</sup> „A serious problem with incongruity theory is that it seeks to explain both why a given subject finds certain situations amusing and why certain situations have the potential to amuse certain subjects” (Straus 2014: 40).

### ***2.3.4 O scurtă evoluție a conceptului de incongruență și relația sa cu fenomenul umoristic***

Mai târziu, Spencer (1860) postulează ideea conform căreia nu orice incongruență determină râsul. Spre exemplu, când o entitate ne semnificativă se transformă în mod neașteptat în ceva măreț, emoția care rezultă este de uimire și nu neapărat de amuzament.

Bergson (2005[1911] : 27), în schimb, a văzut umorul ca „ceva mecanic încrustat în cei vii”<sup>48</sup>, așadar, cu cât o persoană se comportă într-un mod mai rigid sau mecanic, cu atât este mai amuzantă. Mai mult, „o situație este invariabil comică, atunci când aparține în mod simultan unor serii de evenimente independente și poate fi interpretată în același timp în două moduri diferite”<sup>49</sup> (Bergson 2005[1911]: 96).

Delage (1919) considera că incongruențele care pot fi dezagreabile pentru unii, pot fi amuzante pentru alții atâta timp cât se poate menține o atitudine detașată față de situația dată. Leacock (1935), în schimb, descrie umorul ca un contrast dintre un lucru așa cum este el sau cum ar trebui să fie și un lucru care ia o altă formă, total diferită de cea inițială.

Willman (1940) era de părere că umorul este produs de câte ori o idee șocantă este unită cu una, care prin contrast, este jovială, blândă sau dimpotrivă, banală.

Pentru Koestler (1964), umorul apare ca urmare a intersectării a două planuri distincte de gândire care trimit la aceeași informație ori experiență. Exemplul cel mai elocvent este suprapunerea a două structuri semantice diferite, dar care într-un anumit context, trimit la același referent. Mai târziu, Suls (1983: 41) pune în evidență faptul că incongruența survine din

---

<sup>48</sup> „something mechanical encrusted on the living” (Bergson 2005[1911]: 27)

<sup>49</sup> „a situation is invariably comic when it belongs simultaneously to two altogether independent series of events and is capable interpreted in two entirely different meanings at the same time” (Bergson 2005[1911]: 96).

„discrepanța dintre două reprezentări mentale, una dintre ele fiind cea a așteptărilor (provenind, spre exemplu, din partea principală a glumei care precedă poanta finală), iar cealaltă este o idee sau un rezultat al percepției (spre exemplu, conținutul poantei finale)”<sup>50</sup>.

În 2008, Forabosco postulează ideea conform căreia un stimul este incongruent atunci când acesta se îndepărtează de la modelul cognitiv de referință. În modelul bazat pe incongruență, elementul incongruenței se află în prim plan, iar cel al semnificației apare în fundal. Totuși, se pune întrebarea dacă receptorii unui mesaj reacționează la incongruență și apoi construiesc interpretări umoristice, ori umorul în sine este constituit din elemente de incongruență și de semnificație, iar răspunsul la umor este o reacție firească.

Latta (1999) impune sintagma „schimbare cognitivă” (eng. *cognitive shift*), explicând că perceperea unei incongruențe poate surveni în cadrul unei situații umoristice, dar nu numai, însă procesul umoristic se bazează pe o schimbare în plan cognitiv, deoarece incongruența nu este amuzantă în sine.

### **2.3.5 Teoria incongruenței și a rezolvării**

Într-un text pot exista mai multe incongruențe, iar rezolvarea acestora poate crea altele noi. Astfel, un text poate fi considerat amuzant dacă are minim un element de incongruență și poantă finală (*punchline*), care poate crea alte incongruențe.

Suls (1972, 1977, 1983) propune o concepție inovativă și deopotrivă formală a umorului, care se bazează pe procese cognitive ce pot determina râsul. Teoreticianul este de părere că, atunci când o glumă este performată,

---

<sup>50</sup>„the discrepancy between two mental representations, one of which is an expectation (presumably derived from, for example, the main body of a joke preceding the punch line) and the other is some idea or percept (for example, as contained in the punch line)” (Suls 1983: 41).

informația originală transmisă activează un set de cunoștințe folosit în interpretarea informației.

Suls (1983) a comparat perceperea unei structuri umoristice cu sarcina rezolvării de probleme, astfel că înțelegerea umorului este asemenea soluției problemei. Așadar, indivizii să găsească soluția, simțind plăcere, iar această plăcere constă în amuzamentul pe care îl exprimă.

Din perspectiva metaforei rezolvării de probleme postulată de Suls (1972), umorul apare numai dacă este înțeleasă incongruența, sau, altfel spus, subiecții sesizează o problemă care trebuie soluționată. Dacă problema existentă este ușor de rezolvat (finalul este ușor predictibil pe baza mai multor informații generale pe care subiectul le deține sau le sesizează pe moment), atunci nu se va resimți o plăcere mare, adică umorul nu-și va atinge cotele maxime.

Astfel, teoria lui Suls (1972) propune existența unui plan cu două faze în care o incongruență (o abatere de la așteptări) este identificată și incongruența este rezolvată sau înțeleasă. De altfel, a rezolva o incongruență determină modalitatea în care conlucrează structurile ei sau cum este reliefat sensul. Pe de altă parte, nonsensul este considerat o incongruență nerezolvabilă, neîndeplinind cele două etape.

Așadar, în linii mari, teoria lui Suls (1972) se bazează pe următoarele principii:

- a. Atunci când textul este citit se realizează predicții;
- b. În cazul în care nu există niciun conflict în ceea ce privește predicția, subiectul receptor își continuă lectura.
- c. Atunci când apar conflicte și nu se termină, receptorul fie devine nedumerit și se oprește (eng. *puzzlement*), fie încearcă să le rezolve (dacă receptorul găsește o regulă după care să se ghideze, atunci survine umorul, dar numai în cazul în care nu persistă nedumerirea).

Formularea lui Suls (1972) este aplicabilă deopotrivă comprehensiunii stimulilor comici pe care subiectul îi percepe ca fiind amuzanți. În acest sens, subiecții percep ceea ce face dintr-o structură să fie amuzantă, exact în momentul în care o recepționează.

În 1983, Suls revine asupra teoriei incongruenței și a rezolvării și elaborează trei condiții de realizare a umorului:

1. O rezolvare rapidă a incongruenței;
2. Un context „jucăuș”, cu indicații care să sugereze că informațiile nu trebuie luate în serios.
3. O modalitate de transmitere adaptată tipului de ascultători.

Preluând modelul lui Suls, Palmer (1987: 39-44) prezintă gluma ca o conjuncție a două procese:

1. „o creație subită a discrepanței ori incongruenței, într-o glumă narativă”<sup>51</sup>
2. „un proces logic bifurcat, care îl determină pe ascultător să considere că starea portretizată este în același timp extrem de neplauzibilă și foarte puțin plauzibilă”<sup>52</sup>.

Attardo et al. (2002: 27) preia modelul lui Rothbart și Pien (1977), care considerau că într-o glumă pot exista multiple incongruențe, confirmând existența lor și susținând că rezolvarea lor poate genera altele noi, fiecare putând fi rezolvată în mai multe feluri.

Așadar, aprecierea unei glume necesită două secvențe: descoperirea incongruenței și rezolvarea sa, în vederea stabilirii relației dintre termeni și sensul acestora. Totuși, atunci când două elemente sunt cu adevărat incongruente, intersectarea dintre ele este imposibilă (Constantinescu 2012: 37).

---

<sup>51</sup> „a sudden creation of discrepancy, or incongruity, in the joke narrative” (Palmer, 1987: 39-44).

<sup>52</sup> „a bifurcated logical process, which leads th listener to judge that the state o affair portrayed is simultaneously higly implausible and just a little bit plausible” (Palmer, 1987: 39-44).

În căutarea unui model formal aplicabil în umorul computațional, Ritchie (1999) încearcă să dezvolte teoria incongruenței și a rezolvării. În viziunea sa, umorul este un proces în două trepte, astfel că în primă fază este produsă o incongruență, după care este rezolvată de unele informații. Astfel, autorul propune două modele de apreciere a umorului: modelul dezambiguizării surprinzătoare și modelul în două etape creat de Suls (1972).

În conformitate cu primul model, gluma este împărțită în două etape: *partea inițială* (eng. *set-up*) care poate avea două interpretări diferite, o interpretare evidentă și una ascunsă, și *poanta finală* (eng. *punchline*) care evocă interpretarea ascunsă și o rezolvă. În acest sens, pentru Ritchie M1<sup>53</sup> reprezintă interpretarea evidentă din partea inițială (*set-up*), M2 se referă la interpretarea ascunsă din prima parte a glumei, iar M3 reprezintă sensul poantei finale.

Al doilea model preluat de Ritchie (1999) este cel al lui Suls (1972), care are următoarele etape: emiterea unor predicții în urma lecturării unui text, iar atunci când nu există conflicte legate de predicțiile emise, se continuă lecturarea glumei; în cazul apariției unor conflicte, apar două posibilități: nedumerirea receptorului și menținerea acestuia până la final sau rezolvarea conflictelor de către receptor. Ritchie (1999) observă că Suls nu acceptă ambiguitatea în partea inițială a unei glumei, dar nici comparația sau inadecvarea.

Comparând cele două modele de interpretare a umorului, Ritchie (1999) observă anumite diferențe care acoperă diferite tipuri de structuri umoristice. Glumele care au partea inițială ambiguă sunt analizate prin prisma primului model (incongruența nu este definită de modelul propus de Suls), precum și acele structuri umoristice care se definesc prin termeni precum: comparație, absurditate și tabu.

---

<sup>53</sup> „M” vine de la eng. „meaning”, care înseamnă „sens”.

### 2.3.6 Disocierea scenariilor

O altă teorie care derivă din teoria incongruenței este cea a disocierii scenariilor, postulată de Koestler. Acesta impune structura triptică umor-descoperire-artă, fiecare element al schemei având un răspuns așteptat: răs-înțelegere-surprindere (Constantinescu 2011: 39). Pentru teoretician, umorul reprezintă singura branșă în care stimulul complex provoacă un răspuns situat la nivelul reflexelor fiziologice, precum râsul. În viziunea lui Koestler (1964), nu toate tipurile de incongruență creează umor. Atunci când se optează pentru rezolvarea creativă a problemei se indică implicit posibilitatea de a accede la un nou plan cognitiv de procesare a informației. Soluția găsită în cazul acestor tipuri de probleme poate fi plăcută, dar nu neapărat comică. Ca atare, incongruența reprezintă un criteriu necesar, dar nu suficient în vederea producerii umorului.

Koestler (1964) impune totodată termenii de disociere (eng. *bisociation*) și raționament obișnuit (eng. *routine skill of thinking*). În această direcție, el folosește termenul de „disociere” pentru a explica faptul că, atunci când umorul se produce în cadrul unui eveniment sau al unei idei, va rezulta un efect comic, atâta timp cât este însoțit și de o tensiune emoțională. Un element, de asemenea nou, introdus în teoria koestleriană este „efectul de surpriză” (Koestler 1964: 93), de care depinde umorul. Pe lângă surpriză, Koestler consideră că umorul trebuie să conțină și o doză de agresiune pentru a declanșa o anumită reacție. Constantinescu (2012: 40) analizează teoria lui Koestler și subliniază că principalele elemente ale tezei sale sunt:

- a) *originalitatea* se referă la caracterul neașteptat dat de o incongruență.
- b) *emfaza* poate implica exagerare, selecție sau simplificare a unor elemente în cadrul unei structuri umoristice.
- c) *economia* are în vedere extrapolarea, interpolarea și adaptarea unor elemente, care pot contribui la sporirea efectului umoristic.

Pentru a determina succesul unei structuri umoristice trebuie să ținem cont în primul rând de gustul și preferințele personale ale fiecărui individ în parte. Totuși, succesul unei glume, depinde „într-o proporție considerabilă, de stilul și tehnica umoristică a performerului.

Succesul umorului este determinat prin existența unei reacții în urma unei glume performate, care poate fi concretizată prin amuzament sau râs. Pentru obținerea unui răspuns, există trei criterii de care performerul glumei trebuie să țină cont: originalitatea, accentul și economia. (Koestler 1966).

Așa cum s-a postulat în literatura de specialitate, un factor important al originalității este elementul surpriză, adică acel aspect care ne depășește așteptările.

Accentul este un element paralingvistic foarte important în crearea unor efecte umoristice și se obține prin exagerare sau simplificare.

Economia este un principiu la fel de important în performarea unei glume, deoarece trebuie să se țină cont de faptul un text lung poate plictisi până în punctul final, unde apare poanta. Pe de altă parte, economia în umor înseamnă deopotrivă aluzii referitoare la participanți și indicii implicite despre situație și context.

Așadar, recunoașterea umorului reprezintă un aspect pur subiectiv, întrucât pentru unii indivizi, anumite structuri pot fi amuzante, pe când pentru alții, pot fi ofensatoare. Deopotrivă, succesul glumei este dependent atât de stilul oratoric al subiectului performer, cât și de felul în care recepționează mesajul subiectul receptor.

## **2.4 Concluzii parțiale**

Primele teorii ale umorului au fost desprinse din domenii variate, precum filosofie, sociologie sau psihologie și au fost preocupate să răspundă la întrebări de tipul: „Ce este umorul?”, „Cum se manifestă acesta?”, „În ce



situații apare?”, „La ce ne ajută?” etc. În încercarea descifrării enigmei umorului, au apărut cele mai importante teorii nelingvistice ale umorului (teoria superiorității, teoria eliberării și teoria incongruenței), care au privit acest fenomen din diverse perspective, fără a reuși însă să-l epuizeze, umorul suscitând și astăzi noi și noi întrebări.

Teoria superiorității își are originea în filosofia antică (Platon, Aristotel, Socrate). În viziunea filosofilor, umorul denotă un soi de răutate care ne face să ne simțim superiori, iar râsul derivă din plăcerea oamenilor de a-i controla pe ceilalți. Mergând pe aceeași idee, Hobbes afirmă că suntem înclinați să râdem la defectele celor pe care îi considerăm inferiori, iar Gruner este de părere că în orice situație există un „învingător” și un „învingut”. Din această teorie au derivat câteva subcategorii precum „teoria batjocurii” (*derision theory*), teoria „ostilității” (*hostility theory*) sau teoria „adaptării superioare” (*superior adaptation theory*).

Așadar, literatura de specialitate (Sully 1902, Morreall 1987, DuPré 1998) consideră că teoria superiorității este insuficientă pentru abordarea umorului, deoarece pune în discuție denigrarea altor persoane sau concepții, iar plăcerea pe care o simțim rezidă din nefericirea altora.

Teoria eliberării discută umorul din perspectivă psihologică și privește râsul ca pe o necesitate de a minimaliza tensiunea pe care un individ și-o inhibă. Pentru Freud (1960 [1905]), doar reprimarea dorinței sexuale și a ostilității duc la un râs eliberator, pe când în viziunea lui Morreall (1987) orice situație tabu poate fi un factor ce permite eliberarea prin râs.

Spencer (1860) consideră că fiecare emoție are un anumit comportament derivat, astfel că râsul reprezintă o descătușare a tensiunilor, care contribuie la eliberarea energiilor nervoase acumulate. Pe de altă parte, Berlyne (1972) este de părere că umorul reprezintă creșterea rapidă a plăcerii, oamenii detensionându-se de energii negative prin interacțiunea de tip umoristic.

Una dintre cele mai importante teorii nelingvistice ale umorului, dar cu puternice influențe în cercetările lingvistice asupra umorului, este teoria incongruenței. Aceasta consideră incongruența o sursă de amuzament, deoarece se produce atunci când se încalcă unul dintre tiparele noastre mentale. Teoria își are rădăcinile în filosofia lui Kant și Schopenhauer, care poziționează râsul drept o reacție la o situație ilogică, neașteptată sau absurdă. Mai mult, Schopenhauer crede că râsul este rezultatul dintre modalitatea în care un individ percepe un obiect și reprezentarea conceptuală a acestuia.

Mai târziu, o serie de teoreticieni (Spencer 1860, Delage 1919, Bergson 2005[1911], Morreall 1997) contrazic concepția precursorilor lor, conform căreia orice incongruență poate determina râsul, considerând că uneori ea poate provoca uimire sau dezgust și nu amuzament. De altfel, o extensie a teoriei este cea a teoriei incongruenței și rezolvării (Morreall 1983), care presupune descoperirea incongruenței și rezolvarea ei.

În concluzie, problematica fenomenului umoristic a fost dezbătută încă din Antichitate și continuă până în zilele noastre, umorul fiind un factor omniprezent și un ingredient indispensabil în relaționarea dintre indivizii unei societăți, indiferent de natura acesteia.

### **3. TEORII LINGVISTICE ALE UMORULUI**

#### **3.1 Noțiuni introductive**

Prin natura sa filozofică, psihologică și sociologică, dar și prin raportarea la anumite principii estetice (relația cu adevărul, standarde etice, obiceiuri și norme), umorul a reprezentat, secole întregi, un fenomen de mare interes pentru cei mai mari gânditori ai omenirii. Prin urmare, umorul a fost analizat din multiple perspective: de la ridiculizarea greșelii umane (Aristotel), care este una dintre modalitățile în care a fost perceput umorul în Antichitate, până la încercarea de a denigra o persoană prin devalorizarea acesteia (Propp)

sau utilizarea lui ca o modalitate de a-și expune superioritatea față de cineva (Stendhal). Mai târziu, Kant a interpretat existența umorului în viața oamenilor ca o metamorfoză a unor așteptări intense, iar Spencer credea că prin umor se poate realiza o deviere a atenției unei persoane de la ceva mare și semnificativ, la ceva mic și lipsit de importanță, iar Bergson asocia umorul cu minciuna (Attardo 1994).

Perspectivile multiple prin prisma cărora a fost analizat umorul, plecând de la teoriile nelingvistice (teoria superiorității, teoria eliberării, teoria incongruenței) până la abordarea semantică și pragmatică a acestuia, au contribuit la creionarea „fizionomiei” fenomenului umoristic. Strategiile de realizare a umorului se bazează fie pe componenta semantico-pragmatică, fie pe integrarea conceptual-cognitivă și vizează două scenarii bazate pe comunicarea *bona-fide* (serioasă) sau comunicarea *non-bona fide* (umoristică). Activarea acestor scenarii, fie ea simultană sau prin juxtapunere, creează surpriza și astfel se produce efectul umoristic al actului comunicațional. Principalele teorii lingvistice ale umorului au fost propuse de Raskin (1985, cu dezvoltări ulterioare în 2001, 2008) și Attardo (1994, 2001). Mai târziu, pornind de la analiza predominant semantică pe care o propune Raskin, Attardo realizează o dezvoltare a acesteia cu scopul de a crea o teorie generală a umorului verbal. Abordările acestora vizează o competență umoristică pe care o deține emițătorul glumei, dar și raportarea la destinatarul glumei.

### **3.2 Teoria scenariilor semantice**

Una dintre cele mai importante abordări lingvistice ale umorului este teoria scenariilor semantice (Semantic Script Theory of Humor – SSTH). Această teorie este postulată de Raskin (1985) și are în vedere o perspectivă *lingvistică bazată pe scenariu*. Raskin (1985: 99) este de părere că putem vorbi despre umor în comunicarea verbală sau scrisă atunci când „textul e pe

deplin compatibil cu două scenarii și aceste două scenarii sunt contrastante, de exemplu: *sex/fără sex, bun/rău sau real/ireal*”.

Autorul consideră că majoritatea glumelor pot fi explicate din punct de vedere semantic, având la bază presupuzițiile făcute de emițător și receptor, care trebuie să coincidă la un anumit nivel. Astfel, pornind de la teoria lui Searle (1969), potrivit căreia actele de vorbire sunt un set de condiții necesare și suficiente de aserțiuni, întrebări sau promisiuni, Raskin (1985) consideră a fi necesară o definiție a actului de vorbire în care este încorporată o glumă, deși umorul nu se încadrează în comunicarea de tip *bona fide* (serios). Totuși, înțelegerea unui enunț sau interpretarea semantică depinde de două aspecte: cunoașterea lexiconului și factori extralingvistici. Prin urmare, se pornește de la ideea că, în mintea vorbitorilor este stocat, pe lângă anumite sensuri ale cuvintelor, un repertoriu de structuri cognitive, „scenarii” (*scripts*) care reprezintă totalitatea cunoștințelor legate de anumite proceduri standard, de rutină, situații elementare etc.

Informația dată de structura cognitivă este doar o parte a cunoașterii globale, însă decodificarea unui scenariu depinde, în mod esențial, și de sensurile cuvintelor textului umoristic. Astfel, efectul umorului verbal are la bază suprapunerea completă a două sau mai multe structuri cognitive diferite care sunt, în mod necesar, compatibile cu gluma din text. Pe scurt, în viziunea lui Raskin (1985: 99), pentru ca un text să fie considerat amuzant trebuie să satisfacă două condiții: 1. *Textul trebuie să fie, în întregime sau parțial, compatibil cu două scenarii*; 2. *Cele două scenarii compatibile cu textul sunt opuse*. Mai mult, pentru ca efectul umorului verbal să fie unul garantat, este necesară înțelegerea unui enunț sau interpretarea semantică a acestuia, adică cunoașterea lexiconului și a factorilor extralingvistici atât de către emițător, cât și de către receptor.

### 3.2.1. Noțiunea de „scenariu” și rețeaua semantică

Un „cadru” este un fragment care conține o informație despre ceva, o structură cognitivă internalizată de vorbitor care îi conferă acestuia informații despre lucruri empirice (cum ar trebui făcut un lucru, ce conține acesta, cum ar trebui organizată o activitate etc.). Fiecare scenariu este un graf ce conține noduri lexicale și semantice legate între ele, iar scenariile sunt interconectate astfel încât toate constituie la rândul lor un singur graf (Raskin 1985: 81). În analiza unui enunț, fiecare cuvânt al acesteia poate determina un scenariu sau un grup de scenarii, care pot fi organizate după reguli combinatorii, așa cum ilustrează Raskin în exemplul de mai jos:

*Ex. The paralysed bachelor hits the colourful ball.*

*Burlacul paralizat lovește mingea colorată. (posibilă traducere)*

paralysed:	1. DISEASE 2. MORAL	paralizat:	1. BOALĂ 2. MORAL
bachelor:	1. MARIAJ 2. ACADEMY 3. KNIGHT 4. SEAL	burlac:	1. MARIAJ 2. ABSOLVENT 3. CAVALER 4. FOCĂ
hits:	1. COLLISION 2. DISCOVERY	lovește:	1. COLIZIUNE 2. DESCOPERIRE
colourful:	1. COLOUR 2. EVALUATION	colorată:	1. CULOARE 2. EVALUARE
ball:	1. ARTIFACT 2. ASSEMBLY	minge:	1. ARTEFACT 2. ANSAMBLU

Luând în calcul regulile combinatorice, Raskin exemplifică diverse modalități de combinare, rezultând 12 scenarii, realizate în 4 moduri diferite, printre care trei dintre ele sunt parafrazate astfel:

- a) Un bărbat care nu a fost însurat niciodată și care nu-și poate mișca (unele) membre se trezește la o mare petrecere de dans care abundă în culori vii<sup>54</sup>.
- b) O focă acoperită cu blană care nu-și poate mișca (unele) membre împinge (cu nasul) un obiect sferic pictat în culori vii<sup>55</sup>.
- c) Un cavaler tânăr, supus al unui alt cavaler, a descoperit că el nu este capabil să acționeze (un pacifist?)/ s-a descoperit (s-a trezit) la mare/ la o petrecere de dans pitoresc<sup>56</sup>.

Analizând exemplele combinatorice propuse de Raskin, Curcó (1997: 102) ajunge la concluzia ca regulile combinatorice nu sunt niște principii definite, dar par a funcționa prin renunțare la ceea ce nu este în întregime plauzibil.

Raskin nu a comentat modelele combinatorice propuse, însă a adus completări pe care le-a pus între paranteze, ceea ce ridică o problemă cu privire la informațiile pe care regăsim în lexicon (Curcó 1997: 104). Așadar, autoarea a remarcat că în lexicon nu intră numai informații empirice, ci și de natură sintactică, semantică sau pragmatică ce ne ghidează în vederea înțelegerii unui enunț (spre exemplu, indicația din paranteză care ne ghidează să înțelegem că foca împinge mingea cu nasul).

Pentru a nu fi confundat cu noțiunea de „plan” sau „scop”, Raskin (1985) introduce conceptele de macroscenariu (*macroscript*) – o serie de scenarii organizate cronologic – și scenariu complex (*complex script*) – alcătuit din mai

---

<sup>54</sup> „A never-married man who couldn't move (some of) his limbs discovered (found himself at) a large dancing party abundant with bright colours”.

<sup>55</sup> „A seal which couldn't move (some of) its limbs pushed (with its nose?) a spheric object painted in bright colours.”

<sup>56</sup> „A young knight who served under the standars of another knight and who found that he was unable to act (a pacifist?) discovered (found himself) a large and picturesque dancing party.”

scenarii, fără a fi organizate cronologic. Totuși, pentru Raskin, toate scenariile sunt legate între ele prin intermediul unor itemi lexicali.

Atât scenariile lexicale, cât și cele non-lexicale sunt conectate prin niște legături. Acestea pot fi de natură semantică diferită (sinonimie, hiponimie, antonimie etc.), marcate corespunzător. Setul de scenarii lexicale și legăturile dintre ele plus toate scenariile non-lexicale și legăturile lor, precum și toate combinațiile dintre cele două seturi de scenarii constituie ceea ce numim „rețea semantică”. Aceasta poate conține toate informațiile pe care un individ le poate avea despre propria sa cultură.

### ***3.2.2 Structura teoriei semantice a umorului***

În viziunea lui Raskin (1985: 76), o teorie semantică trebuie să conțină „informații lexicale care să aproximeze cunoștințele vorbitorului cu privire la sensurile cuvintelor”<sup>57</sup> și un set de reguli care „combină sensurile cuvintelor într-o interpretare semantică a întregii propoziții de care aparțin cuvintele”<sup>58</sup>. Funcția regulilor este, așadar, de a combina toate sensurile posibile ale scenariilor și de a înlătura toate acele combinații care fac dintr-un text să nu fie coerent și coeziv în momentul lecturării. Combinațiile reușite sunt stocate și încorporate cu altele noi până când toate elementele dintr-un text au fost procesate. Prin urmare, dacă există măcar o combinație coerentă, care poate fi interpretată, acea interpretare va constitui „sensul” textului, astfel, în acest caz, teoria semantică clasează textul ca fiind unul bine construit.

Pe parcursul procesului de combinare a scenariilor, se vor întâlni porțiuni de text care pot avea mai multe niveluri de lecturare, spre exemplu descrierea unei secvențe în care un om este surprins trezindu-se, luându-și

---

<sup>57</sup> „(...) lexical information which approximates the speaker's knowledge of the meaning of the words” (Raskin 1985: 76)

<sup>58</sup> „ (...) combines the meanings of the words into the semantic interpretation of the whole sentence to which the words belong” (Raskin 1985: 76).

micul dejun și ieșind pe ușă, poate fi compatibilă atât cu scenariul în care acesta merge la serviciu, cât și cu acela în care pleacă spre exemplu la pescuit (Raskin, 1985). Prin urmare, autorul notează că între două scenarii poate exista o suprapunere parțială sau totală. Atunci când există o suprapunere totală, textul este compatibil cu ambele scenarii, pe când atunci când este parțială, anumite părți ale textului sau anumite detalii nu vor fi compatibile decât cu unul dintre acestea.

Totuși, suprapunerea a două scenarii nu este neapărat un efect al umorului. Textele ambigue, metaforice, figurative, alegorice, mitologice sau aluzive prezintă scenarii suprapuse, dar nu sunt neapărat amuzante. Așadar, o a doua condiție a teoriei semantice a umorului presupune opoziția dintre două scenarii. În vederea explicării diferenței dintre suprapunerea și opoziția dintre scenarii, Attardo (1994: 204) propune următoarea figură:

**Fig. 1.** *Combinăția scenariilor suprapuse și opuse (eng. „Combination of Script Overlap and Oppositeness”)*

Scenarii ( <i>scripts</i> )	Opoziție ( <i>opposed</i> )	Non-opoziție ( <i>non-opposed</i> )
Suprapunere ( <i>overlapping</i> )	Umor ( <i>humor</i> )	metaforă ( <i>metaphor</i> ), alegorie ( <i>allegory</i> ), sensul figurat ( <i>figurative</i> ), mitic ( <i>mythical</i> ), aluziv ( <i>allusive</i> ), obscur ( <i>obscure</i> ).
Non-suprapunere ( <i>non-overlapping</i> )	Conflict - posibil tragic ( <i>conflict - possibly tragic</i> )	Narațiune simplă ( <i>plain narrative</i> )

Analizând 32 de glume, Raskin (1985: 107-110) conchide că într-o structură umoristică există perechi de scenarii aflate într-o relație de opoziție. Astfel, autorul clasifică opozițiile în trei categorii: *actual vs. non-actual*, *normal vs.*



*anormal, posibil vs. imposibil*. Aceste categorii sunt instanțe ale unor opoziții de bază între situațiile reale și ireale din cadrul unui text, care pot fi concretizate astfel: *bun/rău, viață/moarte, obscen/non-obscen, clasă socială înaltă/ clasă socială joasă* etc. (Raskin 1985: 113-114). Așadar, în conformitate cu teoria semantică a umorului, putem spune că un text este amuzant numai dacă un text este compatibil cu două scenarii, iar acestea se află în opoziție.

### **3.2.3 Comunicarea de tip *non-bona fide* (umoristică)**

Un alt aspect important al teoriei semantice a umorului este cel de natură pragmatică. Raskin consideră că există două modalități diferite de comunicare: *bona fide* (o comunicare obișnuită, de transmitere de informații, unde nu se pune accentul pe acțiune, minciună sau glumă) și *non-bona fide* (în care accentul cade pe umor, jovialitate în conversație etc.)

Autorul observă că o caracteristică de bază a glumei este violarea maximelor lui Grice (1975, 1990). Astfel, glumele urmează un set diferit de maxime, deoarece discursul umoristic nu este o simplă negare a unei comunicări serioase, ci prezintă, mai degrabă, un principiu cooperativ al acesteia.

Prin urmare, Raskin (1985: 103) prezintă 4 maxime ale comunicării *non-bona fide* (umoristice) pentru a descrie modul de transmitere a umorului:

1. *Maxima cantității*: Se dă exact atâta informație cât este necesară pentru o glumă;
2. *Maxima calității*: Se spune doar ceea ce este compatibil cu sfera din care este gluma;
3. *Maxima relației*: Se spune doar ceea ce este relevant pentru glumă;
4. *Maxima manierei*: Gluma se spune într-un mod eficient.

Curcó (1997: 117) îl contrazice pe Raskin, afirmând că recunoașterea umorului dintr-un discurs nu este dependentă de violarea principiilor cooperative sau de adoptarea maximelor conversației de tip *non-bona-fide*. Mai mult, accețiunea conform căreia vorbitorul glumește nu este una determinată neapărat cultural, ci provine din niște metareprezentări cognitive pe care ascultătorul le folosește în interpretarea unui discurs pe care l-a auzit.

### **3.2.4. Receptarea și evaluarea teoriei semantice a umorului**

În viziunea lui Attardo (1994: 207), teoria semantică a umorului este o teorie formală ce poate fi considerată „cea mai puternică din punct de vedere epistemiologic și cea mai promițătoare teorie de care dispune domeniul bazat pe cercetarea lingvistică a umorului.<sup>59</sup>” Totuși, spune el, limitele teoriei ar consta în faptul că la bază analizei a avut doar textul unor glume, iar aplicabilitatea pe alte tipuri de texte este uneori foarte dificilă, chiar greu de realizat. O altă limită a acesteia vine din faptul că este doar o teorie semantică care minimalizează orice fenomen din cadrul unei glume, nu doar unul strict semantic.

Totuși, fiind prima teorie care are a bază un studiu lingvistic al umorului, SSTH a atras interesul comunității academice. Astfel, deși are la bază o analiză lingvistică, SSTH a fost preluată de domeniul sociologic, mai întâi de Mulkay (1988), apoi de Davies (1990), dar și de critica literară preocupată de analiza și interpretarea materialelor umoristice. Prin urmare, teoria a fost utilizată pentru explicarea unor povestiri scurte (Chlopicki 1987), a unor metafore umoristice (Morrissey 1989) sau chiar pentru învățarea limbii engleze ca a doua limbă (Vega 1989).

---

<sup>59</sup> „(...) the most powerful epistemologically and promising theory available in the field of linguistic-based research”. ( Attardo 1994: 207)

### ***3.2.5 Metodologia teoriei semantice a umorului***

Unul dintre aspectele cele mai importante pentru Raskin (1985) a fost cel de stabilire a unei metodologii proprii teoriei semantice a umorului, axându-se pe aplicarea teoriei în domeniul umorului. Aplicarea unei teorii trebuie să contribuie la rezolvarea unor probleme specifice domeniului din care face parte și nu doar să prezinte niște rezultate în urma unei demonstrații de punere în practică. Spre exemplu, atunci când analizăm frecvența anumitor cuvinte din cadrul unui corpus de glume, „ustensilele” statistice și lexicografice ne conferă niște rezultate precise. Totuși, pentru ca analiza unor glume să fie complexă, trebuie să se pornească de la întrebarea de bază: „Ce anume face ca acest text să fie unul amuzant?” și să se găsească răspunsuri utilizând metodologii și instrumente specifice lingvisticii.

În mod tradițional, au existat câteva aplicații lingvistice de analiză a umorului, dar s-au limitat doar la jocurile de cuvinte, ceea ce l-a determinat pe Raskin (1987) să creadă că limitarea atenției doar asupra unităților lingvistice de bază ale umorului poate duce la o analiză eronată. Prin urmare, autorul își argumentează ideea prin două considerații: (a) umorul din jocurile de cuvinte nu este diferit de cel realizat prin suprapunerea a două scenarii opuse, și (b) SSTH poate analiza umorul din glume care nu au la bază doar jocuri de cuvinte. Astfel, umorul creat prin jocuri de cuvinte este o categorie legitimă a cercetării lingvistice a umorului, dar nu cea mai importantă (Raskin 1991).

Poziția lui Raskin a fost combătută, afirmându-se că, deși lingvistica dispune de „instrumente” corespunzătoare pentru determinarea ambiguității prezente în jocurile de cuvinte cu efect umoristic, nu se garantează în mod automat că o astfel de abordare, precum cea propusă de el, va rezolva anumite probleme identificate în studiul umorului (Attardo 1994: 218).

### ***3.2.6. Teoria semantică a umorului și studiile despre umor***

În viziunea lui Attardo (1994: 214), SSTH nu poate să pună în evidență diferențele umoristice de ordin calitativ, astfel că prin aplicarea acestei teorii nu se poate distinge o glumă bună de una proastă. Anticipând acest amendament adus teoriei, Raskin și Weiser (1987) spun că printr-o analiză lingvistică, nu poți afirma dacă un enunț este bun sau rău, ci doar dacă este bine formulat sau nu. Totuși, Attardo (1994) își continuă ideea conform căreia există o insuficiență a teoriei lui Raskin, adăugând că este necesară construirea unor mecanisme structurale care să conducă la evaluarea calitativă a glumelor. Guiraud (1976) a propus câteva cazuri posibile de destingere a unei glume bune de una mai puțin bună: unul dintre sensuri este introdus în mod arbitrar și nu se justifică, ambele sensuri coexistă sau oricare dintre cele două sensuri poate fi înlocuit de un altul. Astfel, pornind de la taxonomia lui Guiraud, Attardo (1994) crede că o glumă în care pot coexista două sensuri are un efect umoristic mai pregnant decât una în care sensul este nejustificat.

Ajungând la o concluzie similară, Marino (1988) consideră că se pot emite judecăți de valoare cu privire la jocurile de cuvinte din interiorul unei glume, bazându-se pe relația dintre scenarii, realizată prin jocuri de cuvinte, dar și pe contextul în care acestea apar.

### ***3.2.7 O primă extensie a teoriei semantice a umorului***

În analiza unor povestiri umoristice poloneze, Chlopicki (1987) a pornit de la ideea că SSTH, deși este o teorie de analiză și interpretare a glumelor, are câteva caracteristici ce pot fi aplicabile și altor tipuri de texte umoristice scurte. Astfel, el consideră că lucrarea sa ar fi o extensie a teoriei elaborate de Raskin (1985), specificând că SSTH este limitată la un set de opoziții binare

de bază. Prin urmare, cea mai importantă etapă a metodologiei cuprinde identificarea posibilelor scenarii opuse din text. Spre deosebire de o glumă care poate avea de regulă o opoziție, cel mult două și în cazuri excepționale trei opoziții, poveștile umoristice pot avea mai multe scenarii opuse (autorul a identificat 66 de opoziții în primul său exemplu).

Mai mult, în analiza sa, Chlopicki (1987: 19) a identificat două tipuri de opoziții: opoziția dintre scenariile principale (*main scripts*), care pot fi identificate pe parcursul întregului text, și opozițiile dintre scenariile de adâncime (*shadow oppositions*), care sunt „responsabile” de percepția ca întreg a umorului. De altfel, Chlopicki arată că povestirile scurte pe care le-a analizat pot fi reduse la un set de opoziții binare, care trebuie revizuit pe baza concluziilor empirice descoperite în textul analizat. În completarea setului de opoziții găsit de Raskin (1985), Chlopicki (1987: 18) adaugă altele trei: *absență/prezență*, *necesar/inutil*, *puțin/mult*.

În linii mari, metodologia abordată de Chlopicki propune o analiză paradigmatică a textului, ceea ce îi conferă o limită, întrucât analiza unui text umoristic nu poate fi redusă doar la stabilirea unui set de opoziții dintre scenarii, asemenea unei glume (Attardo 1994: 210).

### **3.3 Necesitatea revizuirii teoriei semantice a umorului într-o teorie generală a umorului verbal**

Attardo (1994) consideră că SSTH este o teorie pur semantică, preocupată exclusiv de opoziția și suprapunerea a două scenarii. Totodată, autorul atage atenția ca SSTH este insuficientă și a fost dezvoltată doar pentru a explica glumele, fără a avea ca interes explicarea și altor tipuri de texte umoristice. Prin urmare, Attardo (1994) consideră necesară revizuirea teoriei semantice a umorului prin stabilirea unor instrumente care să poată contribui și la analiza acelor trăsături ce caracterizează alte tipuri de texte umoristice, decât gluma.

O astfel de revizuire a teoriei semantice a umorului a fost prezentată în Attardo și Raskin (1991), căpătând denumirea de „Teoria generală a umorului verbal<sup>60</sup>”. Dacă SSTH este o teorie semantică prin excelență, GTVH se dorește a fi o teorie lingvistică, ce include și alte arii lingvistice, precum lingvistica textuală, teoria narațiunii și pragmatica.

Attardo susține că, pentru a analiza o structură umoristică în termenii teoriei generale a umorului verbal, trebuie să se țină cont de trei etape:

- a) Plecând de la sensurile termenilor din text, subiectul receptor își activează scenariile;
- b) În funcție de compatibilități, se vor activa principiile combinatorii, care vor apropia diverse scenarii;
- c) Se vor realiza interferențe (respectarea condițiilor de sinceritate și a regulilor Principiului Cooperativ).

Mai mult, GTVH a extins SSTH, adăugând încă cinci parametri, pe lângă principiul de bază, opoziția scenariilor. Toți cei șase parametri formează „resursele cunoașterii” (Knowledge Resources – KR) și vizează următoarele aspecte (Attardo 1994: 223-226):

1. *Limbajul (LA)* conține toate informațiile necesare pentru construirea și verbalizarea unui text; are rolul de a pune cuvintele într-o ordine corespunzătoare pentru a-i conferi un înțeles textului. Astfel, orice propoziție sau frază poate fi reorganizată sau parafrazată (folosind sinonime, construcții sintactice diferite), fără a-i schimba înțelesul. Un alt aspect important de care este „responsabil” limbajul este poziția poantei în cadrul textului. Chiar dacă pot apărea poante pe parcursul textului, poziția finală a acestuia este esențială atât din perspectiva organizării funcționale a informației, cât și a modalității de distribuire a informației implicite.

---

<sup>60</sup> „General Theory of Verbal Humor” (GTVH)

2. *Strategia narativă (NA)*. Pentru a fi recepționată corespunzător, orice glumă trebuie să fie prezentată într-o formă narativă (dialogul, pseudo-ghicitoarea, conversația etc.)
3. *Ținta (TA)* se referă la obiectul asupra căruia se îndreaptă gluma și conține nume de grupuri sau indivizi la care se atașează stereotipuri umoristice. Glumele care nu au o tentă agresivă, adică nu au ca scop ridiculizarea cuiva, nu sunt valoroase din perspectiva acestui parametru. Totuși, necesitatea acestuia se observă mai ales în delimitarea glumelor etnice de bună sau de proastă calitate, deoarece o glumă etnică autentică nu-și poate schimba ținta, fără a se pierde din esența și valoarea acesteia (Raskin 1985).
4. *Situația (SI)*. Orice glumă trebuie să fie despre ceva, trebuie să aibă un subiect, anumiți actanți sau participanți, instrumente, activități etc.
5. *Mecanismul logic (LM)* reprezintă acel parametru care are în vedere modalitatea în care două scenarii se apropie sau se unesc (Ruch, Attardo și Raskin 1993: 125). Mecanismul logic poate fi unul simplu, de tipul juxtapunerii, sau dimpotrivă, unul complex precum falsa analogie și presupune o logică „locală”, adică doar în interiorul glumei.
6. *Opoziția scenariilor (SO)*, concept preluat din SSTH și se referă la opoziția dintre două scenarii ale unei glume.

Teoria generală a umorului verbal prezintă, așadar, un mecanism „capabil” să genereze un număr infinit de glume, combinând diverse valori pe care fiecare parametru le poate avea. Luând în considerare importanța fiecărui parametru, dar și interdependența dintre ei, Attardo (1994: 227) propune o organizare ierarhică, prin care explică faptul că parametrii de deasupra îi determină pe cei de dedesubt și sunt determinați la rândul lor de cei de deasupra.

Fig. 2. Organizare ierarhică a parametrilor (Attardo 1994: 27)



GTVH s-a dezvoltat, în primul rând, din necesitatea de a stabili relații de similaritate între diverse tipuri de glume. Astfel, glumele sunt cu atât mai asemănătoare, cu cât au același număr de parametri, însă dacă unul din parametri lipsește, atunci scala de ierhizare a valorilor se modifică și gluma capătă o structură diferită.

Atunci când se dorește stabilirea unei relații de similaritate între o glumă și alte tipuri de texte umoristice, cel mai important parametru este strategia narativă. Aceasta are în vedere modalitatea în care un text este organizat, astfel gluma poate fi una dintre multiplele forme narrative pe care un text umoristic le poate avea. Așadar, același material umoristic poate fi prezentat ca o glumă, anecdotă, scurtă povestire sau o parte dintr-o nuvelă (Attardo 1994: 228), diferența constă în modalitatea de organizare a textului, deoarece, spre exemplu, într-o glumă, poanta trebuie să apară în poziție finală, pe când în cazul anecdotei apare pe parcursul textului (Oring 1989).



### ***3.3.1 Modelul izotopic-disjunctiv al glumelor (IDM)***

Una dintre preocupările lui Attardo (1994) cu privire la fenomenul umoristic a fost dezvoltarea unei teorii de organizare liniară a unei glume, astfel conceptul de bază al modelului propus este cel de „izotopie”, împrumutat din *Semantica structurală* (Greimas 1966). Attardo menționează deopotrivă alte câteva noțiuni terminologice din teoria lui Greimas: seme, semene, claseme, manifestarea semelor, lexeme, nucleu semic, funcționare reală și virtuală a clasemelor, expansiune, condensare, traducere, figuri etc., necesare dezvoltării și aplicării modelului izotopic-disjunctiv. Mai mult, autorul (Attardo, 1994) preia principiul funcției narative triple propus de Morin (1966) – normalizare, centralizare și disjuncție – al cărei obiectiv este înțelegerea organizării liniare și sintagmatice a unui text narativ. Astfel, înțelegerea unui text presupune o dezambiguizare de ordin semantic. Totuși, Attardo atrage atenția că dezambiguizarea poantei unei glume diferă de cea a unui text non-umoristic. Când prima izotopie (notată de Attardo cu S<sup>1</sup>) este stabilită, receptorul își va continua interpretarea în aceeași manieră până în punctul în care va întâlni o barieră semantică, care o va transforma într-o izotopie antagonistică (notată de autor S<sup>2</sup>). Elementul care determină transformarea lui S<sup>1</sup> în S<sup>2</sup> poartă denumirea de disjunctiv. Acesta operează îndeaproape cu un conector, care încorporează partea comună a celor două izotopii, furnizând justificare pentru această trecere. Attardo (1994: 95) împarte glumele în două categorii: verbale și referențiale. „Primul tip este bazat exclusiv pe sensul textului și nu face nicio referire la realizarea fonologică a itemilor lexicali (sau la alte unități ale textului), pe când al doilea, pe lângă faptul că se bazează pe sensul elementelor textului, face referire la realizarea fonologică a textului”<sup>61</sup>. În acest sens, Attardo (1994: 96) adaugă că glumele referențiale sunt traductibile dintr-o limba în alta și nu includ conectivi, pe când cele

---

<sup>61</sup> „The former are based exclusively on the meaning of the text and do not make any reference to the phonological realization of lexical items (or of other units in the text), while the latter, in addition to being based on the meaning of the elements of the text, make a reference to the phonological realization of the text (Attardo 1994: 95).

verbale sunt traductibile doar în mod incidental și excepțional și se bazează pe ambiguitate fonologică, pe cea sintactică sau pe aliterație. De asemenea, Attardo (1994: 101-102) și Attardo et al. (1994: 30) propun patru ipoteze cu referire la diferențele dintre glumele verbale și cele referențiale:

- a) glumele referențiale sunt mai numeroase decât cele verbale;
- b) în cadrul unui set de glume verbale, glumele bazate pe jocurile de cuvinte sunt mai numeroase decât celelalte categorii precum glumele sintactice sau cele bazate pe aliterație;
- c) poziția disjunctivului este finală;
- d) glumele în care disjunctivul urmează după conector le depășesc pe cele în care disjunctivul și conectorul coincid.

În ceea ce privește prima ipoteză, se presupune că glumele referențiale le depășesc numeric pe cele verbale, deoarece acestea sunt preferate în rândul performerilor, dar și pentru că o mare parte din acestea sunt împrumutate prin intermediul traducerii din alte limbi, lucru care în cazul glumelor verbale este destul de greu de realizat.

### ***3.3.2. Analiza jocurilor de cuvinte***

Attardo (1994) sugerează faptul că, deși jocurile de cuvinte au fost printre puținele puncte tangențiale între lingvistică și studiile umoristice, nu au fost suficient exploatate. Astfel, este de părere că, în afara jocurilor de cuvinte verbale, există și cele vizuale. Jocurile de cuvinte se bazează, în general, pe procedee lexicale, precum paronimie, omonimie, omofone, omografe etc.

Cele mai multe eforturi ale lingvisticii structurale s-au axat pe crearea unor taxonomii ale jocurilor de cuvinte. Intenția lui Attardo (1994: 112-127) a fost de a construi „o taxonomie a taxonomiilor” a jocurilor de cuvinte:

- a) taxonomii bazate pe fenomene lingvistice (hiponimie, polisemie, antonimie etc.);

- b)** taxonomii sistematice bazate pe categorii lingvistice generale, care fac distincția între axele paradigmatică și cele sintagmatică;
- c)** taxonomii bazate pe o structură de suprafață, care au ca obiectiv măsurarea distanței fonematice dintre jocurile de cuvinte implicate;
- d)** taxonomii eclectică.

În continuare, Attardo (1994: 128-131) analizează două izotopii în cadrul unui exemplu de jocuri de cuvinte („Why did the cookie cry? Its mother has been away for (- a wafer) so long”). În prima fază a analizei, contradicția este eliminată prin dezambiguizarea termenului personificat „cookie”, însă chiar și așa rezultatul este unul necorespunzător, astfel că receptorul trebuie să continue să descopere un sens alternativ al termenului „a wafer”. Attardo pune în discuție „soarta primei interpretări” după ce s-a găsit interpretarea așa-zisă corectă, luând în calcul cele trei rezultate posibile, propuse de Guiraud (1976): a) între cele două interpretări nu există relație; b) ambele sensuri coexistă; c) izotopia 2 ( $S^2$ ) impune conotația pentru izotopia 1 ( $S^1$ ). În opinia lui Attardo, abordarea lui Guiraud indică posibilitatea unei clasificări a jocurilor de cuvinte bazată pe calitate: „cele mai bune jocuri de cuvinte sunt acelea în care fie coexistă două sensuri într-un echilibru dificil, fie sensul conotativ aduce o contribuție plină de semnificație întregului sens al textului” (Attardo 1994: 138)<sup>62</sup>.

Totodată, autorul aduce în discuție problema rezolvării jocurilor de cuvinte, plecând de la întrebarea: este incongruența capabilă să producă umor de una singură sau este necesar a fi urmată de o rezolvare a acesteia? Răspunsul la întrebare este în două direcții posibile: a) fiecare text umoristic include un element de incongruență, precum și unul de rezolvare a acesteia; b) rezolvarea poate fi jovială și nu în mod obligatoriu completă, realistă sau

---

<sup>62</sup> „the best puns are those in which either the two senses coexist in a difficult balance, or in which the connotating sense brings a meaningful contribution to the global senses of the text” (Attardo 1994: 138).

plauzibilă. De altfel, el aduce în discuție ideea că jocurile de cuvinte sunt metalingvistice, deoarece decodarea lor presupune prezența unei aserțiuni lingvistice alături de un proces inferențial implicat în cadrul decodificării. Acel tip de informație metalingvistică care este transmisă poate fi rezumată astfel: „acest text utilizează un semn (i.e., orice legătură fonematică) care printr-o asociere paradigmatică sau sintagmatică evocă alte semne; sensurile evocate de ambii semnificanți nu sunt compatibile în contextul textului” (Attardo, 1994: 168)<sup>63</sup>. Totuși, în ciuda acestei afirmații, Attardo (1994) nu pune egal între metalingvistică și jocurile de cuvinte, ci pune accent pe speculația interpretativă a celor care nu au o manifestare lingvistică. Totodată, face distincția între glumele verbale și alte tipuri de glume care evidențiază rolul fonematic în scenariile unei glume.

### ***3.3.3 Teoria generală a umorului verbal vs. Modelul izotopic-disjunctiv***

La mijlocul anilor '90, paradigma cognitivă a devenit centrul de interes pentru diverse domenii, precum: lingvistica, psihologia sau antropologia. În ceea ce privește studiul umorului, teoria generală a umorului verbal și modelul izotopic-disjunctiv, deși par înrudite în termeni de „mentalitate”, fiind elaborate de același autor, sunt foarte diferite ca funcție și formă. Ambele se bazează pe principiul liniarității, însă unitățile configurate liniar vizează chestiuni diferite: în GTVH „resursele cunoașterii” sunt cele ordonate liniar, pe când în IDM sunt elementele lexicale. Scenariile izotopice sunt elemente esențiale în ambele, însă în IDM nu se specifică faptul că ele sunt în mod obligatoriu opuse (incongruente), ci contribuie la descrierea

---

<sup>63</sup> „Puns are metalinguistic because their decoding presupposes the presence of a metalinguistic assertion along the inferential processing involved in the decoding. The kind of metalinguistic information that is conveyed can be summarized as «this text is using a sign (i.e. any phonemic string) which, through some paradigmatic or syntagmatic association, evokes another sign; the meaning evoked by both signifiers are not mutually compatible in the context of the text»” (Attardo 1994: 168).

cursului liniar în vederea înțelegerii unei glume. Mai mult, în IDM, în cazul glumelor verbale, partea comună de ordin semantic a unui scenariu este definită drept „conector”, însă situația glumelor referențiale este lăsată conceptual nedefinită.

### ***3.3.4 Modelul schemă-incongruență-rezolvare (SIR) al umorului***

După ce a făcut o incursiune prin teoriile incongruenței, care se bazează pe opoziția dintre scenarii, Attardo (1994: 396-398) își apleacă atenția asupra noțiunii de „anatomie locală” impusă de Raskin (1984) în discuția despre teoria semantică a umorului. Se ajunge, așadar, la concluzia că noțiunea de „anatomie locală” nu poate fi redusă la o simplă negație logică, dat fiind faptul că opoziția dintre scenarii este una rezonantă și specifică într-o structură umoristică, astfel că Attardo găsește soluția de a face referire la conceptul de opoziție, bazându-se pe noțiuni generale precum „abordare prototipică”, „scoatere în relief” sau „paralelism”. El adaugă că acele unități stocate în memoria noastră, care includ scenarii, subînțelesuri sau cuvinte polisemantice nu sunt egale din punctul de vedere al accesibilității sau al reliefării. De asemenea, Attardo preia conceptele lui Giora (1991) de reliefare graduală a ipotezelor, cerința relevanței și cerința gradată a informativității, precizând că orice text trebuie să fie relevant, pornind de la un material informativ „sărac” și evoluând spre unul consistent. Totuși, în cadrul unei glume, saltul de la o informație nemarcată la una marcată trebuie să fie brusc, în caz contrar poanta finală nu poate avea efectul scontat. Prin urmare, primul scenariu al glumei se bazează pe un context neutru, accesibil, pe când al doilea este dependent de context, ceea ce-l face mai greu accesibil. Pe măsură ce primul scenariu este activat, inerția paralelismului ne forțează să continuăm interpretarea în aceeași manieră, până când devine imposibilă din cauza disjunctivului.

Așadar, plecând de la aceste observații, Attardo (1994) ajunge la concluzia că opoziția din cadrul unei glume trebuie redefinită, de la o simplă relație dintre scenarii la „prezența celui de-al doilea scenariu care este atât scăzut în accesibilitate, cât și crescut în informativitate (Attardo, 1994: 402), adăugând deopotrivă faptul că: „(...) SO [=opoziția dintre scenarii] și incongruența sunt conceptualizări diferite ale aceluiași fenomen”<sup>64</sup>.

Ideea accesibilității, a reliefării, a informativității, a marcării sau a dependenței contextuale îl determină pe Attardo „să elimine lista opozițiilor dintre scenarii, deoarece teoria va genera propriile opoziții dintre scenarii de la zero de fiecare dată, bazându-se pe accesibilitatea valorilor calculate în text”<sup>65</sup> (Attardo 1994: 404-405).

O altă preocupare a lui Attardo este de a reconceptualiza noțiunea de mecanism logic (LM), considerând că modelul GTVH „a constat în linii mari într-o listă de exemple ale mecanismului: inversarea figurii de bază, logica defectuoasă, chiasmul, (falsa) analogie, falsa pregătire și simpla juxtapunere” (Attardo 1994: 408). Mai mult, el adaugă că „LM a unei glume este rezolvarea unei SO (incongruențe)<sup>66</sup>”, apoi își întărește ipoteza spunând că „ar trebui să se înțeleagă că pretind faptul că LM este rezolvarea în sine, nu doar un mecanism util al acesteia”<sup>67</sup> (Attardo 1994: 409).

Se pune, totuși, întrebarea dacă noțiunile de LM și rezolvare sunt realmente cele mai importante procese din cadrul unei glume, luând în considerare că „LM par a fi niște «capcane ale unei logici defectuoase» prefabricate, pregătite pentru receptor, plasate în mințile și gurile unor

---

<sup>64</sup> „SO [= script opposition] and incongruity are different conceptualizations of the same phenomenon” (Attardo 1994: 403)

<sup>65</sup> „the list of SOs can be eliminated because the theory would now generate its own SO from scratch each time, based on the accessibility values calculated in the text ” (Attardo 1994: 404-405)

<sup>66</sup> „the LM of a joke is the resolution of the SO (incongruity)” (Attardo 1994: 409)

<sup>67</sup> „It should e noted that I am claiming that the LM is the resolution itself, not just an enabling mechanism thereof” (Attardo 1994: 409)

personaje ale glumei și/sau invocate prin intermediul unor enunțuri înșelătoare sau al altor tehnici de falsă pregătire”<sup>68</sup> (Kirkmann 2004: 50).

În concluzie, odată ce între scenariile opuse și incongruență s-a pus un semn de egalitate, precum și între mecanismele logice și rezolvare, Attardo (1994: 413) denumește prima parte a unei glume *schemă* (eng. *setup*), menționând următoarele: „propun să considerăm schema frazei drept corespondent al «suprapunerii de scenarii» din modelul SSTH”<sup>69</sup>. Totuși, suprapunerea scenariilor poate fi identificată doar după apariția și celui de-al doilea scenariu, astfel că se poate afirma că „schema frazei este doar instanțierea primului scenariu” (Attardo 1994: 413).

### 3.4 Alte contribuții la cercetarea lingvistică a umorului

Johnson (apud Alexander 1997: 59) a propus un model care l-a precedat pe cel al lui Attardo și Raskin. Acesta conține tot 6 variabile, după cum urmează: a) *obiectul glumei*; b) *persoana care spune gluma*; c) *audiența*; d) *contextul*; e) *cunoștințe comune*; f) *gluma*. Dacă în GTVH contextul, cunoștințele comune și factorii pragmatici nu constituie cele mai importante variabile, în modelul propus de Johnson acestea reprezintă condițiile esențiale în cadrul unei structuri umoristice.

O perspectivă care îmbină mai multe modele este cea propusă de Paolillo (1996), care identifică diferite tipuri de mecanisme logice în desenele animate. Constantinescu (2012: 46) preia variabilele propuse de autor și le explică, subliniind importanța acestor mecanisme în vederea extinderii analizei oricărei forme de umor:

---

<sup>68</sup> „LMs seem ready-made «traps of faulty logic» set up for the hearer, put in the minds and mouths of the joke characters and/or invoked via various 'garden path' or other techniques of false priming” (Kirkmann 2004: 50).

<sup>69</sup> „I propose to consider the setup phrase as corresponding to the SSTH' s «overlap of scripts»” (Attardo 1994: 413).

- a) *Suprapuneri cu forță diferită*. Asemenea celorlalți teoreticieni, Paolillo identifică suprapunerea unor scenarii diferite (unul dintre scenarii are o forță agentivă mai mare decât celălalt);
- b) *Substituții cu forță similară*. Cele două scenarii suprapuse au o forță agentivă similară, adică elementele unui scenariu pot înlocui elementele celuiilalt scenariu;
- c) *Consecință*. Prezentarea unei situații ce reprezintă o consecință a unui eveniment astfel încât să se înțeleagă alte aspecte la care trebuie făcută trimiterea;
- d) *Juxtapunere*. În acest caz, două scenarii sunt prezentate în aceeași situație, simultan;
- e) *Secvențialitate*. Cele două scenarii sunt „constrânse” de o ordine temporală;
- f) *Scenariu mediator*. Cele două scenarii principale, opuse sunt mediate de un al treilea scenariu, numit mediator (mediating script);
- g) *Eroare evidentă*. Această variabilă face referire la neidentificarea unui aspect evident din cadrul unei situații de comunicare;
- h) *Exagerare*. În acest caz, unui element i se exagerează importanța deși acesta nu reprezintă un factor proeminent;
- i) *Schimb de roluri*. Participantul din cadrul unui scenariu își schimbă rolul cu participantul din scenariul opus;
- j) *Roluri în oglindă*. În urma juxtapunerii celor două scenarii, unul dintre acestea reprezintă imaginea în oglindă a celuiilalt;
- k) *Negarea*, element specific ironiei, ca fenomen subordonat umorului;
- l) *Repetarea rolurilor*. Un participant cu rol de agent într-un dintre scenarii are un rol de pacient în celălalt.

Deși au fost propuse pentru identificarea structurilor umoristice în desenele animate, mecanismele logice enumerate și explicate mai sus pot fi



identificate și în alte forme de performare a umorului, cu mențiunea că nu se vor regăsi toate într-o unică structură umoristică.

Un alt teoretician preocupat de scenariile opuse și mecanismele logice în cadrul unei glume sau alt tip de text umoristic a fost Veale (2004: 426). Acesta este de părere că logica socială ar trebui considerată o parte fundamentală a teoriei și nu doar un conector pentru o teorie semantică.

### **3.5 Teorii cognitiviste ale umorului**

#### ***3.5.1. Umorul din perspectiva lingvisticii cognitive***

Brône și Feyaerts (2003) pornesc de la concepția potrivit căreia interpretarea umorului implică o activitate inferențială complexă, metonimia jucând un rol esențial în aceste procese. Pe de altă parte, Barcelona (2003) este de părere că activitatea inferențială de interpretare a unei glume este facilitată de o serie de conectori metonimici pre-existenți într-un cadru cognitiv cu rol de comutare a scenariilor care conduc la rezolvarea unei incongruențe.

De altfel, analizând diverse tipuri verbale și nonverbale ale umorului, Brône și Feyaerts (2003) doresc să arate că în procesul interpretării umorului, se utilizează structuri metonimice marcate ale punctului de referință, în vederea complicării sau distorsionării acestuia. În acest sens, se ajunge la ideea conform căreia în interpretarea umorului se folosesc aceleași mecanisme lingvistice sau cognitive precum în analiza interpretativă a unor structuri non-umoristice. Totuși, s-a pus întrebarea: cum se diferențiază un text umoristic de unul non-umoristic? Barcelona (2003: 97) oferă o explicație interesantă potrivit căreia metonimiile sunt indicii prefabricate în scopul descoperirii unei modalități de interpretare plauzibile a unei glume sau anecdote.

Un alt aspect interesant privit din perspectiva lingvisticii cognitive este stabilirea unei granițe conceptuale între umor și metaforă sau analogie (Koestler 1964), întrucât până de curând interesul a căzut pe potențialul umor

ambiguu preluat literalmente sau figurativ dintr-o expresie metaforică (Attardo 1994). Astfel, s-a ajuns la concluzia că în timp ce metaforele „sudează” sursa și ținta într-o singură entitate, stimulii umoristici înfățișează diferențele dintre cele două. Mai mult, Pollilo (1996: 248) redescoperă niște elemente specifice teoriei semantice a umorului, referindu-se la umor ca la „două imagini sau idei diferite, dar legate între ele, ce au loc una în proximitatea celeilalte”<sup>70</sup>, care contrastează printr-un număr de antonimii: „curat/ murdar, puternic/ slab, clar/ înșelător și viu/ mort”<sup>71</sup>.

Coulson (2001) critică teoria semantică a umorului elaborată de Raskin, considerând că prin aceasta nu se poate realiza „combinația creativă a unor scheme preexistente și construcția unor cadre noi, în funcție de cerințele contextuale”<sup>72</sup>. Attardo (2006: 346) consideră că accepțiunea lui Coulson (2001) este o variantă empirică a interschimbării scenariilor propuse de Raskin în teoria SSTH. Totuși, Coulson (2001) aduce în prim plan o nouă viziune privind modalitatea de lecturare a textelor umoristice, subliniind faptul că glumele necesită un timp mai îndelungat de lecturare, precum și o analiză literală a acestora.

Goel și Dolan (2001) au arătat că, în procesarea glumelor verbale și ale celor referențiale sunt implicate diverse arii lingvistice, astfel că pot exista glume fonologice sau glume semantice. Prin urmare, ei procesează materialul umoristic din punct de vedere semantic sau fonologic, căutând componentele afective ale umorului și ajung la concluzia că atât umorul verbal cât și cel referențial implică opoziții de scenarii, suprapuneri și reinterpretări.

Pentru Veale (2004), umorul conversațional reprezintă acea situație în care cel de-al doilea participant la dialog se folosește de replica primului interactant, construind în mod deliberat o interpretare eronată a unui enunț anterior, prin

---

<sup>70</sup> „two different but related images or ideas that take place in proximity to one another” (Pollio 1996: 248)

<sup>71</sup> „clean/dirty, strong/weak, clear/deceptive, and alive/dead”(Pollio 1996:248).

<sup>72</sup> „the creative combination of frames and the construction of novel frames in response to contextual demands” (Attardo 2006: 346).

încălcarea principiului cooperativ (Attardo 1994). Deopotrivă, Veale (2004) pune în discuție conceptul de „păcălire prin umor”, considerând că mecanismele generale ale limbii în uz pot fi utilizate pentru a obține un efect umoristic.

### **3.5.2. Analiza glumelor din perspectiva lingvisticii cognitive**

În teoria lui cu privire la rezolvarea incongruenței (eng. „incongruity resolution”, IR), Ritchie (2004) ignoră ideile de bază ale lui Raskin, redefinind modelul IR prin introducerea conceptului de „reinterpretare”, care parafrazează de fapt fenomenul de „rezolvare” a unei incongruențe. El mai adaugă că regulile glumelor reinterpretate sunt abstracte, fiind la un nivel la care informațiile sunt manipulate, iar între glumele verbale și cele referențiale există, în mod clar, distincții care trebuie avute în vedere în momentul analizei acestora.

De asemenea, autorul propune mai multe clasificări ale glumelor, încercând să găsească o teorie formală a acestora. Astfel, Ritchie (2004) împarte materialul umoristic în jocuri de cuvinte (*puns*) și glume cu interpretare forțată (*forced interpretation jokes*). În termenii lui Ritchie (2004), *glumele care au la bază jocurile de cuvinte* sunt dependente de o ambiguitate fonetico-lexicală sau de o identitate fonetică, iar termenul ambiguu apare în partea inițială și nu în poanta finală, astfel că se poate vorbi de existența a două interpretări, cea de dinainte și ce de după apariția acestuia. Autorul împarte jocurile de cuvinte în: 1) *jocuri de cuvinte sintagmatice* și 2) *jocuri de cuvinte paradigmaticice*. În categoria jocurilor de cuvinte sintagmatice intră două sau mai multe fragmente nesuprapuse, care pot fi similare fonetic, însă fără a fi identice (ex. paronimele) sau identice din punct de vedere formal, dar diferite din punct de vedere semantic (ex. omonimele). În categoria jocurilor de cuvinte paradigmaticice sunt încadrate: a) *jocurile de cuvinte în context*; b) *malapropismul*; c) *contextul textual*; d) *jocuri de cuvinte*

cu propriul lor context, iar în cea de a doua categorie intră fragmentele nesuprapuse, similare fonetic, dar nu identice (ex. paronimele).

Prima subcategorie, cea a jocurilor de cuvinte în context (*pun in context*) se referă la acele jocuri care apar fac trimitere la anumite referințe culturale, idei, fapte legate de lumea înconjurătoare etc. (Ritchie, 2004: 114). Malapropismul se referă la uzul unui termen care sună asemănător cu cel care se potrivește unui context (atracția paronimică), pe când cea de-a treia subcategorie se referă la acele jocuri de cuvinte care evidențiază procedee, precum: concatenarea, inadecvarea aparentă sau legături contextuale. Cea de-a patra subcategorie, a jocurilor de cuvinte cu propriul lor context, cuprinde mai multe subtipuri, după cum urmează (Ritchie 2004: 120):

a) *jocurile narrative* - în acest caz, o glumă cu structură narativă nu este în mod obligatoriu una cu un conținut amuzant, însă finalul poate fi formulat sub formă de proverb sau morală, care stârnește amuzamentul.

ex. „Dracul se hotărăște să vină pe pământ să-și ia o nevastă. Pentru că nu știa cum să-și aleagă cea mai bună soție, îl întreabă pe un om ce-l întâlnește. Acesta îi spune să-și ia cea mai șmecheră mașină și să înceapă să meargă pe toate străduțele cu muzica la maxim și să le claxoneze, iar acea femeie care nu se va întoarce, aceea e cea potrivită. Zis și făcut. Începe Dracul să umble pe străzi, vede o blondă frumoasă, o claxonează, se întoarce... vede una brunetă, la fel. Și tot așa... până ce vede una grasă și urâtă... cu strângere de inimă, o claxonează și pe ea. Aceasta nimic, Dracul mai insistă și insistă... neîntorcându-se, acesta trebuie să o ia de nevastă.

**Morala:** Fetelor, fiți curve, că de nu, vă ia dracul!”<sup>73</sup>.

---

<sup>73</sup> Exemplele de la cele trei subtipuri de glume prezentate nu sunt preluate de la Ritchie (2004), ci sunt preluate din corpusul selectat și oferite pentru înțelegerea tipului de text umoristic prezentat.

b) *ghicitori* formulate sub forma unor jocuri de cuvinte (punning riddles): (ex. „Pălărie-ntr-un picior./ Ghici ciupercă, ce-i?” (Ciuperca))

c) *glume de tipul „cioc-cioc”* („Cioc-cioc!/ Cine-i?/ Polo.../ Polo cine?/ Polo...nicu!”).

*Glumele cu reinterpretare forțată* sunt acele structuri umoristice ale căror interpretare este eronată (*misinterpretation*), care se poate manifesta atât la nivel perlocuționar, cât și la nivelul forței ilocuționare (Brône 2008). Cele mai relevante exemple de glume cu interpretare forțată sunt cele de tipul întrebare-răspuns, care pot fi împărțite în două categorii: a) *cele care implică sensul întrebării* și b) *în care răspunsul așteptat este greșit* (Ritchie 2004: 168-169).

Ritchie (2004) afirmă că cele mai amuzante glume sunt cele de tipul întrebare-răspuns, specificând, totodată, că rolul componentei temporale (*timing*) în performarea și aprecierea unor astfel de structuri umoristice este esențial. Un rol important îl are, de asemenea, repetiția. Aceasta se poate manifesta atât prin repetarea unor cuvinte-cheie care au rolul de a spori efectul umoristic, cât și în poanta finală, cu scopul de evidențierea opoziția dintre scenarii.

O altă categorie introdusă de Ritchie (2004) este cea a *glumelor descriptive* (*descriptive-based jokes*) care contribuie la explicarea acelor structuri umoristice care nu pot fi introduse într-una dintre celelalte categorii prezentate, acestea presupunând descrierea unui scenariu, care la rândul său este absurd.

Mai mult, autorul propune o taxonomie în care opune *glumele propoziționale* celor *lingvistice*. Prin glume propoziționale, Ritchie (2004) se referă la acele glume care au la bază niște mecanisme, precum neînțelegerea coerenței discursive, revizuirea poantei finale și dublul sens. În raport cu cele trei mecanisme enunțate, procesarea lingvistică a unei glume propoziționale

poate conduce la două interpretări, care sunt fie în contrast, fie una dintre ele nu este adecvată. Pe de altă parte, glumele lingvistice sunt caracterizate prin elemente lingvistice, precum similaritate fonetică sau segmentarea cuvintelor (calambur).

O altă preocupare a autorului în acest studiu este legată de informațiile suplimentare pe care le oferă unele texte umoristice: obținerea unui răspuns la întrebarea din text posibilă insultă adusă receptorilor, tensiune dramatică, superioritate față de personaje sau față de receptori, intertextualitatea, folosirea unor cuvinte amuzante etc. (Ritchie 2004: 179-182).

### ***3.5.3. Teoria relevanței și umorul***

În general, există două modalități de a transmite informații celor din jur, astfel că, în afară de cea verbală, prin care intenționăm să facem cunoscute anumite informații auditoriului, la fel de importante sunt și cele nonverbale, rezultate din gesturi, mimică sau, mai mult, cele pe care receptorul le poate sustrage din comportamentul și atitudinea noastră, din pasiunile pe care le avem, obișnuințele, reacția la anumiți factori de stres etc.

Comunicarea verbală îndeosebi, care are ca scop transmiterea, în mod intenționat, a unor informații și este cunoscută deopotrivă sub numele de comunicare ostensivă, iar umorul verbal intențional este un rezultat al comunicării ostensive.

Întrebarea de la care se pornește este: *Ce anume trebuie să urmărească o teorie pragmatică pentru a determina efectele umoristice ale unui text?* Un răspuns evident constă în selectarea acelor texte cu potențial umoristic și evidențierea instanțelor umoristice din cadrul acestora. Curcó (1997: 166) propune o altă viziune de determinare a potențialului umoristic, susținând că textele sunt umoristice în mod indirect, astfel că pentru a caracteriza umorul verbal, trebuie să înțelegem procesele mentale pe care ascultătorul le

parcurge în momentul interpretării. Mai mult, gândurile pe care vorbitorul le transmite prin intermediul unei structuri verbale nu sunt în totalitate codate lingvistic, astfel ascultătorii trebuie să se angajeze într-un proces inferențial care să-i sprijine în decodificarea mesajului pe care vorbitorul a intenționat să-l transmită.

În linii mari, teoria relevanței aplicabile textelor umoristice are la bază patru premise elaborate de Sperber și Wilson (1986, 1995):

- a) enunțurile au mai multe interpretări posibile, toate însumând informații codate lingvistic;
- b) nu toate interpretările pot fi în egală măsură accesibile pentru receptor;
- c) receptorii își au propriile criterii de selecție între posibilele interpretări a unei propoziții pe care le folosesc în mod constant;
- d) criteriul relevanței permite acceptarea unei singure interpretări a ceea ce a intenționat să spună vorbitorul.

### *3.5.3.1 Aspecte generale ale teoriei relevanței*

Pornind de la teoria implicaturii conversaționale a lui Grice (1975), Sperber și Wilson (1986) tratează tezele modelului ostensiv-inferențial al comunicării, căutând o soluție pentru diferențierea dintre „semnificația enunțului” și „semnificația vorbitorului”.

Preocupați de instanțele comunicării, Sperber și Wilson (1986, 1995) spun că emițătorii și receptorii sunt agenți raționali, iar actul de comunicare impune capacitatea de a recunoaște intențiile comunicative. Dacă Grice consideră că aspectul inferențial al unei interpretări este ghidat de un principiu social (principiul cooperativ), cei doi autori sunt de părere că este mai degrabă produsul unui principiu cognitiv. Prin urmare, teoria propusă sugerează existența unui singur criteriu care nu poate fi încălcat și care contribuie la selecția unei interpretări relevante dintr-o gamă variată.

În viziunea lui Yus (2016: 1), teoria relevanței este o teorie cognitivă a comunicării umane, care are ca scop analiza inferențelor realizate de receptor în încercarea sa de a identifica intenția comunicativă a vorbitorului, bazându-se pe codul verbal (scris, vorbit) sau nonverbal (gesturi, expresii faciale etc.) și pe predicțiile relevante ale comunicatorului pe care le face în momentul alegerii unui enunț sau text prin care își codifică propriile gânduri pe care, ulterior, le transferă altor persoane.

Sperber și Wilson (1986: 32) afirmă că teoria relevanței intenționează să „identifice mecanismele fundamentale, înrădăcinate în psihologia umană, care explică în ce mod oamenii comunică unii cu alții”<sup>74</sup>. Relevanța este o noțiune tehnică definită în termenii unor câștiguri cognitive obținute prin procesarea unei informații și efortul investit în acest proces. Fenomenul potrivit căruia sistemul cognitiv uman caută o informație relevantă este numit principiul cognitiv al relevanței. De altfel, relevanța este o noțiune relativă specifică fiecărui individ, într-un context particular și într-o anumită perioadă de timp (Curcó 1997).

În teoria relevanței, definirea conceptului de context al interpretării este diferită de cea folosită în mod tradițional în pragmatică. Astfel, în timp ce unii autori (Lyons 1977, Brown și Yule 1983) consideră contextul interpretării un factor predeterminat de interacțiune, care constă într-un set de ipoteze exprimate de un discurs premergător, Sperber și Wilson (1986) văd contextul interpretării drept un subset al unui set de credințe individuale. Astfel, potrivit acestora, o informație este relevantă, într-un context, dacă îndeplinește una dintre următoarele trei condiții (Curcó 1997: 169):

- a) întărește o ipoteză deja existentă în context;
- b) contrazice, slăbește sau elimină o ipoteză existentă;

---

<sup>74</sup> „to identify underlying mechanisms, rooted in human psychology, which explain how humans communicate with one another” (Sperber și Wilson 1986: 32).



c) combină ipotezele existente pentru a crea altele noi, numite implicații contextuale.

Smith și Wilson (1992: 4-5) consideră că pentru obținerea unor efecte cognitive trebuie să se ia în calcul câțiva factori principali, care să reflecte efortul implicat: complexitatea lingvistică a enunțului, accesibilitatea contextului și efortul inferențial necesar pentru a calcula efectele contextului ales. Pe de altă parte, Sperber și Wilson (1986, 1995) sunt de părere că oamenii au tendința să pună în balanță, în mod automat, efortul și efectele sale în procesarea unei informații. Astfel, în comunicarea verbală vorbitorii știu că receptorii vor apela la resursele lor cognitive pentru a procesa enunțul pe care ei l-au formulat într-o manieră relevantă.

În actul comunicării, vorbitorul transmite idei, concepții complexe, folosindu-se de enunțuri cu rol de stimuli ostensivi, iar interpretarea pe care receptorul o abordează trebuie să fie similară cu ceea ce a intenționat să transmită vorbitorul. Totuși, pentru a-și atinge intenția comunicativă, un comunicator trebuie să aleagă dintr-o gamă variată de stimuli pe care îi are la îndemână, iar receptorul trebuie să se asigure că elimină toate acele elemente care solicită un efort inutil în procesarea informației.

Teoria relevanței evidențiază rolul inferenței în „umplerea golului” între ceea ce este codat și posibilă interpretare, accentuând faptul că între aceste două faze ale interpretării (decodificare/ deducere) există, mai degrabă, o relație de asemănare decât de identitate. Sub acest aspect, teoria relevanței înlătură acel model codat al comunicării, conform căruia ceea ce spune vorbitorul este identic cu ceea ce intenționează să transmită.

Prin urmare, principiul fundamental al teoriei relevanței este antrenarea cogniției umane în vederea maximizării relevanței, încercându-se obținerea celor mai bune rezultate, prin intermediul unor factori: stimuli verbali, comportament nonverbal, contextul fizic, mentalitatea indivizilor etc. În acest

sens, Wilson (2014b: 4) afirmă că: „obiectivul este de a defini relevanța nu numai în cadrul enunțurilor sau ale altor acte comunicative, dar și pentru stimulii externi sau reprezentările mintale interne care pot conferi informații în procesul cognitiv, astfel că nu numai enunțurile, ci și semnele, sunetele, mirosul, gândurile, memoria sau concluziile unei inferențe pot fi pasibile de a furniza informații relevante (pentru un individ, la un moment dat)”<sup>75</sup>.

### 3.5.3.2 Teoria relevanței aplicată umorului verbal

Umorul fost tratat pentru prima dată din perspectiva teoriei relevanței de Jodlowiec (1991), care a insistat pe rolul contextului interpretării unei glume, care poate fi văzut drept un subset al credințelor și premiselor despre lume ale receptorului. De altfel, ideea de la care pleacă se bazează pe faptul că emițătorul are control în ceea ce privește contextul glumei, iar receptorul accesează acele mecanisme de generare a umorului în vederea interpretării acestuia. În studiul său, Jodlowiec (1991) se axează pe glumele verbale care au la bază ambiguitatea, susținând că acestea sunt constituite din două părți: cadru (eng. *setting*) și poanta finală (eng. *punchline*). Analiza unui enunț din prima parte a glumei (cadru) oferă acces la un set de ipoteze ce constituie contextul inițial al interpretării (C1). Receptorul este tentat să facă o speculație cu privire la ceea ce tocmai a fost comunicat (H1 de la eng. *hypothesis*), apoi când poanta finală este transmisă, acesta găsește o interpretare neașteptată (H2) care s-a creat într-un nou context (C2).

Curcó (1997: 174) propune o serie de amendamente teoriei propuse de Jodlowiec (1991), considerând că nu este foarte clară în ceea ce privește două

---

<sup>75</sup> „the aim is to define relevance not only for utterance or other communicative acts, but for any external stimulus or internal mental representation which can provide an input to cognitive processes, so that not only utterance but sights, sounds, smells, thoughts, memories or conclusions of inferences may all provide potentially relevant inputs (for an individual, at a time)” (Wilson 2014b: 4).

aspecte importante. În primul rând, autoarea crede că Jodlowiec (1991) pune accentul pe distincția dintre două ipoteze care trebuie folosite în procesul de interpretare a efectului umoristic, fără a stabili în mod clar condițiile sau substratul acestora. Astfel, H1 și H2 nu sunt două interpretări dihotomice, ci, mai degrabă, interpretări diferite a unor enunțuri distincte, întrucât în momentul emiterii primei ipoteze nu cunoști decât o parte a enunțului, iar la final cunoști întregul context al glumei. În al doilea rând, Curcó (1997: 175) spune că natura reorganizării contextuale este foarte vag explicată, punându-și o serie de întrebări retorice: „În ce sens C2 este un nou context? Abandonăm C1, așa cum sugerează ea prin inversarea cuvintelor? (...) «Reorganizarea» înseamnă completarea unor noi ipoteze? Abandon? Înlocuire? Contează diferența? Poziția ei nu este clară față de niciuna dintre acestea”<sup>76</sup>.

Totuși, meritul teoriei lui Jodlowiec (1991) este de a explica de ce ar putea oamenii să râdă la același lucru din diferite motive, făcând în același timp anumite predicții cu privire la ceea ce ar putea „să ucidă” glumele. Astfel, dacă emițătorul eșuează în ghidarea receptorului spre folosirea C1 drept context al interpretării sau facilitează activarea lui C2 și aplicarea lui H2 înainte ca poanta finală să fie dezvăluită, efectul umoristic nu va mai fi la fel (Curcó 1997).

Umorul din perspectiva teoriei relevanței a reprezentat un factor de interes și pentru Ferrar (1993). Autoarea evidențiază faptul că umorul se bazează pe o serie de mecanisme și impune o modificare a contextului: „umorul se bazează nu pe o reorganizare contextuală pur și simplu, ci pe o ipoteză care stă la baza faptului că în primul rând trebuie să modificăm

---

<sup>76</sup> „In what sense in C2 a new context? Do we abandon C1 altogether, as her use of the word ‘switch’ suggests? (...) Does ‘reorganisation’ mean addition of new assumptions? Abandonment? Replacement? Does the difference matter? Her account is not clear about any of these” (Curcó 1997: 175).

contextul”<sup>77</sup> (Ferrar 1993: 208). Mai mult, ea consideră că o reorganizare a contextului constituie un prim strat al procesării umorului, iar al doilea constă în capacitatea receptorului de a recunoaște o glumă drept un exemplu de utilizare interpretativă. Totuși, aceste trăsături nu sunt specifice doar umorului, întrucât reorganizarea contextului apare și în interpretarea sloganurilor din publicitate, iar utilizarea interpretativă a limbii este folosită în cazul mai multor tipuri de enunțuri, precum vorbirea indirectă sau ironia. Ceea ce este specific umorului, în viziunea lui Ferrar, ar fi combinarea acestor două mecanisme, fără a preciza însă, dacă acestea trebuie să apară simultan sau să interacționeze între ele.

Merino-Ferradá (1993) ia în discuție jocurile de cuvinte din perspectiva teoriei relevanței, considerând că acestea trebuie să fie abordate prin prisma a două interpretări diferite. În fiecare enunț în care apar jocuri de cuvinte sunt propuse cel puțin două interpretări. Potrivit teoriei relevanței, prima interpretare trebuie să fie în acord cu principiul relevanței conform căruia receptorul va selecta doar ceea ce a intenționat vorbitorul, cea de-a doua poate fi rezultatul unui fond subiectiv al receptorului.

Curcó (1997) este un alt „apărător” al teoriei relevanței, care evidențiază importanța acesteia în studiile legate de umor. Autoarea consideră că textele sunt indirect amuzante, receptorul fiind esențial în interpretarea acestora, deoarece se pune accentul, în primul rând, pe procesele cognitive ale acestuia în identificarea efectelor amuzante. Pe de altă parte, în anumite cazuri relevanța unui enunț rezidă din atitudinea vorbitorului cu privire la afirmația pe care o face. Atunci când un vorbitor dorește să transmită o anumită atitudine, el trebuie să se folosească atât de forme lingvistice, cât și de cele paralingvistice. Adverbele de mod precum și verbele performative sunt câțiva din parametrii expliți ai atitudinii

---

<sup>77</sup> „the humour lies not in the context reorganisation as such, but in the assumption underlying the fact that we have to modify the context in the first place”( Ferrar 1993: 208).

vorbitorului cu privire la afirmația pe care o face, iar tonul vocii și expresia facială pot funcționa ca indicatori non-lingvistici (Curcó 1997: 190).

Cât privește receptarea unui enunț, Curcó (1997) este de părere că există două modalități prin care acesta poate fi reprezentat: interpretarea sau descrierea. Fiecare enunț este o interpretare a ceea ce gândește vorbitorul. Gândul, în sine, poate fi o descriere a stării de moment ori o reprezentare a vreunei idei viitoare. În acest caz, este vorba despre o utilizare a limbii din punct de vedere descriptiv sau interpretativ.

Un alt aspect luat în calcul de Curcó este cel al stimulilor ostensivi, care nu derivă nici din context, nici dintr-o informație nouă, ci din rezultatul dintre o ipoteză veche și o informație în curs de procesare.

Un alt teoretician preocupat de relația dintre teoria relevanței și fenomenul umoristic este Yus (2008). Acesta propune patru tipuri de glume:

- a) bazate pe interpretarea explicită a conținutului sau pe una alternativă;
- b) care generează umor în urma „impactului” dintre informațiile implicite regăsite în context și conținutul explicit;
- c) bazate pe abilitatea receptorului de face deducții pragmatice, prin extragerea informațiilor implicite din context;
- d) bazate pe consolidarea sau invalidarea unor informații legate de mediul social din care fac parte receptorii (Yus 2008: 142).

Mai mult, clasificarea pe care autorul o face ține cont atât de intenția emițătorului de a produce un efect umoristic, cât și de a corespunde următoarelor condiții:

- a) abilitatea receptorului de a extrage conținutul explicit al unei glume;
- b) capacitatea receptorilor de a recupera asumțiile contextuale și de a deriva implicațiile contextuale;
- c) combinarea celor două condiții centrate pe receptori.

### 3.5.3.3 Relevanța în interacțiunea umoristică

Deși teoria relevanței a fost aplicată, în primă fază, construcțiilor comunicaționale fixe, în timp s-a dovedit utilitatea ei și în cadrul conversațiilor. Astfel, Sperber și Wilson (1997) afirmă că, deși modelul propus de ei a fost utilizat în situații de comunicare de tipul unu-la-unu, acesta ar putea fi extins și în analiza altor structuri comunicaționale. În același sens, Coupland și Jaworski (1997: 237) remarcă faptul că nu există niciun motiv pentru care teoria relevanței nu ar putea fi utilizată într-o conversație: „Aparentul caracter a-social al modelului poate fi mai degrabă o consecință a felului în care a fost aplicat, decât explicația de bază sistemului.<sup>78</sup>”

Chiera (2014: 14), în schimb, este mai degrabă critică atunci când vine vorba despre aparenta lipsă de interes a teoriei relevanței față de situațiile conversaționale. Ea sugerează că ceea ce este cu adevărat important într-un dialog este construirea interpretării situaționale la nivelul sensului global, deoarece în viziunea acesteia, conversația este un fenomen ce implică ipoteze care sunt revizuite sau ajustate pe parcurs. Astfel, atunci când sunt mai mulți participanți la discuție, cunoștințele noastre despre ceea ce știm, gândesc sau își doresc sunt limitate și probabile, iar vorbitorul trebuie să anticipeze intențiile celorlalți și să dea un sens colectiv celor spuse.

În ceea ce privește umorul conversațional, sunt numeroase studii în care s-a analizat felul în care acesta este introdus, exprimat sau receptat (Norrick 1993, Norrick și Chiaro 2009, Dynel 2009).

Pentru Dynel (2009: 1286), umorul conversațional reprezintă o fie o serie de discursuri verbale create în mod spontan în cadrul unei conversații sau structuri repetate în vederea stârnirii amuzamentului receptorului, fie

---

<sup>78</sup> „The apparently asocial character of the model itself may again be more a consequence of how the model has been applied, rather than its essential explanatory apparatus” (Coupland și Jaworski 1997: 237).

niște structuri care aparțin intrinsec conversației, dar folosite într-un anumit context pentru a contribui la amuzamentul receptorilor. Mai mult, Dynel (2011: 228) realizează o distincție între structurile *non-umoristice* dar „îmbibate” cu umor și cele *pur umoristice*, formând două posibile sfârșituri în care toate instanțele umoristice se pot încadra.

Viana (2013: 220) este de părere că descrierea metodologică a umorului conversațional are în vedere trei aspecte diferite: 1) în primă instanță, se vizează felul în care acțiunile umoristice se potrivesc în cadrul unei structuri interacționale în care au fost inserate; 2) ulterior, se identifică modalitatea în care vorbitorul tratează posibilitățile metalingvistice pe care umorul le generează, aici incluzându-se umorul verbal sau jocurile de cuvinte; 3) în final, se urmărește cum acțiunile umoristice, considerate părți ale unei interacțiuni, contribuie la îndeplinirea unui scop al interacțiunii verbale.

De altfel, umorul conversațional include o serie de funcții (Attardo 2002: 51-56):

- 1) *Retractibilitatea*, atunci când vorbitorul încearcă să asigure îndeplinirea scopului umoristic adoptând maximă prudență;
- 2) *Atitudine indirectă*, atunci când vorbitorul demonstrează niște aptitudini comunicative superioare;
- 3) *Manipularea* este o funcție care poate fi privită din mai multe perspective:
  - a) este o provocare cognitivă care constă într-un efort de procesare ridicat, dar care are în vedere satisfacția receptorului de a fi rezolvat o provocare prin umor;
  - b) are o funcție *argumentativă*, spre exemplu atunci când umorul este folosit drept instrument de exprimare a opiniilor sau a nemulțumirilor;
  - c) Îndeplinește anumite funcții *sociale*;
  - d) Contribuie la identificarea sau *legarea unor grupuri*;
  - e) Conferă *facilitare*, atunci când umorul creează tensiune și favorizează îndeplinirea scopului discursiv.

O altă clasificare a funcțiilor umorului conversațional este realizată de Hay (2000), după cum urmează:

1) *Solidaritatea* se împarte în:

- a) Împărtășirea unor aspecte personale, adică utilizarea aceluși tip de umor care dezvăluie ceva despre vorbitor, lăsându-i pe receptori să-l cunoască mai bine;
- b) Evidențierea similarităților experiențelor împărtășite, adică utilizarea aceluși tip de umor care reflectă idei sau interese comune între interlocutori;
- c) Menținerea unor legături;
- d) Tachinarea în scopul consolidării solidarității;

2) *Puterea* exercitată prin intermediul umorului are în vedere următoarele funcții:

- a) Promovarea conflictului (utilizarea aceluși tip de umor care poate declanșa un conflict);
- b) Menținerea controlului (acel tip de umor care intenționează să influențeze comportamentul audienței);
- c) Provocarea sau setarea unor limite;
- d) Tachinarea (utilizarea aceluși tip de umor prin care se urmărește atacul la persoană sau care urmărește să critice anumite aspectele ale unei persoane);

3) *Funcțiile psihologice* se pot împărți astfel:

- a) Apărarea (utilizarea aceluși umor prin care individul se apără);
- b) Adaptarea la o problemă contextuală (utilizarea aceluși tip de umor care poate rezolva o problemă ce apare în timpul conversației);
- c) Adaptarea la o problemă non-contextuală (utilizarea aceluși tip de umor care tratează niște probleme generale).



Yus (2016) preia taxonomiile funcțiilor lui Dynel (2007) și Hay (2000) și oferă patru funcții generale ale umorului conversațional:

1. *Aprofundarea legăturilor și solidarității dintre interlocutori.* Autorul consideră că întărirea relațiilor dintre oameni este o consecință a unei construcții comune dintr-un cadru jovial, deoarece într-un astfel de cadru își poate demonstra capacitatea de colaborare (Yus 2016: 324). În viziunea lui Holmes (2005: 33), între membrii unui grup care se cunosc se construiește un tip de umor de comun acord, adică interlocutorii extind sau construiesc structuri umoristice peste comentariile umoristice ale altui participant conversațional.

2. *Diminuarea actelor agresive.* Umorele joacă un rol important în atenuarea unor acte de comunicare agresive, variind de la critică și mustrare până la canalizarea unei direcții în cadrul unui grup (Yus 2016: 325). Ritchie D. (2011: 483) consideră că umorul este de regulă utilizat pentru a „îmblânzi” criticele și directivele, pentru a negocia diferențele de putere și de autoritate și de a introduce informații ofensatoare fără a-și asuma orice fel de responsabilitate pentru ele.

3. *Legătură socială.* Umorele conversaționale au un efect de coeziune socială între interacțanți. Succesul structurilor umoristice evidențiază o manifestare a aspectelor din viața participanților la conversație, care contribuie la crearea unei coeziuni între membrii unui grup (Yus 2016: 325). Long și Graesser (1988: 57) sugerează că o prietenie –ca produs a unui context umoristic– poate funcționa drept factor în vederea realizării unor legături sociale, care să contribuie la coeziunea unui grup.

4. *Exercitarea sau rezistența la putere.* În opinia lui Yus (2016: 325), aceste două funcții ale umorului exercitate în paralel se manifestă, de regulă, la locul de muncă, unde structura ierarhică este direct proporțională cu puterea și solidaritatea.

Pornind de la trăsăturile generale și funcțiile umorului conversațional, Yus (2016) propune un model de aplicare a teoriei relevanței asupra acestui tip de umor. Acesta pornește de la premisa că atâta timp cât o informație procesată este relevantă, o informație transmisă într-un cadru conversațional umoristic, ar trebui să fie relevantă și pentru interacțanți astfel încât să genereze niște efecte specifice, care să-i determine la un efort de interpretare.

Mai mult, Yus (2016: 326) afirmă că în cadrul unei conversații un vorbitor deține „frâiele” unei conversații, din moment ce el spune o glumă unui grup de interlocutori. În acest sens, teoria relevanței poate fi aplicată acestui tip de comunicări din moment ce structura este aceeași celei prototipice: scenariu în care actanții sunt unu-la-unu. Totuși, în acest caz vor exista mai multe interpretări ale aceleiași glume, din moment ce a fost spusă mai multor interlocutori și fiecare trebuie să-i găsească un sens individual. Sensurile găsite pot varia în funcție de receptori, de grupurile din care aceștia fac parte sau chiar de context. Astfel, o glumă poate fi amuzantă sau nu, nu pentru că receptorul nu o înțelege, ci pentru că interpretarea depinde foarte mult de opiniile acestuia, de starea pe care o are, de simțul umorului pe care și l-a dezvoltat, de legătura pe care o are cu un grup social, de solidaritatea sa etc.

Un alt aspect punctat de Yus (2016) cu privire la relația dintre teoria relevanței și umorul conversațional este studierea acelu fenomen potrivit căruia efectele umoristice nu pot fi localizate într-un singur enunț și emise de un singur emițător, ci este necesară cooperarea și colaborarea între interacțanți, care construiesc umorul prin schimb de replici, comentarii, răspunsuri, completări etc. În acest caz, teoria relevanței nu are în vedere un singur enunț împărțit în așa fel, încât să se obțină rezultatele scontate, ci acele construcții umoristice realizate în comun de interacțanți. În acest sens, Chiera (2014:12) crede că o comunicare eficientă rezidă din modul în care subiecții vorbesc și înțeleg ceea ce se transmite, își schimbă rolul prin faptul că iau în

calcul crezurile, scopurile și cunoștințele celuilalt participant. De aceea, comunicarea este intrinsec cooperativă, iar înțelesul general al acesteia este construit de fiecare participant.

Pe de altă parte, Liedtke (2001 apud Yus 2016: 227) afirmă că relevanța poate fi negociată de participanții la dialog, iar Oropeza-Escobar (2011 apud Yus 2016: 328) este de părere că orice conversație este o activitate care însumează realizări colective ce implică cooperarea interactanților pentru a canaliza atenția într-o singură direcție. Pentru Oropeza-Escobar (2011 apud Yus 2016: 328), contribuția fiecărui individ nu are sens atâta timp cât este izolată de cea a celorlalți participanți ai comunicării, astfel că pentru autoare o conversație este relevantă atâta timp cât însumează preocupări de formă și stil la nivelul interacțiunii, există o continuitate tematică, o dinamică a preluării replicii, constrângeri la nivelul conținutului etc.

Holmes (2005 apud Yus 2016: 328) crede că într-o conversație, interactanții construiesc o oarecare ordine socială după care împărtășesc o interpretare a ceea ce dorit să exprime, drept pentru care participanții la comunicare trebuie să se cunoască foarte bine.

Plecând de la teoriile expuse mai sus, Yus (2016: 329) adaugă că în vederea stabilirii legăturii dintre umorul conversațional și teoria relevanței este necesară utilizarea unei noi terminologii:

1. *Relevanța parțială (Partial relevance)*. Aceasta rezultă din procesarea unei singure intervenții comunicative din cadrul unei conversații, în care preocuparea receptorului pentru relevanța comunicativă ce a fost evidențiată este doar o parte din ceea ce reprezintă relevanța conversațională. Așadar, acest concept de „relevanță parțială” se aplică strict acelei conversații în care anumite efecte umoristice sunt obținute în urma unei singure replici în cadrul unui act comunicațional.

2. *Relevanța susținută (Sustained relevance)*. În acest caz, toate replicile din cadrul unei conversații contribuie la adăugarea unor noi informații menite să genereze efecte susținute, dar și o impresie comună conform căreia unitățile umorului conversațional au fost construite de toți participanții. Această subdiviziune a relevanței conversaționale se aplică în cadrul glumelor între prieteni, care reușesc să-și construiască o replică, bazându-se pe intervenția celui de dinainte.

3. *Relevanța de tranziție (Transitional relevance)*. Potrivit acestei subdiviziuni, relevanța unei replici nu poate fi obținută decât dacă informația primită de la o replică anterioară este și ea procesată pentru stabilirea relevanței. În această situație, efectele umoristice sunt construite pe o succesiune de replici care creează o poveste ce însumează umor conversațional rezultat din interacțiunea verbală a participanților comunicaționali.

4. *Relevanța amânată (Deffered relevance)*. Această subcategorie este rezultatul unei succesiuni de replici din cadrul unei conversații, în care interlocutorii dețin din start toate intervențiile verbale pe care le vor utiliza, iar actul comunicațional umoristic este văzut ca o unitate interacțională.

#### 3.5.3.4 Particularități cognitive ale umorului

În analiza umorului, Giora (1991) pornește de la identificarea mecanismelor umoristice care se concentrează pe noțiunea de „surpriză” specifică glumelor semantice. Autoarea explică „gramatica” unei glume, încercând să realizeze o distincție între un text standard (informativ) și unul cu substrat umoristic. Înainte de a stabili condițiile și modalitățile de formare a unui text umoristic, aceasta prezintă câteva condiții pe care orice text trebuie să le îndeplinească pentru a fi bine structurat:

- a) Identificarea temei discursului (*Discourse Topic*), care apare, de regulă, la începutul fiecărui text. Aceasta reprezintă un aspect general care guvernează un text și care trebuie, în mod necesar, să se supună cerinței de relevanță (*Relevance Requirement*) (Giora 1985);
- b) Gradualitatea informației, care presupune ca orice mesaj al unui text să aibă un caracter informativ mai pronunțat decât cel anterior. În acest sens, un text trebuie să se supună condiției de informativitate gradată (*Graded Informativeness Requirement*) (Giora 1988).
- c) Marcarea oricărei deviații de la informativitate sau relevanță printr-un conector de tipul: „apropo”, „până la urmă” etc.

Pentru ca textul unei glume să fie bine structurat trebuie să se țină cont, pe lângă principiul cooperativ al lui Grice (1975), de următoarele condiții:

- a) să se supună cerinței relevanței (*Relevance Requirement*). Aceasta condiție garantează relevanța ultimei interpretări a temei discursului.
- b) să încalce cerința de informativitate gradată (*Graded Informativeness Requirement*) prin faptul că se sfârșește cu mesaj marcat informativ (*The Marked Informativeness Requirement*). Această condiție presupune faptul că o glumă nu progresează gradual de la un mesaj redus -în ceea ce privește gradul de informativitate-, la unul marcat informativ, ci se realizează o trecere abruptă. Astfel, poanta finală a unei glume este cea mai distantă din punct de vedere cognitiv, deoarece reflectă doar o mică parte din trăsăturile comune evidențiate în textul glumei.
- c) Să determine receptorul să anuleze prima interpretare nemarcată în detrimentul celei de-a doua interpretare marcată informativ; această condiție este cunoscută sub denumirea de *Cancellability Condition* (Giora 1995).

În vederea diferențierii un text standard de unul umoristic, Giora apelează la conceptul de informativitate marcată. Autoarea pornește de la clasică teorie a informației potrivit căreia o întrebare are un număr definit de răspunsuri, iar gradul de incertitudine implicat în formularea întrebării corespunde unui număr de răspunsuri alternative (Shannon 1951 apud Giora 1991). Prin urmare, pentru ca un mesaj să aibă un caracter informativ, este necesară reducerea cât mai semnificativă a posibilelor răspunsuri. Mai mult, Giora (1991) adaugă faptul că informativitatea poate fi definită în termeni de categorie incluzivă, în care membrii acesteia împărtășesc trăsături comune ce îi diferențiază de alte categorii. Astfel, o informație pe care membrii unei categorii nu o împărtășesc și care este adițională acelui set de trăsături similare grupului este considerată a fi informativă. Cu alte cuvinte, informativitatea este adesea asociată cu un element surpriză, care poate fi cel mult predictibil.

Prin urmare, un text este informativ dacă conține cuvinte, propoziții, fraze care aduc o cantitate extra de informație comparativ cu alte texte care îl precedă, iar un text este bine structurat dacă pe măsura parcurgerii acestuia conține din ce în ce mai multe elemente informative și se termină cu „cel mai informativ” mesaj din cadrul textului. Când privește ambiguitatea unui text, Giora (1991) consideră că două interpretări posibile nu sunt suficiente, iar pentru ca o glumă să fie bine construită multitudinea de interpretări trebuie să varieze de la cele marcate informativ spre cele asimetrice. Totodată, autoarea arată că pentru ca un text să fie o glumă, constituentii finali trebuie să fie distanțați din punct de vedere cognitiv de seturile create ad-hoc la nivelul textului glumei. În acest sens, autoarea pornește de la exemplul oferit de Kriebler et al. (1988 apud Giora 1991: 474) al cărui final poate fi revizuit în două moduri pentru a arăta că în situația în care părțile constituente ale glumei nu sunt suficient de distanțate, nu se poate vorbi de existența unei glume:

(1) „Obezul Max a mers într-un restaurant să mănânce. El a comandat o prăjitură întreagă. Când chelnerița a adus-o la masă, a întrebat: «Să o tai în 4 bucăți sau în 8?» «În 4 bucăți», a răspuns Max. «Sunt la dietă»”.

(1') „Obezul Max.....«În 8 bucăți, pentru a avea mai multe bucăți să mănânc»”.

(1'') „Obezul Max.....«În 4 bucăți, pentru a fi mai ușor să mănânc»”.

Varianta (1) este considerată mai amuzantă decât (1') sau (1''), deoarece ultima parte din exemplul (1) este marcată, inaccesibilă în setul de răspunsuri posibile la întrebarea dată. Celelalte variante de răspuns sunt mai accesibile și legate logic de conținutul textului, iar condiția necesară ca un text să fie umoristic este să aibă partea finală diferită de prototipurile setului creat ad-hoc de text (Giora 1991: 474).

În concluzie, în cazul unei glume, spre deosebire de un text standard, un element esențial și necesar este sfârșitul de tip surpriză, care la rândul lui este rezultatul ordonării liniare marcate sau nemarcate a textului. Totuși, necesitatea de a stabili gradul de informativitate și reducerea ipotezelor alternative în cazul unor răspunsuri nu par a fi suficiente pentru Giora la finalul studiului său, propunând cercetări ulterioare în vederea descifrării „misterului” mecanismului umoristic (Giora 1991: 483).

### **3.6 Concluzii parțiale**

Studiul teoriilor lingvistice despre umor relevă o varietate de perspective și abordări care s-au dezvoltat de-a lungul timpului pentru a oferi o înțelegere detaliată a acestui fenomen complex. Analiza diferitelor teorii prezentate în acest capitol subliniază că umorul nu este doar un mod de comunicare, este și un mecanism cognitiv și social cu consecințe semantice importante și implicații pragmatice și psihologice.

Teoria scenariilor semantice, propusă de Raskin în 1985, a fost un punct important în cercetarea umorului, concluzionând că un text poate fi considerat amuzant doar dacă se încadrează în două scenarii aflate în opoziție. Aceasta a fost ulterior extinsă și elaborată de Attardo (1994), care a propus teoria generală a umorului verbal (GTVH). Acesta aduce în discuție un ansamblul de resurse ale cunoașterii, furnizează o structurare mai largă pentru analiza și aplicabilitatea sa. Perspectiva inter-/multidisciplinară a GTVHa a evidențiat importanța umorului prin integrarea elementelor semantice și narative și aspectelor pragmatice.

Modelul izotopic-disjuncțional al umorului (IDM) și teoria relevanței, expusă de Sperber și Wilson în 1986 și dezvoltată de Yus în 2016, au adus o nouă perspectivă în analiza umorului prin evidențierea importanței proceselor inferențiale și a strategiilor cognitive implicate. Cercetările ulterioare, realizate de Brône și Feyerts în 2003 și de Goel și Dolan în 2001, au confirmat faptul că interpretarea umorului necesită nu doar competențe lingvistice, ci și o abilitate de a accesa și de a restructura rapid un context informațional.

În ciuda acestor progrese, literatura de specialitate evidențiază o serie de limite ale teoriilor existente. Spre exemplu, criticile aduse teoriilor semantice ale umorului (Curcó 1997; Coulson 2001) indică necesitatea unor modele mai flexibile, capabile să surprindă atât nuanțele contextuale, cât și variabilitatea culturală a umorului. Mai mult, distincția dintre umorul verbal și cel referențial (Attardo 1994) subliniază complexitatea procesului de interpretare și importanța interacțiunii dintre factorii lingvistici și cognitivi.

Astfel, cercetările mai recente pun accent pe îmbinarea teoriilor lingvistice ale umorului cu diverse modelele cognitive, evidențiindu-se, astfel, rolul pe care îl au mecanismele inferențiale și structurile semantice în generarea efectului umoristic. Contribuțiile unor autori precum Brône și



Feyaerts (2003) sau Goel și Dolan (2001) subliniază ideea conform căreia interpretarea umorului implică atât structuri lingvistice preexistente, cât și procese dinamice de reinterpretare contextuală.

În concluzie, studiul teoriilor lingvistice ale umorului demonstrează că acest domeniu rămâne unul dinamic și multidimensional, necesitând „colaborări” între lingvistică, psihologie cognitivă și studiile culturale.

## CAPITOLUL 3

# UMORUL ROMÂNESC- PERSPECTIVE ȘI TIPOLOGII

## 1. UMORUL ROMÂNESC ÎN RAPORT CU ALTE CULTURI EUROPENE

Plecând de la dihotomia dintre umor colectiv și umor individual, spunem că aceste două concepte se află într-o strânsă relație de interdependență în vederea determinării și înțelegerii fenomenului umoristic. Dacă umorul colectiv însumează elementele culturale de ansamblu specifice unei comunități, umorul individual cuprinde experiențele individuale ale membrilor unei societăți. Astfel, raportarea la fenomenul umoristic din prisma premiselor individuale trebuie să țină cont de capacitatea de performare și receptare a unui mesaj cu caracter amuzant, cu care este înzestrat fiecare membru al societății.

Procesul umoristic, care constă în performare și receptare, depinde, deopotrivă, și de anumiți factori comuni ai unei societăți, precum și de stilul oratoric specific fiecărei culturi în parte. Ca și în actul de comunicare, dacă între emițător și receptor nu există puncte comune, și în cazul umorului se produce o ruptură atât între participanți, cât și în ceea ce privește receptarea corectă a mesajului transmis.

În 2011, publicația britanică „The Telegraph”<sup>79</sup> a realizat un studiu cu privire la diferențele culturale existente între diverse țări europene, cu privire la fenomenul umoristic. Astfel, Germania este considerată țara cu cel mai slab simț al umorului, urmată de Rusia, Turcia, Anglia, Franța, Belgia sau Polonia. Germanii sunt considerați rigizi, exagerat de serioși și foarte atenți

---

<sup>79</sup> [www.telegraph.co.uk/culture/8560815/Germany-officially-the-worlds-least-funny-country.html](http://www.telegraph.co.uk/culture/8560815/Germany-officially-the-worlds-least-funny-country.html), accesat în data de 2 iunie 2018.

când vine vorba de a se exterioriza în spațiul public. Duritatea în exprimare se pare că provine din frecvențele ciocniri dintre situațiile de natură umoristică și autoritarismul practicat de-a lungul diferitor epoci de către conducătorii statului. Marea Britanie<sup>80</sup> este o altă țară despre care se spune că este caracterizată de un simț al umorului slab dezvoltat, uneori chiar caustic, sec sau cinic, deoarece este considerată a fi o țară în care totul se ia în serios. Totuși, britanicii văd umorul drept un factor care facilitează comunicarea și contribuie la buna funcționare a relațiilor interumane, astfel că umorul englezesc este deseori plin de ironii fine, autoironii sau de replici cinice. Italia este considerată țara în care umorul ia forma autoironiei sau a sarcasmului făcând referire atât la comportamentul lor social, cât și la defecte de tipul: dezorganizați sau dezordonați, aplecați spre înșelătorie, guralivi, de statură mică etc. În țările din Europa de Est, umorul este sobru, dat fiind faptul că acestea s-au aflat mulți ani sub tutela unui regim totalitar, care nu permitea o libertate totală în ceea ce privește exprimarea în spațiul public. Totuși, în ultimii ani, după toate evenimentele istorice prin care au trecut, rușii critică din ce în ce mai mult, prin elemente umoristice și de ironie, regimul politic actual.

În cea de-a doua jumătate a secolului al XX-lea, datorită contextului politic existent în cultura română, practicile umoristice au început să fie din ce în ce mai des valorificate, unul dintre subiectele cele mai pregnante fiind „scena” politică de la acea vreme. Freud (2002) clasează umorul în rândul mecanismelor de apărare, fenomenul fiind considerat o metodă critică, dar în același timp eliberatoare și de consolare cu privire la regimul dictatorial al unei vremi în care oamenii erau privați de libera exprimare în spațiul public. Privarea de libertate în exprimare a condus, în jurul anilor '80, la o „revoltă” manifestată prin intermediul glumelor adresate conducerii defectuase,

---

<sup>80</sup> Date preluate de pe [www.telegraph.co.uk/news/uknews/1581251/British-humour-dictated-by-genetics.html](http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/1581251/British-humour-dictated-by-genetics.html), accesat în data de 2 iunie 2018.

nomenclaturii, precum și regimului politic. Glumele care circulau pe cale orală erau interzise, iar cei care erau surprinși sau pârâți că aduceau critici regimului comunist și tot ceea ce presupunea acesta, erau sancționați sau amendați. Dacă privim actualele surse online, observăm că principala temă abordată de către români este capitalismul, urmată de teme precum: lumea mondenă, sistemul politic democratic, relația dintre diferite etnii, incultura celor din funcții importante la nivelul statului, alegerile prezidențiale din 2024 etc.

Parcursul pe care poporul român l-a avut de la perioada comunistă la epoca contemporană a consolidat spiritul umoristic de care această națiune dispunea, dar a și condus spre amestecarea fenomenului umoristic cu orice tip de discurs. Plecând de la observație, Zafiu propune termenul de impuritate, referindu-se în special la discursurile regăsite în mass-media. Aceasta ne aduce în atenție faptul că majoritatea editorialelor promovează temele frivole, cu substrat sarcastic și ironic, astfel că până și domeniile, altă dată luate în serios, precum muzica, buletinul meteorologic, arta, sportul sunt tratate din această perspectivă, pe un ton depreciativ. Mihăilescu aduce ca amendament faptul că umorul românesc își pierde din calitate, fiind deseori practicat de simpli bufoni, care schimbă paradigma râsului eliberator sau pozitiv în cea a râsului zeflemitor sau negativ.

## **2. PRINCIPALELE CONTRIBUȚII ROMÂNEȘTI ÎN DOMENIUL STUDIILOR LINGVISTICE DESPRE UMOR**

### **2.1 Criterii de evaluare a umorului verbal**

În evaluarea umorului verbal, Zafiu (2007) pornește de la trăsăturile generale ale umorului enunțate pe parcurs în literatura de specialitate. Astfel, autoarea susține că, în linii mari, umorul ar putea fi definit prin „intenția și/ sau capacitatea de a produce enunțuri care să provoace o anumită reacție caracteristică (un tip de emoție/ manifestarea prin râs)” (Zafiu 2007: 497).

Totodată, aceasta recunoaște dependența umorului de context, considerând că atunci când intenția umoristică nu și-a atins scopul de a amuza rezultă un „umor forțat”, lipsit de haz, iar modalitatea de performare a umorului ce pare a fi stângace conduce la un „umor involuntar”. Trecând la funcționalitatea umorului în cadrul interacțiunii sociale, Zafiu (2007) vorbește despre opoziția dintre umorul de includere, care funcționează ca factor de coeziune în cadrul unui grup (a râde cu...) , și cel de excludere, ca factor de agresare („a râde de...”).

Pornind de la premisele enunțate mai sus, pentru a da o interpretare umorului, Zafiu (2007: 498) propune un model tripartit care are în vedere:

- a) mecanismul cognitiv-intelectual, care surprinde totalitatea incongruențelor, precum și efectul surpriză;
- b) valorile implicate determină răspunsuri/reacții afective, ce pot fi atât sociale, cât și individuale;
- c) asocierile afective.

Efectul comic este amplificat atunci când se fac trimiteri la anumite sentimente profunde precum: „teama de moarte, ostilitatea față de un regim represiv, implicarea erotică, frustrarea discriminării” (Zafiu 2007: 498).

Analizând fenomenul de incongruență în cadrul umorului, Zafiu (2007) consideră că acesta se realizează prin juxtapunere sau suprapunere. În cazul juxtapunerii, a doua secvență a unui scenariu umoristic poate introduce un scenariu nou sau să-l reinterpreteze pe cel inițial, evocând un context stilistic nou (spre exemplu în umorul de registru). Pe de altă parte, suprapunerea de secvențe presupune existența unor scenarii opuse și elementul de ambivalență.

O altă preocupare a autoarei constă în realizarea unei tipologii a umorului verbal, care are la bază mecanismul disjuncției (Zafiu 2007: 500-502):

1) *Disjunția scenariilor* se manifestă îndeosebi în cadrul bancurilor și anecdotelor și privitye din perspectiva mecanismului incongruenței vizează următoarele aspecte:

- a) cele inițiale pot fi substituite, distruse sau deraiate în absurd;
- b) pot fi descriptive, narative sau argumentative;
- c) pot proveni din asocierea mai multor perspective și atribuite unor personaje;
- d) pot fi simple, unice, complexe, constituite din mai multe scenarii;
- e) actualizate sau implicate

2) *Disjunția semnificațiilor* are la bază relații semantice de omonimie, polisemie, paronimie sau antonimie și se manifestă îndeosebi în jocuri de cuvinte.

3) *Disjunția contextelor stilistice* se manifestă în umorul de registru. În acest caz, forma umoristică este mai greu detectabilă putând fi asociată cu umorul de situație.

În viziunea lui Zafiu (2007: 502), „mecanismul intelectual al incongruenței este totuși elementul stabil, obiectiv, controlabil al umorului verbal”, astfel rezultând următoarele criterii de evaluare a umorului: „a) distanța dintre scenarii, originalitatea asocierii; b) caracterul brusc al juxtapunerii/suprapunerii (concizia); c) reliefaarea prin insistență, consolidarea opoziției; d) coerența locală a scenariilor (gradul de suprapunere); e) coerența globală a secvenței (sensul global, motivația); f) multiplicarea scenariilor/perspectivelor; gradul de sofisticare (elaborare)” (Zafiu 2007: 502).

Dintre criteriile propuse, Zafiu (2007: 503) alege să discute, în primă fază, criteriul distanței, pe care îl consideră unul dintre cele mai importante, deoarece orice „secvență umoristică este cu atât mai reușită cu cât apropiere scenariii mai diferite, din zone de cunoaștere neasociate de obicei”.

Elementul de surpriză, pe care îl consideră un alt criteriu esențial în vederea determinării umorului, este pregnant în cazul structurilor de tip întrebare-răspuns și reprezintă un parametru opus reliefării prin insistență. Coerența este un criteriu de bază în stabilirea calității disjuncției umoristice, astfel că atât scenariul previzibil, cât și cel rezultat în urma unei incongruențe, au o logică proprie, iar multiplicarea ambiguităților trimite spre „caracterul elaborat al unor texte umoristice, mai ales literare” (Zafiu 2007: 503).

## **2.2 Umorul în context politic românesc**

### ***2.2.1 Umorul din perioada comunistă***

Constantinescu (2012) realizează un studiu interdisciplinar al fenomenului umoristic românesc din perioada comunistă, fiind preocupată atât de identificarea aspectelor teoretice și de funcționarea umorului, cât și de aplicarea acestora în cadrul corpusului selectat. Autoarea trece în revistă principalele teorii ale umorului și modelele de funcționare ale acestuia, urmând să propună un cadru propriu de analiză a datelor selectate, care să reflecte specificul umorului românesc din perioada comunistă. Studiul are la bază un corpus eterogen constituit din texte literare, caricaturi, scheciuri de televiziune, bancuri etc. În interpretarea datelor, Constantinescu (2012) a avut ca punct de plecare teoria semantică a umorului și teoria generală a umorului verbal, inițiate de Raskin și Attardo (1991, 1994) și Attardo (2001). De altfel, autoarea propune, în primă fază, o raportare la nivelul macrostructural al textului din perspectivă pragma-stilistică, încercând să identifice tipul de metanarațiune, dar și amestecul de registre stilistice, ironia sau aluziile, apoi o interpretare la nivel microstructural, unde accentul se pune pe parametrii limbajului, taxonomia glumelor și jocurile de cuvinte.

În analiza umorului la nivel macrostructural, Constantinescu (2012) a avut în vedere două mari categorii, care se pliază pe toate tipurile de texte ce constituie: a) *citarea și distanțarea* și b) *citarea și asumarea limbajului privat*. Autoarea ajunge la concluzia că, în perioada comunistă, umorul politic este subordonat unui fenomen citațional, astfel că „metafiecțiunea istoriografică și parodia permit critica modelului cultural oficial; discreditarea limbii de lemn și sugerarea dublului limbaj marchează existența a două sisteme culturale paralele (cu trăsături opuse), unul oficial și altul familiar (secundar)” (Constantinescu 2012: 276).

La nivel microstructural, tipurile de strategii locale utilizate în vederea analizei textelor umoristice sunt: *hiperînțelegerea intratextuală* și *hiperînțelegerea extratextuală*. Dacă hiperînțelegerea extratextuală este o condiție *sine qua non*, hiperînțelegerea intratextuală contribuie îndeosebi la explicarea umorului din perspectiva teoriilor nelingvistice:

Din perspectivă psihologică, aderarea la perspectiva acestui „agent” al umorului (sau identificarea cu acesta) contribuie la eliberarea tensiunii acumulate prin suprimarea reacției protestatate din cauza tabuului politic; din punct de vedere sociologic/ antropologic, mecanismul adeziunii/identificării facilitează plasarea agentului/ receptorului în tabăra efemeră a învingătorului și ilustrează un mecanism privat temporar de control social îndreptat împotriva factorului politic. (Constantinescu 2012: 276)

Un alt aspect asupra căruia autoarea insistă este împărțirea microprocedeelelor în trei clase: a) *componenta pragmatică* (deixis, identificarea forței ilocuționare, exploatarea implicitului); b) *componenta retorică* (apel la jocuri de cuvinte, repetiții, pseudo-argumentare etc.); c) *componenta semantică* („lectura de re vs. de dicto, absurdul”) (Constantinescu 2012: 277).



Constantinescu (2012) arată că procedeul jocurilor de cuvinte este utilizat cu precădere în cadrul umorului convențional, pe când amestecul registrelor, aluziile, suprapunerea vocilor, pseudo-citarea, repetiția și variația sunt procedee utilizate în umorul ficțional. Orientându-și atenția asupra performării umorului, autoarea constată că mijloacele de comunicare își pun amprenta asupra acesteia, astfel că elementele nonverbale și paraverbale au o funcție importantă în cazul scheciurilor de televiziune, însă fără a insista asupra structurilor umoristice convenționale.

### ***2.2.2 Elemente de satiră și umor în politica românească***

Dacă în regimul comunist umorul era un instrument de rezistență, în zilele noastre, acesta este utilizat ca un produs de marketing, într-un sistem în care capitalismul este un factor decisiv. Mass-media este canalul prin care se menține o legătură vie între mediul politic și populație, tocmai de aceea a utiliza umorul politic în televiziune sau pe orice alt canal online, presupune un proces activ prin care cetățenilor li se stimulează în mod direct emoțiile, latura empatică și motivația spre a adera la un anumit partid politic.

Pornind de la aceste constatări, Popa (2011) propune o definiție a conceptului de umor politic, specificând totodată genurile în care umorul politic domină sau reprezintă doar o strategie de suprafață. Așadar, pe măsură ce politica este un subiect serios, iar umorul unul amuzant, se pune întrebarea în ce măsură se pot intersecta cele două, astfel încât politica să capete un sens umoristic, iar umorul unul serios. Autoarea consideră că show-urile de televiziune oferă publicului un instrument prin care să se elibereze de condiția prezentă, deoarece propun un discurs metalingvistic despre ordinea politică și socială (Greenberg 2002 apud Popa 2009). În acest sens, Popa (2011) propune spre analiză desenele animate cu tematică satirico-umoristică, *The Animated Planet Show*, urmărind îndeaproape structura și conținutul cu

trimitere la cadru politic actual. Acest serial de desene animate reprezintă o parodie a vieții publice, în care politica joacă un rol major. Personajele reflectă valorile și convingerile oamenilor obișnuiți din România, iar imaginea realității este una distorsionată, întrucât oglindește un cadru idealizat și nu unul a vieții reale de zi cu zi (Popa 2011: 142). Deși este un spectacol de televiziune menit să producă amuzament, scopul acestuia este mult mai profund, anume, de a aduce îmbunătățiri sau a produce schimbări în viața politică românească, lipsită de onestitate.

În interpretarea datelor din corpusul selectat, autoarea identifică două strategii predominant utilizate: satira „ascunsă” și satira „dezvăluită”. Ca tehnici de realizare a umorului, pot fi identificate: tehnicile audio-vizuale (hărțuirea, comportament de clown, stângăcie, bătaie, ignoranță, voce ciudată, sunete ciudate etc.) și tehnicile bazate pe limbaj (grandilocvență, clișee, polisemie, jocuri de cuvinte, sarcasm etc.) și tehnici comune (absurdul, imitare, infantilism, metafora, repetiția, ridicolul, rigiditatea, aluzii sexuale, viteza etc.) (Popa 2011: 150). Un aspect foarte interesant care produce un efect umoristic este faptul că personajele păstrează fețele personajelor din lumea politică românească, însă au corpuri de animale, sugerând-se pentru fiecare în parte o anumită asemănare cu animalul înfățișat.

Temele prezentate, figurile politice alese, antropomorfismul înfățișat, precum și comportamentul pe care aleg să-l evidențieze contribuie la creionarea contextului politic al unei țări proaspăt ieșită de sub umbrela totalitarismului. În linii mari, acest tip de show de televiziune contribuie, în opinia lui Popa (2011: 157), la transmiterea unui mesaj despre actualitatea mediului politic românesc, „amendează” posibilele erori din viața politică și stabilește legături între figurile publice și oamenii de rând și ajută auditoriul să înțeleagă implicațiile oricărui act performat de politicieni.

### 2.3 Umorul în conversația fatică

În studiul său despre umorul în conversația fatică, Săftoiu (2009: 173) pornește de la premisa conform căreia râsul are „un rol important în stabilirea, menținerea și reafirmarea relației sociale” și apare ca răspuns la o glumă performată sau în cadrul unei secvențe de umor convențional. Mai mult, autorul vede râsul drept „o mișcare interacțională de sine stătătoare”, astfel propune spre analiză două concepte: „râs invitat”- care survine în urma performării unei glume- și „râs declanșat”, care apare în timpul interacțiunii, în urma unei secvențe umoristice construite ad-hoc.

Realizând o incursiune în literatura de specialitate, Săftoiu (2009) observă faptul că efectul umoristic al unei glume depinde de modalitatea în care aceasta a fost performată, astfel că dacă performerul „știe să exploateze numele personajelor, să creeze tensiune, să adauge limbaj non-verbal, valoarea va fi în avantajul său, iar efectul final va fi unul puternic” (Săftoiu 2009: 174).

Una dintre modalitățile de inițiere a unei secvențe fatice de tranziție, cu rol de renegociere a relațiilor sociale este apelul la umor. Totuși, este necesar ca introducerea glumei într-o conversație să fie făcută printr-o formulă de tipul „hai să vă spun o glumă”, deoarece întrerupând cursul normal al conversației, gluma ar putea fi percepută drept un act agresiv (Norrick 1993 apud Săftoiu 2009).

În urma analizei unor structuri conversaționale, autorul ajunge la concluzia că folosirea unei glume în cadrul unei secvențe fatice de tranziție este benefică, atunci când are ca răspuns râsul. Totuși, atunci când acesta apare înaintea performării glumei se produce un dezechilibru interacțional, care poate conduce la conflict (Săftoiu 2009: 176). Mai mult, râsul este văzut drept o componentă a interacțiunii umane, care deși este declanșat de surse specifice fiecărei culturi în parte, manifestarea fizică a acestuia este identică

la toate popoarele. Autorul pornește de la teoria lui (Koestler 1964), care vede râsul un act involuntar declanșat de stimuli externi și ajunge la teoria lui Jefferson (1984 b, 1985), care îl consideră un mecanism controlat. De altfel, ia în considerare și teoria lui Morreall (1983), care consideră râsul atât un proces social, cât și unul psihologic, fiind „asociat cu o schimbare a stării psihologice a individului și apare în momentul în care schimbarea este bruscă și plăcută” (Săftoiu 2009). Chapman (1983), în schimb, vede râsul un fenomen strict social, care derivă din conversațiile dintre oameni, astfel Săftoiu (2009) precizează că orice reacție concretizată prin acest tip de răspuns la umor oferă o informație și contribuie la construirea unui fond comun între membrii unei conversații.

Fiind un fenomen social, autorul subliniază faptul că râsul este o „acțiune conjugată” (Săftoiu 2009: 178), astfel că „vorbitorul poate folosi, în cursul intervenției sale, *râs inserat*, ori, la finalul intervenției, *râs independent*, sau poate utiliza strategia râsului pentru a marca o parte a enunțului sau întreg enunțul ca o unitate umoristică” (Săftoiu 2009: 178-179). În acest sens, se creează o pereche minimală de tip (invitație-acceptare/refuz), care este actualizată „numai dacă participanții au negociat anterior implicarea lor într-un cadru de joc ce are asociate și o serie de roluri” (Săftoiu 2009: 179).

Râsul asociat cu fenomenul de joc presupune două mesaje: unul serios, în care sunt transmise regulile, și un metamesaj, în care este vizată intenția umoristică. Pentru determinarea succesului unei conversații umoristice, este necesar ca interacțanții să colaboreze, altfel este posibilă apariția unor divergențe sau stări conflictuale.

Un alt aspect de care Săftoiu (2009) este preocupat constă în realizarea unor tipologii a râsului existente în cadrul conversației fatice. Așadar, autorul vorbește despre *râsul declanșat*, *râsul ca semnal de continuare a discursului umoristic* și *râsul ca semnal de încheiere a discursului umoristic*. Într-o

primă fază, autorul analizează râsul declanșat, afirmând că acesta reprezintă un răspuns la umorul conversațional, construit spontan de către interactanți, care poate lua forma de *râs voluntar* (Jefferson 1979) sau *râs independent*. Analizând textele corpusului selectat, se realizează distincția dintre glumele a căror intenție umoristică este de tipul „a râde de cineva”, în care există o relație de subordonare, și cea de tipul „a râde cu cineva”, în care se creează o relație bazată pe solidaritate. Pe de altă parte, Săftoiu (2009) adaugă faptul că declanșatorii de râs nu sunt neapărat verbali, ci pot fi deopotrivă non-verbalizați, adică datorati unor acțiuni fizice, gesturi, mimică. Un alt tip de râs identificat de Săftoiu (2009: 189) este *râsul ca semnal de continuare a discursului umoristic*, care la rândul său poate lua trei forme: râs concomitent cu vorbirea, râs inserat și râs independent, când nu este implicată vorbirea. Astfel, „dacă vorbitorul folosește râsul inserat în propria intervenție și astfel îl invită pe interlocutor să râdă, acesta din urmă are patru posibilități de a răspunde: râs inserat, râs independent, păstrarea tăcerii și declinarea invitației” (Săftoiu 2009: 187). Râsul inserat este strategic, deoarece vorbitorul are posibilitatea de a sugera elementele umoristice prezente în discursul său, cel independent confirmă faptul că receptorii au acceptat solicitarea de a râde împreună cu emițătorul, iar prin păstrarea tăcerii îi conferă vorbitorului un feedback, fie să adauge un plus de informație, fie să apeleze la o altă strategie care să stârnească amuzamentul.

A treia formă pe care râsul o poate lua este *râsul ca semnal de încheiere a discursului umoristic*. Acest tip apare, în general, în momentul în care o conversație nu se poate desfășura din cauza lipsei de cunoștințe împărtășite, astfel că unul dintre modurile cele mai eficiente de a păstra relația socială este de a încheia conversația prin intermediul râsului voluntar. Totuși, Săftoiu (2009: 191) specifică faptul că acest tip de râs poate fi evaluat negativ, conducând la posibile dezechilibre între interactanți.

Un alt aspect de care autorul a fost preocupat este identificarea funcțiilor râsului în cadrul unei conversații fatice. Astfel, pornind de la premisa că râsul este un mecanism interacțional controlat, Săftoiu (2009: 193) identifică trei funcții principale, care activează diverse tipuri de relații între interactanți.

O primă funcție identificată de autor este cea de „constituire a unui fond comun de cunoștințe bazat pe informație împărtășită” (Săftoiu 2009: 193). Sub acest aspect, râsul activează, prin întregul schimb verbal dintre interactanți, anumite tipare comportamentale și cadre mentale menite să stabilească o relație socială între aceștia.

Cea de-a doua funcție menționată de autor este *confirmarea*. În acest sens, prin intermediul râsului, „participanții la interacțiune confirmă relația socială stabilită sau intenția umoristică a unuia dintre partenerii de conversație” (Săftoiu 2009: 194). De altfel, cele două funcții prezentate alcătuiesc o pereche minimală prin faptul că, odată constituite cunoștințele comune, acestea sunt completate de confirmarea intenției umoristice. Dacă o conversație se termină cu râs, aceasta este o modalitate de a confirma ca relația stabilită cu interlocutorul este una plăcută.

Ultima funcție pe care autorul o ia în discuție este funcția de *eludare*. Săftoiu (2009) pornește de la ideea că, în unele cazuri, interactanții maschează anumite situații delicate, distorsionează sau ascund un adevăr, deoarece acestea nu corespund normelor sociale. În acest caz, se apelează la diverse strategii: schimb de rol între interlocutori, variația tonului, râs inserat sau concomitent cu vorbirea.

Așadar, în studiul său asupra râsului în conversația fatică, Săftoiu (2009) accentuează importanța acestui fenomen în vederea stabilirii unor relații sociale între participanții conversaționali. Astfel, în urma analizei corpusului selectat, autorul ajunge la concluzia că râsul este o mișcare interacțională, un proces fiziologic și psihologic, utilizat în interacțiunile umane, fiind determinat de surse cu caracter social.

## 2.4 Umorul în mediul profesional românesc

Una dintre principalele preocupări cu privire la fenomenul umoristic ale autoarei (Măda 2009) este cea de identificare a tipurilor de umor, precum și de stabilire a rolului acestuia în mediul profesional. Autoarea pleacă de la teoria lui Attardo (1994) conform căreia, în vederea rostirii unei glume trebuie să ții cont de trei faze: *prefațarea*, *rostirea* și *reacția la glumă*. Prefațarea reprezintă acea etapă în care performerul anunță auditoriul ca va urma o glumă, rostirea contribuie la crearea unui mediu familiar, după care urmează reacția la glumă, care poate fi manifestată prin râs sau prin tăcere. Aplicând teoria în mediul profesional, Măda (2009: 109) constată că „în locurile de muncă actuale, acest tip de performare a glumelor, prin rostirea lor, este rar folosit și se limitează, în general, la momentele de pauză”, dar nu trebuie omis faptul că uneori acestea sunt utilizate în cadrul unui discurs sau interacțiuni în scopul de a argumenta ceva sau a oferi un exemplu. Totuși, este subliniat faptul că există o diferență clară în ceea ce privește performarea glumelor de la un mediu profesional, la altul. Dacă într-un birou rostirea glumelor este favorizată, într-o secție de producție acest lucru nu este posibil sau este limitat din cauza specificului mediului extern și a activității desfășurate. Măda (2009: 110) folosește conceptul de *umor profesional*, observând că acesta variază în funcție de comunitatea de practică, prin urmare se poate vorbi despre umorul lingviștilor, al medicilor, al muncitorilor, umorul de birou etc.

Totodată, în acest studiu sunt amintite sursele umorului ce predomină în mediul profesional, printre care cele mai importante sunt cele provenite din spațiul familiar, sursele literare, istorico-politice sau cele în care se resimte influența altor culturi. Folosirea umorului într-un cadru profesional presupune o cenzură interioară a indivizilor, care sunt obligați să selecteze

tipul de glumă care să corespundă situației de comunicare existente și să poată fi acceptată de componența grupului.

Analizând proverbele umoristice care fac referire la conceptul de muncă, Măda (2009: 111-112) constată că unele fragmente au suferit diverse „mutații” umoristice, prin diverse procedee, precum: adaosul, reinterpretarea, rescrierea, care contravin așteptărilor receptorilor (ex. Proverbul: *Cine se scoală de dimineață departe ajunge* devine *Cine se scoală de dimineață îi vede pe ceilalți dormind*).

O altă posibilitate de a crea umor, care are ca temă munca, este prin intermediul sloganurilor („Sus munca să nu ajungem la ea”), prin versificație în metru popular („Dimineața cântă cucu/ Fraierii se duc la lucru”) ori prin reguli neconvenționale („Regula 1: Șeful are întotdeauna dreptate./ Regula 2: Când șeful nu are dreptate, se aplică regula 1.”) sau povești („Povestea unei furnici”) etc.

Rolul glumelor variază în funcție de momentul în care sunt performate, astfel că inserate în cadrul unui discurs sau într-o interacțiune strict profesională, acestea urmează niște considerente retorice, care au la bază explicația sau argumentarea, însă rostite în timpul pauzelor, fac parte dintr-un ritual al echipelor solidare. În cazul echipelor din secțiile de producție s-a remarcat o comunicare mult mai relaxată, bazată pe glume, utilizarea poreclelor, folosirea unui limbaj necenzurat, dar și o complicitate între participanți care se manifestă adesea prin umor (Măda 2009: 119).

Umorele rostite sau performate este unul dintre cele mai des întâlnite tipuri de umor, care se manifestă în mediul profesional, el putând fi cenzurat și folosit în diverse contexte aferente acestui cadru, umorul situațional apare în mod spontan, natural, fără a putea fi „controlat”.

Un alt obiectiv pe care autoarea și-l propune este identificarea funcțiilor pe care umorul le are la locul de muncă, astfel enumerând cele mai



importante dintre ele: încurajarea creativității (Cade 1982, Caudron 1992 apud Măda 2009: 120), dezamorsarea situațiilor conflictuale (Fry 1992 apud Măda 2009: 120), atenuarea unei critici, construirea și menținerea relației de colegialitate (Holmes și Stubbe 2003, Holmes 2006 apud Măda 2009: 120), ca mijloc represiv (de către superiori) sau mijloc de constatare a controlului etc.

Măda (2009) subliniază faptul că, în mediile profesionale în care există relații de colegialitate aspectate pozitiv, oamenii își creează un simț al umorului comun, astfel că orice glumă constituie contextul unei alte glume, generându-se o structură circulară. Prin urmare, într-o astfel de situație, umorul îndeplinește o funcție socială, care contribuie la menținerea solidarității unui grup.

Totuși, deși sunt discutate în detaliu aspectele pozitive ale folosirii umorului la locul de muncă, Măda (2009) atrage atenția că umorul situațional poate avea și o latură necooperantă, atunci când nu este folosit pentru a îmbunătăți relațiile colegiale, ci mai degrabă în scopul de a contesta diverse aspecte considerate a fi inoportune în mediul profesional.

În sfârșit, folosirea umorului la locul de muncă indică familiaritatea dintre interactanți, spiritul de colegialitate și eliminarea posibilelor stări conflictuale, care vor înlocuite prin bună dispoziție cooperare. În acest sens, autoarea menționează: „indiferent de tipul și motivul unei ironii fine sau al unei glume bune, rezultatul este întotdeauna mai plăcut decât lipsa lor și adesea locul de muncă unde umorul este acceptat și încurajat este mai armonios din punctul de vedere al relațiilor sociale” (Măda 2009: 138).

## **2.5 Umorul în mediul online**

În publicitatea românească, apelul la umor este una dintre cele mai curențe practici observate în ultimii ani. Odată cu instalarea democrației, în anul 1990, poporul român a reluat legăturile cu Occidentul, lucru ce s-a răspândit

și asupra publicității, care a dorit o trecere sub semnul inovației și al îndrăznelii. Mai mult, prin intrarea în Uniunea Europeană se înlătură restricțiile legate de căutarea unui loc de muncă în țările din Occident, astfel că au început să vehiculeze tot felul de reclame, anunțuri și postere cu conținut umoristic despre românii și bulgarii doritori de a munci în Marea Britanie, dar și despre britanicii oripilați de venirea acestor națiuni pe teritoriul lor. Măda (2013) surprinde acest moment într-un studiu dedicat analizei reclamelor, având ca surse două publicații naționale: una britanică, *The Guardian*, și cealaltă românească, *Gândul*. Autoarea observă că în ziarul britanic apar diverse postere cu structură umoristică depreciativă, în care apar mesaje de tipul: „Nu veni în Marea Britanie! Este prea plin!”<sup>81</sup>, iar în cel românesc apar răspunsuri la reacțiile britanicilor, formulate în reclame de tipul „umorului spiritual” (Măda 2013: 73).

Cercetarea se axează, așadar, pe identificarea structurilor și strategiilor lingvistice adoptate de autorii reclamelor, propunând o analiză sociolingvistică și pragmatică. Astfel, în primă fază, autoarea stabilește un cadru teoretic, în care prezintă principalele noțiuni teoretice cu care va opera: crearea unui context cultural, stabilirea genurilor umoristice prezente în mass-media și o tipologie a funcțiilor umoristice în reclame. Cele mai numeroase astfel de reclame sunt făcute sub forma posterului și sunt realizate pentru a facilita interpretarea unor evenimente sau a comenta anumite aspecte sociale sau politice (Măda 2013: 75).

Reclamele cu conținut umoristic au de regulă o structură non-narativă, încadrându-se între umor conversațional (ridiculizare, jocuri de cuvinte) și glume cu structură fixă (sloganuri, glume de tipul one-liners) (Chiaro, 1992). Reclamele alese de autoare se bazează pe stereotipii și discursuri culturale, care interferează cu elemente de critică politică și socială.

---

<sup>81</sup> „Don't come in Britain” It's full!”

Printre strategiile utilizate de autorii reclamelor online, Măda (2013: 76) menționează umorul auto-depreciativ a cărui funcție principală este de a produce un sens puternic de apărare națională împotriva invaziei românilor sau bulgarilor („Britain is shit!”, „We hate ourselves. We'll probably hate you, too!, „UK? YUK!”<sup>82</sup>).

Pe de altă parte, un răspuns la campania realizată de britanici a fost dat în anul 2013, prin intermediul unei reclame de tip poster, publicat în revista „Gândul”. Aici se realizează un schimb de reclame care conțin aluzii, distorsiuni, schimburi verbale între români și britanici.

Posterele din campania românească sunt în culorile drapelului britanic și conțin replici care răspund mesajului transmis de britanici (structura „We hate ourselves!” are corespondentul „You may not like Britain, but you will love Romania”<sup>83</sup>).

Măda (2013) observă că, prin introducerea unor ironii fine, jocuri de cuvinte sau aluzii umoristice, se creează un mecanism ce poate fi utilizat ca instrument de mediere între două culturi. Astfel, interpretarea reclamelor umoristice din mediul online poate dezvălui diverse mecanisme și funcții ale umorului, scopul principal fiind acela de a crea și a menține solidaritate prin intermediul umorului.

În 2021, Măda Stanca își continuă studiul privind umorul în mediul online, dar de data aceasta printr-un volum intitulat *Umorul mediatizat. Repere analitice*. Această lucrare reprezintă o contribuție valoroasă la studiul umorului în contextul comunicării mediatice, folosind în mod riguros instrumentele analizei lingvistice. Autoarea își concentrează atenția asupra unui tip specific de umor – cel mediatizat – și explorează modul în care acesta este utilizat în spațiul public, fie de jurnaliști, fie de personalități publice, cum ar fi artiștii sau politicienii. Într-o „lume media” din ce în ce

---

<sup>82</sup> „Marea Britanie este un rahat” sau „Noi ne urâm. Probabil o sa te urâm și pe tine!”

<sup>83</sup> „Poate nu-ți place Marea Britanie, dar vei iubi România”.

mai orientată spre combinația dintre informație și divertisment („infotainment”), Măda observă rolul strategic pe care îl joacă umorul în modelarea identității și în gestionarea interacțiunilor sociale.

Cartea este structurată în opt capitole, împărțite în două secțiuni majore. Prima secțiune oferă o bază teoretică solidă pentru studiul fenomenului umoristic, trecând în revistă principalele teorii lingvistice care stau la baza acestuia. Printre teoriile descrise se numără *teoria scenariilor semantice* (Raskin 1985), *teoria generală a umorului verbal* (Raskin și Attardo 1991) și *teoria semantic-ontologică a umorului* (Raskin, Hempelmann și Taylor 2009); fiecare dintre acestea este însoțită de exemple care ilustrează mecanismele prin care se poate genera umorul, dar și de o discuție asupra funcțiilor umorului dintr-o perspectivă psihosocială, subliniindu-se, astfel, efectele cathartice și terapeutice ale umorului.

În cea de-a doua parte a volumului, Măda analizează o serie de exemple concrete de umor mediatizat, concentrându-se pe diferite instanțe umoristice întâlnite în stand-up-ul românesc, în caricaturile politice, publicate în presa scrisă sau online, și în structurile umoristice apărute în timpul pandemiei de COVID-19. În ceea ce privește stand-up comedy, autoarea identifică principalele tehnici utilizate de comediați, cum ar fi: *plurivocitatea*, *implicarea publicului* și *dramatizarea*. Mai mult, în analiza structurilor umoristice din timpul pandemiei, autoarea evidențiază modul în care acesta a funcționat ca un mecanism de reducere a anxietății și drept instrument de critică a clasei politice.

Una dintre contribuțiile remarcabile ale lucrării constă în descrierea funcțiilor umorului în comunicarea mediatică, funcții care variază de la construirea solidarității între jurnaliști și public, precum și funcția sa critică, de contestare a normelor și de evaluare a comportamentelor sociale și politice. Studiile de caz incluse în volum, bazate pe corpusuri de emisiuni

radio și TV, oferă o perspectivă detaliată asupra modului în care jurnaliștii folosesc umorul pentru a atrage și a menține atenția publicului. Autoarea arată cum umorul poate funcționa ca un mecanism de gestionare a tensiunilor în contexte de criză, exemplificând acest lucru prin umorul apărut în media în timpul pandemiei.

Un alt aspect deosebit al lucrării este analiza umorului vizual, cu accent pe caricaturile politice și posterul online, pe care autoarea le tratează ca forme de discurs multimodal distinct. Folosind o abordare pragmatică, ea arată cum caricaturii utilizează în mod deliberat violarea normelor discursive pentru a crea un impact umoristic puternic.

*Umorul mediatizat. Reper analitice* este o contribuție interdisciplinară notabilă, pe de-o parte pentru că integrează concepte din lingvistică, sociologie și pragmatică, iar pe de altă parte pentru că analizează sistematic modul în care umorul funcționează în mass-media contemporană. Prin urmare, Stanca Măda (2021) reușește să ofere o înțelegere profundă a rolului pe care umorul îl joacă atât în societate, cât și în comunicarea publică, demonstrându-i, astfel, relevanța și complexitatea în spațiul mediatizat de astăzi.

## **2.6 Umorul etnic**

### ***2.6.1 Umorul în glumele etnice românești***

Una dintre cele mai interesante cercetări ale lui Popescu (2011) cu privire la umorul românesc este cea legată de glumele etnice românești. Autoarea abordează o perspectivă non-lingvistică, având ca obiectiv identificarea și descrierea principalelor scenarii și grupuri țintă vizate în glumele etnice vehiculate pe internet, precum și evidențierea elementelor specifice fiecărei culturi minoritare avute în vedere. Autoarea are în vedere 51 de glume etnice disponibile pe internet, care vizează în mod special minoritățile de etnie romă și maghiară și au ca teme principale: prostia, murdăria, lașitatea, consumul de

alcool etc. (Davies 1990). Într-o primă fază a studiului, Popescu (2011) realizează o scurtă trecere prin literatura de specialitate, aducând în discuție teoriile conflictuale ale umorului, care sunt cel mai des utilizate în analiza umorului etnic și politic. De altfel, accentuează importanța teoriilor nelingvistice, precum cea a superiorității și a eliberării, considerând că performarea unei glume etnice presupune, pe de-o parte, o plăcere în a răni sentimentele celuilalt, conferindu-ți deopotrivă un statut superior față de celălalt, iar pe de altă parte, te ajută să te eliberezi de propriile impulsuri specifice agresivității (Popescu 2011: 175).

În continuarea studiului, Popescu (2011) realizează o analiză cantitativă a corpusului selectat, în care cuantifică procentual glumele etnice disponibile pe șapte site-uri avute în vedere pentru acest studiu. Constată că cele mai multe glume sunt despre scoțieni, urmate de cele despre: evrei, țigani, unguri, negri, somalezi, britanici, ruși, albanezi etc. Mai mult, propune o analiză cantitativă a temelor recurente (prostie, consum de alcool, obsesie sexuală, sărăcie, decepții, murdărie, șiretenie etc.), raportându-se la frecvența acestora în glumele despre grupurile etnice vizate. În secțiunea dedicată analizei calitative a datelor, autoarea explică frecvența crescută a unor teme din cadrul anumitor grupuri etnice și lipsa lor în altele, raportându-se la contextul istoric și la raportul culturii românești cu celelalte popoare. Observă că glumele despre scoțieni sunt cele mai numeroase, deși poporul român nu dispune neapărat de o relație apropiată cu această populație, nici din punct de vedere geografic, nici cultural. Pe de altă parte, glumele despre negri sau somalezi au o tentă rasistă și accentuează contrastul dintre cultura românească și cea a oamenilor de culoare.

Totodată, în studiul său, autoarea vizează, în special, două dintre cele mai reprezentative minorități existente în spațiul românesc: maghiarii și romii, deoarece aceștia trăiesc în România și au ca limbă oficială româna.

Cea mai importantă trăsătură identificată în cazul ambelor minorități este distorsionarea limbii, deoarece, majoritatea dintre ei vorbesc greșit/stâlcit limba română, fiind pentru ei este a doua limbă. Această secțiune a lucrării încearcă să clarifice și să illustreze aspectele idiosincretice care pot sugera caracteristicile după care sunt percepute cele două grupuri etnice de către populația etnică dominantă (Popescu 2011: 185). Stâlcirea limbii este asociată în literatura de specialitate cu prostia (Raskin 1985, Davies 1990), iar în scenariile în care se înfățișează această caracteristică se resimte tendința de ridiculizare și tachinare, performerii imitând accentul minorităților pentru a stârni amuzamentul. În ciuda acestei teme comune dintre cele două minorități naționale (distorsionarea limbii), Popescu (2011) identifică alte subiecte particulare fiecărui grup etnic în parte. Analizând glumele culese, autoarea remarcă faptul că cele mai recurente teme în glumele despre romi au legătură cu instanța penală sau poliția, furtul, șiretenia, iar în cazul maghiarilor se evidențiază disputele istorico-sociale dintre ei și români, precum și deficitul acestora de a învăța corect limba română, deși este o populație etnică educată.

În fine, glumele etnice românești urmăresc specificul umorului etnic universal, cu teme recurente, precum: prostia, șiretenia, băutura, lipsa de educație, furtul etc., încadrându-se în sfera umorului de tip agresiv, depreciativ sau ofensator.

### ***2.6.2 Umorul interetnic***

Lucrarea intitulată „Interethnic Jokes in Transylvania: The Case of Gypsy Jokes” (2022) este o analiză a discursului umoristic de tip etnic din Transilvania, concentrându-se în mod particular pe bancurile despre romi (țigani). Noémi Tudor explorează modalitatea în care aceste bancuri reflectă relațiile interetnice dintre grupurile majoritare și minoritățile etnice, în special

între românii transilvăneni și romi. Studiul se bazează pe un corpus de 100 de bancuri adunate în 2021, în care se analizează mecanismele lingvistice și culturale utilizate pentru a crea umor. Participanții la sesiunea de colectare, cu vârstă între 22 și 60 de ani, sunt majoritatea vorbitori de limba română sau de română-maghiară ori română-germană. Autoarea organizează bancurile pe categorii, în funcție de tema lor principală, cum ar fi: termenii de adresare, stereotipurile ocupaționale și relațiile interetnice.

Cercetarea pornește de la premisa că umorul etnic este un fenomen dependent de contextul socio-cultural și de stereotipurile împărtășite între grupul care performează și cel care receptează bancurile. În acest sens, Tudor își bazează analiza pe Teoria Relevanței (Sperber și Wilson, 1986/1995), explicând modul în care stereotipurile etnice sunt activate și accesate de creierul uman pentru a genera un efect umoristic, dar și pe cercetarea lui Yus (2002, 2013a, 2013b, 2016), care propune modelul cercurilor intersectate.

Un alt concept de bază în cadrul acestui studiu este modelul centru-periferie, dezvoltat de Christie Davies (1998), care susține că umorul etnic apare atunci când un grup majoritar (centrul) glumește pe seama unui grup minoritar (periferia). În cazul bancurilor analizate, românii din Transilvania sunt în general reprezentați ca grupul central, în timp ce țiganii<sup>84</sup> apar ca un grup periferic. Acest model este de o importanță deosebită, în vederea înțelegerii relațiilor de putere și a modului în care stereotipurile sunt folosite pentru a consolida distincțiile sociale între grupurile majoritare și minoritare.

La nivel lingvistic, umorul etnic este creat printr-o serie de strategii care implică atât utilizarea unor jocuri de cuvinte, cât și a stereotipurilor. De exemplu, romii sunt adesea numiți prin folosirea unor etnonime, precum

---

<sup>84</sup> Pe parcursul acestui subcapitol vom folosi denumirea de „țigan”, fiind un termen asumat de autoare în scopul studiului.



„țigan” sau derivate de la acest termen (e.g. „țigancă”, „țigănuș”, „pui de țigan”, „țiganul bătrân” etc.), iar stereotipurile negative sunt accesate prin descrieri specifice, cum ar fi ocupațiile de bază ale acestora (e.g. „lăcătuș”, „golan”) sau alte aspecte/ plăceri ale vieții de zi cu zi (eg. „zambila”, „puradel” etc.). Mai mult, investigarea modului în care stereotipurile despre romi sunt perpetuate și accentuate prin umorul etnic reprezintă un pilon de bază a studiului de față. Stereotipurile sunt adesea activate prin cadrul cultural comun împărtășit de vorbitor și receptor, astfel că bancurile nu au nevoie de tehnici umoristice complexe, întrucât simpla reiterare a unor stereotipuri deja existente este suficientă pentru a genera un efect umoristic.

În cadrul acestui studiu, se relevă faptul că bancurile despre romii din Transilvania nu reflectă doar tensiunile interetnice dintre majoritari și minoritari, ci și o serie de mecanisme lingvistice și culturale prin care aceste tensiuni sunt exprimate. Mai mult, umorul interetnic joacă un rol important în consolidarea granițelor dintre grupurile sociale, menținând ierarhiile și distincțiile culturale. Astfel, autoarea sugerează că, deși aceste bancuri au un puternic caracter local, ele fac parte dintr-un fenomen mai larg de umor etnic european, în care grupurile minoritare devin adesea ținta grupurilor majoritare.

## **2.7 Umorul în comunitatea rurală românească**

Studiile privind umorul în comunitatea rurală de pe Valea Superioară a Mureșului (Rus 2017a, 2017b, 2022) reprezintă un punct de plecare important în vederea înțelegerii mecanismelor care stau la baza structurilor umoristice din comunitățile rurale românești, în general. Acest spațiu sociocultural, puțin explorat în cadrul studiilor lingvistice, folclorice și etnologice, oferă un teren „fertil” pentru o analiză interdisciplinară a

fenomenelor de interacțiune și acțiune socială, axate pe utilizarea limbajului în contexte cotidiene și/ sau ritualice. Studiul umorului în cadrul unei comunități rurale are la bază ideea că umorul, în multiplele sale manifestări, nu reprezintă doar o formă de divertisment, ci și un mecanism de coeziune socială. Valea Superioară a Mureșului este descrisă drept o zonă cu moștenire culturală interesantă, în care tradițiile și obiceiurile rurale sunt încă vii și active.

Primele studii despre umor le-am realizat în 2017, când am discutat de umorul cu tematică sexuală sau cel care tratează subiecte sensibile prezente la nivelul comunității rurale (Rus 2017a, 2017b). În 2022, am publicat volumul „Acțiune și interacțiune umoristică în comunitatea rurală românească”, în care umorul este văzut drept un instrument prin care se realizează atât integrarea socială a membrilor comunității, cât și reglarea tensiunilor interpersonale, consolidând, astfel, legăturile sociale și întărind normele culturale.

Un element-cheie al lucrărilor constă în adoptarea unei abordări psihosociolingvistice, care combină analiza subdialectului cu investigarea factorilor psihologici și sociali ce influențează producerea și receptarea umorului în comunitatea studiată. În volumul din 2022, pun accentul pe faptul că această comunitate, deși puternic influențată de modernizarea și schimbările socio-culturale contemporane, reușește să-și păstreze autenticitatea și specificitatea lingvistică, ceea ce face ca studiul să fie unul relevant. Un alt aspect evidențiat este că, în ciuda numeroaselor cercetări asupra comunităților rurale din România, majoritatea acestora s-au concentrat fie pe studiul folclorului, fie pe descrierea dialectelor și a variantelor lingvistice ( *vezi* Sever 1950, Graur 1955, 1963, Coteanu 1984, Cazacu 1967, Petrovici 1970, Ionescu-Ruxăndoiu 1973).

Un alt element important al cercetării mele îl constituie studiul umorului ca fenomen dinamic, care evoluează în funcție de schimbările demografice, de influențele limbii literare, dar și de specificul vârstei, sexului și al statutului social al vorbitorilor. În acest sens, lucrarea din 2022 oferă o viziune comprehensivă asupra modului în care umorul funcționează ca un mecanism de interacțiune și coeziune socială în comunitatea de pe Valea Superioară a Mureșului.

În ceea ce privește analiza propriu-zisă a datelor culese, am pornit de la o serie de teorii nelingvistice ale umorului, cum ar fi teoria superiorității (Gruner 1997), teoria eliberării (Freud 1960 [1905]) și teoria incongruenței (Suls 1977), în vederea evidențierii modului în care umorul funcționează atât la nivel psihologic, cât și la nivel social, în cadrul comunității studiate. De asemenea, în analiză sunt integrate teoria scenariilor semantice (Raskin 1985) și teoria generală a umorului verbal (Attardo și Raskin 1991), care oferă o bază lingvistică solidă pentru o analiză detaliată a textelor umoristice culese.

Mai mult, în demersul științific, m-am folosit de o metodologie riguroasă bazată pe colectarea datelor autentice prin înregistrări audio-video ale interacțiunilor umoristice în diverse contexte: nuntă, ceremonii funerare și ocazii sociale de zi cu zi. Sub acest aspect, colectarea datelor a fost realizată cu o atenție deosebită asupra păstrării autenticității exprimării orale. Corpusul propriu-zis se împarte în structuri umoristice convenționale și structuri umoristice conversaționale. Dacă în prima categorie intră chiuiturile cu tematică sexuală, chiuiturile (care vizează defectele fizice, zgârcenia, mândria, lenea etc.), bocetele cu tematică sexuală, urăturile cu tematică sexuală și orații de nuntă, glumele sau bancurile, din cea de-a doua categorie fac parte conversațiile umoristice, care iau o formă de negociere, cele care activează un fond comun de cunoștințe sau care simulează un joc dintre modul serios și cel

umoristic. Aceste interacțiuni sunt analizate în detaliu, folosind atât o transcriere care vizează aspectele dialectale, cât și una care acordă o atenție deosebită tonului, intonației, pauzelor și gesturilor subiecților intervievați.

Pe lângă colectarea unui corpus autentic, o altă contribuție importantă a acestei lucrări este analiza diverselor forme sub care umorul poate apărea în comunitatea rurală. O atenție deosebită este acordată mecanismelor prin care sunt produse și receptate structurile umoristice convenționale și conversațiile spontane, ambele fiind relevante pentru înțelegerea dinamicii sociale și lingvistice a comunității. În mod special, lucrarea subliniază importanța umorului cu tematică sexuală și a celui satiric, menționând că aceste tipuri de umor sunt adesea folosite pentru a aborda subiecte tabu sau pentru a corecta comportamente percepute ca deviante în comunitate. Umorul devine, astfel, nu doar un mijloc de relaxare și distracție, ci și un instrument corectiv, prin care sunt comentate și reglementate normele sociale.

Dacă primii doi piloni ai lucrării reflectă conținutul propriu-zis al structurilor umoristice, respectiv performarea acestora, ultimul explorează răspunsul la umor sau reacția subiecților la umor. În acest sens, am pornit de la ideea că toate glumele sunt condiționate de relația dintre performer și receptor: „cei doi actanți ai comunicării umoristice trebuie să aibă un fond comun de cunoștințe, un limbaj comun, presupuziții culturale, prejudecăți etc. (Rus 2022: 217). Continuându-mi analiza, am împărțit posibilele răspunsuri la umor în următoarele categorii: *răspuns neverbalizat* (tăcerea), *lipsa aprecierii umorului*, *râsul eliberator*, *râsul prefăcut*, *răspunsul verbalizat* (de exemplu: concluzie, evaluare, morală, întrebare ironică, completarea poantei final, oferirea unei alte variante a bancului, citarea din text etc.) sau *o combinație între răspunsurile verbalizate și cele neverbalizate*.

Un alt merit al lucrării rezidă din analiza funcțiilor umoristice ale poreclelor, supranumelor și a șirurilor denominative de la nivelul comunității rurale studiate. Într-o primă fază, am clasificat porecele după anumite criterii (defecte fizice sau morale, ticuri verbale, ocupație sau funcție socială, obișnuințele omului, numele sau porecla unui alt membru din familie, numele animalelor preferate, modalitatea de alintare, vestimentație etc.), apoi am propus un „mic dicționar explicativ al celor mai reprezentative porecle și supranume de pe Valea Superioară a Mureșului” (Rus 2022: 254), am stabilit mecanismele de creare a șirurilor denominative, iar, în final, am evidențiat funcțiile umoristice de creare a denotației neoficiale din comunitatea rurală studiată. Prin analiza făcută asupra acestor supranume sau porecle, am ajuns la următoarea concluzie: „caracterul umoristic pe care îl resimțim într-un mod empiric în momentul în care le folosim în loc de nume, dar și aplicabilitatea funcțiilor umoristice de la nivelul denotației oficiale, arată că formulele antroponimice neoficiale au, pe lângă funcția de identificare, diferențiere, și o funcție ludică și umoristică ce contribuie la stabilirea unei coeziuni între indivizii unei comunități” (Rus 2022: 290).

În concluzie, cercetările mele privind acest fenomen complex reflectă faptul că umorul joacă un rol important în dinamica socială a comunității rurale, servind ca un coagulant social ce facilitează comunicarea și coeziunea între membrii comunității. Abordarea interdisciplinară și analiza formelor de umor specifice comunității rurale poate oferi o resursă importantă pentru cercetătorii din domeniile lingvisticii, sociologiei, antropologiei și folclorului.

## CONSIDERAȚII FINALE

De-a lungul diferitor contexte istorice și sociale, complexitatea fenomenului umoristic a impus în rândul cercetătorilor necesitatea studierii acestuia atât din perspectivă nelingvistică, cât și din punct de vedere lingvistic. Pe lângă încadrarea umorului într-o definiție, clasificarea acestuia în funcție de mai multe criterii și prezentarea celor mai vechi teorii nelingvistice, unul dintre cele mai importante aspecte urmărite pe parcursul acestei cărți constă în descrierea teoriilor lingvistice care stau la baza analizei și interpretării umorului. Astfel, una dintre primele teorii lingvistice ale umorului, dar și cea care stă la baza tuturor celorlalte abordări ulterioare, este teoria scenariilor semantice (Semantic Script Theory of Umor, SSTH), inițiată de Raskin (1985). În conformitate cu această teorie, pentru ca un text să fie umoristic, trebuie să fie compatibil cu două scenarii, iar acestea să se afle în relație de opoziție (Raskin, 1985:99). Pe de altă parte, autorul aduce în prim plan dihotomia dintre comunicarea de tip *bona fide* (comunicare obișnuită, în care se transmit anumite informații) și *non-bona fide* (comunicare bazată pe umor și jovialitate în conversație), punând accentul pe cel de-al doilea tip de comunicare, specific teoriei semantice a umorului.

Deși teoria lui Raskin (1985) este deschizătoare de drumuri în ceea ce privește abordarea umorului din perspectivă lingvistică, totuși aplicabilitatea ei a fost considerată limitată, fiind dezvoltată doar pentru a explica glumele. Prin urmare, s-a considerat a fi necesară o revizuire a acestei teorii, astfel a apărut teoria generală a umorului verbal (General Theory of Verbal Umor, GTVH) (Attardo, 1994). Pe lângă opoziția scenariilor, criteriu de bază a teoriei SSTH, GTVH adaugă alți cinci parametri: limbajul, strategia narativă, ținta, situația și mecanismele logice.

Attardo (1994) propune, de altfel, și un model izotopic-disjunctiv al glumelor, care dezvoltă o teorie de organizare liniară acestui tip de structură umoristică. În vederea explicării modelului, autorul împrumută noțiuni terminologice precum: seme, semene, clase, lexeme, nucleu semic, figuri etc. și se bazează pe principiul funcției narative triple (normalizare, centralizare și disjuncție) (Morin 1966).

Un alt punct de interes al acestei cărți constă în analiza jocurilor de cuvinte, creând o „taxonomie a taxonomiilor”, care constau în: taxonomii bazate pe fenomene lingvistice sau pe categorii lingvistice generale, taxonomii ecletice și taxonomii care urmăresc măsurarea distanței fonematice dintre jocurile de cuvinte implicate (Attardo 1994).

Viziunea lui Attardo (1994) este una interesantă și din punctul de vedere al modelului de tip tridimensional: schemă-incongruență-rezolvare (eng. *setup-incongruity-resolution, SIR*), care are la bază ideea conform căreia în memoria noastră sunt stocate unități ce includ diverse scenarii care trebuie să satisfacă, în afară de opoziție, și principiul accesibilității, reliefării, informativității, marcării sau dependenței contextuale.

O altă perspectivă lingvistică abordată este cea a teoriilor cognitiviste. O contribuție însemnată în acest sens o are Ritchie (2004), care redefinește modelul IR (eng. *incongruity-resolution*), propunând conceptul de „reinterpretare”, care se referă la rezolvarea unei incongruențe.

Autorul propune o clasificare a structurilor umoristice în: glume care au la bază jocurile de cuvinte și glume cu interpretare forțată. Prima categorie vizează acele glume dependente de o ambiguitate fonetico-lexicală, care apare de regulă în partea inițială, iar în a doua categorie intră acele structuri umoristice ale căror interpretare este eronată.

O altă teorie care face parte din categoria teoriilor cognitiviste este cea a relevanței. Aceasta pornește de la premisa conform căreia textele sunt

umoristice într-un mod indirect, astfel că în vederea interpretării umorului verbal este necesară înțelegerea a ceea ce se petrece la nivelul proceselor mentale ale receptorului (Curcó 1997).

La baza teoriei relevanței (Sperber și Wilson 1986, 1995) stau patru premise, care au ca punct comun interpretarea unui text umoristic. Astfel, în primă fază, se ia în considerare faptul că orice enunț are la bază mai multe interpretări, fără a fi accesibile în totalitate pentru receptor, apoi se pune problema dacă receptorul este cel care își alege propriile criterii de interpretare, iar în final se accentuează faptul că există o singură interpretare care este în conformitate cu ceea ce dorește să transmită emițătorul. Prin urmare, privit din perspectiva teoriei relevanței, umorul se bazează pe o reorganizare contextuală, care intră în atribuția emițătorului, dar și pe capacitatea receptorului de a recunoaște gluma și a-i da o valoare interpretativă (Curcó 1997). Pe de altă parte, Yus (2008) consideră că producerea efectului umoristic ține de câteva condiții pe care o glumă trebuie să le îndeplinească: receptorul trebuie să aibă capacitatea de a extrage conținutul unei glume, de a deriva implicațiile contextual și a combina cele două condiții centrate pe receptori.

Un alt aspect urmărit pe parcursul acestei lucrări constă în identificarea particularităților cognitive ale umorului. Prin urmare, se pornește de la identificarea mecanismelor umoristice ce se concentrează pe conceptul de „surpriză”, identificând trei condiții pe care fiecare text trebuie să le îndeplinească pentru a fi un text bine structurat: cerința de relevanță, condiția de informativitate gradată și marcarea oricărei deviații de la informativitate sau relevanță.

În ultimul capitol al cărții, am urmărit principalele contribuții românești referitoare la umor. Printre cele mai reprezentative, menționez cercetările lui Zafiu (2007), Popa (2011), Săftoiu (2009), Măda (2009, 2013, 2021), Constantinescu (2012), Popescu (2013), Rus (2017a, 2017b, 2022) și Tudor (2022).



Zafiu (2007) propune o evaluare a umorului verbal, realizând un model tripartit, care are în vedere: mecanismul cognitiv-intelectual (surprinde incongruențele și elementul surpriză), răspunsurile sau reacțiile afective și asocierile afective (teama de moarte, implicare erotic, frustrarea discriminării etc). Mai mult, autoarea propune o tipologie a umorului verbal, care se bazează pe criteriul disfuncției: disfuncția scenariilor, semnificațiilor și a contextelor stilistice.

Popa (2011) analizează umorul politic românesc plecând de la un show de televiziune cu tematică satirico-umoristică, *The Animated Planet Show*. În vederea interpretării datelor, autoarea propune două strategii: satira „ascunsă” și satira „dezvăluită”, iar tehnicile utilizate sunt cele audio-vizuale, bazate pe limbaj sau tehnici comune, precum: absurdul, ridicolul, repetiția etc. Aceeași temă este abordată mai târziu și de Constantinescu (2012), care realizează un studiu interdisciplinar al umorului politic din perioada comunistă. Cercetarea are la bază un corpus format din texte literare, caricaturi, bancuri, scheciuri, iar ca punct de plecare, în vederea interpretării datelor, a avut teoria semantică a umorului și teoria generală a umorului verbal. În studiul său, accentul cade pe performarea umorului, astfel că autoarea constată că atât elementele verbale, cât și cele paraverbale și nonverbale au o funcție importantă în analiza umorului convențional, precum și a celui conversațional.

Un alt autor preocupat de fenomenul umoristic este Săftoiu (2009). Studiul său vizează funcțiile râsului (funcția de constituire, de confirmare și de eludare) în conversația fatică, astfel că acesta pornește de la ipoteza că râsul este „o mișcare interacțională de sine stătătoare” și propune spre analiză o serie de concepte: „râs invitat”, „râs declanșat”, „râs independent” sau „râs inserat”. Mai mult, Săftoiu (2009) realizează o tipologie a râsului în cadrul conversației fatice: râsul declanșat ca semnal de continuare a discursului umoristic și râsul ca semnal de încheiere a semnalului umoristic.

Măda (2009, 2013, 2021) este preocupată atât de umorul în mediul profesional, cât și de umorul din mediul online. Autoarea constată că, în general, la locul de muncă, umorul este folosit la pauză, iar în timpul programului este de regulă utilizat cu scopul de a argumenta ceva sau a oferi un exemplu. Pe de altă parte, Măda (2009) identifică funcțiile de bază pe care le are umorul profesional: încurajarea creativității, dezamorsarea situațiilor conflictuale, construirea și menținerea spiritului de colegialitate, mijloc de constatare a controlului etc. Preocupată și de umorul din mediul online, Măda (2013) se axează pe identificarea structurilor și strategiilor lingvistice pe care le adoptă autorii reclamelor, având la bază o analiză sociolingvistică și pragmatică. Principala strategie identificată este cea a umorului auto-depreciativ, care are la bază tehnici precum: ironia fină, aluzii umoristice, distorsiuni, schimburi verbale, jocuri de cuvinte etc.

Umorele mediatizate reprezintă un „spațiu” interesant pentru autoarea Măda Stanca, dat fiind faptul că în 2021 revine cu un volum, prin care își completează studiile anterioare. În cercetarea realizată, autoarea se concentrează pe diferite instanțe umoristice regăsite în stand-up-ul românesc și în caricaturile politice, dar și pe structurile umoristice apărute în timpul pandemiei de COVID-19. În cadrul acestui studiu, se ajunge la concluzia că jurnaliștii utilizează umorul pentru a-și crea identitatea, a crea intrigi sau pentru a atenua conflicte verbale.

Analizând stand-up-ul românesc, Stanca Măda ajunge la concluzia că acesta este un „spectacol de umor verbal”, o narațiune heterodiegetică, în care se combină ingrediente, precum: crearea și interpretarea poveștii, mimica, gestică și expresivitatea feței. Mai mult, această lucrare sintetizează și integrează modele teoretice interdisciplinare, analizează sistematic o serie de materiale din presa scrisă și online, din emisiuni radio și de televiziune și identifică principalele mecanisme discursive ale unor persoane publice,

jurnaliști, oameni simpli, care construiesc tiparul structurilor umoristice contemporane.

O altă lucrare reprezentativă cu privire la studiul fenomenului umoristic este cea a lui Popescu (2011). Autoarea are în vedere studiul glumelor etnice românești vehiculate pe internet și are ca obiectiv identificarea și descrierea principalelor scenarii prezente în acestea. În analiza sa, Popescu (2011) observă că cele mai frecvente teme sunt: prostia, lașitatea consumul de alcool, sexul etc. Grupurile etnice vizate în mod special în studiul său sunt ungurii și romii, iar trăsătura comună celor două minorități regăsită în corpusul selectat este distorsionarea limbii. În urma analizei, Popescu (2011) ajunge la concluzia că bancurile etnice românești urmăresc specificul umorului etnic universal și se încadrează în sfera umorului depreciativ, ofensator și agresiv.

Tot în sfera umorului etnic, Noemi Tudor (2022) propune o viziune interesantă privind glumele despre *țigani*. Preluând modelul „centru-periferie” (Davies 1998) și modelul cercurilor intersectate Yus (2002, 2013a, 2013b, 2016), autoarea propune un concept interesant, anume „umorul interetnic”, care joacă un rol important în consolidarea granițelor dintre grupurile sociale și contribuie la menținerea ierarhiilor și distincțiilor culturale și sociale.

În final, o ultimă contribuție în studiul fenomenului umoristic pe teritoriul României este dedicată umorului rural. În cadrul unor lucrări (Rus 2017a, 2017b, 2022), am analizat o serie de date culese din comunitatea rurală, pe care le-am clasificat drept „umor convențional” (chiuituri, bocete, orații de nuntă, bancuri), dar și structuri umoristice conversaționale, înregistrate și transcrise fonetico-dialectal. Principala concluzie la care am ajuns este că umorul reprezintă o „unealtă” prin care se realizează atât integrarea socială a membrilor comunității rurale, cât și reglarea tensiunilor interpersonale dintre aceștia.

În concluzie, volumul de față sintetizează principalele teorii lingvistice și nelingvistice ale umorului, precum și modelele de analiză lingvistică, punând, totodată, în evidență contribuțiile românești privind fenomenul umoristic. Sub acest aspect, această lucrare oferă o perspectivă comprehensivă asupra mecanismelor cognitive, sociale și lingvistice care generează umorul, dar și instrumente teoretice necesare pentru o analiză interdisciplinară a umorului. În acest context, lucrarea poate deveni o referință de sprijin pentru cei care studiază umorul în contexte culturale, lingvistice sau educative, consolidând înțelegerea modului în care umorul reflectă și influențează dinamica socială și lingvistică.

## BIBLIOGRAFIE

- Aillaud, Marlene și Annie Piolat. 2012. "Influence of Gender on Judgment of Dark and Nondark Humor". *Individual Differences Research* 10(4): 211- 222.
- Alexander, Richard. 1997. *Aspects of verbal humour in English*. Tübingen: Gunter Narr Verlag.
- Amir, Lydia. 2014. *Humor and the good life in the modern philosophy*. Shaftesbury, Hamann, Kirkegaard, Albany: State University of New York Press.
- Anolli, Luigi, Maria Giaele Infantino și Rita Ciceri. 2001. "You're a Real Genius!: Irony as a Miscommunication Design." *Say not to say: New perspectives on miscommunication*, 141-163. Amsterdam: IOS Press.
- Apte, Mahade. 1985. *Humor and laughter: An Thropological Approach*. Michigan: Cornell University Press.
- Attardo, Salvatore și Jean-Charles Chabanne. 1992. "Jokes as a text type". *Humor: International Journal of Humor Research* 5(1-2): 165-176.
- Attardo, Salvatore. 1994. *Linguistic Theories of Humor*. Berlin/ New York: Mouton de Gruyter.
- Attardo, Salvatore, Donalee H. Attardo, Paul Baltes și Marnie J. Petray. 1994. "The liniar oraganization of jokes: analysis of two thousand texts." *Humor: International Journal of Humor Research* 7(1): 27-54.
- Attardo, Salvatore. 2001a. *Humorous texts: a Semantic and Pragmatic Analysis*, Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
- Attardo, Salvatore. 2001b. "Humor and Irony in Interaction: From Mode Adoption to Failure of Detection". În *Say not to say: New perspectives on miscommunication*, editat de Anolli, Luigi, Maria Giaele Infantino și Rita Ciceri, 159-179. Amsterdam: IOS Press.
- Attardo, Salvatore, Sara Di Maio, Christian Hempelmann. 2002. "Script oppositions and logical mechanisms: Modeling incongruities and their resolutions", *Humor: International Journal of Humor Research* 15(1): 3-46.
- Attardo, Salvatore, Jodi Eisterhold, Jennifer Hay și Isabella Poggi. 2003. "Multimodal markers of irony and sarcasm." *Humor* 16(2): 243-260.
- Attardo, Salvatore. 2006. "Cognitive linguistics and humor." *Humor: International Journal of Humor Research* 19 (3): 341-362.
- Attardo, Salvatore. 2008. "A primer for the linguistics of humor." *The Primer of Humor Research*, 101-155. Berlin/New York: Mouton de Gruyter.
- Attardo, Salvatore și Lucy Pickering. 2011. "Timing in the performance of jokes." *Humor: International Journal of Humor Research* 24 (2): 233-250.
- Attardo Salvatore, Lucy Pickering, Fofu Lomotey și Shigehito Menjo. 2013. "Multimodality in conversational humor." *Review of Cognitive Linguistics* 11 (2): 400-414.
- Baldovin, Gabriel. 1998. *Dinamica psihologiei abisale*. <http://baldovin.netai.net/acte/Din.psi.abis/texte/umorul.htm>, accesat în data de 2.05.2016.
- Barbe, Katharina. 1995. *Irony in context*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins.

- Barcelona, Antonio. 2003. "The case for a metonymic basis of pragmatic inferencing. Evidence from jokes and funny anecdotes." În *Metonymy and pragmatic inferencing*, editat de Klaus-Uwe Panther și Linda L. Thornburg, 81-102. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins.
- Baron, Robert A. 1978. "Aggression-inhibiting influence of sexual humor." *Journal of Personality and Social Psychology* 36(2): 189-197.
- Baym, Nancy. 1995. "The Performance of Humor in Computer-Mediated Communication". *Journal of Computer-Mediated Communication* 1(2). Disponibil la <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1995.tb00327.x>
- Bell, Nancy. 2009. "Responses to Failed Humor". *Journal of Pragmatics* 41 (9): 1825-1836.
- Bell, Nancy și Salvatore Attardo. 2010. "Failed humor: Issues in Nonnative Speakers' Appreciation and Understanding of Humor". *Intercultural Pragmatics* 7(3): 423- 447.
- Berger, Arthur Asa. 1987. "Humor: An Introduction". *American Behavioral Scientist* 30(1): 6-15.
- Berger, Arthur Asa. 1998. *An Anatomy of Humor*. New Brunswick/London: Transaction Publishers.
- Bergson, Henri. 2005 [1911]). *Laughter. An Essay on the Meaning of the comic*. Mineola/New York: Dover Publications, INC.
- Bergson, Henri. 2013 [1900]). *Eseu. Teoria râsului* (trad.). București: Editura Polirom.
- Berlyne, Daniel E. 1972. "Humor and its kin." În *The psychology of humor*, editat de Jeffrey H. Goldstein și Paul E. McGhee, 43-60. New York: Academic.
- Billig, Michael. 2005. *Laughter and ridicule: Toward a social critique of humor*. London/ New Delhi: Sage Publications.
- Bremmer, Jan. 1997. "Jokes, Jokers and Jokebooks in Ancient Greek Culture." În *A cultural History of Humour, From Antiquity to the Present Day*, editat de Jan Bremmer și Herman Roodenburg, 11-28. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bremmer, Jan. 2006. *O istorie culturală a umorului*. Iași: Editura Institutul European.
- Brône, Geert și Kurt Fayaerts. 2003. *The cognitive linguistics of incongruity resolution. Marked reference-point structures in humor*. University of Leuven.
- Brown, Gillian și George Yule. 1983. *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge Universit Press.
- Byrne, D. 1961. "Some inconsistencies in the effect of motivation arousal on humor preferences." *Journal of Abnormal and Social Psychology* 62: 158-160.
- Cantor, Joanne. 1976. "What is Funny to whom? The role of gender". *Journal of Communication* 26(3): 164-172.
- Carroll, Noël. 2014. *Humour: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Chapman, Anthony J. 1983. "Humor and laughter in social interaction and some implications for humor research." În *Handbook of humor research*, editat de Paul E. McGhee și Jeffrey H. Goldstein, 135-157. New York: Springer.

- Chiaro, Delia. 1992. *The Language of Jokes*. London: Routledge.
- Chiera, Alessandra. 2014. "Language in interaction: The role of conscious processes in conversation." *Academic Journal of Modern Philology* 3: 7-16.
- Chlopicki, Wladyslaw. 1987. *An application of the script theory of semantics to the analysis of selected polish humorous short stories*. Disertație. Purdue University, West Lafayette.
- Collinson, David. 1988. "Engineering humor: Masculinity, joking and conflict in shop-floor relations." *Organization Studies* 9 (2): 181-199.
- Colston, Herbert. 2002. "Contrast and assimilation in verbal irony." *Journal of Pragmatics* 34: 111-142.
- Constantinescu, Mihaela. 2012. *Umorul politic românesc în perioada comunistă*. București: Editura Universității din București.
- Constantinescu, Mihaela-Viorica și Violeta Ioana Rus. 2020. "Romanian Humor in a nutshell." În *Romanian Humor*, editat de Mihaela-Viorica Constantinescu, Stanca Măda și Răzvan Săftoiu, 21-41. Krakow: Tertium.
- Coulson, Seana. 2001. *Semantic Leaps. Frame-Shifting and conceptual Blending in Meaning Construction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Coupland, Nikolas și Adam Jaworski. 1997. "Relevance, accommodation, and conversation: modeling the social dimension of communication." *Multilingua* 16: 235-258.
- Curcó, Carmen. 1997. "Relevance and the manipulation of the incongruous: some exploration of verbal humour". *Proceedings of the University of Hertfordshire Relevance Theory Workshop*, 68-72. Chelmsford: Peter Thomas and Associates.
- Davies, Christie. 1990. *Ethnic humor around the world: A comparative analysis*. Bloomington: Indiana University Press.
- Davies, Christie. 1998. *Jokes and their Relations to Society*. Berlin/ New York: Mouton de Gruyter.
- Delage, Yves. 1919. *La Rêve*. Paris: Les Presses Universitaires de France.
- Dienhart, John M. 1999. "A linguistic look at riddles." *Journal of Pragmatics* 37 (1): 95-125.
- Dolitsky, Marlene. 1983. "Humor and the unsaid." *Journal of Pragmatics* 7(1): 39- 48.
- DuPré, Athena. 1998. *Humor and the healing arts: a multimethod analysis of humor use in health care*. New York/ London: Routledge.
- Dynel, Marta. 2007. "Joking aside: Sociopragmatic functions of conversational humor in interpersonal communication". În *Current Trends in Pragmatics*, editat de Piotr Cap și Joanna Nijakowsk, 246-268. Newcastle-upon-Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Dynel, Marta. 2009. "Beyond a Joke: Types of Conversational Humour." *Language and Linguistics Compass* 3(5): 1284-1299.
- Dynel, Marta. 2011. "Joker in the pack. Towards determining the status of humorous framing in conversations." În *The Pragmatics of Humour across Discourse Domains*, editat de Marta Dynel, 217-241. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins.
- Dynel, Marta. 2013. *Developments in Linguistic Humor Theory*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins.

- Emelina, Jean. 1991. *Le comique. Essai d'interprétation générale*. Paris: Éditions Sedes.
- Escarpit, Robert. 1972. *L'humor*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Forabosco, Giovannantonio. 2008. "Is the concept of Incongruity Still a Useful Construct for the Advancement of Humor Research?" *Pragmatics Special Issues on Humor* 4(1): 45-62.
- Feinberg, Leonard. 1978. *The secret of humor*. Amsterdam: Editions Rodopi.
- Ferrar Madeleine. 1993. *The logic of the ludicrous: A pragmatic study of humor*. London: University College London.
- Fink, Edward L. și Barbara A. Walker. 1977. "Humorous responses to embarrassment." *Psychological Reports* 40: 475-485.
- Foka, Anna și Jonas Liliequist. 2015. *Laughter, Humor, and the (Un)making of Gender: Historical and Cultural Perspectives*. New York: Macmillan Publishers Limited.
- Ford, Thomas E. 2000. "Effects of Sexist Humor on Tolerance of Sexist Events". *Personality and Social Psychology Bulletin* 26 (9): 1094-1107.
- Ford, Thomas E., Briana L. Ford, Christie Boxer și Jacob Armstrong. 1999. "Effect of humor on state anxiety and math performance." *Humor: International Journal of Humor Research* 25 (1):59-74.
- Freud, Sigmund. 1960 [1905]. *Jokes and Their Relation to the Unconscious*. New York: Norton.
- Fry, Ann. 2004. *The Value of Humor in the Workplace*. Print and Bind Direct.
- Galloway, George. 1994. "Psychological studies of the relationship of sense of humor to creativity and intelligence." *European Journal for High Ability* 5: 133-144.
- Giora, Rachel. 1991. "On the cognitive aspects of the joke." *Journal of Pragmatics* 16 (5): 465-486.
- Giora, Rachel. 1995. "On irony and negation." *Discourse Processes* 19: 239-264.
- Glenn, Phillip și Elizabeth Holt. 2017. "Conversation analysis of humor." În *The Routledge Handbook of Language and Humor*, editat de Salvatore Attardo, 295-309. London și New York: Routledge.
- Goel, Vinod și Dolan Raymond J. 2001. "The functional anatomy of humor: Segregating cognitive and affective components". *Nature Neuroscience* 4 (3): 237-238.
- Goodwin, Marjorie H. 1982. "Instigating storytelling as social process." *American Ethnologist* 9 (4): 799-819.
- Gourévitch, Aron I. 1975. „Le comique et le serieux dans la littérature religieuse du moye-âge." *Diogène* 90: 67-89.
- Graham, Elizabeth E., Michael J. Papa și P. Gordon Brooks. 1992. "Functions of humour in conversation: Conceptualization and measurement." *Western Journal of Communication* 56(2): 161-183.
- Greenwood, Dara și Linda M. Isbell. 2002. "Ambivalent Sexism and the Dumb Blonde: Men's and Women's Reactions to Sexist Jokes." *Psychology of Women Quarterly* 26(4): 341-350.
- Greimas, Algirdas Julien. 1966. *Sémantique structurale*. Paris: Larousse.



- Grice, Herbert Paul. 1990. "Logic and conversation". *Syntax and Semantics*, vol. 3, 41-58. New York. Academic Press.
- Gruner, Charles R. 1967. "Effect of humor on speaker ethos and audience information gain". *Journal of Communication* 17(3): 228–233.
- Gruner, Charles R. 1978. *Understanding laughter: The working of wit and humor*. Chicago: Nelson-Hall.
- Gruner, Charles R. 1985. "Advice to the beginning speaker on using humor: What the research tells us." *Communicating Education* 34: 142-146.
- Gruner, Charles R. 1996. "Appreciation and Understanding of Satire: Another Quasi-Experiment." *Psychological Reports* 78(1): 194-194.
- Gruner, Charles R. 1997. *The game of humor: A comprehensive theory of why we laugh*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Haiman, John. 1998. *Talk is Cheap: Sarcasm, Alienation, and the Evolution of Language*. Oxford: Oxford University Press.
- Hay, Jennifer. 1994. "Jocular abuse in mixed gender interaction." *Wellington Working Papers in Linguistics* (6): 26-55.
- Hay, Jennifer. 1995. *Gender and Humor: Beyond a joke*. Disertație. Victoria University of Wellington.
- Hay, Jennifer. 2000. "Functions of humor in the conversation of men and women." *Journal of Pragmatics* 32: 709-742.
- Hay, Jennifer. 2001. "The pragmatics of humor support." *Humor: International Journal of Humor Research* 14(1): 55-82.
- Herrick, Marvin T. 1950. "Comic Theory in the Sixteenth Century." *Illinois Studies in Language and Literature*, vol. 34. Urbana: University of Illinois.
- Hirsch, Galia. 2011. "Between irony and humor: A pragmatic model." *Pragmatics and Cognition*, 19 (3): 530-561.
- Hobbes, Thomas. 1996 [1651]. *Leviathan*. New York: Oxford University Press.
- Hollis, Heather. 2016. *Teaching with Humor, Compassion, and Conviction: Helping Our Students Become Literate, Considerate, Passionate Human Beings*. Canada Pembroke Publishers.
- Holmes, Janet și Meredith Marra. 2002. "Over the edge? Subversive humor between colleagues and friends." *Humor: International Journal of Humor Research* 15(1): 65-87.
- Holmes, Janet. 2000. "Politeness, Power and Provocation: How Humour Functions in the workplace." *Discourse Studies* 2 (2): 159-185.
- Holmes, Janet. 2005. "Sharing a laugh: Pragmatic aspects of humor and gender in the work-place." *Journal of Pragmatics* 38: 26-50.
- Holmes, Janet. 2006. "Sharing a laugh: Pragmatic aspect of humor and gender in the workplace." *Journal of Pragmatics* 38 (1): 26-50.
- Holmes Janet și Meredith Marra. 2006. "Humor and leadership style." *Humor: International Journal of Humor research* 122 (2): 119-138.
- Jefferson, Gail. 1979. "A technique for inviting laughter and its subsequent acceptance/ declination." *Everyday language: Studies in Ethnomethodology*, 79-96. New York, NY: Irvington Publishers.

- Jefferson, Gail. 1984b. "On the organization of laughter in talk about troubles." În *Structures of Social Action: Studies in Conversation Analysis*, editat de J. M. Atkinson și J. Heritage, 346-369. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jorgensen, Julia. 1996. "The functions of sarcastic irony in speech." *Journal of Pragmatics* 26(5): 613-634.
- Kirkmann, Arvo. 2004. "Contemporary linguistic theory of humor." *Folklore* 33: 28-58.
- Kotthoff, Helga. 2003. "Responding to irony in different contexts: On cognition in conversation". *Journal of Pragmatics* 35(9): 1387-1411.
- Keltner, Dacher et al. 2001. "Just Teasing: A Conceptual Analysis and Empirical Review". *Psychological Bulletin* 127(2): 229-248.
- Koestler, Arthur. 1964. *The Act of Creation*. New York: Penguin.
- Kuipers, Giseline. 2000. "The Difference between a Surinamese and Turk: Ethnic Jokes and the Position of Ethnic Minorities in the Netherlands." *Humor: International Journal of Humor Research* 2 (2): 11-175.
- La Fave, Lawrence. 1969. "Humor as a supplemental variable to assimilation contrast principles in psycho-social 'scales'." *Symposium Proceedings 1969 Western Psychological Association Meetings*. Vancouver: British Columbia.
- La Fave, Lawrence. 1972. "Humor judgments as a function of reference groups and identification classes." În *The Psychology of Humor*, editat de Jeffrey H. Goldstein și Paul E. McGhee, 195-210. New York: Academic Press.
- La Fave, Lawrence, Jay Haddad, și William Maesen. 1976. "Superiority, enhanced self-esteem, and perceived incongruity humour theory." În *Humor and laughter: Theory, research, and applications*, editat de Anthony J. Chapman și Hugh C. Foot, 63-91. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Linstead, Steve. 1985. "Joker wild: The importance of humor in the maintenance of organizational culture". *Sociological Review* 33 (4): 741-767.
- Loomans, Diane. 2002. *The Laughing Classroom: Everyone's Guide to Teaching with Humor and Play*. California: HJ Kramer/New World Library.
- Long, Debra și Greesser Arthur. 1988. "Wit and humor in discourse processing." *Discourse Processes* 11 (1): 35-60.
- Ludovici, Anthony M. 1932. *The secret of laughter*. London: Constable.
- Lyons, John. 1977. *Semantics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lytle, Jim. 2001. "The effectiveness of humor in persuasion: The case of business ethics training." *Journal of General Psychology* 128(2): 206-216.
- Malone, P.B. 1980. "Humor: A double-edged tool for today's managers?" *Academy of Management Review* 5(3): 357-360.
- Markiewicz, Dorothy. 1974. "Effects of humor on persuasion." *Sociometry* 37(3): 407-422.
- Martin, Rod A. 2007. *The Psychology of Humor: An integrative Approach*. London/ New York: Elsevier Academic Press.
- Martineau, William H. 1972. "A model of the social functions of humor." În *The psychology of humor*, editat de Jeffrey H. Goldstein și Paul E. McGhee, 101-125. New York: Academic Press.
- Măda Stanca. 2009. *Comunicarea în mediul profesional românesc*. Brașov: Editura Universității Transilvania din Brașov.

- Măda, Stanca. 2013. "Interpreting humorous adverts in online media". *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*. Series IV: Philology and Cultural Studies, 6(55): 73-80.
- Măda, Stanca. 2021. *Umorul mediatizat. Repere analitice*. Braşov: Editura Universităţii Transilvania din Braşov.
- McGhee, Paul și Nelda S. Duffey. 1983. "The role of identity of the victim in the development of disparagement humor. *Journal of General Psychology* 108: 257-270.
- Meyer, John. 2000. "Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication." *Communication Theory* 10(3): 310-331.
- Middleton, Russell. 1959. "Negro and White Reactions to Racial Humor." *Sociometry* 22: 175-183.
- Mindess, Harvey, Carolyn Miller, Joy Turek, Amanda Bender și Susan Corbin. 1985. *The Antioch Humor Test: Making Sense of Humor*. New York: Avon Books.
- Morreall, John. 1983. *Taking Laughter Seriously*. Albany: State University of New York Press.
- Morreall, John. 1987. *Subversive Humor against the Spirit of Seriousness*. New York. Suny.
- Morreall, John. 1997. *Humor Works*. U.S. Hard Press Inc.
- Mulkay, Michael Joseph. 1988. *On Humour: Its Nature and Its Place in Modern Society*. Cambridge: Polity Press.
- Nijholt, Anton. 2006. "Embodied Conversational Agents: A Little Humor Too." *IEEE Intelligent System* 21(2): 62-64.
- Norrick, Neal R. 1989. "Intertextuality in Humor." *Humor: International Journal of Humor Research* 2(2): 117-139.
- Norrick, Neal R. 1993. *Conversational Joking: Humour in Everyday Talk*. Bloomington: Indiana University Press.
- Norrick, Neal R. 1994. "Involvement and Joking in Conversation." *Journal of Pragmatics* 22: 409-430.
- Norrick, Neal R. 2003. "Issues in Conversational Joking." *Journal of Pragmatics* 35: 1333-1359.
- Norrick, Neal R. 2004. "Non-verbal Humor and Joke Performance." *Humor: International Journal of Humor Research* 17: 401-409.
- Norrick, Neal R. și Alice Spitz. 2008. "Humor as a Resource for Mitigating Conflict in Interaction." *Journal of Pragmatics* 40(10): 1661-1686.
- Norrick, Neal R. și Delia Chiaro (eds). 2009. *Humor in Interactions*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Oring, Elliott. 1992. *Jokes and Their Relations*. Lexington: University Press of Kentucky.
- Palmer, Jerry. 1987. *The Logic of the Absurd: On Film and Television Comedy*. London: BFI.
- Piddington, Ralph. 1933. *The Psychology of Laughter: A Study in Social Adaptation*. London: Figurehead.
- Plebe, Armando. 1952. *La teoria del comico da Aristotele a Plutarco*. Turin: Giappchelli.

- Pogrebin, Mark și Eric Poole. 1988. "Humor in the Briefing Room: A Study of the Strategic Uses of Humor among Police." *Journal of Contemporary Ethnography* 17(2): 183-210.
- Popescu, Carmen. 2009. "Understanding Ethnic Humour in Romanian Jokes." În *The Pragmatics of Humour across Discourse Domains*, editat de Marta Dynel, 173-190. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Priest, Robert. 1966. "Election Jokes: The Effect of Reference Group Membership." *Psychological Reports* 18(2): 600-602.
- Priest, Robert și Joel Abrahams. 1970. "Candidate Preference and Hostile Humour in the 1968 Elections." *Psychological Reports* 26(3): 779-783.
- Rapp, Albert. 1951. *The Origin of Wit and Humor*. New York: Dutton.
- Raskin, Victor. 1984. "Semantic Principles of Joke Construction." *Third International Conference on Humor. Conference Abstracts*. Washington, D.C.
- Raskin, Victor. 1985. *Semantic Mechanisms of Humor*. Dordrecht-Boston-Lancaster: D. Reidel.
- Raskin, Victor și Salvatore Attardo. 1991. "Humor Space: A Multidimensional Feature Taxonomy of Jokes." *Ninth International Conference on Humor and Laughter*, 26-39. Ontario, Canada: Brock University.
- Raskin, Victor. 1991. "Humor and language." *International Encyclopedia of Linguistics*, 180-182. Oxford: Oxford University Press.
- Raskin, Victor și Salvatore Attardo. 1991. "Humor space: a multidimensional feature taxonomy of jokes". *Ninth International Conference on Humor and Laughter*, 26-39. Ontario, Canada: Brock University.
- Raskin, Victor și Salvatore Attardo. 1994. "Non-literalness and non-bona fide in language: An approach to formal and computational treatments of humor." *Pragmatics and Cognition* 2 (1): 31-69.
- Raskin, Victor. 2001. "Sophistication in Humor and Humor Research." *Plenary paper presented at ISHS 2001*. University of Maryland, College Park, MD.
- Ritchie, L. David. 2011. "You're lying to Jesus! Humor and play in a discussion about homelessness." *Humor* 24 (4): 481-511.
- Ritchie, Graeme. 1999. "Developing the Incongruity-Resolution Theory". *The Proceedings of the AISB Symposium on Creative Language: Stories and Humor*, 78-85. Disponibil la <https://era.ed.ac.uk/handle/1842/3397>
- Ritchie, Graeme. 2004. *The linguistic analysis of jokes*. London/New York: Routledge.
- Ritchie, L. David. 2011. "You're Lying to Jesus! Humor and Play in a Discussion about Homelessness." *Humor: International Journal of Humor Research* 24(4): 481-511.
- Ruiz Gurillo, Leonor și Belén Alvarado-Ortega. 2012. *La lingüística del humor en Español*. Madrid: Arcó Libros.
- Rus, Violeta Ioana. 2017a. "A multimodal analysis of conventional humorous structures on sensitive topics within rural communities in Romania." *European Journal of Humor Research* 5 (1): 19-35.
- Rus, Violeta Ioana. 2017b. "Analiză multimodală a structurilor umoristice convenționale cu tematică sexuală din cadrul comunității rurale". În *Lucrările celui de-al șaselea Simpozion Internațional de Lingvistică, București, 29-30 mai 2015*, 755-765. București: Editura Univers Enciclopedic Gold.

- Rus, Violeta Ioana. 2022. *Acțiune și interacțiune umoristică în comunitatea rurală românească*. București: Editura ProUniversitaria.
- Săftoiu, Răzvan. 2009. *Discursul fatic: Un ritual interacțional*. București: Editura Universității din București.
- Shapiro, Jeremy P., Roy F. Baumeister și Jane W. Kessler. 1991. "A three-component model of children's teasing: Aggression, humor, and ambiguity." *Journal of Social and Clinical Psychology* 10(4): 459–472.
- Singer, David L., Harry F. Gollob și Jacob Levine. 1967. „Mobilization of Inhibition and Enjoyment of Aggressive Humor”. *Journal of Personality* 35: 562-569.
- Spencer, Herbert. 1860. "The physiology of laughter." *Macmillan's Magazine* 1: 395-402.
- Sperber, Dan și Deirdre Wilson. 1981. "Irony and the Use-Mention Distinction." *Radical Pragmatics* 295-318.
- Sperber, Dan și Deirdre Wilson. 1986. *Relevance*. Cambridge: Harvard University Press.
- Sperber, Dan și Deirdre Wilson. 1995. *Postface to the second edition of Relevance: Communication and Cognition*. Oxford: Blackwell.
- Sperber, Dan și Deirdre Wilson. 1997. "Remarks on relevance theory and the social sciences." *Multilingua* 16: 145-152.
- Sperber, Dan și Deirdre Wilson. 1998. "Irony and relevance: A reply to Drs Seto, Hamamoto and Yamanashi." În *Relevance theory: Applications and implications*, editat de Robyn Carston and Seiji Uchida, 283-293. Amsterdam: John Benjamins.
- Spingarn, Joel Elias. 1908. *A History of Literary Criticism in the Renaissance*. New York. Columbia University.
- Stock, Oliviero și Carol Strapparava. 2006. "Automatic production of humorous expressions for catching the attention and remembering". *Trends and Controversies: Computational Humor. IEEE Intelligent Systems* 21(2): 64-67.
- Straus, Jaeger Ian. 2014. *Incongruity Theory and Explanatory Limits of Reason*. UMV Honors College Senior Theses 26.
- Sultz, Thomas R. 1976. "A cognitive developmental analysis of humor." În *Humor and laughter: Theory, research, and applications*, editat de Anthony J. Chapman și Hugh C. Foot, 11–36. John Wiley and Sons.
- Sully, James. 1902. *An essay on laughter, its forms, its causes, its development and its value*. New York/London: Longman.
- Suls, Jerry M. 1972. "A Two-Stage Model for the Appreciation of Jokes and Cartoons: An Information-Processing Analysis." In *The Psychology of Humor: Theoretical Perspectives and Empirical Issues*, editat de Jeffrey H. Goldstein și Paul E. McGhee, 81-100. New York: Academic Press.
- Suls, Jerry M. 1977. "Cognitive and disparagement theories of humor: A theoretical and empirical synthesis." În *International Conference on Humour and Laughter: It's funny thing, humour*, editat de Anthony J. Chapman și Hugh C. Foot, 41-46. Oxford: Pergamon Press.
- Suls, Jerry M. 1983. "Cognitive Processes in Humor Appreciation". În *Handbook of Humor Research*, editat de Paul E. McGhee and Jeffrey H. Goldstein, 39-57. New York: Springer.

- Tannen, Deborah. 2005 [1984]. *Conversational Style: Analyzing Talk among Friends*. Oxford: Oxford University Press.
- Tsakona, Villy. 2003. "Jab lines in narrative jokes." *Humor: International Journal of Humor Research* 16 (3): 315-329.
- Tudor, Noemi. 2022. "Interethnic jokes in Transylvania. The case of Gypsy jokes". *Buletinul Universității Transilvania din Brașov*, Series IV, No. 2, 15(64): 9-28.
- Veale, Tony. 2004. "Incongruity in Humor: Root Cause or Epiphenomenon?". *Humor: International Journal of Humor Research* 17 (4): 419-428.
- Vega, Gladys. 1989. *Humor competence: the fifth component*. Disertație. Purdue University, West Lafayette, IN.
- Viana, Amadeu. 2013. "Humor and argumentation on everyday talk." În *Irony and Humor: From Pragmatics to Discourse*, editat de Leonor Ruiz-Gurillo și Belén Alvarado-Ortega, 219-242. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins.
- Volpe, Michael. 1977. "The Persuasive Force of Humor: Cicero's Defense of Caelius". *Quarterly Journal of Speech* 63(3): 311-323.
- Wilson, Deirdre. 2013. "Irony comprehension: A developmental perspective". *Journal of Pragmatics* 59: 40-56.
- Wilson, Deirdre. 2014. "Irony, hyperbole, jokes and banter". În *Formal Models in the Study of Language* Blochowiak, J., Grisot, C., Durrleman, S., Laenzlinger, C. (eds). Springer, Cham
- Yus, Francesco. 2003. "Humor and the search for relevance." *Journal of Pragmatics* 35 (9): 1295-1331.
- Yus, Francesco. 2008. "A Relevance-Theoretic Classification of jokes." *Lodz Paper in Pragmatics* 4(1): 131-157.
- Yus, Francisco. 2016. *Humor and Relevance*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins.
- Zafiu, Rodica. 1999. "Umorul național." *România Literară*, nr. 47, [http://www.romlit.ro/umorul\\_national](http://www.romlit.ro/umorul_national), accesat în data de 25.06.2015.
- Zafiu, Rodica. 2007. "Evaluarea umorului verbal." *Limba română. Stadiul actual al cercetării*, 497-505. București: Editura Universității din București.
- Zillmann, Dolf și Joanne Cantor. 1976. "A disposition theory of humour and mirth." În *Humor and laughter: Theory, research, and applications*, editat de Anthony J. Chapman și Hugh C. Foot, 93-115. John Wiley and Sons.
- Zillmann, Dolf și Holly Stocking. 1976. "Putdown humor." *Journal of Communication* 26: 154-163.
- Zillmann, Dolf. 1983. "Disparagement humor." În *Handbook of Humor Research: Research*, editat de Paul E. McGhee și Jeffrey H. Goldstin, 85-17. New York: Springer.
- Ziv, Avner. 1984. *Personality and Sense of Humor*. New York: Springer
- Ziv, Avner. 1988a. "Teaching and learning with humor: Experiment and replication." *Journal of Experimental Education* 57(1): 5-15.
- Ziv, Avner. 1988b. "Humor as a Social Corrective." *Writing and Reading across the Curriculum* 3: 356- 360.