

Lo stand-up comedy nel contesto interculturaleⁱ

Margherita Dore

Università di Roma "La Sapienza"

Department of European, American and Intercultural Studies

E-mail: margherita.dore@uniroma1.it

Original Article

Ricevuto il 15 settembre 2017; accettato il 22 ottobre 2017

ABSTRACT

IT Come in molti altri Paesi europei, l'Italia ha di recente sviluppato un enorme interesse nei confronti dello stand-up comedy di stile anglosassone. Comici professionisti e non si esibiscono in teatri più o meno grandi durante tutto l'anno e in diverse parti del Paese. La maggior parte di questi artisti scrive i propri spettacoli e si esibisce in italiano ma vi sono alcuni comici di madrelingua inglese, o che parlano bene questa lingua, che hanno deciso di creare eventi di stand-up quasi interamente in questa lingua. Il presente lavoro si prefigge pertanto di esplorare questo fenomeno concentrandosi in particolare sugli spettacoli del Rome's Comedy Club a cui partecipano costantemente alcuni comici, mentre altri sono invitati come parte del loro tour internazionale. L'analisi mostra che l'umorismo di questi spettacoli si basa perlopiù su stereotipi riguardanti la cultura italiana, gli italiani e la vita degli stranieri in Italia (differenze culturali, identità, ecc.). Inoltre, e cosa più importante, il modo in cui i comici e il pubblico gestiscono gli scambi umoristici sembra reggersi su una strategia comune. I primi cercano di garantire il successo della propria performance interagendo con, e testando continuamente, il secondo riguardo ad argomenti spesso controversi e sensibili (morte, scatology ecc.). Anche nei momenti in cui i commenti dei comici denigrano apertamente uno o più componenti del pubblico, quest'ultimo non si offende e accetta di conformarsi allo spirito dell'evento a cui ha scelto di partecipare.

Parole chiave: stand-up comedy, Rome's Comedy Club, stereotipi, umorismo negoziato

EN Like many other European countries, Italy has recently developed an enormous interest in stand-up comedy. Professional and amateur comedians successfully perform in large and small venues throughout the year and across the country. Most comics write and perform their scripts in Italian but some native and non-native speakers of English have joined forces to create stand-up comedy events to be delivered in this language. Hence, this article investigates the performance of regular and invited comics at Rome's Comedy Club. The analysis shows that most of the humour is based on stereotypes about Italians, their culture and foreigners living in Italy (e.g. culture shock, cultural differences and identity issues). Most importantly, the comedians and the audience seems to negotiate humour via recurrent patterns. The former tries to ensure the success of their performance by continuously testing the latter's response while dealing with more or less touchy topics (death, scatology, etc.). The comedians' disparaging comments about the audience are never taken at face values as the latter conform to the social event they have willingly decided to take part in.

Keywords: stand-up comedy, Rome's Comedy Club, stereotypes, humour negotiation

1. Introduzione

Nel corso degli ultimi trent'anni, numerosi anglofoni hanno scelto di vivere in diversi Paesi, specialmente europei. Nonostante questo non si possa definire un fenomeno nuovo, è pur vero che nelle ultime decadi diversi fattori lo hanno in un certo qual modo amplificato, quali ad esempio, la mobilità lavorativa, l'accresciuta facilità di trasporto con mezzi come aerei e treni. Inoltre, il fascino e l'utilità che l'inglese come lingua franca esercita su altre lingue e culture ha permesso a molti di ottenere facilmente offerte di lavoro nel campo dell'insegnamento. Diversamente dai migranti provenienti da terre martorate dalla guerra o in cerca di un lavoro che ne consenta la loro sopravvivenza, gli anglofoni sono definiti *expatriates* (o, in forma abbreviata *expats*) poiché trasferitisi da Paesi ricchi su base volontaria o su richiesta dell'azienda per cui lavorano per svolgere attività professionali o semiprofessionali (Rogers et al. 2013: 143). Come tutte le comunità di migranti presenti in un Paese diverso da quello di origine, anche gli anglofoni sono riusciti a stabilire reti di supporto e accoglienza (ad es., 'Wanted in Rome'¹ è un sito in cui si possono trovare informazioni utili riguardo ad alloggi, opportunità di lavoro, ecc.).

In città come Barcellona, Zurigo, Lussemburgo², gli *expats* hanno creato dei club di stand-up comedy (cabarettismo) in lingua inglese. Questi club, oltre che essere composti principalmente da comici amatoriali, ospitano anche comici semiprofessionisti che si esibiscono in tutta Europa e Nord-America. In Italia, nel 2008 Marsha De Salvatore e Stephanie Tyrrell hanno fondato il Rome's Comedy Club (RCC)³, di cui fanno parte principalmente comici madrelingua provenienti da Stati Uniti, Regno Unito, Canada che vivono in Italia permanentemente o per un periodo di tempo di alcuni mesi o anni. Il RCC ospita anche comici semiprofessionisti che girano il mondo con il loro show. Inoltre, al RCC si esibiscono in inglese comici italiani, creando così un interessante mix interculturale. Il pubblico è altrettanto eterogeneo: oltre a numerosi *expats*, diversi italiani e cittadini di svariate altre nazionalità frequentano assiduamente gli show, rendendo il fenomeno particolarmente interessante sia da un punto di vista linguistico che interazionale.

Lo stand-up comedy è il più delle volte caratterizzato dal fatto che i comici basano le loro performance su temi che spesso sono considerati tabù. Come precisa Seirlis (2011), lo stand-up concede un grado di libertà d'espressione che può riscontrarsi in pochissimi altri contesti basati sulla relazione interpersonale. I comici utilizzano temi di forte impatto, come gli stereotipi riguardanti orientamento sessuale, etnia e religione per sorprendere il proprio pubblico e ottenere un riscontro positivo da esso. Tale ipotesi è stata anche confermata dallo studio di Lockyer & Mayers (2011) in cui le ricercatrici hanno intervistato un gruppo di persone che partecipavano a spettacoli di stand-up. Sulla base delle risposte ottenute, le due studiose hanno concluso che chi frequenta questi show lo fa perché a) conosce e rispetta il comico (nel caso dei più famosi), b) desidera interagire con lui o lei, c) vuole ridere per qualcosa di inaspettato e fare un'esperienza divertente con altri. L'inaspettato si configura spesso come tabù, o anche offesa. Nell'interazione tra comico e pubblico, ciò che può essere percepito come offesa o meno diventa importante terreno d'analisi. Pérez (2013) puntualizza che il pubblico tende ad accettare e ridere di commenti offensivi da parte del comico perché non li prenda seriamente (cfr. anche Scarpetta & Spagnoli 2009). Vedremo qui di seguito su quali strutture si fonda questa interazione, facendo riferimento in particolare al contesto interlinguistico e interculturale tipico del RCC.

2. Stand-up comedy e pubblico

Prima di analizzare alcuni esempi, è necessario discutere brevemente il fenomeno dello stand-up comedy e come esso è nato e si è sviluppato nel contesto anglosassone. Nella sua dettagliata analisi del

¹ Cfr. <http://www.wantedinrome.com>

² Cfr.: <https://www.facebook.com/BarcelonaComedyFestival>, <http://internationalcomedy.club/events/reginald-d-hunter-europe-nigga-runs-zurich/> e <http://citysavvyluxembourg.com/lifestyle/luxembourgs-international-comedy-club/>

³ Per ulteriori informazioni riguardo al RCC, si può visitare la pagina (in inglese): <http://romescomedyclub.tumblr.com/ourstory>

cabarettismo dal medioevo ai giorni nostri, Mintz (1985) spiega come esso si è sviluppato negli Stati Uniti d'America, fino ad arrivare alla nascita, negli anni '80 del secolo scorso, dei piccoli locali in cui si tenevano spettacoli di stand-up comedy amatoriale. Egli descrive i comici come capaci di creare la propria *comic persona*, un alter-ego che, una volta sul palco, diviene una sorta di sciamano che guida il suo pubblico durante tutta la sua esibizione. Mintz discute in modo sistematico l'organizzazione di questi spettacoli, ma precisa come il comico sia sempre pronto ad adattarsi al contesto e al pubblico che si trova davanti. Mintz definisce la parte iniziale dell'evento in cui il comico si rivolge con battute veloci al pubblico con il termine *working the room* (si potrebbe dire che "scalda l'atmosfera" o "il pubblico"). Nel fare domande, che possono includere offese e insulti (ibid. 78–79), il comico testa il pubblico per capire chi ha di fronte. Nella sua analisi dello stand-up nel contesto del Regno Unito, Rutter (1997, 2000) definisce questa parte dello show come *warm-up* e spiega che, perlopiù, essa è portata avanti dal presentatore (o *compère*) per creare un ambiente positivo e allegro per i comici che si esibiranno sul palco. Rutter (2000: 477) aggiunge altre strategie per incitare il pubblico, tra cui la richiesta dell'applauso mentre il comico sale sul palco. Tutto ciò mira a stabilire un legame positivo tra le due parti anche prima che l'esibizione abbia inizio. Lo show si conclude con tutti i comici sul palco e con altre battute finali rivolte ai comici stessi e al pubblico, oltre che con i ringraziamenti da parte del presentatore.

Secondo Mintz (1985: 79), gli show di stand-up comedy si basano sull'esagerazione, distorsione e ridicolizzazione di fatti e persone, oltre che la presentazione di contesti incongrui e quindi umoristici (Raskin, 1985; Attardo, 1994; per ciò che concerne l'incongruenza nell'umorismo). Certamente l'originalità diviene fondamentale per potere sviluppare una *comic persona* e ciò può assicurare una carriera da professionisti nel campo (Pate, 2014: 66). Come anticipato, in questo caso ci si concentra su esibizioni di comici amatoriali o semiprofessionisti piuttosto che su comici di professione. Lo scopo principale di questo studio è infatti comprendere come il contesto interculturale influenzi l'interazione tra comico e pubblico. Infatti, come osserva Mintz (2009: 18):

Perhaps the best, if not the only, place to witness stand-up comedy and true social and cultural mediation is in live performance, preferably at one of the small comedy clubs or intimate night club rooms where the interaction between the comedian and the audience is more prominent (Mintz, 1985: 78)

[Forse il modo migliore, se non l'unico, di comprendere come lo stand-up comedy e la mediazione sociale e culturale avvengano è assistere a uno spettacolo dal vivo, preferibilmente in uno di quei piccoli comedy club o localini in cui l'interazione tra comico e pubblico è evidente; tda]

L'interazione umoristica si basa su un processo negoziale che avviene sia sul piano sociale che culturale. Diversi studi hanno dimostrato quanto le performance dei comici spesso si reggano su un umorismo non filtrato dalla correttezza e/o autocensura nei confronti del *target* dell'umorismo, sia esso il comico stesso, il pubblico o un soggetto esterno, assicurandone così la sua accettazione da parte del pubblico (ad es., Lockyer & Mayers, 2011; Pérez, 2013; Scarpetta & Spagnolli, 2009). Rutter (2001) definisce quattro strategie sulla base delle quali il comico cerca di instaurare un processo di interazione e negoziazione dell'umorismo con pubblico:

1. *Re-incorporation* [re-incorporazione], che implica l'utilizzo di elementi umoristici ricorrenti (parole, frasi ad effetto, argomenti, ecc.). Questi elementi servono a fare in modo che il pubblico risponda positivamente al momento giusto (cfr. anche Scarpetta & Spagnolli 2009 e Adetunij 2013)
2. *Alliteration* and *assonance* [allitterazione e assonanza, o anche rima], che può presentarsi nel corpo del testo e nella battuta finale.
3. *Character footing* [l'impronta del personaggio], che si riferisce al modo in cui il comico modula la voce durante la propria performance. Si può anche riferire a un personaggio o alter-ego caratterizzato da una particolare mimica, gestualità ed espressività linguistica o fonica (ad es., un assassino dalla voce roca).

4. *Intonation* [intonazione], che si riferisce specificatamente al modo in cui l'intonazione della voce è utilizzata per evidenziare parti del testo comico, come la battuta finale.

Come si vedrà in seguito, alcuni dei comici qui analizzati utilizzano una o più di queste tecniche in modo cosciente o meno per ottenere l'effetto desiderato durante la loro performance (Rutter, 2001: 308).

3. Stand-up comedy interculturale

Gli studi dedicati agli show di stand-up comedy in una lingua diversa dal contesto culturale in cui si tengono sono ad oggi pochi o nulli (eccezioni si possono trovare in Dore (*in c.d.s.*) e Palmieri in questo volume). Gli studiosi si sono principalmente concentrati sul ruolo del code-mixing nello stand-up (ad es., Adetunji, 2013; Harimoto 2011; Perrino, 2015) o su come il code-switching e l'eteroglossia possano essere usati per ridefinire e sfidare gli stereotipi culturali (Da Silva, 2015; Jaffe, 2015; Koven & Simões Marques, 2015; Vigouroux, 2015). È pertanto interessante analizzare il modo in cui sia i comici madrelingua e non al RCC si presentano e interagiscono con un pubblico che sanno essere estremamente eterogeneo, trattando temi tabù come il sesso o la morte e, cosa molto importante, il concetto di identità.

Il materiale analizzato qui di seguito è stato raccolto tramite registrazione video durante uno degli show del RCC che si tengono una volta al mese a Roma (in questo caso marzo 2015). Come anticipato, alcuni dei comici fanno parte del gruppo che si esibisce regolarmente, mentre altri sono degli ospiti occasionali. A tutti è stato chiesto il permesso di essere registrati e citati per nome e cognome. Solo una di loro non ha dato il suo consenso per motivi di lavoro e verrà utilizzata solo la prima lettera del suo nome di battesimo per salvaguardarne l'anonimato.

Da un punto di vista metodologico, si è fatto riferimento alle strategie di Rutter (2001) descritte sopra per mostrare il modo in cui i comici cercano di coinvolgere il proprio pubblico e ottenerne una risposta positiva, che include risate, applausi, fischi e commenti. Per la trascrizione degli esempi, si è seguita la metodologia offerta da Vigouroux (2015), che aiuta a riportare elementi linguistici ed extralinguistici nel materiale indagato. A causa di limiti di spazio, si presenteranno qui di seguito dei brevi esempi in inglese, con la traduzione in italiano.

Sebbene non sia possibile discutere tutti gli esempi del corpus, è interessante notare che i comici sembrano condividere un atteggiamento simile riguardo le loro performance. Oltre a vari temi che includono l'autoironia riguardante il proprio corpo, vita sessuale ecc., in generale, tutti i comici stranieri tendono a deridere la cultura a cui appartengono (ad es., americana, britannica, irlandese, asiatica, messicana, ecc.) e quella in cui si trovano, cioè quella italiana. Allo stesso modo, il comico italiano ha come *target* la propria cultura, ma anche quella anglosassone e in particolare il fenomeno degli anglofoni che scelgono di vivere in Italia e insegnare l'inglese, più per necessità che per vocazione (esempio (4) in basso).

L'esempio (1) riportato qui di seguito ridicolizza sia la cultura americana che quella inglese, oltre che la società odierna in generale. Il comico in questione è Ryan Castello (RC), un avvocato americano (di chiare origini italiane) che vive a Roma perché sposato con un'italiana e che nel tempo libero si esibisce al RCC. In questo caso, RC sfrutta la spesso dichiarata ignoranza degli americani riguardo al patrimonio culturale italiano (e mondiale) che si trovano a visitare:

Esempio 1

Testo in inglese	Traduzione
RC: This is a lea::rnt thing_ it doesn't happen /Naturally. It's a difficult /problem for Americans_ \it can be /serious. You saw these two American girls who were recently arrested inside the Coliseum.	È qualcosa che si impara. Non accade naturalmente. È un problema difficile per gli americani e può diventare una cosa seria. Avete visto le due ragazze americane arrestate nel Colosseo.
Aud.: ((Laughter)) Yeah!	((Risata)) Sì!

RC: They were arrested inside the Coliseum for etching their names <miming the action> into the /wa:ll of the /COLISEUM	Sono state arrestate perché hanno inciso i loro nomi <mima l'azione> su un muro all'interno del Colosseo
Aud.: ((Laughter))	((Risata))
RC: \And then taking a selfie_ _ Right_ You can't really /blame them_ They /didn't understand what they were doing_ They didn't know_ To them there's no /appreciable difference between the /INSIDE of an /architectural \marvel of /ANTIQUITY and the inside of a dressing room at /GAP.	E poi si sono fatte un selfie. Bene. Come incolparle però. Non capiscono quello che fanno. Non ci arrivano. Per loro non vi è nessuna differenza sostanziale tra l'interno di una meraviglia architettonica dell'antichità e quello di un camerino di GAP.
Aud.: ((Laughter))	((Risata))
RC: No difference.	Nessuna differenza.
Aud.: ((Laughter))	((Risata))
RC: No difference at all, you know <takes a break and drinks water>	Nient'affatto, sapete <pausa, beve dell'acqua>
Aud.: ((Laughter; prolonged applause))	((Risata; applauso prolungato))
RC: Sure, there's no /remorse about it. <playing the your girl with squeaky voice> I'm /SO:: /sorry /ohh_ /SO:: /sorry about \that_ I sort didn't know that two letters /inside thi::s rock would be /such a big \deal_	Non c'è traccia di rimorso <con l'intonazione stridula di una ragazzina> Mi spiace tanto, ohh mi spiace davvero, ma io cioè non sapevo che due letterine su una pietra diventassero un problema così grande
Aud.: ((Laughter))	((Risata))
RC: I'm /SO:: /sorry Mr. /Carabinieri Me::n.	Mi spiace tanto signori Carabinieri.
Aud.: ((Laughter))	((Risata))
RC: Hey, listen! Do you think we can take a selfie in this cute little town in jail cell here <miming the action>	Ehi, sentite, pensate che ci possiamo fare un selfie in questa celletta di questa cittadina qui <mima l'azione>
Aud.: ((Laughter))	((Risata))
RC: <Miming dialing on the phone>Hashtag, just like /Amanda Kno::x	<mima la ragazza che scrive sul cellulare> Hashtag, proprio come Amanda Knox
Aud.: ((Prolonged laughter)) ((mild disapproving tone)) Ohh!	((Risata prolungata)) ((con lieve tono di disapprovazione)) Ohh!

L'umorismo in questo caso scaturisce dall'incongruenza che RC mette in evidenza: una stereotipica ragazza americana non arriva a comprendere la differenza esistente tra un esempio di antichità come il Colosseo e il camerino di un negozio. Secondo RC, la cosa che poi lascia ancora più stupiti è il fatto che non capiscano la gravità della situazione in cui si trovano. Nell'imitare l'intonazione (smorfiosa) delle ragazze, RC utilizza la strategia che Rutter (2001) chiama *character footing*, che rinforza la carica umoristica della sua performance, come confermato dalle risate e dalla partecipazione del pubblico. Inoltre, RC sfrutta la conoscenza da parte del pubblico presente (anglosassone o meno) che vive in Italia dei "Carabinieri"; piuttosto che usare un termine generico come "poliziotti", RC utilizza un elemento che caratterizza fortemente il contesto poiché i Carabinieri sono una forza di polizia distribuita capillarmente sul territorio italiano. Tuttavia, il pubblico si trova in una posizione scomoda nel momento in cui RC menziona in nome di Amanda Knox (la studentessa americana condannata in primo grado di giudizio e poi assolta in secondo grado per l'omicidio della studentessa britannica Meredith Kercher a Perugia nel 2007). Nonostante la prolungata risata, parte del pubblico sembra avere sentito (forse per convenzione sociale) la necessità di esprimere una seppur

moderata disapprovazione. Un'ipotesi che questa autrice suggerisce è che tale reazione sia pervenuta dalla maggioranza di cittadini americani presenti nel pubblico oppure da chi preferisce non si scherzi con un tema tanto delicato come la morte di una giovane ragazza.

Per quanto riguarda invece la ridicolizzazione degli italiani sulla base di stereotipi consolidati, vale la pena menzionare una delle battute di José Salgado (JS), un messicano che vive stabilmente in Canada ma si trova in Italia da alcuni anni per lavoro. JS è uno degli ospiti del RCC e si presenta con la seguente battuta sugli italiani:

Esempio 2

Testo in inglese	Traduzione
JS: I was reading an article about Italians _ and it said that_ Italians are the least frequent users of Twitter in the whole world_ and actually that's very easy to understand because there's no Italian who can convey a simple message in 120 characters.	JS: Leggevo un articolo sugli italiani che diceva che sono tra coloro che usano di meno Twitter al mondo e credo che sia molto facile da capire perché non ci sono italiani in grado di esprimere un messaggio semplice in 120 caratteri.
Aud.: ((Applause, laughter)) YE::SS!! WHOA!!	((Applauso, risata)): Sì! Ahh!

L'idea stereotipata che gli stranieri hanno degli italiani riguardo la loro mancanza di coincisione è tradotta in questa battuta sul limite dei 120 caratteri imposti dal social network *Twitter*. In questo caso, non solo il pubblico ride e applaude ma si sentono commenti ad alta voce che confermano quanto sostenuto dal comico. Altre battute di JS che hanno per *target* gli italiani si riferiscono alla loro poca cura nel parcheggiare e l'incapacità di rispettare lo spazio personale dell'altro. JS è però anche capace di grande autoironia a quando sale sul palco e saluta tutti i latino-americani presenti "in cucina", con un chiaro riferimento alle condizioni svantaggiate in cui molti si trovano a vivere non solo in Italia, ma anche in Europa e Nord-America. Per quanto riguarda l'autoironia, anche le due comiche (K. e Denise McNee) che si sono esibite durante lo show in oggetto sono state capaci di scherzare in particolare sul proprio peso corporeo. K. inoltre ha spesso fatto riferimento al fatto di essere un'americana gay e di origini coreane.

Winter Foenander (WF) è un comico irlandese e, come JS e K., è ospite della serata oggetto di analisi; anche lui basa una buona parte della sua esibizione sull'autoironia. L'estratto che segue si riferisce ai cambiamenti fisici dovuti al passare del tempo e in particolare alla calvizie:

Esempio 3

Testo in inglese	Traduzione
WF: You know , I_ I'm getting old, right_ and so_ you are getting old too_ so I shaved my head.	WF: Sapete, sto invecchiando, OK... e invecchi anche tu_ beh, mi sono rasato i capelli.
Aud.: ((Laughter))	((Risata))
WF: No, don't worry, it's OK_ it happens to all of us_ but I know the party is /over and my /hai::r knows this, /right?	WF: No, non vi preoccupate, va bene, capita a tutti, ma so che la festa è finita e lo sanno anche i miei capelli, OK?
Aud.: ((Laughter))	((Risata))
WF: So it's leaving my head and exiting via_ my /arsehole_	Stanno lasciando la testa e uscendo dal buco del culo
Aud.: ((Prolonged laughter))	((Risata prolungata))
WF: And you \know _ I've a girlfriend_ and she's lovely and she says: "Winter, why do you spend so much time in the /toilet?"	E sapete, ho una fidanzata ed è adorabile, ma mi chiede: "Winter, perché passi tanto tempo in bagno?"

Aud.: Ooh	Ooh
WF: I said: “Look! At my age_ when arsehole is /so:: hairy _ it’s like shitting through a /wicker basket_”	Le ho risposto: “Guarda! Alla mia età quando hai un buco del culo così peloso, sembra di cacare da un canestro di paglia intrecciato
Aud.: ((Prolonged laughter))	((Risata prolungata))
WF: It’s true, it’s an /horrible image, I know_ _ Enjoy your /food, Madam!	Lo so, è un’immagine orrenda, lo so. Buon appetito, signora!
Aud.: ((Prolonged laughter))	((Risata prolungata))

Per quasi tutta la durata del suo show, WF fa uso di argomenti tabù, in particolare utilizza riferimenti sessuali e scatologici. In questo esempio, WF associa le sue possibili accresciute difficoltà di defecazione al fatto che l’età abbia portato a una maggiore peluria nelle sue parti intime. Quest’immagine produce una risposta divertita del pubblico, specialmente quando WF paragona il suo ano a un canestro di paglia che perde piccoli filamenti a causa dell’usura. È interessante sottolineare che la battuta finale in cui WF nota una signora che mangia e le augura buon appetito diventa il momento di ilarità maggiore tra il comico e il pubblico, che coglie l’incongruenza tra cibo e feci. Purtroppo, è difficile dire se la battuta di WF fosse premeditata o meno. Si può supporre che, sapendo o meno in anticipo che cibo e bevande venivano serviti in quel locale, WF ha saputo cogliere, da comico semiprofessionista quale è, l’occasione di massimizzare l’effetto della sua performance.

Per concludere, l’ultimo esempio è tratto dall’esibizione di Francesco Di Carlo (FDC). Come anticipato, egli è l’unico comico italiano che si è esibito durante lo show. La sua performance è in inglese anche se è ben consapevole dei suoi limiti linguistici e in vari momenti si ferma a precisare che quello che parla lui non è né inglese né italiano, ma “un’altra cosa”. Ciò detto, FDC è anche capace di coinvolgere il pubblico prendendosi gioco:

Esempio 4

Testo in inglese	Traduzione
FDC: My English_ sucks and-	Il mio inglese fa schifo e
Aud.: ((Laughter))	((Risata))
FDC: Thank you! Thank you! And_ it’s very ‘ard to speak in English in front of an audience of /English teachers_ _ That’s what /you are	Grazie! Grazie! Ed è molto difficile parlare in inglese davanti a un pubblico di insegnanti di inglese, che è quello che siete
Aud.: ((Prolonged laughter))	((Risata prolungata))
FDC: /THAT’S why you are ‘ERE today.	È quello che siete oggi qui.
Aud.: ((Laughter))	((Risata))
FDC: You’re not the kind of people who say “Uhhh, what can I do in my life? How can I make my life /USEFUL for the humanity? and_ and feel satisfied? Uhhh I’ll teach English to the Italians, yes!	Non siete il tipo di persone che si sono dette: “Uhm, che posso fare della mia vita? Come posso rendermi utile all’umanità? e sentirmi soddisfatto di me? Uhm, insegnerò inglese agli italiani, sì!
Aud.: ((Prolonged laughter))	((Risata prolungata))
FDC: That’s /NOT why you’re ‘ere to_ like_ eat our food_ visit our cities, find a lover to ((incomprehensible)) together a permesso di soggiorno	Non è la ragione per la quale siete qui, per mangiare il nostro cibo, visitare le nostre città, trovare un amante per ((incomprensibile)) insieme un permesso di soggiorno
Aud.: ((Prolonged laughter))	((Risata prolungata))

Francesco De Carlo è uno dei comici che si esibisce regolarmente al RCC ed è ben consapevole del fatto che la maggior parte del pubblico è composto da anglofoni che, per vivere in Italia, insegnano inglese. Pertanto, si prende gioco di loro insinuando che le loro scelte lavorative siano state dettate dal desiderio di vivere in questo Paese piuttosto che da una vera vocazione all'insegnamento. In particolare, il *target* di FDC divengono tutti quei membri del pubblico non europei (ad es., americani, australiani, ecc.) che hanno bisogno di un permesso di soggiorno per risiedere e lavorare in Italia. La risposta divertita del pubblico conferma che nessuno prende sul serio l'offesa ed è capace di ridere di sé e degli altri, presupposto imprescindibile nel momento in cui si decide di partecipare a uno show di stand-up comedy.

4. Conclusioni

Questa seppur breve analisi si è concentrata sullo stand-up comedy in un contesto interculturale, poiché questo è un fenomeno che sta prendendo sempre più piede in Europa e nel mondo. Si è voluto così gettare un primo sguardo sulle dinamiche che entrano in gioco durante eventi che utilizzano l'inglese, una lingua non ufficiale ma altamente apprezzata nel Paese di riferimento e nel mondo in generale in quanto lingua franca. Nel caso specifico del RCC, appare evidente che il comico e il pubblico collaborano nella costruzione dell'umorismo, anche nel caso in cui i temi trattati siano tabù e sfidino le convenzioni sociali e interpersonali. Si spera che la ricerca in questo campo possa continuare per cercare di comprendere in modo più approfondito come l'umorismo è concepito, sviluppato e negoziato tra le persone di lingua e cultura diversa in eventi come lo stand-up comedy, ma anche in altri contesti.

Appendice

Convenzioni di trascrizione:

xyz::	prolungamento di suono
–	pausa breve
– –	pausa lunga
/	intonazione a salire
\	intonazione a scendere
[Inaud.]	frase incomprensibile
CAPS	parole dette ad alta voce
c-	frase interrotta
(...)	omissione
<xyz>	delimitazione di note extralinguistiche
((xzy))	note extralinguistiche
[...]	intervento dell'autore

Bibliografia

- Adetunji, A. (2013). The Interactional Context of Humor in Nigerian Stand-Up Comedy. *Pragmatics*, 23(1), 1-22.
- Attardo, S. (1994). *Linguistic Theories of Humor*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Da Silva, E. (2015). Humor (re)positioning Ethnolinguistic Ideologies: “You tink is funny?”. *Language in Society*, 44(2), 187–212.
- Dore, M. (*in c.d.s.*). Laughing at you or laughing with you? Humor negotiation in intercultural stand-up comedy. In Villy Tsakona e Jan Chovanec (a cura di) *The Dynamics of Interactional Humor. Creating and negotiating humor in everyday en- counters*, Amsterdam: John Benjamins.
- Harimoto, M. (2011). Is Dat Dog You're Eating?: Mock Filipino, Hawai'i Creole, and Local Elitism. *Pragmatics*, 21(3), 341-371.

- Jaffe, A. (2015). Staging Language on Corsica: Stance, Improvisation, Play, and Heteroglossia. *Language in Society*, 44(2), 161–186.
- Koven, M., & Simões Marques, I. (2015). Performing and Evaluating (non)modernities of Portuguese Migrant Figures on YouTube: The case of Antonio de Carglouch. *Language in Society*, 44(2), 213–242.
- Lockyer, S. & Mayers, L. (2011). 'It's About Expecting the Unexpected': Live Stand-up Comedy from the Audiences Perspective. *Participations, Journal of Audience & Reception Studies*, 8(2), 165–188.
- Mintz, Lawrence E. (1985). Stand-Up Comedy as Social and Cultural Mediation. *American Quarterly*, 37(1), 71–80.
- Palmieri, G. (2018). Violazioni maligne: tabù, conflitto e potere al Comedy Store di Londra. *RISU* 1(1), 15-21.
- Pate, G. (2014). Whose Jokes Is It Anyway? Originality and Theft in the World of Stand-up Comedy. *Theatre Journal*, 66(1), 55–71.
- Pérez, R. (2013). Learning to make racism funny in the 'color-blind' era: Stand-up comedy students, performance strategies, and the (re)production of racist jokes in public'. *Discourse Society*, 24, 478-503.
- Perrino, S. (2015). Performing Extracomunitari: Mocking Migrants in Veneto barzellette. *Language in Society*, 44(2), 141–160.
- Raskin, V. (1985). *Semantic Mechanisms of Humor*. Dordrecht: D. Reidel.
- Rogers, A., Castree, N., & Kitchin, R. (2013). *A Dictionary of Human Geography*, Oxford: Oxford University Press.
- Rutter, J. (1997). Stand-up as interaction: Performance and audience in comedy venues. Unpublished doctoral dissertation.
- Rutter, J. (2000). The stand-up Introduction Sequence: Comparing Comedy Compères. *Journal of Pragmatics*, 32, 463–483.
- Rutter, J. (2001). Rhetoric in Stand-up Comedy: Exploring Performer-Audience Interaction. *Stylistyka*, 10, 307–325.
- Scarpetta, F., & Spagnoli, A. (2009). The Interactional Context of Humor in Stand-Up Comedy. *Research on Language & Social Interaction*, 42(3), 210–230.
- Seirlis, J. K. (2011). Laughing all the way to Freedom?: Contemporary stand-up Comedy and Democracy in South Africa'. *Humor - International Journal of Humor Research*, 24(4), 513–530.
- Vigouroux, C. B. (2015). Genre, Heteroglossic Performances, and new Identity: Stand-up Comedy in Modern French Society. *Language in Society*, 44(2), 243–272.

Biografia

Margherita Dore

Margherita Dore è assegnista di ricerca e docente a contratto presso il Dipartimento di Studi Europei, Americani e Interculturali dell'Università di Roma "La Sapienza". Ha conseguito la laurea in Lingue e Letterature Straniere presso l'Università degli Studi di Sassari, un MSc in Studi di Traduzione e Interculturali presso l'UMIST e il PhD presso l'Università di Lancaster (Regno Unito). Margherita Dore ha curato *Achieving Consilience. Translation Theories and Practice* (CPS, 2016) e pubblicato diversi articoli sull'umorismo e la sua traduzione in campo audiovisivo.

ⁱ Questo saggio è una versione parzialmente tradotta e rivisitata del seguente lavoro: Dore, M., 'Laughing at you or laughing with you? Humor negotiation in intercultural stand-up comedy', in Villy Tsakona & Jan Chovanec (a cura di) *The Dynamics of Interactional Humor Creating and negotiating humor in everyday encounters*, 2018, pp. 105-126. Sono grata a John Benjamins per il permesso di riprodurre parte del mio lavoro originale.