فصل‌نامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی، دوره‌ی هشتم، شماره‌ی ۲، پاییز ۹۸، صفحات ۲۰۳-۱۷۵

تحلیل محتوای جوک‌های مبادله‌شده در شبکه‌ی اجتماعی تلگرام
(با تأکید بر جوک‌های متداول سال ۹۶)

پرنیا رضی‌پور،[۱] فرح ترکمان[۲]، علی رحمانی‌فیروزجاء[۳]

تاریخ دریافت:۱۳۹۷/۱۱/۰۷ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۴/۲۰

چکیده

امروزه جوک‌ها حجم وسیعی از پیام‌های ارسالی در گوشی همراه و فضای مجازی را به خود اختصاص داده‌اند و یکی از موضوعات به‌روز جامعه‌شناسی محسوب می‌شوند که ابعاد مختلفی برای بررسی و واکاوی دارد. این پژوهش با تحلیل محتوای جوک‌های مبادله‌شده در شبکه‌ی اجتماعی تلگرام تلاش می‌کند به این پرسش‌ها پاسخ دهد: محتوای جوک‌های مبادله‌شده در شبکه‌ی اجتماعی تلگرام چیست؟ این پیام‌ها از منظر اجتماعی و قدرتی به چه مسایلی اشاره دارد؟ روش این پژوهش تحلیل محتوا بوده و حجم نمونه آن بیش از ۶۰۰ جوک است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد جوک‌های تلگرامی همانند یک محیط کارناوال‌گونه عمل می‌کند؛ چراکه بسیاری از اعمال ممنوع و تابو اجتماعی در این محیط اجازه‌ی بیان وانتقاد می‌یابد. همچنین در این پژوهش نشان داده شد جنسیت، قومیت و خانواده از جمله‌ی مهم‌ترین مسایل گروهی و درون‌گروهی هستند که بیش‌ترین تقابلات قدرتی و احساسی در آن‌ها دیده شده است.

واژه‌های کلیدی: بررسی جامعه‌شناسی؛ تحلیل محتوا؛ جوک؛ شبکه‌ی اجتماعی تلگرام؛ مسایل اجتماعی.

[۱] دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد تهران مرکز . parniya641@gmail.com
[۲] استادیار جامعه شناسی گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز(نویسنده‌ی مسؤول) . ft134033@gmail.com
[۳] دانشیار جامعه شناسی گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد بابل. arf1348@gmail.com

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

مقدمه و بیان مسأله

شوخ‌طبعی و جوک از گذشته موردتوجه علوم مختلف بوده است، چنانچه بسیاری از زبان-شناسان(دوسوسور[۱] ۱۹۹۰، رادکلیف براون[۲] ۱۹۵۰ و نش[۳]۱۹۸۵) و روان‌شناسان (فروید[۴] ۱۹۳۹، پاتریک لونگ[۵] ۱۹۸۷ وال لوید ۱۹۸۳) و پزشکانی چون (ویلیام فرای[۶]۱۹۹۰،و رود مارتین[۷]، ۱۹۹۸) به تأثیرات زبانی، جسمانی و روانی شوخ‌طبعی اشاره داشته‌اند. از منظر جامعه‌شناختی نیز جوک‌ها علاوه بر بذله‌گویی، به عنوان یک ابزار کارآمد مسایل اجتماعی است، چراکه می‌تواند شامل بسیاری از واکنش‌های احساسی، عقیدتی و نگرشی مختلف باشد. در این باره دیویس[۸] عقیده دارد که شوخ‌طبعی اجتماعی نه‌تنها برای تمسخر نیست، بلکه بسیاری از مضامین اجتماعی، محیطی و قومیتی را بازگو می‌کند. در نظر کریکمن[۹] این نوع از شوخی شامل بسیاری از احساسات افراد همانند پرخاشگری، نفرت، خشم نسبت به مسایل اجتماعی است(کریکمن،۲۰۱۴: ۱۸۹).

از سوی دیگر وجود شبکه‌های اجتماعی مجازی پدیده‌ای است که در چند دهه‌ی اخیر معنا و مفهوم پیدا کرده؛ به طوری که امروزه به عنوان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر، زندگی بسیاری از کاربران را تحت تأثیر خود قرار داده است(فرقانی و مهاجری،۱۳۹۷: ۲۶۰).

امروزه استفاده از تلفن همراه و فن‌آوری اینترنتی به دلیل سهولت و جذابیت آن، نفوذ بیش‌تری در زندگی اجتماعی و سبک زندگی مردم پیداکرده است(حسینی پاکدهی و حاج محمدی،۱۳۹۰: ۲۴۸). برخی از محققین بر این باورند: در عصر حاضر شبکه‌های اجتماعی بسیاری ظهور پیداکرده‌اند که در آن‌ها، میزان تعاملی و دوطرفه بودن ارتباط بسیار بالاست و در موارد متعددی مصرف‌کننده خود به تولیدکننده تبدیل می‌شود (باستانی، خانیکی و ارکان زاده یزدی:۱۳۹۷: ۳). که همین امر بر جذابیت فضای مجازی و خصوصاً شبکه‌ی اجتماعی تلگرام افزوده است. نکته‌ی حائز اهمیت دیگر این است که کانال‌های جوک و طنز به عنوان یکی از پربازدیدترین صفحات اجتماعی از قبیل تلگرام هستند که کاربران بی‌شماری آن‌ها را دنبال می‌کنند.

---

[۱] Ferdinand de Saussure
[۲] Alfred Reginald Radcliffe-Brown
[۳] Nash
[۴] Sigmund Schlomo Freud
[۵] Wall Loyd
[۶] William Frye
[7] Martin
[8] Dives,1990
[9] Kerikman

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

بررسی‌های مختلف انجام‌گرفته در چند سال اخیر: عاملی(۱۳۸۷)[۱]، رحیمی و همکاران (۱۳۸۵)[۲]، حسینی پاکدهی و حاج محمدی(۱۳۹۰)[۳] نیز مبین این نکته است که طنز و جوک، بیش‌ترین حجم پیامک‌های ارسالی در گوشی همراه را تشکیل می‌دهند.

از نظر توکلی‌راد و غفاری(۱۳۹۵) جوک‌ها بخشی از طنز شفاهی جامعه‌ی ایرانی است که طیف عظیمی از جامعه، در زندگی روزمره‌ی خود از آن استفاده می‌کنند. سفیری و شهرزاد(۱۳۹۵) نیز بر این باورند که طنز مجازی یکی از موضوعات مهم و به‌روز جامعه‌شناسی است که ابعاد مختلفی برای بررسی و انکشاف دارد. در نظر آن‌ها جوک‌ها قابلیت آن را دارند که بسیاری از تغییرات فرهنگی، سیاسی و روندهای اجتماعی را پیش از تبدیل‌شدن به واقعیت به ما نشان دهند. از منظر دیگر زمانی که از رسانه‌های نوین یاد می‌کنیم، منظور جدیدترین رسانه است. این اصطلاح را می‌توان نتیجه‌ی رشد و توسعه‌ی فن‌آوری‌های نوین ارتباطات و رسانه‌های اینترنتی دانست که طیف وسیعی از تغییرات در تولید، بازتولید، توزیع، انتشار و دریافت ارسال پیام و اطلاعات را در برمی‌گیرد(مگ کوئیل،۱۳۸۷ به نقل از مرادی و نادری،۱۳۹۵: ۱۴۰).

این پژوهش نیز با توجه به محبوبیت و نوین‌بودن شبکه‌ی اجتماعی تلگرام درصدد آن است که به تحلیل محتوای جوک‌های مبادله‌شده درشبکه بپردازد و تلاش می‌کند به این پرسش‌ها پاسخ دهد: محتوای جوک‌های مبادله‌شده در شبکه‌ی اجتماعی تلگرام چیست؟ محتوای این پیام‌ها از منظر اجتماعی و قدرتی به چه مسایلی اشاره دارد؟

پیشینه‌ی پژوهش

هر تحقیق علمی باید با آگاهی و مرور تحقیقات پیشین انجام گیردتا محقق با شناخت نتایج و یافته‌های این تحقیقات آگاهی خود را تعریف و ابعاد آن را مشخص کند(کیوی و کامپنهود[۴]،۱۳۷۸: ۳۶). لذا پژوهش حاضر با بررسی مرتبط‌ترین مطالعات داخلی و خارجی درصدد شناخت جامع‌تر نسبت به موضوع پژوهش است.

[۱] در مقاله‌ای تحت عنوان مصرف تلفن همراه

[۲] در مقاله‌ای تحت عنوان آسیب‌شناسی پیامک

[۳] در مقاله‌ای تحت عنوان نوجوانان و تلفن همراه

[4] Kiwi & kampnhvd

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

الف) مطالعات داخلی

سفیری و شهرزاد(۱۳۹۵): به پژوهشی تحت عنوان «تحلیل تماتیک جوک‌های مبادله در برنامه‌ی اتاق جوک» پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد جوک‌ها به واسطه‌ی نفوذ آسان‌تر در فرهنگ عامه توانسته‌اند در زمینه‌های مذهبی به چالش‌کشیدن قدرت خرد و کلان، نقد رفتارها و خلقیات اجتماعی، بیان اعتراضات اجتماعی اعلام موضع کنند.

توکلی راد و غفاری(۱۳۹۵)؛ در پژوهشی تحت عنوان «جوک سیاه، تعامل اجتماعی و پیامد غیر سازنده‌ی آن» به پیامد منفی جوک‌هایی پرداختند که در اصطلاح جوک‌های سیاه نامیده شده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد جوک‌های سیاه پیامدهای متعددی دارند که در ابعاد مختلف روانی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی پدیدار می‌شوند؛ تا جایی که ممکن است انسجام جامعه را مختل کنند.

کوثری، خیرخواه(۱۳۸۷)؛ در پژوهشی به «بررسی تحلیل محتوای پیام‌های کوتاه دانش‌جویان دانش‌گاه تهران» پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که محتوای پیام‌های کوتاه، مبادله‌شده بین دانش‌جویان، حاکی از آن است که نوعی اخلاق ارتباطی جدید، به‌ویژه میان دو جنس، در حال ظهور است که تلفن همراه و پیام کوتاه، نقش مهمی در آن دارند.

ب) مطالعات خارجی

عابدینی فرد[1](۲۰۱۵)؛ در پژوهشی تحت عنوان «تحلیل جنسیت در طنزهای اینترنتی با تحلیل ۱۵۰ جوک زبانی یا تصویری بسیاردیده درباره‌ی جنسیت از ۸ وب‌سایت اینترنتی صورت گرفته» پرداخته است و به دنبال این پرسش بود که چه میزان این طنزها دربردارنده‌ی کدهای مربوط به ایده‌های جنسی، فمینیستی و پست‌فمینستی است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که کلیشه‌های سنتی جنسی کماکان در جوک استمرار یافته ولی شاهد ظهور تصویر پست‌فمینیستی در کنار آن هستیم که می‌تواند روزنه‌ی امیدی برای رشد برابری جنسیتی از طریق جوک اینترنتی فراهم کند.

نقدی‌پور[2](۲۰۱۴)؛ در پژوهشی تحت عنوان «جوک در ایران به محتوای جوک‌های فارسی» پرداخته است. محقق این پژوهش عقیده دارد محتوای جوک فارسی عموماً مسایل قومی و سیاسی را شامل می شود که هدف از بیان آن نقص تابوهای اجتماعی و سیاسی است. جوک‌های قومیتی نیز نشان‌دهنده‌ی رقابت برای فرصت‌های اجتماعی و اقتصادی بهتر در ایران است.

[1] A bedinifard
[2] Naghdipur, bakhityar

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

شیفمن و همکاران[1](۲۰۰۷)؛ در مقاله‌ای تحت عنوان «شوخی‌های آنلاین در انتخابات عمومی سال ۲۰۰۵ انگلستان» به بررسی طنزهای آنلاین در پیروزی کمپین انتخاباتی پرداخته‌اند. نتایج پژوهش به تأثیر پارادوکسیکال طنز برای افزایش انگیزه‌ی مشارکت سیاسی از یک‌سو و به سخره-گرفتن و مبتذل‌کردن سیاست و سیاست‌مداران از سوی دیگر اشاره می‌کند.

مبانی نظری پژوهش

در این پژوهش برای بررسی همه‌جانبه و دقیق‌تر سعی گردید از چهارچوب نظری ترکیبی بهره گرفته شود. در این راستا تلاش شد بر اساس چهارچوب نظری طرح‌شده مقولات مناسب استخراج‌شده و به دسته‌بندی ساختاری و محتوایی جوک‌ها پرداخته شود.

الف) نظریه‌ی مذاکره اجتماعی[2]

از نظر زیجدرلد[3] شوخی در یک فرایند تعاملی و کنش متقابل به وجود می‌آید. او همانند برگسون[4] معتقد است: شوخ‌طبعی و مزاح یک تجربه‌ی گروهی است. در نظر او میزان جذاب‌بودن، جوک با توجه به قضاوت مخاطبان در نظر گرفته می‌شود(زیجدرلد،۱۹۸۳: ۷۵). در این دیدگاه جوک‌ها را به عنوان ظروفی تجسم می‌کنند که آماده است تا شنونده، آن را با معنای ذهنی خود پر کند.

ب) تئوری کارناوال[5]

در سنت کارناوال، افراد در رأس قدرت، مورد تمسخر قرارگرفته شده و تمامی عقاید رسمی جامعه، تاریخ و غیره به صورت معکوس جلوه داده می‌شود. خردمند و نادان در کنار هم کفر و ایمان در هم می‌آمیزند. بدین ترتیب هر نوع سلسله‌مراتبی از میان می‌رود و برابری حاکم می‌شود(غلامحسین‌زاده،۱۳۸۷: ۱۳۶).

باختین[6] سه شکل از کارناوال را برمی‌شمرد:

۱. نمایش آیینی: نمایش کارناوال و نمایش کمیک بازار؛

[1] Shifman,ward,coleman
[2] Social negotiation theory
[3] Zijdereld
[4] Henri Bergson
[5] Carnival
[6] Mikhail Bakhtin

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

۲. سخنرانی‌های شفاهی کمیک: نمایش هم به صورت شفاهی و هم به صورت نوشتاری؛

۳. ژانرهای مختلف با زبان پر از فحش و ناسزا: ناسزاگفتن، کفرگویی و توهین به مقدسات(غلامحسین‌زاده،۱۳۸۷: ۱۳۸). به طور کلی در تئوری کارناوال، باختین عقیده دارد که خنده‌ی کارناوال در وهله‌ی نخست: واکنش فردی در برابر یک پدیده‌ی مضحک نیست؛ بلکه این خنده، خنده- ی عمومی حاصل از تجربه‌ی عموم مردم است و در وهله‌ی دوم: آن را فراگیر و عام می‌داند؛ چراکه شامل همه‌چیز می‌شود(پوینده،۱۳۷۷: ۵۰۷). همان‌طور که باختین استدلال می‌کند، خنده‌ی کارناوال عامه‌پسند، مرزشکن و مرتبط با جامعه است که می‌تواند به صورت کلی و جزئی و به اشکال گوناگون در هنر، ادبیات و فولکلورحضور داشته باشد.

ج) تئوری قدرت و جایگاه[1]

کمپر[2]، نیز در تئوری قدرت – جای‌گاه عقیده دارد: ساختار اجتماعی و روابط مبتنی بر قدرت و جای‌گاه، درون جامعه شکل می‌گیرد. قدرت در نظر او به کنش‌هایی ارجاع دارد که ماهیتی الزام‌آور، اجباری، تهدیدکننده و مجازات‌کننده داشته باشد. جای‌گاه در نظر او یک بعد کمیتی است که نشان‌دهنده‌ی مقدار تأیید، احترام، پاداش، تمجید، تبعیت داوطلبانه، حمایت مالی یا احساسی و حتی عشقی است که کنش‌گران به یکدیگر عرضه می‌کنند. توزیع این دو بعد در ساختار اجتماعی به‌گونه‌ای است که بعضی از کنش‌گران به شکل طبیعی از قدرت و جای‌گاه بیش‌تری برخوردارند و بعضی دیگر کم‌تر؛ که همین مسأله باعث تجربه‌ی احساسات مختلفی چون غم، شادی، نفرت، اندوه... در جای‌گاه‌های متفاوت اجتماعی و گروهی می‌شود(ربانی خوراسگانی و کیانپور،۱۳۸۸: ۴۰). در نظر او استفاده از شوخی و جوک یکی از راهکارهایی است که به وسیله‌ی آن افراد درصدد نقد نابرابری گروهی در جامعه برمی‌آیند. این فرایندها قابل تعمیم به گروه‌ها و روابط درون‌گروهی هم هست.

د) تئوری ناسازگاری[3]

در تئوری ناسازگاری، ناهماهنگی بین یک مفهوم ذهنی و مشاهده‌ی واقعیت می‌تواند عامل خنده باشد: در این باره شوپنهاور[4](۱۹۰۷) عقیده دارد که هر بیانی که در آن ناسازگاری باشد،

[1] Power and Position Theory
[2] Kemper
[3] Incompatibility theory
[4] Schopenhauer

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

خنده‌آمیز خواهد بود. پل مگی[1] عقیده نیز بر این باوراست که ناسازگاری معادل بی‌ربط‌بودن، مسخره‌بودن، بی‌معنی‌بودن و عدم توازن است و در ادامه بیان می‌کند چیزهای غیره منتظره، خارج از موضوع و اغراق‌شده جزئی از تئوری ناسازگاری به‌شمار می‌روند(موریل،۱۳۹۲: ۴۵).

روش‌شناسی پژوهش

در تحقیق حاضر برای پی‌بردن به محتوا و ساختار طنز از روش تحلیل محتوا[2] استفاده شد؛ درواقع تحلیل محتوا به طور بالقوه یکی از مهم‌ترین تکنیک پژوهش در علوم اجتماعی است که در پی‌شناخت داده نه به منزله‌ی مجموعه‌ای از رویداد عادی، بلکه بدون اخلال در واقعیت اجتماعی، به‌منزله‌ی پدیده‌های نمادین[3] است(کریپندرف،۱۳۹۷: ۷). جامعه‌ی آماری این تحقیق، متون طنزآمیز با تکیه بر جوک‌هایی است که در شبکه‌های اجتماعی تلگرام رد بدل می‌شود. حجم نمونه‌ی این تحقیق شامل ۶۰۰ جوک دربازه‌ی زمانی یک‌ساله بیان‌شده و تا رسیدن به مرحله‌ی اشباع ثبت و جهت استخراج محتوا، مقوله‌بندی شد تا تصویری جامع از محتوای جوک‌ها به دست آید.

یافته‌های پژوهش

جدول شماره‌ی یک- توزیع فراوانی مسایل اجتماعی مشاهده‌شده

متغیرها	درصد معتبر	درصد	فراوانی	درصد تجمعی
فرهنگی	۳۳/۱	۳۳/۱	۱۱۶	۳۳/۱
موبایل	۱۵/۱	۱۵/۱	۵۳	٤٨/٣
عدم توازن	۲۱/۷	۲۱/۷	۷٦	۷۰/۰
سیاسی	۹/٤	۹/٤	۳۳	۷۹/٤
اقتصادی	٦/٦	٦/٦	۲۳	۸٦/۰
دینی	۱٤/۰	۱٤/۰	٤۹	۱۰۰/۰
مجموع	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۵۰	

جدول بالا به بررسی میزان فراوانی متغیر مسایل اجتماعی در جوک می‌پردازد. تعداد کل جوک‌ها در متغیر مسایل اجتماعی شامل ۳۵۰ عدد از ۶۰۰ جوک را به خود اختصاص داده که به ۶ زیرمقوله‌ی

[1]. Paul Maggi
[2] Content analysis
[3] Symbolic phenomena

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

فرعی تقسیم شد. این جدول نشان می‌دهد که در میان ۶ مقوله‌ی مورد بررسی به ترتیب مسایل فرهنگی با ۱۱۶ فراوانی(۳۳/۱ درصد)، ناهماهنگی معنایی و کلامی با ۷۶ فراوانی(۲۱/۷ درصد)، موبایل و اینترنت با ۵۳ فراوانی(۱۵/۱ درصد)، دینی با ۴۹ فراوانی(۱۴/۰ درصد)، سیاسی با ۳۳ فراوانی(۹/۴ درصد) و اقتصادی با ۲۳ فراوانی(۶/۶ درصد) را به خود اختصاص دادند.

جدول شماره‌ی دو- بررسی محتوای جوک‌های مرتبط با مسایل فرهنگی

زیر مقوله اصلی	زیر مقوله فرعی	محتوای مشاهده‌شده در هر جوک	فراوانی محتوای مشاهده در هر جوک
مسائل فرهنگی	دروغ‌گویی، فضولی، قانون‌گریزی، ولخرجی، تقلید، عدم رعایت منجارما، افراط‌وتفریط، خودشیفتگی ما	حدم آگاهی	۱
		بددهانی و ناسزا	۱
		افاده و پز دادن،	۲
		توجیه بی‌لیاقتی	۲
		احراق و خودشیفتگی	٤
		باج گرفتن	۱
		انتقاد شعر و ادبیات فارسی	٥
		تخلفات رانندگی	٥
		ساز مخالف زدن	۱
		رفیق‌بازی و بی‌بندوباری	٥
		نقد منجارما و تغییر فرهنگی و تفاوت ارزش‌ما	۲
		جو گیر شدن، هجله کردن	۲
		نقد به وزارت ارشاد	۱
		انتقاد به عملکرد رسانه و تلویزیون	۱۱
		عدم رضایت از زندگی	۲
		مهرنگ جماعت شدن	۱
		آداب سلام و احوالپرسی	۱
		اضافه‌وزن و بدهیکلی و رعایت بهداشت فردی و مکان عمومی	٦
		دعوا، نزاع و خیانت، پنهان‌کاری	٦
		تنبلی	۷
		دروغ‌گویی	٤
		فضولی، حسودی کردن، بی‌ادبی، هر زدن، عدم تربیت صحیح، تظاهر، عدم احساس	۱٤

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

		مسئولیت، عدم درک طرف مقابل، سوءاستفاده از شرایط	
		سبک عادات غذایی غلط	۲
		درس و تحصیل و افزایش دانشگاه بی‌اهمیت شدن حلم نمره گرفتن	٦
		احتیاد و مصرف دخانیات	۲
		عدم توجه به ورزش‌های بومی	۱
		عدم بهره بردن از اوقات فراغت	۱
		بیکاری و عدم دقت در کار و استفاده نادرست از وسایل	٤
		مترو و ترافیک	۳
		افزایش طلاق	۱
		برچسب زدن	۲
		نقد به منجارما و تغییر فرهنگی و تفاوت ارزش	۳
		بی‌هویتی	۱
		بی‌بندوباری	٤
		عدم توجه به ثروت ملی	۱
		سوءاستفاده از شرایط	۱

نخستین مقوله در این دسته‌بندی به جوک‌های با محوریت مسایل فرهنگی اشاره دارد. محتوای مشاهده‌شده در این نوع از جوک‌ها نشان می‌دهد: بسیاری از مسایل و آسیب‌های فرهنگی رایج، در جوک وجود دارد؛ مسایلی همچون فضولی، حسادت، بی‌ادبی، غرزدن، عدم تربیت صحیح، تظاهر، عدم احساس مسؤولیت، عدم درک طرف مقابل، سوءاستفاده از شرایط و بی‌حرمتی، انتقاد به عملکرد رسانه و تلویزیون، رفیق‌بازی و بی‌بندوباری، بی‌اهمیت‌شدن علم، بیش‌ترین فراوانی را در محتوای جوک‌ها داشتند. برای **مثال**: جوک با محتوای دروغ‌گویی «امسال هر کی پرسید عید کجا میری؟ میگم بلیط و ویزای آمریکا داشتم، ترامپ گند زد بهش میمونیم خونه»

مثال: جوک با محتوای تخلفات رانندگی «معنی چراغ زرد راهنما در دنیا: از سرعت خود بکاهید و آماده توقف شوید! معنی چراغ زرد راهنما در ایران: بدو گاز بده تا قرمز نشده رد بشیم!»

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

جدول شماره‌ی سه- بررسی محتوای جوک‌های مرتبط با فضای مجازی

زیر مقوله اصلی	زیر مقوله فرعی	محتوای مشاهده‌شده در هر جوک	فراوانی محتوای مشاهده در هر جوک
پیام‌های با محتوای استفاده از فضای مجازی	موبایل و تلفن همراه اینترنت	روابط پنهانی و نامتعارف مجازی و دوست‌یابی	٦
		گوگل	۱
		نقد پیامک‌های تبلیغاتی تلفن همراه	۳
		استفاده نادرست از موبایل و تأخر فرهنگی	۲
		استفاده کودکان از موبایل	۱
		اعتیاد به فضای مجازی	۱۰
		رفع فیلترینگ و سانسور	۱
		تأثیر فضای مجازی و در روابط خانوادگی	۲
		تأثیر فضای مجازی و تعارض در نقش‌ها	۱
		توهین‌های مجازی	۲
		سرعت کم اینترنت	۱
		باکلاس جلوه دادن و نوشتن اطلاعات کذب در پروفایل	۱
		گذاشتن عکس، فتوشاپ، تغییر ظاهر و چهره؛ زیباتر نشان دادن عکس در پروفایل	۳
		عشق مجازی	۲
		گمنامی در فضای مجازی	۱
		شباهت میان شبکه‌های مجازی مختلف	۱
		تفاوتهای جنسیتی در استفاده فضای مجازی	۱

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

		حریم خصوصی در رابطه با تلفن همراه	۲
		اتلاف وقت و زیاده‌روی در استفاده در فضای مجازی	۳
		تأثیر فضای مجازی در چشم‌وهم‌چشمی	۱
		اضطراب از شناخته شدن توسط آشنایان و پنهان کردن هویت در فضای مجازی	۲
		وای فای رایگان	۱
		تأثیر فضای مجازی در تغییر اعتقادات و باورها	۱
		نقد اجتماعی	۱
		مجموع	۵۳

یکی از مسایل روز موجود در جوک‌ها که بخشی غیرقابل‌انکار به شمار می‌رود مرتبط به موضوع فضای مجازی و استفاده از تلفن همراه است. به تعبیر گوکن[1](۲۰۰۶) باید از فرهنگ جدیدی به نام(فرهنگ تلفن همراه)[2] سخن گفت. از این رو بررسی محتوای این بخش از جوک‌ها حائز اهمیت است. به طور کلی اگرچه ما در فضای مجازی حضور فیزیکی نداریم، اما به واسطه‌ی استفاده از تلفن همراه و وسایل ارتباطی، همیشه در مواجهه با دیگران قرار داریم که بازگوکننده‌ی بسیاری از مسایل اجتماعی است. تلفن همراه و فضای مجازی موجب شکل‌گیری ارتباطات جدیدی شده است که مضامین مختلفی را دربرمی‌گیرد. درواقع شبکه‌های مجازی، به عنوان جماعت‌های مجازی در فضای سایبر از طریق گروه‌های ایمیل، وبلاگ و سایت‌ها و کانال‌های گوناگون، محیطی را برای تبادل آرا و عقاید به وجود می‌آورند(اشرف نظری و قلی‌پور،۱۵۲:۱۳۹۷).

بررسی این دست از جوک‌ها حاکی از آن است که مسایلی مانند تأثیر فضای مجازی در روابط خانوادگی، تعارض در نقش‌ها و چشم‌وهم‌چشمی، گم‌نامی در فضای مجازی، حریم خصوصی در استفاده از گوشی، روابط نامتعارف مجازی، تأخر فرهنگی در استفاده از تلفن همراه،

[1] Goken
[2] Mobile culture

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

انتشار عکس و...از مسایل مشاهده‌شده در محتوای جوک‌های مرتبط با استفاده از تلفن همراه است. نمونه‌ای از جوک با محتوای اعتیاد به فضای مجازی: «تقسیم‌بندی موجودات زنده تغییر کرد. جانوران، گیاهان، مجازیان، این دسته‌ی آخر، موجودات عجیبی هستن...نه به غذا، نه به آب و نه به اکسیژن نیاز دارند... آن‌ها فقط به اینترنت و دنیای مجازی نیاز دارند. منظورش ما نیستیما.»

جدول شماره‌ی چهار- بررسی محتوای جوک‌های مرتبط ناهماهنگی معنایی و کلامی

زیر مقوله اصلی	زیر فرعی	محتوای مشاهده‌شده در هر جوک	فراوانی مشاهده در محتوای هر جوک
ناهمامنگی زبانی	(عدم توازن در معنا نتیجه)	تناقض معنایی	۱۲
		جوک‌های بی‌ربط ولوده	۱۵
		عدم درک شباهت‌ها	۲
		غیرمنتظره بودن نتیجه	۱۱
		استفاده از تشبیه و استعاره	۳
		طنز ناشی از بازی با مرز کلمات در زبان نوشتاری	۳۳

مقوله‌ی ناهماهنگی معنایی و کلامی به جوک‌هایی می‌پردازد که از تضاد معنایی در جمله‌بندی و تناقض میان جملات به وجود آمده‌اند. در عقیده‌ی شوپنهاور هر بیانی که در آن ناسازگاری باشد، خنده‌آور و مضحک خواهد بود. به تعبیر کانت[1]، بی‌تناسبی در شوخ‌طبعی ناشی از عدم توازن میان انتظارات ذهنی و تجربه‌ی واقعی‌مان رخ می‌دهد. در باور او غیره‌منتظره‌بودن نتیجه نیز می‌تواند موجب خنده شود. از جمله مسایل مشاهده‌شده در این دسته از جوک‌ها می‌توان به تناقض در معنای جملات، لودگی، درک عدم شباهت، غیرمنتظره‌بودن نتیجه، استفاده از تشبیه، بازی با کلمات اشاره کرد. نمونه‌ای از جوک مرتبط با محتوای غیرمنتظره‌بودن نتیجه: «زنگ زدم مطب میگم متخصص پوست! گفت بله بفرمایین گفتم پوست بز چند؟ بی‌شخصیت چند تا فحش داد قطع کرد می بینین آلودگی هوا چقدر اثر گذاشته؟!»

نمونه‌ای از جوک مرتبط با محتوای تناقض در معنای جملات: «دیروز رفتم رستوران گفتم ببخشید آقا جوجه دارید؟ گفت بله گفتم: بهش آب و دونه بدید نمیره. مردک سه کیلومتر دنبالم کرد بدبخت بی‌جنبه بود.»

[1] Immanuel Kant

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

جدول شماره‌ی پنج- بررسی محتوای جوک‌های مرتبط با مسایل سیاسی

زیر مقوله اصلی	زیر مقوله فرعی	محتوای مشاهده‌شده در هر جوک	فراوانی مشاهده در محتوای هر جوک
جوک‌های مرتبط با محتوای مسائل سیاسی	توهین به اشخاص سیاسی بی‌اعتمادی تحقیر سیاسی هراس سیاسی	تحقیر و انتقاد از دولتمردان	۱۱
		بی‌اعتمادی	۳
		هراس سیاسی	۳
		حمله تروریستی	۷
		نقش فضای مجازی در اقدامات سیاسی	۱
		نقد به مسائل سیاسی	۲
		انتخابات	۶

مقوله‌ی بعدی جوک‌های مرتبط با مسایل سیاسی است. این دسته از جوک‌ها در چند بخش قابل بررسی هستند. بخشی از این جوک‌ها متوجه انتقاد از افرادی می‌شود که قدرت سیاسی جامعه را در دست دارند. درواقع انتقاد در حوزه‌ی طنز سیاسی از بالاترین تا پایین‌ترین مراتب قدرت سیاسی را شامل می‌شود. در محتوای مشاهده‌شده‌ی انتقادی، تحقیر دولت‌مردان بیش‌ترین فراوانی را نسبت به مسایل دیگر سیاسی داشته است. بخش دیگر از جوک‌های سیاسی شامل: نارضایتی مردم از فضا و بستر سیاسی است و فراوانی این دسته از جوک‌ها تابع شرایط و مقتضیات جامعه تغییر می‌کند که در محتوای مشاهده‌شده به‌صورت بی‌اعتمادی، هراس اجتماعی و نقد سیاسی نمود یافته است. دسته‌ی آخر شامل اتفاقات روزمره‌ی سیاسی و اخبار سیاسی است که در محتوای جوک‌های بررسی‌شده به صورت حمله‌ی تروریستی، انتخابات و مسایل خارجی سیاسی مشاهده شده است. نمونه‌ای از جوک با محتوای حمله‌ی تروریستی: «از روز حمله‌ی مجلس به این‌ور هر روز یه تیم تروریستی رو منهدم کردن، فکر کنم قرار بوده جام‌جهانی تروریستا رو تو ایران برگزار کنن.»

نمونه‌ای از جوک با محتوای بی‌اعتمادی سیاسی: «میگن بدحجابی عامل وقوع زلزله توی ایرانه بازم خدا رو شکر که بی‌عدالتی، اختلاس، دزدی، دروغ عامل وقوع زلزله نیست وگرنه یکسره در حال تاب تاب عباسی بودیم.»

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

جدول شماره‌ی شش- بررسی محتوای جوک‌های مرتبط با مسایل اقتصادی

زیر مقوله اصلی	زیر مقوله فرعی	محتوای مشاهده‌شده در هر جوک	فراوانی محتوای مشاهده در هر جوک
جوک‌های مرتبط با مسائل اقتصادی	گرانی، تورم، اختلاس، رشوه، میزان درآمد	تورم و گرانی	۵
		میزان درامد	۳
		عدم برنامه‌ریزی اقتصادی و آینده‌نگری	۱
		کلاهبرداری و اختلاس	۲
		پول‌پرستی	۳
		فقر	۳
		قرض دادن	۲
		یارانه	۲
		قناعت	۱
		آرزو ثروت	۱
		مجموع	۲۳

در این بخش به بررسی جوک‌هایی پرداختیم که مسایل اقتصادی را نشانه گرفتند. محتوای این دسته از جوک‌ها نشان می‌دهد مسایلی همچون تورم و گرانی، میزان درآمد، عدم برنامه‌ریزی اقتصادی، اختلاس، پول‌پرستی، فقر، قرض، یارانه، قناعت و آرزوی داشتن ثروت، مهم‌ترین نکاتی بودند که در جوک‌های تلگرامی سال ۹۶ دیده شده است.

نمونه‌ای از جوک با محتوای تورم و گرانی: «در حال حاضر من فقط شرایط ازدواج با دختر شماعی‌زاده رو دارم. اون بزرگوار می‌فرمود: دوماد ما باید شازده باشه، عاشقونه دلو باخته باشه، واسه دختر دل‌نازک ما، دو سه‌میلیونی اندوخته باشه...الان ۲ و پونصد دارم. به نظرتون قبول میکنه...!؟»

نمونه‌ای از جوک مرتبط با محتوای کلاه‌برداری و اختلاس: «مردم دارن از گرسنگی میمیرن اونوقت نصف برنامه‌های تلویزیون شده آموزش آشپزی... . بابا دوتا برنامه اختلاس بزارین مردمو با فنونش آشنا کنید تا بتونن شکم هفت نسلشونو سیر کنه

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

جدول شماره‌ی هفت- بررسی محتوای جوک‌های مرتبط با مسایل دینی

زیر مقوله اصلی	زیر مقوله فرعی	محتوای مشاهده‌شده در هر جوک	فراوانی محتوای مشاهده در هر جوک
جوک‌های مرتبط با مسائل مذهبی و دینی	تمسخر مناسک و اعیاد مذهبی مانند محرم و ماه رمضان و نذری دادن، تمسخر احکام دینی مانند حجاب، خواندن دعا و قران	تمسخر مناسک و اعیاد مذهبی	۱۵
		کم‌ارزش شمردن دین	٤
		نقد احکام دینی	۱۸
		تمسخر باورهای دینی	۱۲

آخرین مقوله‌ی مورد بررسی در این بخش جوک‌های مرتبط با مذهب و باورهای دینی است. این دسته از جوک‌ها با توجه به نشانه‌گرفتن اعتقادات و باورهای دینی یکی از حساسیت برانگیزترین جوک‌ها را شامل می‌شود که مبین آن است که در زبان جوک می‌توان حتی چالش‌برانگیزترین مسایل اجتماعی و اعتقادی را با زبان طنز به انتقاد کشید(سفیری و شهرزاد،۱۳۹۵: ۹۰). به تعبیر باختین طنز بسان خرده‌فرهنگ کارناوالی عمل می‌کند که می‌تواند آیین، اخلاق و هنجارهای رایج جامعه را به پرسش بکشد(باختین،۱۳۹۴: ۱۲۴) محتوای مشاهده‌شده در این بخش نشان می‌دهد که تمسخر مناسک و اعیاد دینی، کم‌ارزش‌شمردن دین، نقد به احکام دینی و تمسخر باورها، از جمله مسایلی بوده که در جوک‌های مرتبط با مذهب دیده شده است. نمونه‌ای از جوک با محتوای احکام دین: «غضنفرِ رو به‌زور وادار به نماز خوندن می کنن. بعد می‌بینن نشسته داره همین‌جوری دعا می‌کنه. میرن گوش میدن می‌بینن میگه: خدایا اینا منو بزور وادار کردن که نماز بخونم، تو خودت قبول نکن.»

نمونه‌ای از جوک با محتوای مناسک اعیاد دینی: «انگیزه‌ای که محرم به بدنسازای ایران میده مستر المپیا به رونی کلمن نمیده».

– در این پژوهش روابط قدرتی و (جایگاهی) در بین گروه‌های سنی، قومیتی، شغلی، جنسیتی و خانوادگی به‌صورت مقولات اصلی و فرعی تقسیم‌بندی شده است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

جدول شماره‌ی هشت- قدرت و جای‌گاه

متغیر	درصد معتبر	درصد	فراوانی	درصد تجمعی
خانوادگی	۲۲/٤	۲۲/٤	٥٦	۲۲/٤
سنی	۱/۲	۱/۲	۳	۲۳/٦
قومیتی	۲۷/۲	۲۷/۲	٦۸	٥۰/۸
شغلی	۲/٤	۲/٤	٦	٥۳/۲
جنسیتی	٤٦/۸	٤٦/۸	۱۱۷	۱۰۰/۰
مجموع	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۲٥۰	

بر اساس جدول بالا تعداد کل جوک‌ها در متغیر قدرت و جای‌گاه ۲۵۰ عدد است که به ۵ مقوله تقسیم شده است. این جدول نشان می‌دهد که در میان ۵ مقوله‌ی مورد بررسی به ترتیب جوک‌های جنسیتی با ۱۱۷ فراوانی(۴۶/۸ درصد)، قومیتی ۶۸ فراوانی(۲۷/۲ درصد)، خانوادگی با ۵۶ فراوانی(۲۲/۴ درصد)، شغلی با ۶ فراوانی(۲/۴ درصد) و سنی با ۳ فراوانی(۱/۲ درصد) به خود اختصاص داده‌اند. بیش‌ترین فراوانی موجود در این جدول جوک‌های جنسیتی با ۱۱۷ فراوانی ۴۶/۸ درصد و کم‌ترین آن، جوک‌های سنی با ۳ فراوانی ۱/۲ درصد را شامل می‌شود. بدین ترتیب روابط قدرتی- جای‌گاهی در بین دو جنس بیش‌تر مورد توجه جوک‌ها قرارگرفته است که بیان‌گر نابرابری روابط قدرتی و جای‌گاهی میان دو جنس زن و مرد است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

جدول شماره‌ی نه- بررسی روابط قدرتی و جای‌گاهی در گروه خانوادگی

روابط خانوادگی مشاهده‌شده	ویژگی و صفت‌های نسبت داد شده	احساس ایجادشده	فراوانی
جوک‌های مرتبط با زنان متأهل و خانه‌دار	تهدید به کتک زدن توسط شوهر	تنفر زن	۲۰ مورد
	وابستگی مالی زن به مرد	خشم، ناراحتی	
	ناراحتی زن از شوهر مانند تبعیت از شوهر، کم‌حرفی مرد و عدم توجه مردان	خشم	
	خیانت	تنفر و خشم و نگرانی	
جوک‌های مرتبط با مردان متأهل	بیان مشکلات زندگی متأهلی	عدم رضایت	
	عدم وقت‌شناسی و دیر حاضر شدن زن	خشم و حمایت	
	سربه‌سر گذاشتن مرد	خشم و حمایت	
	نسبت دادن ویژگی‌های مانند زن‌ذلیلی	تحقیر و تحقیر	
جوک‌های مرتبط با رابطه مادری و فرزندی	عدم مسئولیت مادر	خشم، حمایت	۱۳
	خطا درست نکردن	خشم و حمایت	
	عدم آگاهی از مسائل روز توسط مادر	یاس	
	نظارت و کنترل مادر بر فرزندان	حمایت	
	توقعات زیاد	افسردگی	
	کتک زدن	پشیمانی	
	بهانه گرفتن کودکی	ناراحتی	
	ناسزا گفتن	پشیمانی و خشم	
	دعوا کردن	خشم و حمایت	
جوک‌های مرتبط با رابطه پدری و فرزندی	تحقیر فرزند توسط پدر	یاس و ناامیدی در فرزند	۹
	فرمان دادن و زورگویی	ترس، خشم	
	سرزنش از حرفی دادن	خشم	
	نارضایتی از عملکرد فرزند	ناامیدی و حمایت پدر	
	تمسخر و حمایت به حالتی پدر	حمایت پدر	
جوک‌های مرتبط با رابطه مادر شوهر و عروس	اختلال در روابط همسری با مادر فرزندی	حمادت	۵
	توقعات زیاد مادر شوهر از عروس	احساس خشم و تنفر	
	عدم رضایت از رفتار مادر شوهر	احساس خشم و تنفر	
جوک‌های مرتبط با مادرزن و داماد	دروغ‌گویی داماد	خشم، تنفر مادرزن	۳
	بی‌پولی داماد	تنفر	
	جایگزینی داماد	رضایت همراه یاس	
جوک‌های مرتبط با عروس و پدرشوهر	عدم رضایت از رفتار پدرشوهر	خشم و ناباوری	۱
مادربزرگ و نوه	عدم ابراز محبت	ناخشنودی	۱
روابط درون خانوادگی	داشتن انتظارات زیاد از هم و عدم رضایت	خشم و تنفر و یاس	٤
	خصلت‌طلبی	ناراحتی و حمادت	
	عدم رضایت از عملکرد گذشته	شرم و گناه	

- نخستین مقوله‌ی استخراج‌شده در بررسی محتوای جوک‌ها از منظر روابط قدرت – جای-گاهی به بررسی روابط خانوادگی می‌پردازد؛ که در چند بخش قابل تقسیم و بررسی است. دسته‌ی اول: شامل جوک‌های که روابط میان زوجین را نشانه گرفته است. محتوای این جوک‌ها از منظر قدرتی و جای‌گاهی نشان می‌دهد که جوک‌های که در مورد زنان متأهل ساخته شده دارای ویژگی‌هایی نظیر تهدید به کتک‌کاری از طرف مرد، وابستگی مالی، عدم توجه شوهر به زن، خیانت،

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

عدم رضایت مردان از زندگی زناشویی را نشان می‌دهد که منجر به بروز احساساتی نظیر خشم، ترس، حسادت و عدم شادمانی در زنان گشته است.

– در بخش دوم از منظر قدرتی و جای‌گاهی شوهران را مورد خطاب قرار می‌دهد. ویژگی مشاهده شده در این بخش شامل: عدم وقت‌شناسی، سربه‌سرگذاشتن بیش از حد شوهر توسط زن، نسبت‌دادن برچسب زن‌ذلیلی که منجر به بروز احساساتی نظیر خشم، تحقیر و تمسخر در مردان می‌شود. تعداد فراوانی مشاهده‌شده در این بخش نشان می‌دهد که زنان از لحاظ قدرتی و جای-گاهی در مرتبه‌ی پایین‌تری نسبت به همسرانشان قرار دارند. نمونه‌ای از جوک‌هایی با محتوای تهدید به کتک‌زدن توسط شوهر: «یارو به زنش میگه عزیزم آنقدر حرف نزن واسه پوستت ضرر داره. زنش میگه: حرف زدن به پوست چه ربطی داره؟ میگه وقتی زدم سیاه و کبودت کردم ربطشو می‌فهمی».

– نوع دوم جوک‌های خانوادگی که روابط والدین و فرزندان را مورد توجه قرار داده است. در بخش اول به روابط میان مادر و فرزندان توجه می‌کند. در این نوع جوک‌ها ویژگی‌هایی نظیر عدم مسئولیت‌پذیری مادر، نظارت بیش از حد، عدم آگاهی از مسایل روز، توقعات زیاد مادر از فرزندان، کتک‌زدن فرزند و توهین و ناسزاگفتن، موجب شده که فرزندان احساساتی نظیر خشم و عصبانت، یأس، افسردگی را تجربه کنند که مبین این امر است که مادران از نظر قدرت و جای‌گاه در وضعیت بالاتری نسبت به فرزندان هستند. مثال: «اگه راستشو بگی کاریت ندارم چیست؟ بهترین و قشنگ‌ترین روش اعتراف‌گیری مادران، البته در ۹۰ درصد موارد فرد اعتراف کننده از چند ناحیه آسیب می‌بیند.»

– دسته‌بندی دیگر از این مجموعه به بررسی روابط قدرتی- جای‌گاهی میان پدر و فرزندان اشاره دارد. محتوای مشاهده‌شده در جوک‌های مرتبط با این دسته‌بندی نشان می‌دهد که دعوا، تمسخر فرزند، زورگویی، سرزنش و سرباززدن از وظایف پدری ویژگی‌هایی است که به پدران در جوک‌ها نسبت داده شده است که منجر به احساس خشم، عصبانیت، ناامیدی و ترس در فرزندان شده است. مثال تمسخر: «بابام میگه چقدر شبیه شترمرغی پسرم میگم قدم بلنده دیگه، میگه نه اون چشاش از مغزش بزرگتره تو دماغت، نمیدونم به مغزم تیکه انداخت یا دماغم یا هردو».

نمونه‌ای از جوک در مورد تملق و چاپلوسی توسط فرزند: «دیشب برق رفت، بابام گفت پاشو یه شمع روشن کن گفتم: نمی‌خواد وجودت خودش نوره یهو دیدم یه دمپایی پرت کرد طرفم گفت: لایک، خوشم اومد کره خر».

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

– در دسته‌بندی روابط میان مادرشوهر و عروس چون هرکدام به عنوان فرد میانجی، وارد روابط دونفره(مادر، فرزندی) و (زن، شوهری) می‌شود؛ موجب نقصان در روابط قدرتی و جای–گاهی طرف مقابل می‌گردد که منجر به بروز احساس حسادت همراه با خشم و تنفر می‌شود. نمونه‌ای از این نوع جوک‌ها: «زن به شوهرش میگه از دست این مامانت خسته شدم بهم توهین کرد، شوهره میگه مامانم که ۳ ماهه مسافرته، چطور توهین کرده؟ زن: پستچی واست نامه آورد. منم خوندم توش نوشته بود... فضول خانم اگه سیرخوندیش. بده پسرم بخونه».

– روابط میان مادرزن و داماد، چون داماد از قدرت و جای‌گاه پایین‌تری برخوردار است، لذا دست به چاپلوسی می‌زند که منجر به احساس رضایت همراه با یأس در مادرزن می‌گردد. نمونه‌ای از جوک تملق و چاپلوسی: «یه توصیه‌ی علمی به آقایونی که میخوان برن خواستگاری، به مادر عروس بگین من فکر کردم شما خواهر بزرگترشین! یعنی تأثیری که این جمله داره، کتاب‌های و... در قبولی کنکور نداره».

جدول شماره‌ی ده– بررسی روابط قدرتی و جای‌گاهی در گروه سنی

گروه‌های سنی مشاهده‌شده	ویژگی و صفت‌های نسبت داد شده	احساس ایجادشده	فراوانی
پیرزن	لکنت، ناتوانی جسمانی	تحقیر	۱
پیرمرد	سفیدی مو و نحیفی	تحقیر	۱
سالمند	بی‌حرمتی و عدم احترام به کهنسالان	شرم و گناه	۱

– مقوله‌ی دیگری که از تحلیل محتوای جوک‌های دسته‌بندی‌شده به دست آمده است، جوک‌های مرتبط با روابط قدرتی– جای‌گاهی از منظر سنی است که مبین کم‌ترین فراوانی در میان مقوله‌های قدرتی و جای‌گاهی بوده است. بررسی محتوایی این جوک‌ها نشان می‌دهد که افرادی که از نظر سنی نسبت به افراد سالمند کوچک‌تر هستند؛ احساس توأمان با تحقیر توهین، شرم و گناه نسبت به سالمندان را تجربه می‌کنند. در جامعه‌شناسی احساسات بیان‌گر این نکته است؛ زمانی فرد احساس قدرت اضافی نسبت به طرف مقابل را تجربه می‌کند که این قدرت اضافی منجر به بروز احساسات یاس و شرمساری نسبت به طرف مقابل می‌گردد(مقدس و قدرتی،۱۳۹۰: ۱۵۹).

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

جدول شماره‌ی یازده- بررسی روابط قدرتی و جای‌گاهی در گروه قومیتی

قومیت‌های مشاهده‌شده	ویژگی و صفت‌های نسبت داد شده به هر قومیت	احساس ایجادشده در قومیت‌های مورد خطاب	فراوانی
فارس	احمق بودن، پز دادن، روابط نامشروع، بی‌ادب بودن	توهین و تحقیر از جانب گروه‌های دیگر	۱۳
آبادانی	زودباوری، لاف زدن	قوم مداری وبرتری از جانب گروه خودی	۳
لری	خنگ و ساده‌لوحی	تحقیر	۳
ترکی	خنگ بودن	توهین و تحقیر از جانب گروه‌های دیگر	۸
قزوینی	بچه‌بازی و روابط نامشروع	تنفر و توهین از جانب گروه‌های دیگر	۱۳
شیرازی	تنبلی	یاس و تحقیر	۲
رشتی	بی‌غیرتی و زن‌ذلیلی	تحقیر و تنفر از جانب گروه‌های دیگر	۲۰
اصفهانی	خسیسی و طماع بودن	توهین و تحقیر از جانب گروه‌های دیگر	۲
بلوچ	حماقت	توهین و تحقیر از جانب گروه‌های دیگر	۱
عرب	مغرور بودن	قوم مداری وبرتری از طرف گروه خودی	۱
		مجموع	۵۶

– مقوله‌ی بعدی، جوک‌های قومیتی است. محتوای مشاهده‌شده در این بخش از جوک‌ها نشان می‌دهد که نابرابری قدرتی و جای‌گاهی در قومیت‌های مختلف وجود دارد و گروه‌های مختلف با نسبت‌دادن صفات و ویژگی‌های مختلف درصدد نشان دادن این تمایز قدرتی و جای‌گاهی هستند. به تعبیر آلبرت رپ[1](۱۹۴۹) شاهد نوعی مبارزه‌ی کلامی و ذهنی در جوک‌ها هستیم. قومیت‌های مشاهده‌شده در جوک‌ها نظیر فارس، آبادانی، لری، ترکی، قزوینی، شیرازی، رشتی، اصفهانی، بلوچ و عرب بوده است که ویژگی‌های نسبت داده‌شده به آن‌ها شامل: احمق‌بودن، زودباوری، لاف‌زدن، بی‌غیرتی، بچه‌بازی و فساد اخلاقی، خسیسی و طماعی و غرور و... است که منجر به احساساتی نظیر خشم، تنفر، حقارت، ناامنی در قومیت‌های مورد خطاب گردیده است. درواقع این بخش از احساسات دارای بار احساسی منفی بوده که نشان‌دهنده‌ی نابرابری قدرت و جای‌گاه میان گروه‌های مختلف قومیتی است. درواقع گروه‌های قومیتی به‌وسیله‌ی تمسخر و تحقیر در جوک درصدد جبران و پاسخ به نابرابری قدرتی و جای‌گاهی نسبت به گروه‌های فرادست و رعایت فاصله‌ی اجتماعی خود با گروه‌های فرودست هستند. به طور نمونه جوک با برچسب لاف‌زدن «آبادانیه میگه: دیشب

[1]Albert rap

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

آبادان زلزله‌ی ۱۱ ریشتری اومد. رفیقش میگه: پس آبادان با خاک یکی شد دیگه؟» آبادانیه میگه: بع، ولک، مگه بچه‌ها گذاشتن!»

مثال دیگر با برچسب خسیسی: «یه دکتر اصفهانی زنش میمیره روی سنگ‌قبرش می‌نویسه: آرامگاه زری همسر دکتر رحیمی متخصص زنان و زایمان، مطب: خیابان جلفا کوچه سوم پلاک ۲۰ ساعات پذیرایی: ۱۶ الی ۲۱».

جدول شماره‌ی دوازده- بررسی روابط قدرتی و جای‌گاهی در گروه شغلی

مشاغل مشاهده‌شده در جوک	ویژگی و صفت‌های نسبت داده‌شده	احساس ایجادشده	فراوانی
دانشجو	ناکارآمدی تحصیلات	یاس و اندوه	۱
فارغ‌التحصیلان	بیکاری	ناامیدی	۱
در جستجو کار	قوانین سخت استخدام	ناامیدی	۱
دانشجو	رابطه استاد و دانشجو	ترس و دلهره	۱
دانشجو	نارضایتی از عملکرد پرنسل دانشگاه	عدم رضایت	۱

- مقوله‌ی بعدی روابط قدرتی و جای‌گاهی از منظر شغلی است. در محتوای جوک‌های بررسی‌شده اغلب به روابط استاد و دانش‌جو پرداخته شده بود که همراه با احساس یأس، ترس و دلهره در دانش‌جویان مشاهده شد، که نشان‌دهنده‌ی عدم توازن قدرتی و جای‌گاهی میان دو قشر استاد و دانش‌جو بوده است. مثال از بی‌فایده‌بودن تحصیل: «آگهی استخدام: به علت شروع درو گندم به یک عدد مترسک نیازمندیم لطفاً با ما تماس بگیرین.»

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

جدول شماره‌ی سیزده- بررسی روابط قدرتی و جایگاهی در گروه جنسیتی(زنانه)

جنسیت مشاهده‌شده	ویژگی و صفت‌های نسبت داده‌شده	احساس ایجادشده در زنان	فراوانی
زنان	نسبت دادن روابط غیراخلاقی	تنفر	۱۰
	آزار و تمسخر کلامی	خشونت	۱۲
	علاقه به خرید	رضایت	۳
	تمایل زنان به دوستی با جنس مخالف و ازدواج (برچسب ترشیدگی)	سرخوردگی و عدم اعتمادبه نفس	۱۳
	حساسیت زنان نسبت به بالا رفتن سن	یاس	۳
	مقایسه زنان با مردان و کم‌ارزش نشان دادن جایگاه آن‌ها	ناامیدی	۲
	رانندگی	ناامیدی	۳
	پول‌پرستی	تنفر	۷
	پز دادن و آرایش و احساس زیبایی داشتن	عدم اعتمادبه‌نفس	٦
	نازک و نارنجی	نفس‌ترحم و عدم اعتمادبه	۲
	لجبازی	خشم	۱
	بدحجابی	عدم اعتمادبه‌نفس	۳
	پرحرفی	ناامیدی	۱
	نسبت دادن صفاتی نظیر کودن و نادان و احمق	تنفر و یاس	۷

-آخرین مقوله‌ی متمایزشده در بررسی روابط قدرتی و جای‌گاهی با محوریت جنسیت است. کارمک کینان[1](۲۰۰۷) عقیده دارد میان جنسیت و جنس، تفاوت زیادی وجود دارد. به‌طور معمول جنس به زیست‌شناسی بدن و جنسیت به مفروضات و اعمال فرهنگی اشاره می‌کند که برساخت اجتماعی مردان و زنان را هدایت می‌کند. در باور جودی بالتر[2] هویت جنسی نه‌تنها امری طبیعی و ثابت، بلکه دارای معانی اکتسابی است. به عقیده‌ی دوبووار[3] هیچ کس زن متولد نمی‌شود، بلکه زن ساخته می‌شود. از این رو فعالیت‌ها و رفتارهایی که جنسیت به واسطه‌ی آن شکل می‌گیرد، مشابه فعالیت‌های اجرای نمایش در یک بازی تئاتر است. به این معنا که جنسیت اجرایی است که سناریوی آن توسط جامعه نوشته می‌شود(فرقانی و عبدی،۱۳۹۵: ۳۹). با این تفاسیر این مقوله یکی از مقولات پرشمار در میان جوک‌های مشاهده‌شده محسوب می‌شود که به دو بخش جوک‌های زنانه و مردانه تفکیک شده است. محتوای مشاهده‌شده‌ی جوک‌های جنسیتی مختص زنان، از فراوانی بیش‌تری نسبت به مردان برخوردار است؛ به‌گونه‌ای که جنس مخالف با نسبت‌دادن ویژگی‌ها و القاب مختلف درصدد نشان‌دادن تفاوت قدرتی و جای‌گاهی خود با جنسیت زنانه است. ویژگی‌های نظیر روابط نامشروع و فساد اخلاقی، بیان خشونت، آزار کلامی، برچسب ترشیدگی و صفاتی نظیر کودن، احمق، نادان از بیش‌ترین فراوانی‌های محتوایی این بخش است. درواقع این ویژگی‌ها رفتارهایی نیستند که بتوان صرفاً

[1] karmak kinan
[2] Jody Balter
[3] De beauvoir

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

آن‌ها را جنسیتی تلقی کرد و آن‌ها را فقط منتسب به زنان دانست. نسبت‌دادن این ویژگی‌ها به نظر می‌رسد یک برچسب فرهنگی[1] است که ریشه در باورها و فرهنگ عامه دارد. درواقع شوخی‌های کلامی جنسی، بیش‌تر برای غافل‌گیر یا خجالت‌زده‌کردن در جنس مخالف گفته می‌شود تا شادکردن شنونده و گروه مخاطب(موریل،۱۳۹۲: ۱۳۲). که منجر به ایجاد احساس یأس، ناامیدی، ناامنی و عدم اعتمادبه‌نفس در زنان می‌گردد. این ویژگی‌ها و برچسب‌های نسبت‌داده‌شده به زنان نشان‌دهنده‌ی این نکته است که مردان قدرت مضاعف‌تری نسبت به زنان دارند. در این حالت قدرتی، مردان احساس امنیت را تجربه می‌کنند. ولی زنان دچار احساس ترس، یأس و تنفر می‌شوند. مثالی از پول‌پرستی زنان در جوک: «زن‌ها برای عاشق‌شدن به ۳ چیز نیاز دارن: اعتماد، محبت، عشق و علاقه و صداقت و پول و کیف و کفش و ماشین...»

مثالی برای آزار و تمسخر کلامی جنسی و روحی در جوک: «می‌دونید اگه ده تا دختر یه میله اتوبوس رو بگیرند چی میشه؟ میشه یه سیخ جیگر».

جدول شماره‌ی چهارده- بررسی روابط قدرتی و جای‌گاهی در گروه جنسیتی(مردانه)

شده‌جنسیت مشاهده	ویژگی و صفت‌های نسبت داده‌شده	احساس ایجادشده در مردان	فراوانی
مردان	بی‌وفایی	تنفر	۹
	پنهان‌کاری	ناامیدی	۲
	بی‌هویتی مردان مانند آرایش چهره،گرفتن ابرو	سرخوردگی و عدم اعتمادبه‌نفس	۹
	لاف زدن	سرخوردگی و عدم اعتمادبه‌نفس	۱
	بی‌ادبی و فحاشی راهی برای نشان دادن صمیمیت	یاس	۲
	تمسخر چهره پسرها توسط جنس مخالف	نفرت	۱۱
	آزادی بیشتر در مردها	رضایت	۱
	نامرتب و شلخته بودن	تنفر	۳
	تعصب مردانه	غیرت	۲
	خواستگاری	رضایت	۲

- محتوای جوک‌های جنسیتی مردانه مبین آن است که ویژگی‌هایی نظیر بی‌وفایی، بی‌هویتی، آرایش چهره، تمسخر قیافه و چهره‌ی آن‌ها توسط جنس مخالف از بیش‌ترین فراوانی‌ها برخوردار است. نمونه‌ای جوک با محتوای بی‌هویتی: «دیشب خونه رفیقم رفتم خواهرش بدون روسری با یه تیشرت و شلوارک اومد

[1] Cultural label

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

دم در سلام و احوال‌پرسی و دستش آورد جلو منم با کلی خجالت دست دادم. وقتی رفیقم اومد ازش معذرت خواستم و گفتم داداش شرمنده آبجی شما هم آبجی خودمونه، یهو زد تو سرم و گفت یابو داداشم بود من که خواهر ندارم.»

نمونه‌ای از جوک با محتوای بی‌وفایی مردان: «مرد ایرانی تنها موجود مذکری است که نیمی از عمرش را صرف پیداکردن زن مورد علاقه و نیم دیگر را صرف پیچاندن همان زن می‌کند! برای سلامتیشون صلوات».

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف تحلیل محتوای جوک‌های مبادله‌شده در شبکه‌ی اجتماعی تلگرام نوشته شده و تلاش کرده به این پرسش‌ها پاسخ دهد: محتوای جوک‌های مبادله‌شده در فضای تلگرام چیست؟ و چه مسایل اجتماعی و قدرتی را بازگو می‌کند؟ در پاسخ به این پرسش‌ها با بررسی ادبیات موجود در حوزه‌ی جامعه‌شناسی طنز به تحلیل جوک‌های ردوبدل‌شده پرداخته و مقولات در دو طیف اجتماعی و قدرتی تفکیک گشته است. مقوله‌ی مسایل اجتماعی ۳۵۰ از ۶۰۰ جوک مورد بررسی را به خود اختصاص داده است که شامل ۶ مقوله به شرح زیر است: مسایل فرهنگی با ۱۱۶ فراوانی(۳۳/۱ درصد)، ناهماهنگی معنایی و کلامی ۷۶ فراوانی(۲۱/۷ درصد)، موبایل و اینترنت با ۵۳ فراوانی(۱۵/۱ درصد)، دینی با ۴۹ فراوانی(۱۴/۰ درصد)، سیاسی با ۳۳ فراوانی(۹/۴ درصد) و اقتصادی با ۲۳ فراوانی(۶/۶ درصد) را به خود اختصاص دادند. همان‌طور که این پژوهش نشان داده است: جوک‌های مجازی و خصوصاً جوک‌های تلگرامی همانند یک محیط کارناوال‌گونه عمل می‌کند؛ چراکه بسیاری از اعمال ممنوع و محدود در جامعه با زبان طنزگونه در این فضا مجاز شمرده‌شده و اجازه‌ی نقد و اعتراض می‌یابد. همان‌گونه که باختین باور داشت: جوک‌ها موجب پیدایش خرده‌فرهنگ انتقادی، درون فرهنگ مسلط می‌شود که آیین، آداب و اخلاق حاکم و هنجارهایی رایج را به پرسش می‌گیرد(باختین،۱۳۹۴: ۱۲۴). در بررسی جوک‌های تلگرامی سال ۹۶ نیز بسیاری از مسایل شامل فرهنگی، سیاسی، دینی و اقتصادی وجود داشته که نشان می‌دهد جوک‌ها قابلیت آن را دارند که این مسایل چالش‌برانگیز را با زبان طنزگونه مورد نقد و انتقاد قرار دهند. از طرفی دیگر گستردگی و تنوع مسایل مختلف مشاهده‌شده در محتوای جوک‌ها نیز نشان می‌دهد که جوک‌ها نه‌تنها برای بذله‌گویی در سطح زندگی فردی به کار می‌رود،

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

بلکه بسیاری از مسایل گروهی و درون‌گروهی را بازگو می‌کند، از نظر زیجدرلد، شوخ‌طبعی یک تجربه‌ی گروهی است.

مقوله‌ی ناهماهنگی زبانی در این پژوهش به جوک‌هایی می‌پردازد که از تضاد معنایی در جمله‌بندی و از تناقض ساختار زبانی به وجود آمده است. در این باره شوپنهاور عقیده دارد که هر بیانی که در آن ناسازگاری باشد خنده‌آور و مضحک خواهد بود. به تعبیر کانت، بی‌تناسبی در شوخ‌طبعی ناشی از عدم توازن میان انتظارات ذهنی و تجربه‌ی واقعی‌مان رخ می‌دهد. محتوای بررسی‌شده در این بخش از جوک‌ها نیز نشان می‌دهد که تناقض در معنای جملات، لودگی، درک عدم شباهت، غیرمنتظره‌بودن نتیجه، استفاده از تشبیه، بازی با کلمات از جمله مسایل مشاهده‌شده در این نوع دسته‌بندی بوده‌اند.

بررسی محتوای جوک‌ها در متغیر قدرت ۲۵۰ از ۶۰۰ جوک را شامل می‌شود که در ۵ مقوله بررسی شده است. نتایج این پژوهش نشان داده است که میان ۵ مقوله، به ترتیب جوک‌های جنسیتی با ۱۱۷ فراوانی(۴۶/۸ درصد)، قومیتی با ۶۸ فراوانی(۲۷/۲ درصد)، خانوادگی با ۵۶ فراوانی(۲۲/۴ درصد)، شغلی با ۶ فراوانی(۲/۴ درصد) و سنی با ۳ فراوانی(۱/۲ درصد) را به خود اختصاص داده‌اند. بیش‌ترین فراوانی موجود در این جدول، مقوله‌ی جنسیتی با ۱۱۷ فراوانی ۴۶/۸ درصد و کم‌ترین آن مقوله‌ی سنی با ۳ فراوانی ۱/۲ درصد را شامل می‌شود. همان‌طور که کمپر عقیده دارد: توزیع قدرت و جای‌گاه در ساختار اجتماعی به‌گونه‌ای است که بعضی از کنش‌گران به شکل طبیعی از قدرت و جای‌گاه بیش‌تری برخوردارند و بعضی دیگر کم‌تر. همین مسأله باعث تجربه‌ی احساسات مختلفی چون غم، شادی، نفرت، اندوه ... در جای‌گاه‌های متفاوت اجتماعی و گروهی می‌شود. در نظر او استفاده از شوخی و جوک یکی از راهکارهایی است که به وسیله‌ی آن افراد درصدد نقد به نابرابری در جامعه برمی‌آیند(ربانی خوراسگانی و کیانپور،۱۳۸۸: ۵۶).

فراوانی جوک‌های مشاهده‌شده در شبکه‌ی اجتماعی تلگرام نیز نشان می‌دهد که جنسیت، قومیت و خانواده مهم‌ترین مسایل گروهی و درون‌گروهی است که بیش‌ترین تقابلات قدرتی و احساسی در آن‌ها دیده شده است که بیان‌گر نابرابری روابط قدرتی و جای‌گاهی میان گروه‌های مختلف است.

بررسی جوک‌هایی که به روابط خانوادگی اشاره دارند، گویای همین نکته است که تقابلات قدرتی در میان افراد مختلف خانواده مانند روابط زن – شوهری، روابط والدین – فرزندان، روابط

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

عروس- مادر شوهر و مادر زن - داماد وجود داشته است. همین تقابلات قدرتی موجب بروز احساسات مختلف گشته است.

بررسی جوک‌هایی با محتوای سنی نیز نشان می‌دهد که افرادی که از نظر سنی نسبت به افراد سالمند پایین‌تر هستند؛ دچار احساس توأمان با تحقیر و توهین- شرم و گناه نسبت به سالمندان می‌گردند. در جامعه‌شناسی احساسات این نکته مبرهن می‌گردد که فرد، احساس قدرت اضافی نسبت به طرف مقابل را تجربه می‌کند؛ این قدرت اضافی منجر به بروز احساساتی نظیر یأس و شرمساری نسبت به طرف مقابل می‌گردد.

محتوای جوک‌های قومیتی نیز مبین این نکته است که نابرابری قدرتی و جای‌گاهی در قومیت‌های مختلف وجود دارد و گروه‌هایی با نسبت‌دادن صفات و ویژگی‌های مختلف درصدد پاسخ‌گویی به این نابرابری قدرتی و جای‌گاهی هستند. به تعبیر آلبرت رپ (۱۹۴۹) شاهد نوعی مبارزه‌ی کلامی و ذهنی در جوک‌ها هستیم. قومیت‌های مشاهده‌شده در بررسی جوک‌ها نظیر فارس، آبادانی، لری، ترکی، قزوینی، شیرازی، رشتی، اصفهانی، بلوچ و عرب بوده‌اند که ویژگی‌های نسبت‌داده‌شده به آن‌ها شامل: احمق‌بودن، زودباوری، لاف‌زدن، بی‌غیرتی، بچه‌بازی و فساد اخلاقی، خسیسی و طماعی و غرور و... بوده است؛ که منجر به احساساتی نظیر خشم، تنفر، حقارت، ناامنی در قومیت‌های مورد خطاب گردیده است. درواقع این بخش از احساسات دارای بار احساسی منفی بوده که نشان‌دهنده‌ی نابرابری توازن قدرت و جای‌گاه، میان گروه‌های مختلف است. گروه‌های قومیتی نیز به وسیله‌ی تمسخر و تحقیر در جوک، درصدد جبران نابرابری قدرتی و جای‌گاهی نسبت به گروه‌های فرادست و رعایت فاصله‌ی اجتماعی خود با گروه‌های فرودست هستند. همچنین نتایج این پژوهش نشان داد که جوک‌ها به عنوان یکی از متون عامه‌پسند، این ظرفیت را دارند که مورد تحلیل و بررسی جامعه‌شناختی قرار گیرند.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

منابع

۱. اشرف نظری، علی و قلی پور، مجتبی(۱۳۹۷) «رسانه‌های جدید اجتماعی و نقش آن‌ها در بازنمایی جمعی: تحلیل واقع‌بینانه‌ی انقلاب مصر»، **فصل‌نامه‌ی مطالعات رسانه‌های نوین**، سال چهارم، شماره‌ی ۱۴. ۱۴۹-۱۷۷.

۲. باختین، میخاییل(۱۳۹۴) **تخیل مکالمه‌ای**، ترجمه‌ی رویا پورآذر. تهران: نشر نی.

۳. باستانی، سوسن؛ خانیکی، هادی و ارکان زاده یزدی، سعید(۱۳۹۷) «مردم رسانه‌های جریان اصلی و مصرف رسانه‌های نوین پیمایش مصرف، اعتماد، رضایت و مشارکت رسانه‌ای شهروندان تهران»، **فصل‌نامه‌ی مطالعات رسانه‌های نوین**، سال چهارم، شماره‌ی ۱۴ :۳۳-۱.

۴. پوینده، محمدجعفر(۱۳۷۷) **درآمدی بر جامعه‌شناسی ادبیات**، تهران: انتشارات نقش‌جهان.

۵. توکلی راد، مهرداد و غفاری، غلامرضا(۱۳۹۵) «جوک سیاه، تعامل اجتماعی و پیامد غیر سازنده‌ی آن»، **فصل‌نامه‌ی مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران**، شماره‌ی ۵: ۶۱۵-۵۳۹.

۶. حسینی پاکدهی، علیرضا و حاج محمدی، مریم(۱۳۹۰) «نوجوانان و تلفن همراه»، **فصل‌نامه‌ی علوم اجتماعی**، شماره‌ی ۵۵: ۲۸۱-۲۴۴.

۷. ربانی خوراستگانی و کیانپور، مسعود(۱۳۸۸) «جامعه‌شناسی احساسات»، **فصل‌نامه‌ی جامعه‌شناسی کاربردی**، سال بیستم، شماره‌ی ۲: ۶۴-۳۵.

۸. رحیمی، بابک و همکاران (۱۳۹۵) «رابطه‌ی استفاده از تلفن همراه هوشمند و شکاف دیجیتالی در شهر تهران»، **فصل‌نامه‌ی مطالعات رسانه‌های نوین**، سال دوم، شماره‌ی ۷:۱۱-۷۵.

۹. سفیری، خدیجه و شهرزاد، زهرا(۱۳۹۵) «تحلیل شماتیک جوک‌های مبادله‌شده در برنامه‌ی اتاق جوک»، **فصل‌نامه‌ی مطالعات فرهنگ و ارتباطات**، سال هفدهم، شماره‌ی ۳۵: ۸۱-۱۰۸.

۱۰. فرقانی، محمدمهدی و عبدی، عیسی(۱۳۹۵) «بازنمایی زن در جوک‌های جنسیتی؛ تحلیل گفتمان انتقادی جوک‌های جنسیتی در مورد زنان در شبکه‌ی موبایلی»، **فصل‌نامه‌ی مطالعات فرهنگ-ارتباطات**، سال هفدهم، شماره‌ی ۳۳: ۵۲-۳۱.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

۱۱. فرقانی، محمدمهدی و مهاجری، ربابه(۱۳۹۷) «رابط ه‌ی بین میزان استفاده از شبکه‌ی اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان»، **فصل‌نامه‌ی مطالعات نوین**، سال چهارم، شماره‌ی ۱۳: ۲۹۲-۲۵۹.

۱۲. عاملی، رضا(۱۳۸۷) «فردگرایی جدید و تلفن همراه، تکنولوژی فردگرایی و هویت»، **مدیاجورنال**، شماره‌ی ۲.

۱۳. غلامحسین‌زاده، غریب‌رضا(۱۳۸۷) **میخائیل باختین، اندیشه و مفاهیم بنیادین**، تهران: نشر روزگار.

۱۴. کریپندورف، کلوس(۱۳۹۷) **مبانی روش‌شناسی تحلیل محتوا**، ترجمه‌ی هوشنگ نایینی، تهران: نشر نی.

۱۵. کوثری، مسعود و خیرخواه، طاهره(۱۳۸۷) «تحلیل محتوای پیام‌های کوتاه دانش‌جویان دانش‌گاه‌های تهران»، **فصل‌نامه‌ی تحقیقات فرهنگی**، شماره‌ی ۲: ۷۸-۵۷.

۱۶. کیوی، ریمون و کامینهود، کولساوان(۱۳۷۸) **روش تحقیق در علوم رفتاری**، ترجمه‌ی عبدالحسین نیک گهر، تهران: توتیا.

۱۷. موریل، جان(۱۳۹۲) **فلسفه‌ی طنز**، ترجمه‌ی محمود فرجامی و دانیال جعفری، تهران: نشر نی.

۱۸. مرادی، شیوا و نادری، نادر(۱۳۹۵) «بررسی تأثیرات مصرف رسانه‌های نوین بر قصد کارآفرینانه‌ی دانش‌جویان مطالعه‌ی موردی: دانش‌گاه تهران»، **فصل‌نامه‌ی مطالعات نوین**، سال دوم، شماره‌ی ۵: ۱۶۶-۱۳۶.

۱۹. مقدس، علی‌اصغر و قدرتی، شفیعه(۱۳۹۰) «بررسی نقادانه‌ی نظریه‌های جامعه‌شناسی عواطف جاناتان ترنر، ئتودور کمپرو ادوارد لاولر»، **فصل‌نامه‌ی جامعه‌شناسی کاربردی**، سال ۲۲: ۱۶۶-۱۴۳.

۲۰. هالدن، رابرت(۱۳۸۴) **خنده بهترین دارو: نیروی شفابخش سر شادی و خنده**، ترجمه‌ی مسعود روحی، تهران: انتشاراتی حیان؛ اباصالح.

21-Abedinfard, M. (2015).Homur and Gender Hegemony the panoptical Role of ridicule vis –a –visbc Gender universitity af albert

22-Bergson, H. (1911). Laughter an Essay on the Meaning of the Comic, London, MacMillan and Co.

23-Hughes. M. (2010). Through the looking class racialjokes. Social context and the reasonable.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

24-Kerkman, A. (2014). On the Similarity and Distinguishability of Humour and Figurative Speech. Trames: A Journal of the

25-Humanities and Social Sciences.

26-Naghdipur, B. (2014). A socioihguistic perspective. Article in folkore. Estonia. Doi: 10, 7592.

27-Rapp, A. (1951). The Origin of Wit and Humor", New York.

28-Shaw, B. (2005)http://www.amazon.com/Humo Theory Laughter- lgor-Krichtafovitch/dp/1598002228.

29-Shifman,lomor kalz Elinu (2007). only joking?online humor in the 2005 genral elrct,information community and society 10(4)

30-Zijderveld, Anton C (1983). Trend Report: The Sociology of Humour and Laughter", -Current Sociology, 31 (3), pp. 1-5

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]