

بررسی روابط قدرتی و جایگاهی در نهاد خانواده (با تأکید بر جوک‌های تلگرامی سال ۹۶)

پرنیا رضی پور^۱

چکیده

خانواده نخستین نهاد بشری برای تشکیل و ابراز عواطف انسانی است. این پژوهش به بررسی احساسات برآمده از روابط قدرتی جایگاهی در نهاد خانواده (با تأکید بر جوک‌های تلگرامی سال ۹۶) می‌پردازد و تلاش می‌کند به این پرسش‌ها پاسخ دهد: جوک‌ها حاوی چه پیام‌هایی قدرتی و جایگاهی درباره گروه خانوادگی هستند؟ این پیام‌ها چه احساساتی را می‌خواهد بیان کند؟ برای پاسخ به این پرسش‌ها با بررسی ادبیات موجود در حوزه جامعه‌شناسی احساسات و جامعه‌شناسی طنز از نظریه قدرت و منزلت کمپر بهره گرفته شد. این پژوهش با روش تحلیل محتوی کیفی انجام شده است و جامعه آماری جوک‌هایی که در شبکه اجتماعی تلگرام در سال‌های ۹۶ رد و بدل شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که افراد خانواده با توجه به جایگاه مختلف قدرتی و منزلتی احساسات متفاوتی را تجربه می‌کنند؛ نظیر (زن و شوهر)، (والدین و فرزندان) (عروس و مادر شوهر)، (داماد و مادرزن) (مادربزرگ و نوه‌ها) در واقع جایگاه منزلتی نقش مهمی در بروز احساسات هر عضو خانواده دارد؛ به طوری که افرادی که از وضعیت قدرتی و جایگاهی پایین‌تری برخوردارند، احساساتی نظیر خشم، تنفر و یاس را تجربه کرده ولی افراد جایگاه بالاتر احساساتی همانند رضایت، غرور، خوشحالی را از خود بروز می‌دهند.

واژه‌های کلیدی: تحلیل محتوا، جوک، جایگاه، قدرت، خانواده.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی گروه علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد تهران مرکز، تهران، ایران

E- mail: parniya641@gmail.com

مقدمه و بیان مسئله

در بین تمام نهادها، سازمان‌ها و گروه‌های اجتماعی، خانواده نقش و اهمیتی خاص و بسزای دارد (ساروخانی و قریب، ۱۳۹۳: ۱۱). به گونه‌ای که کارکردهای خانواده برای اجتماع غیرقابل کتمان است. در واقع تأمین بسیاری از نیازهای زیستی و احساسی جامعه و افراد بر دوش نهاد خانواده است. خانواده در تمام فرهنگ‌ها کانون شکل‌گیری هویت فرد است. هیچ فردی جدا از خانواده‌اش قابل تصور و تعریف نیست (ثنایی، ۱۳۷۹ نقل از عباسی شوازی و آتشگاه، ۱۳۹۷). روابط اعضای این خرده نظام رابطه‌ای عمیق و چند لایه است که عمدتاً بر اساس تاریخچه، ادراک و فرض‌ها، درونی شده راجع به جهان و اهداف مشترک بنا نهاده شده است. در چنین نظامی، افراد بی‌وسيله علائق و دلبستگی‌های عاطفی نیرومند، دیرپا و متقابل به یکدیگر متصل می‌شوند (مظاهری، ۱۳۷۸).

تحقیقات مختلف در سال‌های اخیر در حوزه خانواده نیز نشان از چالش‌های گسترده‌ای در این نهاد دارد که حاکی از دگرگونی روابط خانوادگی در ایران است به‌طور مثال نمونه‌ای از این تحقیقات: تأثیر اینترنت بر خانواده (شوازی و آتشگاه، ۱۳۹۷)، افزایش میزان طلاق (فروتن، ۱۳۹۲)، تغییر ارزش‌ها (ابوالقاسمی و همکاران، ۱۳۹۲) پدیده خانگی (آزاد ارمکی و همکاران، ۱۳۹۱) است. با آنچه در مورد اهمیت خانواده گفته شد شناخت نوع روابط اعضاء کمک شایانی به سلامت اجتماع می‌کند بر همین اساس بررسی و شناخت آن در ابعاد و جنبه‌های مختلف ضروری است. از سوی دیگر در محتوای جوک‌ها نیز بسیاری از مسائل خصوصی و خانوادگی با زبان طنز به تمسخر کشیده می‌شود. این استهزا همراه با آشکار شدن بسیاری از روابط درونی خانواده است که بررسی آن می‌تواند منجر به آگاهی بیشتر از ساختار قدرت و روابط عاطفی خانوادگی باشد. در واقع این گونه می‌توان اذعان نمود: جوک‌ها علاوه بر بذله‌گویی به عنوان یک ابزار کارآمد شناخت اجتماعی محسوب می‌شوند چراکه در محتوای خود حامل بسیاری از واکنش‌های احساسی، عقیدتی و نگرشی نسبت به مسائل اجتماعی اند. در این باره دیویس عقیده دارد که شوخ‌طبعی اجتماعی نه‌تنها برای تمسخر نیست، بلکه در درون خود بسیاری از مضامین اجتماعی، خانوادگی و قومیتی را بازگو می‌کند (دیویس، ۱۹۹۰).

از منظر دیگر شبکه‌های اجتماعی مجازی پدیده‌ای است که در چند دهه اخیر معنا و مفهوم پیدا کرده است 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 فناوری اینترنتی به دلیل سهولت و جذابیت آن، نفوذ بیشتری در زندگی اجتماعی و سبک زندگی مردم پیدا کرده است (حسینی پاکدهی و حاج محمدی، ۱۳۹۰: ۲۵۰). برخی محققین بر این باورند: در عصر حاضر شبکه‌های اجتماعی بسیاری ظهور پیدا کرده‌اند 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). همین امر بر جذابیت فضای مجازی و خصوصاً شبکه اجتماعی تلگرام افزوده است. نکته حائز اهمیت این است که کانال‌های جوک و طنز به عنوان یکی از پر بازدیدترین صفحات اجتماعی از قبیل تلگرام هستند که کاربران بی‌شماری آن‌ها را دنبال می‌کنند. با آنچه گفته شد بررسی روابط قدرتی و جایگاهی در روابط خانوادگی و احساسات منتج شده از این روابط کمک شایانی در جهت شناخت و ساخت این نهاد می‌کند. لذا این پژوهش به بررسی احساسات برآمده از نابرابری قدرت - جایگاه در روابط خانوادگی (با تأکید بر جوک‌های تلگرامی سال ۹۶) می‌پردازد.

پیشینه پژوهش

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

مطالعات داخلی

- تربتی و مهدوی (۱۳۹۷): در پژوهشی تحت عنوان «تحلیل گفتمان انتقادی جوک در خصوص توافق هسته‌ای» عقیده دارند که خیال‌پردازی حاصل از جنبه‌های ایدئولوژیک زبان جوک وضعیت موجود را بازنمایی و بازتفسیر می‌کند و به ایجاد تغییر در روابط اجتماعی و کردار گفتمانی منتهی می‌شود.

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

توکلی‌راد و غفاری (۱۳۹۵): به پژوهشی تحت عنوان «جوک سیاه، تعامل اجتماعی و پیامد غیر سازنده آن» پرداختند. در این مقاله به پیامد منفی جوک‌هایی می‌پردازد که در اصطلاح جوک‌های سیاه نامیده شده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد جوک‌های سیاه پیامدی 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): به پژوهشی به «بررسی تحلیل محتوای پیام‌های کوتاه دانشجویان دانشگاه تهران» پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که محتوای پیام‌های کوتاه، مبادله شده بین

دانشجویان، حاکی از آن است که نوعی اخلاق ارتباطی جدید، به ویژه میان دو جنس، در حال ظهور است که تلفن همراه و پیام کوتاه، نقش مهمی در آن دارند.

مطالعات خارجی

مورنو مینگوئز و همکاران^۱ (۲۰۱۸)؛ در مطالعه‌ای با عنوان «تغییر اجتماعی - ساختاری نقش‌های جنسیتی خانواده» پرداختند. همچنین نتایج این تحقیق نشان داد که نقش‌های جنسیتی در درون ساختار خانواده در حال تغییر است و عوامل اجتماعی مانند سن، سطح تحصیلات، شرایط مهاجرت، وضعیت مذهبی و طبقه اجتماعی بر نقش‌های جنسیتی و مدل کار - خانواده تغییر ایجاد می‌کند.

نالدینی^۲ (۲۰۱۷)؛ به پژوهشی با عنوان «جامعه‌شناسی خانواده» پرداخت. در نظر او جامعه‌شناسی خانواده موضوع بسیار مهمی است چراکه خانواده به عنوان نمادی برای رشد و شخصیت روانی از تولد تا مرگ شناخته شده است. همچنین در نظر او مفهوم خانواده با اعتقادات مذهبی پیوند خورده است. از طرفی در دهه‌های اخیر ارزش‌های فمینیستی در حکومت‌های مختلف بر تعریف خانواده و کارکردهای آن اثر گذاشته است که منجر به تغییر ساختار خانواده شده است. در نظر محقق از بعد جامعه‌شناسی شیوه‌های قدیمی بررسی خانواده نشان‌دهنده یکپارچگی و ثبات بود، ولی امروزه برای بررسی خانواده نکاتی را باید در نظر گرفت مانند خانواده به عنوان یک پناهگاه فردی و اجتماعی، پیوندهای عاطفی افراد خانواده و حتی تصویری که رسانه‌ها از خانواده ارائه می‌دهند. به نظر محقق در مطالعه جامعه‌شناسی خانواده رویکرد بین‌رشته‌ای انتخاب مناسب‌تری است؛ چراکه این رویکرد به ما کمک می‌کند تا تعداد ابعاد زندگی خانوادگی، تمرکز در ارتباطات و وابستگی‌های متقابل بین خانواده و عرصه‌های دیگر از تغییرات اجتماعی مانند تکنولوژی را شناسایی کنیم.

تیان و همکاران^۳ (۲۰۱۷)؛ به پژوهشی تحت عنوان «رابطه بیان جوک و احساسات عاطفی» پرداخته‌اند. هدف مطالعه این است که با استفاده و نمایش کاراکترها و کارتون‌های طنز در هنگام تصویربرداری مغناطیسی پایه عصبی و درک افراد را مورد بررسی قرار گیرد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بیان جوک باعث فعال شدن بیشتر سلول‌های مغز در افراد شده است.

چان^۴ (۲۰۱۶)؛ به پژوهشی تحت عنوان «تفاوت‌های جنسیتی در تحلیل انواع مختلف جوک» پرداخته است. محقق معتقد است که طنز از طریق تکنیک‌های مختلفی عمل می‌کند؛ بدین صورت که ابتدا شوکی ایجاد می‌کند و پس از آن سرگرم‌کننده و خنده آمیز می‌شود. این مطالعه بر اساس چارچوب نظریه سه گانه طنز استوار است که شامل مکانیسم‌های درگیر یا شناخت (درک)، تأثیر

1. Moreno-Mínguez

2. Naldini

3. Tian

4. Chan

قدردانی) و خنده (بیان) است. هدف این مطالعه شناسایی تفاوت‌های میان جنسیت‌های مختلف و واکنش آن‌ها در برابر شنیدن جوک است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد فعالیت مغز بر اساس جنسیت در هنگام شنیدن جوک متفاوت است.

عابدینی فرد^۱(۲۰۱۵)؛ در پژوهشی تحت عنوان «تحلیل جنسیت در طنزهای اینترنتی با تحلیل ۱۵۰ جوک زبانی یا تصویری بسیار دیده درباره جنسیت از ۸ وبسایت اینترنتی صورت گرفته» پرداخته است و به دنبال این پرسش بود که چه میزان این طنزها در بردارنده کدهای مربوط به ایده‌های جنسی، فمینیستی و پست‌فمینیستی است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که کلیشه‌های سنتی جنسی کماکان در جوک استمرار یافته ولی شاهد ظهور تصویر پست فمینیستی در کنار آن هستیم که می‌تواند روزنه امیدی برای رشد برابری جنسیتی از طریق جوک اینترنتی فراهم آورد.

نقدی پور^۲(۲۰۱۴)؛ در پژوهشی تحت عنوان «جوک در ایران به محتوای جوک‌های فارسی» پرداخته است. آنچه در بررسی جوک‌ها به دست آمده این است که درون‌مایه جوک فارسی عموماً مسائل قومی و سیاسی است. در واقع هدف آن نقص تابوهای اجتماعی و سیاسی است. محقق در مورد جوک‌های قومیتی معتقد است: رابطه نگران‌کننده‌ای بین گروه‌های قومی وجود دارد که نشان‌دهنده رقابت برای فرصت‌های اجتماعی و اقتصادی بهتر در ایران است.

لیمور و داف^۳(۲۰۱۰)؛ در پژوهشی تحت عنوان «رابطه جوک‌های محبوب اینترنتی و جنسیت» به بررسی رابطه میان جوک‌های معروف و پرتعداد اینترنتی و مسائل جنسیتی می‌پردازند و عقیده دارند که این جوک‌ها می‌توانند نابرابری‌های میان زنان و مردان را بیان کند.

شیفمن و همکاران^۴(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 انگیزه مشارکت سیاسی از یک سو و به سخره گرفتن و مبتذل کردن سیاست و سیاستمداران از سوی دیگر است

چهارچوب مفهومی و نظری

نظریه حفظ و نگهداری گروه‌ها: این نظریه کنش خردگرایانه همچون جوک را به ساختارهای کلان‌گرایانه اجتماع مرتبط می‌سازد و این دیدگاه بر این باور است که شوخ‌طبعی موجب تقویت پیوندهای خانوادگی، شغلی و اجتماعی می‌گردد. ریشه این نظریه را می‌توان در تحقیقات ردکلیف براون^۶(۱۹۴۹) روی مسئله شوخ‌طبعی یافت. در نظر او شوخی در میان ساختارهای تثبیت‌شده‌ای

1.A bedinifard

2.Naghdipur, bakhityar

3.Limor & daf

4.Shifman,ward,coleman

5.Maintenane Theories

6.Radcliff -Brown

چون خانواده موجب تعادل و انسجام می‌گردد (براون، ۱۹۴۹). در نظر براون جوک گویی و شوخی - های بینا فردی مرتبط با آن شکلی از کنش متقابل دوستانه است که در آن طرفین اجازه دارند تا فارغ از خطر انتقام و تلافی، مخاطب خود را مورد تمسخر قرار دهند. در واقع از این منظر، جوک نوعی کنش متقابل دوستانه‌ای است که دشمنی جدی میان افراد را کاهش داده و با تبدیل آن‌ها به نوعی بازی باعث افزایش انسجام گروهی می‌شود. به نظر ردکلیف براون برای درک این کارکرد باید بین دو نوع جوک گویی خویشاوند محور و بیگانه محور تمایز قائل شد. چراکه در جوک گویی خویشاوند محور، جوک گویی حالت مناسک گونه دارد و معمولاً از سوی کنشگری آغاز می‌شود که سالمندتر و یا موقعیت اجتماعی بالاتری نسبت به مخاطبش دارد. زمینه بروز این نوع جوک‌ها، چنان که از نامش پیداست معمولاً شبکه خویشاوندی است. در جوک گویی خویشاوندی محور تابوهای اجتماعی به ندرت خدشه‌دار می‌شود و اشاره به مفاهیم خشونت‌آمیز و مسائل جنسی بسیار کمتر از جوک‌های غیر خویشاوند محور دیده می‌شوند (وکیلی، ۱۳۸۵: ۱۰۵)؛ اما جوک گویی غیر خویشاوند محور الگویی کاملاً متفاوتی دارد و خصلت بازیگوشانه، تفریحی و خلاقانه بیشتر در آن دیده می‌شود و «معمولاً در میان اعضای متعلق به یک نسل که دوستی عمیقی دارند بروز می‌کند و معمولاً اشارات تحقیرآمیز نسبت به گروه‌های غیر خودی و بیگانه هم بیشتر در آن وجود دارد.» (همان: ۱۱۲)

نظریه مذاکره اجتماعی: نظریه مذاکره نشان می‌دهد که شوخ‌طبعی و طنز به صورت فرآیند تعاملی در کنش متقابل شکل می‌گیرد. این دیدگاه شوخی و طنز را نه تنها به عنوان یک متن بلکه به عنوان واقعیت اجتماعی می‌پندارد که شامل موقعیت و تعامل میان افراد است. این نظریه بر این نکته تأکید دارد که طنز به تنهایی ساخته نمی‌شود و حداقل نیاز به یک شریک به عنوان شنونده دارد که این امر مبین اجتماعی بودن طنز است. زیجدرولد عقیده دارد که در تعاملات اجتماعی، یک جوک اصول و قواعد حاکم بر این تعاملات را آشکار می‌کند. به عقیده پوول از طریق خنده و شوخی نه تنها نابهنجاری‌ها کنترل می‌شود، بلکه بسیاری ارزش‌های اجتماعی مورد بحث و تبادل قرار می‌گیرد (زیجدرولد، ۱۹۸۳). در مقاله‌ای زیجدرولد به نام جوک‌ها و ارتباطشان با واقعیت اجتماعی به بررسی دقیقی در مورد شوخ‌طبعی می‌پردازد. این مقاله به عنوان منبع غنی برای محققانی که علاقه‌مند به پژوهش و کنکاش در مورد طنز هستند می‌تواند مورداستفاده قرار گیرد. از نظر زیجدرولد شوخ‌طبعی و جوک را می‌توان از منظر مسائل روزمره بررسی کرد. در عقیده او شوخی در یک فرآیند تعاملی و کنش متقابل به وجود می‌آید. این دیدگاه جوک را به عنوان ظرفی تجسم می‌کند که آماده است تا شنونده آن را بامعنای ذهنی پر کند.

1. Social negotiation
2. Powell
3. Zijdereld

نظریه قدرت - جایگاه

به عقیده کمپر، ساختار اجتماعی و روابط مبتنی بر قدرت- جایگاه در درون جامعه شکل می‌گیرد به اعتقاد او، روابط متفاوت قدرت و جایگاه، فرآیندهای فیزیولوژیکی متفاوتی را به جریان می‌اندازد که به نوبه خود احساسات متفاوتی را ایجاد می‌کند. قدرت به کنش‌هایی ارجاع دارد که ماهیتی الزام‌آور، اجباری، تهدیدکننده و مجازات‌کننده داشته باشند و به این وسیله ارتباطی را ایجاد می‌کند که در آن یک کنشگر بر دیگری مسلط شده و او را تحت کنترل خویش درآورد. طبق نظریه کمپر، جایگاه یک بعد کمیته است که نشان‌دهنده 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 مسئله باعث تجربه احساسات مختلفی چون غم، شادی، نفرت، اندوه ... در جایگاه‌های متفاوت اجتماعی و گروهی می‌شود (ربانی خوراسگانی، کیانپور، ۱۳۸۸). طبق نظر کمپر افراد بر اساس اینکه در چه وضعیت قدرتی و جایگاهی قرار دارند؛ احساسات مختلفی را تجربه می‌کنند. در نظر او قدرت و وضعیت در فضای اجتماعی و کنش متقابل شکل می‌گیرد. او در تعریف قدرت عقیده دارد: قدرت توانی است که فرد در جامعه دارد و می‌تواند خواسته‌های خود را حتی در برابر مقاومت دیگری اعمال کند؛ مثلاً اگر خود قدرتی را بر دیگران اعمال کند احساسات متفاوتی را تجربه خواهد کرد و اگر تحت سلطه قدرت دیگری باشد احساسات دیگری را تجربه می‌کند. در احساسات تجربه‌شده در روابط قدرتی - جایگاهی کسانی که در نقصان (نابرابری) قدرت و جایگاه به سر می‌برند از فرآیندهای جبرانی نقصان استفاده می‌کنند. در جبران نقصان و روابط جایگاهی (افقی) افراد مبادرت به اقدامات زیر می‌کنند.

- راهکارهایی رفع نواقص وضعیتی؛
- ایجاد موقعیت‌های رسمی برای خود؛
- درخواست هنجاری؛
- موقعیت‌های افراطی و خطرناک در گروه‌های غیررسمی؛
- ادعا نسبت به داشتن تجربه متفاوت؛
- کوچک شمردن خود؛
- شوخی و جوک گفتن؛
- انکار شرایط قبلی و پذیرفتن شرایط جدید؛
- جبران غم غربت؛
- بازی‌ها، مسابقات و فعالیت‌های تفریحی؛

- بلوف زدن؛

بدین ترتیب افراد برای اینکه احساسات منفی ناشی از نقصان جایگاه را جبران کنند یکی از راهکارهایی که به کار می‌بندند استفاده از شوخی و جوک است و با شوخی و جوک درصدد نقد این روابط جایگاهی برمی‌آیند. این فرآفرایندها قابل تعمیم به گروه‌ها و روابط گروه‌ها هم هست. فرآفرایندهای که برای جبران نقصان قدرت به کار گرفته می‌شوند:

- کم کردن وابستگی؛

- ایجاد ائتلاف؛

- لاف زدن و بزرگ‌نمایی (مقدس و قدرتی: ۱۳۹۰).

کمپر پس از بررسی مطالعات احساسات نتیجه می‌گیرد که چهار احساس اصلی و اولیه وجود دارد: ترس، عصبانیت، شادی یا رضایت و ناراحتی یا افسردگی که این احساسات می‌توانند به ترکیبات و اشکال پیچیده‌تری بسط یابند و احساسات پیچیده‌تر و مهمی مانند احساس گناه، شرم، افتخار، حسادت و عشق را تشکیل دهند. احساسات مثبت در برابری قدرت شکل می‌گیرد که تعداد آن‌ها از احساسات منفی (ترس، عصبانیت، ناراحتی، شرم، حسادت، گناه و...) کمتر است زیرا در تجربه زندگی اجتماعی روابط قدرتی - جایگاهی بیشتر در نابرابری قدرت شکل می‌گیرد.

روش‌شناسی پژوهش

در تحقیق حاضر برای پی بردن به محتوا و ساخت طنز از روش تحلیل محتوا استفاده شده است؛ درواقع تحلیل محتوی به‌طور بالقوه یکی از مهم‌ترین فن پژوهش در علوم اجتماعی که در پی شناخت داده نه به منزله مجموعه‌ای از رویداد عادی، بلکه به منزله پدیده‌های نمادین است؛ بدون آنکه در واقعیت اجتماعی ایجاد اخلال نماید (کرپیندرف، ۱۳۹۷: ۷). جامعه آماری این تحقیق جوک‌هایی که در شبکه اجتماعی تلگرام در سال‌های ۹۶ رد و بدل شده است. در پژوهش حاضر ابزار سنجش و گردآوری اطلاعات با توجه به روش پژوهش پرسشنامه معکوس است. بدین معنا که انعکاسی از کنش‌ها و واکنش‌ها در جوک‌های رد و بدل شده در شبکه اجتماعی تلگرام مورد بررسی قرار گرفت. برای دستیابی به محتوای جوک نیز پس از انتخاب نرم‌افزار مناسب که همان شبکه اجتماعی تلگرام است به نمونه‌گیری و ثبت تحلیل جوک‌های به اشتراک گذاشته‌شده از مقطع زمانی سال ۹۶ آغاز شد و این کار تا رسیدن به مرحله اشباع که روند تحلیل به مقولاتی جدیدی رهنمون نشود و تکرار مقولات شایع ادامه یافت و درنهایت جوک‌های به اشتراک گذاشته‌شده در حوزه خانواده انتخاب و جریان بررسی متوقف گردید. در این روند چنانکه روش کار اقتضا می‌کرد، پس از مدیریت داده‌ها، در مرحله درگیری با داده‌ها کدگذاری صورت گرفت و بر اساس کدگذاری به دسته‌بندی و تحلیل جوک‌ها پرداخته شد. شیوه کدگذاری در این پژوهش با توجه چهارچوب نظری

ارائه شده و استخراج گزاره‌ها به تعیین مقوله‌ها پرداخته شد. در گام بعدی محتوا و درون‌مایه هر بخش موردتوجه قرار گرفت.

یافته‌های تحقیق

تحلیل محتوای بررسی روابط قدرتی و جایگاهی در گروه خانوادگی

روابط خانوادگی مشاهده شده	ویژگی و صفت‌های نسبت داد شده	احساس ایجاد شده
جوک‌های مرتبط با زنان متأهل و خانه‌دار	تهدید به کتک زدن توسط شوهر	تنفّر زن
	وابستگی مالی زن به مرد	خشم، نارضایتی
	نارضایتی زن از شوهر مانند تبعیت از شوهر، کم‌حرفی و عدم توجه مردان	خشم
	خیانت	تنفّر و خشم و نگرانی
جوک‌های مرتبط با مردان متأهل	بیان مشکلات زندگی متأهلی	عدم رضایت
	عدم وقت‌شناسی و دیر حاضر شدن زن	خشم و عصبانیت
	سربه‌سر گذاشتن مرد توسط زن	خشم و عصبانیت
	نسبت دادن ویژگی‌های مانند زن‌ذیلی	تمسخر و تحقیر

نخستین مقوله استخراج شده در بررسی محتوای جوک‌ها از منظر روابط قدرت - جایگاهی جوک‌های هستند که به بررسی روابط خانوادگی می‌پردازد که در چند بخش قابل تقسیم و بررسی است. دسته اول شامل جوک‌هایی است که روابط میان زن و شوهر را نشانه گرفته است. محتوای این جوک‌ها از منظر قدرتی نشان می‌دهد که جوک‌های که در مورد زنان ساخته شده دارای ویژگی‌های نظیر تهدید به کتک‌کاری، وابستگی مالی زنان، عدم توجه شوهر به زن، خیانت، عدم رضایت مردان از زندگی زناشویی و متأهلی است که منجر به بروز احساساتی نظیر خشم، ترس، نارضایتی، حسادت و عدم شادمانی در زنان شده است. از منظر جایگاهی نیز نابرابری در پاداش و منزلت میان زن و شوهر موجب شده که زنان ترکیبی از احساساتی نظیر غم و افسردگی، عصبانیت تجربه کنند.

در بخش دوم از منظر قدرتی - جایگاهی در خانواده به جوک‌هایی اشاره دارد که شوهران را مورد خطاب قرار می‌دهد. ویژگی مشاهده شده در این بخش شامل: عدم وقت‌شناسی، سربه‌سر گذاشتن بیش از اندازه شوهر توسط زن، نسبت دادن برچسب‌های متفاوت مانند زن‌ذیلی است که منجر به بروز احساساتی نظیر خشم، تحقیر و تمسخر در مردان را موجب شده است. به‌طور کلی بررسی

محتوای این جوک‌های نشان می‌دهد که زنان از نظر قدرتی و هم جایگاهی در مرتبه پایین‌تری نسبت به همسرانشان قرار دارند.

نمونه جوک تهدید زن توسط مرد: «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».

نمونه جوک با محتوای نارضایتی زن از شوهر: «دختره پست گذاشته همه مردا عوضی هستندا! فقط بابام خوبه... مامانش. کامنت گذاشته بابات از همه عوضی تره».

نمونه دیگر از جوک با محتوای نارضایتی مرد: «در مراسم ختمی مردان زیادی جمع شده بودند، شخصی از صاحب عزا پرسید: چه شده؟ گفت: الاغم جفتک زده زنم را کشته، گفت: این همه جمعیت برای تسلیت آمدن گفت: نه برای خریدن الاغ اومدن».

نمونه جوک سربه‌سر گذاشتن مرد توسط زن: «مورد داشتیم یارو می‌خواست بره بیمارستان روانی بستری شه. زنش بهش میگه: هزینه ات چقدر میشه؟ مرد میگه: یک و دوپست زنش میگه: ششصد میگیرم دیگه سربه‌سرت نمیزارم».

خشم، عصبانیت	توقعات فرزند از مادر و عدم مسئولیت مادر	جوک‌های مرتبط با رابطه مادری و فرزندی
خشم و عصبانیت	غذا درست نکردن	
یاس	عدم آگاهی از مسائل روز توسط مادر	
عصبانیت	نظارت و کنترل مادر بر فرزندان	
افسردگی	توقعات زیاد	
پشیمانی	کتک زدن	
ناراحتی	چک کردن گوشی	
پشیمانی و خشم	ناسزا گفتن	
خشم و عصبانیت	دعوا کردن	جوک‌های مرتبط با رابطه پدری و فرزندی
یاس و ناامیدی در فرزند	تمسخر فرزند توسط پدر	
ترس، خشم	فرمان دادن و زورگویی	
خشم	سرزنش و منت گذاشتن از خرجی دادن	
ناامیدی و عصبانیت پدر	نارضایتی از عملکرد فرزند	
عصبانیت پدر	تصادف ماشین پدر	

- نوع دوم جوک‌های خانوادگی به جوک‌های اشاره دارد که روابط میان مادر و فرزندان را مورد توجه قرار داده است. در این نوع جوک‌ها ویژگی‌های نظیر عدم مسئولیت‌پذیری مادر، نظارت بیش از اندازه، عدم آگاهی از مسائل روز، توقعات زیاد مادر از فرزندان، کتک زدن فرزند و توهین و ناسزا؛ موجب شده که فرزندان احساساتی نظیر خشم و عصبانیت، یاس، افسردگی را تجربه کنند که مبین این امر است مادران از نظر قدرت و جایگاه در وضعیت بالاتری نسبت به فرزندان برخوردارند. مثال: «اگه راستشو بگی کاریت ندارم» چیست؟ بهترین و قشنگ‌ترین روش اعتراف‌گیری مادران، البته در ۹۰ درصد موارد فرد اعتراف‌کننده از چند ناحیه آسیب می‌بیند.

مثالی از توقعات زیاد مادر: «چندروزه بدجور سرما خوردم. دیشب مامانم میگه پسرم فردا نرو سرکار، عزیزم استراحت کن! منم نرفتم. هیچی دیگه از صبح ساعت ۶ دارم کابینت‌ها رو دستمال میکشم. بعدش باید دیوارای آشپزخونه رو تمیز کنم. الانم داره فرشای پذیرائی رو جمع میکنه که بشورم.»
مثالی نظارت مادر: «دختره ۱۲ سالشه اومده تو سایت دکتر زیبایی کامنت گذاشته چطوری میتونم بدون عمل لبامو برجسته کنم؟ مامانش اومده زیرش نوشته چند بار که با دمپایی ابری بزدم تو دهنتم درست میشه.»

- 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 سرباز زدن از وظایف پدری ویژگی‌های است که به پدران در جوک‌ها نسبت داده شده است؛ این امر منجر به بروز احساساتی نظیر خشم، عصبانیت، ناامیدی و ترس در فرزندان گشته است. از منظر دیگر روابط قدرتی و جایگاهی ویژگی‌های نسبت داده‌شده به فرزندان شامل: نارضایتی پدر از عملکرد فرزند، تصادف ماشین پدر که موجب احساس خشم و عصبانیت در پدر شده است. از منظر جامعه‌شناسی احساسات اینگونه می‌توان تفسیر نمود که به دلیل آنکه فرزندان از پایگاه قدرتی و جایگاهی پایین‌تری نسبت به پدر برخوردارند؛ لذا به تملق و چاپلوسی روی می‌آورند که این امر موجب احساس خرسندی در پدر می‌شود.

مثال تمسخر فرزند: «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»
مثالی تملق و چاپلوسی فرزند: «دیشب برق رفت، بابام گفت پاشو یه شمع روشن کن گفتم: نمی‌خواه وجودت خودش نوره یکهو دیدم یه دمپایی پرت کرد طرفم گفت: لایک، خوشم اومد کره خر.»

حسادت	میانجی اختلال همسر یا مادر فرزندی	جوک های مرتبط با رابطه مادر شوهر و عروس
احساس خشم و تنفر	توقعات زیاد از حد مادر شوهر از عروس	
احساس خشم و تنفر	عدم رضایت از رفتار مادر شوهر	
خشم، تنفر مادرزن	دروغ گویی داماد	جوک های مرتبط با مادرزن و داماد
تنفر	داماد بی پول	
رضایت همراه یاس	چاپلوسی	
خشم و دلخوری	عدم رضایت	جوک های مرتبط با عروس و پدر شوهر
ناخشنودی	عدم ابراز محبت	مادر بزرگ و نوه
خشم و تنفر و یاس	داشتن انتظارات زیاد از هم و عدم رضایت	روابط درون خانوادگی
ناراحتی و حسادت	منفعت طلبی	
شرم و گناه	عدم رضایت از عملکرد گذشته	

-در دسته بندی روابط میان مادر شوهر و عروس چون هر کدام به عنوان شخص سوم وارد روابط دوفره (مادر، فرزندی) و (زن، شوهری) می شود موجب نقصان و خدشه در روابط قدرتی و جایگاهی طرف مقابل می گردد که این امر منجر به بروز احساس حسادت همراه باخشم و تنفر هر دو نفر می شود. به عنوان مثال: «زن به شوهرش میگه از دست این مامانت خسته شدم بهم توهین کرد، شوهره میگه مامانم که ۳ ماهه مسافرته، چطور توهین کرده؟ زن: پستیچی واست نامه آورد. منم خوندم توش نوشته بود... فضول خانم اگه سیر خوندیش. بده پسرم بخونه»

نمونه دیگر «عروسه وارد یه مجلس میشه مادر شوهر میگه: صل علی محمد، دشمن جانم آمد! عروس هم میگه: عقرب زیر قالی، می خواستی پسر نیاری.»

- روابط میان مادرزن و داماد چون داماد از قدرت و جایگاه پایین تری برخوردار است دست به چاپلوسی می زند که منجر به احساس رضایت همراه با یاس در مادرزن می گردد. نمونه از جوک تملق و چاپلوسی: «یه توصیه علمی به آقایونی که می خوان برن خواستگاری به مادر عروس بگین من فکر کردم شما خواهر بزرگترشین! یعنی تأثیری که این جمله داره، کتاب های... در قبولی کنکور نداره.»

نمونه جوک از دروغ گویی داماد: «مادر عروس از خواستگار پرسید: تا به حال ازدواج کردی؟ خواستگار: نه. مادر عروس: از کجا باور کنم؟ خواستگار: به جان بچه هایم راست میگویم!»

نمونه جوک از داماد بی‌پول: «یارو به مادرزنش میگه: مادر جان این همه دعا و عبادت می‌کنی، چند درصد دعاهاتون مستجاب میشه؟ میگه: ۵۰ درصد. داماد از کجا فهمیدین؟ مادرزن: از خدا خواستم، دامادم خرپول باشه، دامادم خر هست، اما پول نداره!».

- در جوک‌هایی که به روابط مادر بزرگ و نوه‌ها ویژگی‌های نظیر عدم توجه و محبت، داشتن انتظارات زیاد و منفعت‌طلبی مشاهده شد که منجر به احساس خشم گشته است. مثالی از این نوع جوک «از حموم اومدم بیرون اومدم برقو خاموش کنم برق گرفتم، واسه مادر بزرگم تعریف کردم یه دقیقه فکر کرد بعد میگه: برقم برقای قدیم می‌گرفت درجا طرفو خشک می‌کرد؛ یعنی محبت می‌چکه ازشون».

- آخرین دسته‌بندی از روابط خانوادگی به جوک‌هایی اختصاص دارد که به روابط کلی میان اعضاء اشاره کرده است؛ که در این دسته‌بندی منفعت‌طلبی هر یک از اعضاء، عدم رضایت از عملکرد گذشته نسبت به هم موجب احساس خشم و شرم و گناه شده است. مثال: «هلت از بیرون زنگ می‌زنی و واسشون غذا بیارن؛ اونوقت من باید از بیرون زنگ بزنم که غذامو نخورین تورو خدا الان میرسم».

نتیجه‌گیری

جامعه‌شناسی طنز و احساسات دو حوزه جدید در ایران محسوب می‌شوند که برای گسترش و رشد آن نیازمند بررسی‌های جامعه‌شناختی بیشتری در این حوزه‌هاست. این پژوهش با تلفیق مفاهیم مهمی چون خانواده، طنز و احساسات سعی بر آن دارد تا از منظر جدیدی به بررسی روابط خانوادگی بپردازد. این ادعا که نهاد خانواده به عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای نظام اجتماعی است؛ بر کسی پوشیده نیست چراکه کارکردهای پنهان و آشکار نهاد خانواده آن‌چنان بی‌شمار است که نمی‌توان جایگزینی برای آن در جامعه متصور شد. از منظر دیگر خانواده منبعی مهم برای تأمین نیازهای عاطفی و روانی افراد جامعه است که همین مسئله ضرورت ورود جامعه‌شناسی احساسات به حوزه خانواده را بیان می‌کند. این پژوهش نشان می‌دهد که هر فرد از اعضا خانواده با توجه به جایگاه و میزان قدرتی که در اختیار دارد؛ احساسات متفاوتی تجربه می‌کند که در نظر کمپر این روابط متفاوت قدرت و جایگاه، فرآیندهای فیزیولوژیکی متفاوتی را به جریان می‌اندازد که به نوبه خود احساسات متفاوتی را در فرد ایجاد می‌کند، به عقیده او توزیع این دو بعد قدرت و جایگاه در ساختار اجتماعی به گونه‌ای است که بعضی از کنشگران به شکل طبیعی از قدرت و جایگاه بیشتر و برخی دیگر از قدرت و جایگاه کمتری برخوردارند؛ که همین مسئله باعث تجربه احساسات مختلفی چون غم، شادی، نفرت، اندوه ... در جایگاه‌های متفاوت اجتماعی و گروهی می‌شود (ربانی خوراسگانی، کیانیور، ۱۳۸۸).

بررسی محتوای جوک‌ها نیز نشان می‌دهد که نوع روابط و احساسات هر فرد با توجه جایگاه‌های متفاوتی نظیر: (زن و شوهر)، (والدین و فرزندان) (عروس و مادر شوهر)، (داماد و مادرزن) (مادر بزرگ

و نوه‌ها) متفاوت است. می‌توان با توجه به یافته‌های این تحقیق استدلال نمود که رد پایی از نابرابری قدرتی و جایگاهی دنیای واقعی حتی به فضای مجازی و محتوای جوک‌ها نیز کشیده شده است و برخی از اعضا خانواده قدرت مضاعف‌تری نسبت به دیگر اعضا برخوردار هستند که همین امر منجر به بروز احساسات متفاوتی در آن‌ها گشته است.

درواقع بررسی نتایج این پژوهش حاکی از آن است که جوک‌هایی که در مورد زنان ساخته شده دارای ویژگی‌هایی نظیر تهدید به کتک‌کاری، وابستگی مالی زنان، عدم توجه شوهر به زن، خیانت، عدم رضایت از زندگی زناشویی است که منجر به بروز احساساتی نظیر خشم، ترس، نارضایتی، حسادت و عدم شادمانی در زنان گشته است. از سوی دیگر جوک‌های مرتبط با مردان نیز نشان می‌دهد که عدم وقت‌شناسی، سر به سر گذاشتن بیش از اندازه شوهر توسط زن، نسبت دادن برچسب‌های متفاوت مانند زن‌ذیلی منجر به بروز احساساتی نظیر خشم و تحقیر در مردان گشته است.

نوع دوم جوک‌های خانوادگی روابط والدین و فرزندان را مورد توجه قرار داده است؛ که در دو بخش روابط مادر با فرزندان و روابط پدر با فرزندان تفکیک شده است. در بخش اول جوک‌های مرتبط با روابط مادر با فرزند؛ ویژگی‌های نظیر عدم مسئولیت‌پذیری مادر، نظارت بیش از اندازه او، عدم آگاهی از مسائل روز، توقعات زیاد مادر از فرزندان، کتک زدن فرزند و توهین و ناسزا گفتن، مشاهده شده است که موجب شده فرزندان احساساتی نظیر خشم و عصبانیت، یاس، افسردگی را تجربه کنند؛ این امر مبین آن است که مادران از نظر قدرت و جایگاه در وضعیت بالاتری نسبت به فرزندان برخوردارند.

دسته‌بندی دیگر از این مجموعه به بررسی روابط قدرتی - جایگاهی میان پدر و فرزندان اشاره دارد؛ محتوای مشاهده شده در جوک‌های مرتبط با این دسته‌بندی نشان می‌دهد: دعوا، تمسخر فرزند، زورگویی، سرزنش و سرباز زدن از وظایف پدری شامل ویژگی‌هایی است که به پدران در جوک‌ها نسبت داده شده و منجر به بروز احساساتی نظیر خشم، عصبانیت، ناامیدی و ترس در فرزندان گشته است.

- در دسته‌بندی روابط میان مادر شوهر و عروس چون هر کدام به عنوان فرد میانجی، وارد روابط دو نفره (مادر، فرزندی) و (زن، شوهری) می‌شوند که منجر به خدشه در روابط قدرتی و جایگاهی طرف مقابل می‌گردد و موجب بروز احساس حسادت همراه با خشم و تنفر می‌شود. نوع دیگر روابط خانوادگی روابط میان مادر زن و داماد است؛ بررسی محتوای جوک‌ها نشان می‌دهد، چون داماد از قدرت و جایگاه پایین‌تری برخوردار است؛ دست به چاپلوسی می‌زند که این امر منجر به احساس دوگانه‌ی رضایت همراه با یاس در مادرزن می‌گردد.

به‌طور کلی در این پژوهش نشان داده شد که از منظرهای گوناگون می‌توان به بررسی روابط عاطفی و قدرتی در درون نهاد خانواده پرداخت. درواقع جوک‌ها نیز به عنوان یکی از متون اجتماعی دارای

این ظرفیت‌اند که با بررسی آن بسیاری از روابط قدرتی - جایگاهی را در گروه‌های مختلف از جمله خانواده بازشناخت و مورد ارزیابی و کنکاش علمی قرار داد.



منابع

- آزاد ارمکی، ت و همکاران (۱۳۹۱). «هم‌خانگی، پیدایش شکل‌های جدید خانواده در تهران»، جامعه‌پژوهی فرهنگی، شماره‌ی ۱-، صص: ۴۳-۷۷.
- ابوالقاسمی، م؛ نوروزی، ع و طالب‌زاده نوبریان، م (۱۳۹۲). «تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده: از منظر هویت دینی و ملی»، فصلنامه مطالعات ملی، دوره‌ی ۱۴، پاییز شماره ۳.
- باستانی، س؛ خانیکی، ه، ارکان‌زاده یزدی، س (۱۳۹۷). «مردم رسانه‌های جریان اصلی و مصرف رسانه‌های نوین پیمایش مصرف، اعتماد، رضایت و مشارکت رسانه‌ای شهروندان تهران». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. سال چهارم. شماره ۱۴.
- توکلی‌راد، م؛ غفاری، غ (۱۳۹۵). «جوک سیاه، تعامل اجتماعی و پیامد غیر سازنده آن»، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران. شماره ۵: ۵۳۹-۶۱۵.
- تربتی، س مهدوی، ا. (۱۳۹۷). «تحلیل گفتمان انتقادی جوک در خصوص توافق هسته ای در جوک فارسی». فصلنامه مطالعات رسانه های نوین. سال چهارم. شماره ۱۵. صص-۱۰۶-۱۴۰.
- ربانی خوراستگانی؛ کیانپور، م (۱۳۸۸). «جامعه‌شناسی احساسات. فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی». سال بیستم. شماره ۲ (۶۴-۳۵).
- ساروخانی، ب و قریب، م (۱۳۹۳). «ساختار خانواده و تا تیر آن بر جایگاه سالمندان (مورد مطالعه شهر تهران)». فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی ایران. شماره ۳.
- فروتن، ی (۱۳۹۲). «چالش‌های خانواده معاصر و نوگرایی با تأکید بر طلاق در فرآیند گذار جمعیتی». مسائل اجتماعی ایران، ۴ (۲): ۱۲۲-۱۰۵.
- سفیری، خ؛ شهرزاد، ز (۱۳۹۵). «تحلیل تماتیک جوک‌های مبادله شده در برنامه اتاق جوک». فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات. سال هفدهم شماره ۳۵.
- کریپنهورف، ک (۱۳۹۷). «مبانی روش‌شناسی تحلیل محتوا». ترجمه هوشنگ نائینی، تهران: نشر نی.
- کوثری، م؛ خیرخواه، ط (۱۳۸۷). «تحلیل محتوای پیام‌های کوتاه دانشجویان دانشگاه‌های تهران». فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۲: ۷۸-۵۷.
- کیوی، ر؛ کامینهود، ک (۱۳۷۸). «روش تحقیق در علوم رفتاری». ترجمه عبدالحسین نیک گهر، تهران: توتیا.
- مقدس، ع و قدرتی، ش (۱۳۹۰). «بررسی نقادانه نظریه‌های جامعه‌شناسی عواطف جاناتان ترنر، تئودور کمپرو ادوارد لاولر»، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی سال ۲۲ (۱۶۶-۱۴۳).

- مظاهری و همکارانش (۱۳۸۵)، گزارش نهایی طرح پژوهشی مقایسه ادراک و آرمان ساختار خانواده در نوجوانان و والدین، سازمان ملی جوانان توسط پژوهشکده خانواده دانشگاه شهید بهشتی
- وکیلی، ش (۱۳۸۳). «پژوهشی درباره شوخی»، نشریه اطلاع‌رسانی و کتابداری کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۷۸.
- Abedinfard, mostafa. (2015). *Humor and Gender Hegemony the panoptical Role of ridicule vis –a.*
- NAghdipur, bakhtiyar. (2014). *a socioihguistic perspective. articl in folklore. Estonia. doi:10.7592.*
- Naldini, M. (2017). *The Sociology of the Families, International journal of sociology of the family, 8-35.*
- Chan ,YC1 . (2016). *Neural Correlates of Sex/Gender Differences in Humor Processing for Different Joke Types. Apr 26;7:536. doi: 10.3389/fpsyg.2016.00536.*
- Tian F, Hou Y, Zhu W, Dietrich A, Zhang Q, Yang W, Chen Q, Sun J, Jiang Q, Cao G . (2017). *Getting the Joke: Insight during Humor Comprehension - Evidence from an fMRI Study. 18;8:1835. doi: 10.3389/fpsyg.2017.01835.*
- Moreno-Mínguez, A. Ortega-Gaspar, M ., & Gamero-Burón, C. (2018). *A Socio-Structural Perspective on Family Model Preferences, Gender Roles and Work-Family Attitudes in Spain, Soc. Sci, 8(4), 2-23.*
- Shaw, Bernard. (2005). *BUY THIS BOOK AT "AMAZON" <http://www.amazon.com/Humor-Theory-Laughter-IgorKrichtafovitch-/dp/1598002228>*
- Shifman, I. (2007). *only joking? online humor in the 2005 general election, information community and society 10(4)*
- Zijderveld, Anton C. (1983). *Trend Report: The Sociology of Humour and Laughter*, *Current Sociology*, 31 (3), pp. 1-59