

تحلیل تفسیری کنش جوک گویی

احسان آقابابایی^۱

تاریخ پذیرش: ۹۳/۹/۳

تاریخ دریافت: ۹۳/۱/۲۴

چکیده

کنش‌گران اجتماعی در موقعیت‌های گوناگون برای یکدیگر جوک تعریف می‌کنند. اگر جوک‌گویی را پدیده‌ای اجتماعی در نظر بگیریم، این کنش معانی اجتماعی نیز خواهد داشت. هدف این پژوهش تفسیر معانی، نیت‌ها و احساساتی است که افراد جوک‌گو به کنش جوک‌گویی نسبت می‌دهند. برای دستیابی به این هدف، ضمن وام‌گیری ایده‌های نظریه کنش متقابل، «روش تحلیل تفسیری» در نقش راهبر این پژوهش در نظر گرفته شده است. داده‌ها مشاهده‌ای به صورت مشارکتی از سه گونه جمع خانوادگی، دوستانه و شغلی و مصاحبه نیم ساخت‌یافته از دوازده نفر (چهار زن و هشت مرد) جمع‌آوری و پس از کدگذاری تفسیر شدند.

براساس نتایج دو نوع کنش‌گر جوک‌گو، یعنی «جوک‌گوی حرفه‌ای» و «جوک‌گوی آماتور» وجود دارند که خصوصیات متفاوت و مشترکی دارند. علاوه بر این، کنش‌گران جوک‌گو سه نیت شاد کردن جمع، برقراری روابط اجتماعی و دستیابی به منزلت را از جوک‌گویی دنبال می‌کنند و به ترتیب سه دسته احساس، به نام‌های احساس نشاط، احساس صمیمیت و احساس شأن و منزلت را بدان نسبت می‌دهند.

واژه‌های کلیدی: جوک‌گویی، روابط اجتماعی، شور جمعی، کنش‌گر جوک‌گو،

منزلت.

مقدمه

کنش‌گران اجتماعی در موقعیت‌های گوناگونی مانند جمع خانوادگی، گروه دوستان، میهمانی‌ها، محیط کار، باشگاه ورزشی و... برای یکدیگر «جوک» تعریف می‌کنند. فرهنگ «وبستر» جوک را روایت کلامی معرفی می‌کند که باعث برانگیختگی خنده در افراد می‌شود. دیکشنری «لانگمن» نیز جوک را داستان یا بذله‌گویی ای می‌داند که مردم را می‌خنداند. در حالی که زیست‌شناسان و عصب‌شناسان خنده را رفتاری فیزیولوژیک می‌دانند و جوک در نقش محرکی برای این رفتار تعریف می‌شود (گولد و گولد، ۱۹۹۴) و زبان‌شناسان در تعریف جوک بر ساخت زبانی و معنایی آن تمرکز می‌کنند (هاکت، ۱۹۹۷)؛ متفکران بسیاری جوک را پدیده‌ای فرهنگی و اجتماعی می‌دانند (داگلاس، ۱۹۶۸؛ زیشدفلد، ۱۹۸۳؛ پاول، ۱۹۸۸). از دیدگاه آنان، جوک روایتی از یک رخداد با محتوای قومیتی، سیاسی، اجتماعی و جنسی است که از سوی فرد جوک‌گو برای سایرین بازگو می‌شود. از این رو اگر جوک پدیده‌ای اجتماعی- فرهنگی است بنابراین جوک‌گویی نیز پدیده‌ای اجتماعی به‌شمار می‌رود. بدین معنا که اگر تعریف ماکس وبر از کنش اجتماعی را مبنا قرار دهیم (وبر، ۱۳۸۱: ۶۴-۶۵)، «جوک‌گویی» کنشی اجتماعی به‌شمار می‌رود؛ زیرا فرد معنایی به آن نسبت می‌دهد، به سوی کنش دیگران گرایش دارد و آنان را متأثر می‌کند. هدف این پژوهش تفسیر معنای اجتماعی کنش جوک‌گویی است. بنابراین پرسش اصلی این است: افراد جوک‌گو چه معانی و احساساتی به آن نسبت می‌دهند؟ و پرسش دوم آن که افراد جوک‌گو چه ویژگی‌هایی دارند؟

پیشینه پژوهش

در پژوهش‌های داخلی بیشتر در زمینه روان‌شناسی و زبان‌شناسی پژوهش شده است. علی‌نیاکروئی و همکاران در پژوهش «روش‌های شوخ‌طبعی، بهزیستی و هوش هیجانی در دانشجویان» برای پدیده جوک‌گویی از پرسشنامه‌های شوخ‌طبعی بهره‌جسته‌اند و آن را به متغیرهای دیگر پیوند زده‌اند. به عقیده این محققان روش‌های شوخ‌طبعی پیوندجویانه و خودخواهانه با رضایت از زندگی، عاطفه مثبت و هوش هیجانی ارتباط مثبت و با عاطفه منفی ارتباط منفی معنادار دارد. روش‌های شوخ‌طبعی پرخاشگرایانه و تمسخر خود با رضایت‌مندی از زندگی، عاطفه مثبت و هوش هیجانی ارتباط منفی معنادار و با عاطفه منفی ارتباط مثبت معنادار دارند (علی‌نیاکروئی و همکاران، ۱۳۸۷). خیرآبادی در پژوهش خود با نام «نقش تخطی از

اصول گرایس در ایجاد نسل جدید لطیفه‌های ایرانی» از الگوی گرایس در تبیین لطیفه‌های جوانان (لطیفه‌های «پ نه پ») استفاده کرده است. نتایج کار وی نشان می‌دهد که نقص اصول همیاری مکالمه‌ای بر غیرطبیعی شدن و حتی مسخره به نظر رسیدن یک تعامل گفتمانی منجر خواهد شد (خیرآبادی، ۱۳۹۲). کرامتی و مهram به واکاوی لطیفه‌هایی پرداخته‌اند که دانش‌آموزان دختر رد و بدل می‌کنند. این محققان شش مدرسه مشهد را برای نمونه انتخاب کردند و براساس شماره‌گذاری قیاسی و استقرایی نشان دادند که همه لطیفه‌ها با اهداف تعریف‌شده آموزشی همسو نیستند. آنان بر لزوم برنامه‌های آموزشی شاد در مدارس تأکید کرده‌اند (کرامتی و مهram، ۱۳۹۰). در پژوهش‌های خارجی جامعه‌شناسی فراوانی در سنت‌های گوناگون صورت گرفته است که از آن جمله به چاپمن (۱۹۸۳) اشاره می‌شود. از دیدگاه او خنده ابزاری برای ارتباط میان انسان‌هاست. وی برای اثبات ادعای خود به صورت آزمایشگاهی کنش خندیدن کودکان را مشاهده کرده است و نشان می‌دهد که کودکان بیشتر در جمع می‌خندند و برای یکدیگر موضوع‌های جالب تعریف می‌کنند اما در تنهایی میزان خنده بسیار اندک است. دیوس و فارینا، کنش جوک‌گویی را با مفاهیم جنسیتی پیوند زده‌اند و نشان داده‌اند که مردان با شنیدن جوک واکنش متفاوتی از خود بروز می‌دهند. بدین معنا که مردان به جوک‌هایی که زنان زیبا برای آنها تعریف می‌کنند بسیار بیشتر می‌خندند نسبت به جوک‌هایی که زنان نازیبا تعریف می‌کنند (دیویس و فارینا، ۱۹۷۰).

مبانی نظری

درباره جوک، خنده و جوک‌گویی گستره متنوعی از نظریه‌های زیست‌شناسی، زبان‌شناسی، روان‌کاوی و اجتماعی وجود دارد. نظریه‌های کلاسیک در سه دسته با نام‌های نظریه خودبزرگ‌بینی، تسکین و ناسازگاری قرار دارند که به مرور آنها می‌پردازیم. نظریه‌های اجتماعی نیز شامل نظریه نگه‌داشت، گفتگو و چارچوب هستند.

۱. نظریه خودبزرگ‌بینی: این نظریه رویکردی ذات‌گرایانه نسبت به بشر دارد و بیان می‌کند به دلیل ذات پرخاشگر بشر، از تحقیر و مسخره کردن دیگران لذت می‌برد و بنابراین فرد جوک‌گو خود را برتر از دیگران می‌داند. افلاطون و ارسطو بر این باورند که جوک‌گویی ناشی از بدخواهی است و فرد جوک‌گو دیگران را کم‌ارزش‌تر از خود می‌داند (رپ، ۱۹۴۹: ۸۷). توماس هابز نیز جوک‌گویی را نزاع مداومی برای قدرت و برتری طلبی می‌داند و جوک را «اقتخار

ناگهانی» بیان می‌کند، از دیدگاه او «افتخار ناگهانی گرایشی است که با ایجاد حالاتی در چهره، خنده نامیده می‌شود که یا به واسطه عمل ناگهانی خود انسان برای خوش آمدش به وجود می‌آید یا در نتیجه دیدن چیزی بدشکل و بی‌قیافه در دیگران رخ می‌دهد که در مقایسه با آنها خود را ناگهان تمجید می‌کند» (هابز، ۱۳۸۵: ۱۱۰). در دوران معاصر کسانی مانند گراتر، لودوویچی و فربنگاین این نظریه را دنبال کرده‌اند. از دیدگاه لودوویچی جوک‌گویی «اقتباس برتری» است و فرد با جوک گفتن از این دیدگاه لذت می‌برد که نسبت به افرادی که درباره آنها جوک می‌گوید با هنجارهای اجتماع سازگاری بیشتری دارد (لودوویچی، ۱۹۳۳: ۲۱). به عقیده فینبرگ جوک‌گویی گونه‌ای پرخاشگری است اما به شیوه‌ای که از سوی اجتماع پذیرفتنی باشد؛ ما دیگران را می‌خندانیم تا علاوه بر کنترل آنها، به منابعشان نیز دسترسی داشته باشیم (فینبرگ، ۱۹۷۸). کنث مینوگ جوک‌های قوم‌مدارانه را توهین به نژادهای دیگر می‌داند. به این مفهوم که «پرخاشگری و سلطه گاهی اوقات خود را زیر لوای خنده پنهان می‌کند» و «از آنجا که انسان‌ها هم موجودات خندانی هستند و هم جانورانی که از برتری بر دیگران سرخوش می‌شوند»، یکی از این ویژگی‌ها ممکن است دیگری را مخفی کند (شالیت، ۱۹۷۸: ۲۵).

۲. نظریه تسکین: جوک و خنده به لحاظ فیزیولوژیکی برای بدن سودمند است زیرا سبب کاهش فشار خون و افزایش اکسیژن خون و سطح انرژی بدن می‌شود و به آرامش ماهیچه‌ها کمک می‌کند (فری، ۱۹۹۴). از این رو براساس این نظریه، جوک گفتن سبب کاهش تنش یا فشار عصبی در فرد می‌شود. اسپنسر از استعاره سوپاپ استفاده می‌کند و می‌گوید همان‌طور که سوپاپ اطمینان از انفجار یک مخزن جلوگیری می‌کند، جوک‌گویی و خنده نیز سبب کاهش فشار روان می‌شود (هاج، ۱۹۸۸). داروین نیز از این دیدگاه اسپنسر پیروی می‌کند. اما زیگموند فروید مهمترین نظریه را در این زمینه ارائه داده است. از دیدگاه فروید بخشی از تنش‌های روانی که از بدو تولد در فرد سرکوب و به ناخودآگاه فرستاده شده‌اند با جوک‌گویی دوباره رها می‌شوند. این آزادسازی هم روان را پالایش می‌دهد و هم «اقتصاد روانی» را برای فرد فراهم می‌کند (بیلیخ، ۱۹۹۹).

۳. نظریه ناسازگاری: این نظریه، نظریه‌ای شناختی است و بر پایه ویژگی‌های عینی متن سرگرم‌کننده یا سایر کنش‌ها بنا شده است. بر این اساس وقتی می‌خندیدم یا جوک می‌گویم که

پدیده‌ای با ماهیت عقلانی مورد انتظار امور ناجور باشد؛ این پدیده غیرعقلانی، پارادوکسیکال، سفسطه‌آمیز، نامشروع و نامناسب است. هانری برگسون می‌گوید خنده از ادراک بی‌حواسی یا بی‌انعطافی ناشی می‌شود. آنچه موجب خنده می‌شود ناشی از «بی‌توجهی به زندگی» است. گونه‌ای کنار رفتن روح از عمل، بدین معنا که معمولاً به کسی می‌خندیم که رفتاری مکانیکی شبیه اشیاء بی‌جان از او سر می‌زند «خننده رفتاری زیستی- اجتماعی برای حفظ و بازگرداندن توجه به جهان اطراف‌مان است؛ پدیده‌ای اصلاح‌کننده و هشداری به بقیه که چنین عملی را تکرار نکنند» (شوارتس؛ ۱۳۸۳: ۴۱).

۴. نظریه نگه‌داشت: این نظریه بر این دیدگاه استوار است که جوک‌ها برای تقویت نقش‌ها، تمایزات و تقسیم‌های اجتماعی موجود، بیان می‌شوند. به عقیده رادکلیف بروان جوک‌ها شبیه سایر سرگرمی‌ها «تبادل اجتماعی» را بنا می‌نهند و آن را نگه می‌دارند (رادکلیف - بروان، ۱۹۴۹: ۱۳۵). از این دیدگاه جوک‌گویی همبستگی درون‌گروهی را بازنمایی می‌کند و تمایز و تفاوت با سایر گروه‌ها را نشان می‌دهد. نظریه نگه‌داشت در آثار کسانی مانند کریس دیویس نیز دیده می‌شود. از نظر دیویس جوک‌ها ساختار اجتماعی را می‌سازند و آن را نگه می‌دارند. به عقیده وی که در سطح کلان به تحلیل جوک‌های نژادی و قومیتی می‌پردازد خرده‌فرهنگ‌ها برای یکدیگر جوک‌سازی می‌کنند یا فرهنگ حاکم برای خرده‌فرهنگ‌ها جوک می‌سازد اما این جوک‌ها خبر از «نزاع» نمی‌دهند. جوک‌های قوم‌مدارانه یا محافظه‌کارانه یا نظامی‌گرایانه در راستای نگه‌داشت وضع موجود عمل می‌کنند (دیویس، ۲۰۰۲: ۷۶). کالینسن نیز همذات‌پنداری و تمایزگذاری را از کارکردهای اجتماعی جوک می‌داند و کسان دیگری همچون سیوینکلی و می‌یر نیز در این زمینه آثاری منتشر کرده‌اند.

۵. نظریه گفتگو: براساس این نظریه، جوک‌گویی تجربه‌ای گروهی است که به معیارهای اجتماعی مانند پایگاه اجتماعی، روابط اجتماعی و... وابسته است. زیدرولد جوک را رخدادی می‌داند که کنش متقابل، موقعیت و عاملیت را در بر می‌گیرد و مانند رگی خالی است که با معنای ادراکی شنونده پر می‌شود. از این رو جوک‌گویی پدیده‌ای بین‌ذهنی است که قواعد کنش را نشان می‌دهد (زیشدیلد، ۱۹۸۳: ۲۹۲). پاول نیز می‌نویسد جوک‌ها مکانی برای فردیت و مباحثه هستند که از کنش متقابل افراد نشئت می‌گیرند (پاول، ۱۹۸۸).

۶. نظریه چارچوب: بر اساس این نظریه، جوک‌ها جزئی از واقعیت اجتماعی نیستند بلکه بخشی از واقعیت یا وقفه‌ای در درون آن هستند. جوک‌گو، اجازه می‌یابد که خارج از گفتمان

بهنجار بایستد و بدون ترس انتقادش را ابراز کند. پس در جوک‌گویی گفتمان بهنجار به حالت تعلیق در می‌آید و تابوها کنار می‌روند. داگلاس بر این عقیده است که فقط با شناخت فرهنگ درک جوک‌ها امکان‌پذیر می‌شود؛ زیرا جوک‌گویی آدابی است که در آن سلسله‌مراتب و معنا به چالش کشیده می‌شود (داگلاس، ۱۹۶۸: ۳۶۵). نوریك (۱۹۹۳) نیز بر این باور است که جوک‌ها آزمونی برای دسترسی به موضوع مباحثه هستند که احساسات دیگری را برانگیخته و قرارداد یک بحث در چارچوبی جدید را می‌گشایند. مالکای نیز جوک را «مد سرگرمی» معرفی می‌کند و معتقد است که در جوک‌گویی افراد از گفتمان جدی به چارچوب خوشمزگی وارد شده و اجازه می‌یابند تا با جوک‌ها، با تناقض‌ها و ابهام‌های گفتمان استاندارد گفتگو کنند (مالکای، ۱۹۸۸).

چارچوب مفهومی

در پژوهش‌های کیفی استفاده از مبانی نظری به شیوه پارادایم پوزیتویستی ضرورت چندانی ندارد اما در این پژوهش از دیدگاه‌های اصلی سنت‌کنش متقابل نمادین بهره می‌گیریم. این دیدگاه‌ها همچون نقشه‌ای راهبردی در این پژوهش کیفی عمل می‌کنند:

۱. انسان‌ها در محیط نمادین زندگی می‌کنند.
۲. انسان‌ها نمادها را ارزیابی می‌کنند و میان آنها تمایز قائل هستند.
۳. انسان‌ها درباره کنش و محیط کنش خود بازاندیشی می‌کنند.
۴. معنا که پدیده‌ای مفهومی و ذهنی است به واسطه نمادها بین کنش‌گران منتقل می‌شود (اپلروس و اوردس، ۲۰۰۶).

روش‌شناسی پژوهش

روش به‌کاررفته در این پژوهش، «روش تفسیری» است. این روش بر درک معانی، اهداف و مقاصد تمرکز دارد که مردم به کنش‌ها و تعاملات‌شان با سایرین نسبت می‌دهند. برخلاف روش‌های پوزیتویستی، این روش معتقد نیست که واقعیت «در آنجا» حضور دارد تا محقق آن را کشف کند؛ بلکه مبنای معرفت‌شناسی روش تحقیق تفسیری بر این اساس است که هرچند ممکن است واقعیت «در آنجا» باشد، اما ادراک محقق، واقعیت را می‌سازد (اسمیت، ۱۹۹۲). در این پژوهش نیز معنایی که کنش‌گران به کنش «جوک‌گویی» نسبت می‌دهند، بر همین اساس تفسیر خواهد شد.

میدان پژوهش، جمع یا گروهی است که در آن جوک تعریف می‌شود. سه جمع خانوادگی، دوستانه و شغلی در شهر اصفهان بررسی شدند. همچنین تعداد افراد نمونه این مقاله شامل ۸ مرد و ۴ زن است که مجموعاً ۱۲ نفر را تشکیل می‌دهند. این افراد هم در میدان پژوهش و هم با پرس‌وجو شناسایی و برای نمونه انتخاب شدند. نمونه‌گیری تا اشباع نظری ادامه یافت و سپس متوقف شد. همچنین کوشیدیم تا از گفتگو درباره معانی متناسب به جوک‌های قومیتی و جنسی اجتناب شود و بدین ترتیب پژوهش در زمینه کنش جوک‌گویی، به ژرف‌نگری و کیفیت پژوهش وام‌دار بماند.

روش نمونه‌گیری پژوهش، براساس «نمونه‌گیری موارد خاص» است. در این روش، خود فرد مهم‌تر از موضوع پژوهش است و کسانی مدنظر هستند که روابط موضوع پژوهش در آنها آشکارتر باشد یا کسانی که برای عملکرد برنامه مورد ارزیابی، اهمیت خاصی دارند (فیلیک، ۱۳۸۷:۱۴۳). در این مقاله منظور از نمونه‌های بحرانی، افرادی هستند که به جوک گفتن شهرت دارند. این افراد را «کنش‌گران جوک‌گو» می‌نامیم. برای انتخاب حجم نمونه نیز نکات مشابه میدان پژوهش در نظر گرفته شد. اطلاعات مورد نیاز برای دستیابی به هدف مقاله از راه مصاحبه نیم‌ساخت‌یافته و مشاهده مشارکتی گردآوری شدند. بدین ترتیب که ابتدا محقق با حضور در جمع، شواهد و دلایل را گردآوری کرد و پس از شناسایی «کنش‌گران جوک‌گو» با آنها مصاحبه کرد.

اعتبار و تحلیل داده‌ها

یکی از منابع اعتبارسنجی، «کنترل عضو» است؛ یعنی می‌بایست همراه با نتایج پژوهش به سوی افراد بازگردیم و آنها را در پرتو واکنش‌های افراد پالایش کنیم (محمدپور، ۱۳۹۲:۱۸۶). نتایج این پژوهش نیز به سه نفر از افراد نشان داده شد و ضمن تأیید نتایج از سوی ایشان، ابهام‌ها برطرف شد؛ زیرا در تحلیل‌های تفسیری، عموماً گونه‌ای برساخت مرتبه دوم معنا با استناد به واژه‌های تخصصی انجام می‌شود که برای مخاطب خارج از علم، مبهم است. علاوه بر «کنترل عضو» کوشیدیم که گزارش نهایی «منسجم» باشد و برای «باورپذیری» به بیان سخنان نمونه‌ها استناد کردیم.

تحلیل داده‌های پژوهش، «کدگذاری» شدند. در این روش پژوهشگر با سازماندهی داده‌های خام در قالب طبقات مفهومی، موضوع‌ها یا مفاهیمی به‌وجود می‌آورد که از آنها برای تحلیل

داده‌ها استفاده می‌کند (نیومن، ۱۳۹۰: ۴۸۵). روش‌های کدگذاری بسیاری وجود دارد (استروس و کریبن، ۱۳۹۲؛ نالف و ویستر، ۱۹۸۸؛ مایلز و هابرم، ۱۹۹۴؛ براون و همکاران، ۲۰۰۳) که در این پژوهش از روش نالف و ویستر (۱۹۸۸) استفاده شد. در این روش ابتدا مصاحبه‌ها بر روی کاغذ پیاده شدند، پس از بررسی هر پاراگراف، جمله مهم آن را انتخاب کردیم (کد توصیفی). به توصیف‌های به‌دست‌آمده با عنوان کد تفسیری و درنهایت کدهای تفسیری به کد تبیینی کاهش داده شدند و نتایج براساس کدهای تبیینی گزارش‌نویسی شدند.

یافته‌های پژوهش

توصیف جوک‌گو

کنش‌گرانی که در جمع جوک می‌گویند به دو دسته تقسیم می‌شوند؛ دسته اول را «جوک‌گوی حرفه‌ای» و دسته دوم را «جوک‌گوی آماتور» می‌نامیم.

۱. جوک‌گوی حرفه‌ای: کسی که اجرای نمایشی قوی از جوک دارد. وی قادر است یک یا چند لهجه را تقلید کند، حرکات خنده‌دار از خود بروز دهد و حتی به شیوه پیرمردان، پیرزنان، بچه‌ها و... سخن بگوید. فن بیان خوب جوک‌گوی حرفه‌ای در اجرای موفق وی مؤثر است. جوک‌گوی حرفه‌ای حافظه قوی دارد زیرا وی به‌سادگی جوک‌ها را به خاطر می‌آورد. شخص حرفه‌ای، جوک را به صورت موضوعی یا زنجیره‌ای در ذهن انبار کرده است و زمان دلخواه آنها را بیان می‌کند. حرفه‌ای را می‌توان «کارآگاه مشتاق» جوک نامید یعنی کسی که همواره در پی یافتن جوک است و آنرا از راه‌های گوناگون (سایر افراد، اینترنت و...) گردآوری می‌کند تا همیشه بهترین‌ها را در چنته داشته باشد.

۲. جوک‌گوی آماتور: بیشتر جوک‌گوها، آماتور هستند. آنها اجرای نمایشی ضعیفی از جوک دارند زیرا تقلید لهجه‌ها یا کاراکترها را یا اصلاً نمی‌دانند یا یکی-دو مورد را در سطح کیفی متوسط نمایش می‌دهند. آماتور، حافظه متوسطی در به یاد آوردن جوک دارد و در موارد بسیاری پس از موقعیت جوک را به یاد می‌آورد. این فرد موضوع جوک‌ها را همانند فرد حرفه‌ای به صورت طبقه‌بندی در ذهن ندارد و بیشتر ناگهانی و درباره موضوع محدود جوک می‌داند. آماتور، درباره شنیدن و تعریف جوک مشتاق است اما جست‌وجوگر نیست. یعنی هرگاه جوکی شنید برای دیگران بیان می‌کند اما مدام در پی پیدا کردن جوک‌های جدید نیست. در جدول ۱ ویژگی‌های آماتورها و حرفه‌ای‌ها مقایسه شده‌اند.

جدول ۱. ویژگی‌های کنش‌گران جوک‌گو

جوک‌گوی حرفه‌ای	جوک‌گوی آماتور
اجرای نمایشی قوی	اجرای نمایشی متوسط یا ضعیف
حافظه قوی	حافظه متوسط
بیان موضوعی یا زنجیره‌ای	بیان اتفاقی و موضوعی محدود
کارآگاه مشتاق	علاقه‌مند اما نه جست‌وجوگر

تفسیر جوک‌گویی

جوک‌گویی و هیجان جمعی

یکی از مهم‌ترین اهداف جوک‌گویی بیان‌شده در همه مصاحبه‌ها، افزایش هیجان جمعی است. کنش‌گران، جوک می‌گویند تا شور و هیجان جمع را افزایش دهند. آنها در جمع خانوادگی، دوستان، همکاران شغلی، همکلاسی‌ها، باشگاه‌های ورزشی، جشن تولد و ... جوک می‌گویند تا نشاط جمع را افزایش دهند و سبب احساس سرخوشی و هیجان در همگان شوند. این هیجان اغلب با خنده و قهقهه بروز می‌یابد و لذت افراد از حضور در آن جمع را در پی دارد. در این راستا دو گونه موقعیت جوک‌گویی وجود دارد:

۱. افراد هنگام حضور در جمعی برای نخستین‌بار که باهم ناآشنا هستند، کنش‌گر با جوک‌گفتن قصد دارد شرایط و فضای جمع را از راکد به پویا تغییر دهد. درواقع، جوک‌گویی «فضای سنگین» حاکم بر جمع را می‌شکند و آن را به «فضایی خودمانی‌تر» تبدیل می‌کند. آقای جیم می‌گوید: «وقتی آدما همو نشناسن و مجبور بشن همو بشناسن [می‌خندد] منظورم جمع خانوادگی و از این حرفاس... اینجا اگه آدم جوک بگه یخ جمع آب میشه». پس در صورتی که بیان جوک موجب خنده افراد شود «یخ جمع» را «آب» می‌کند و برای افراد «احساس خوبی» پدید می‌آید و جمع را به سوی دوستانه‌بودن هدایت می‌کند. برخلاف آن، اگر فرد جوک‌گو به جمع شدن دوباره جمع نیازی احساس نکند (مثلاً «توفیق اجباری نصیب بشه») فرد جوک‌گو رغبتی به گفتن جوک از خود بروز نمی‌دهد. همان‌گونه که آقای صاد می‌گوید: «با خودم می‌گم چه دلیلی داره و قتمو تلف کنم... چون نمی‌خواستم دوباره با اینا دور هم جمع بشیم».

۲. گونه دوم زمانی رخ می‌دهد که جوک‌گو در جمع دو یا چند نفره آشنا قرار گیرد. اگر جوک‌گو در جمع دونفره احساس کند که فرد مقابل «ناراحت است»، «در خودش فرو رفته» یا «غمگین» است، با جوک‌گویی قصد خندانند و شادکردن دوستش را دارد. به گفته خانم شین: «واسش مشنگ بازی درمیارم تا حالش سر جاش بیاد». حالت بعدی زمانی است که جوک‌گو در جمعی از آشنایان، جوک می‌گوید تا «جمع شاد شود»، «جمع بخندد»؛ چنانچه آقای نون می‌گوید: «فضای حاکم گرم شود». این موضوع درباره این موارد هم درست است که «جمع از خشکی دربیاد» و به قولی «فضای خونواده تلطیف بشه». بنابراین جوک‌گویی برای جوک‌گو با هدفی خاص معنا می‌یابد که هدفش افزایش هیجان و شادی همگانی جمع است.

جدول ۲. کدهای جوک‌گویی و جوش جمعی

کد تبیینی	کد تفسیری	کد توصیفی
آب شدن یخ جمع	آب شدن یخ جمع	وقتی آدم‌ها همو نشناسن و مجبور بشن همو بشناسن [می‌خندد] منظورم جمع خانوادگی و از این حرفاس... اینجا اگه آدم جوک بگه یخ جمع آب میشه.
تغییر حال و هوای جمع	تغییر حال و هوای جمع	من همیشه شادم و سعی می‌کنم جمعو هم شاد کنم... وقتی جایی باشم که ناآشنا توش زیاد باشه و حال و هوای جمع سنگین باشه یه جوک خوب پیدا می‌کنم و می‌گم تا اتمسفر تغییر بشه.
خودمانی شدن افراد با هم	خودمانی شدن افراد با هم	وقتی توی جمعی باشی که باهم خودمونی نباشن یه چیز جالبی که تعریف کنی همه بخندن آدم‌ها با هم راحت و خودمونی می‌شن.
خوشحال کردن دوست	خوشحال کردن دوست	یه وقتایی توی ماشین دوستم که می‌شینم می‌بینم تو خودشه، مثلاً اون که خودش همیشه چرت می‌گفت و می‌خندید تو خودشه... اون وقت من وایبرو درمیارم جوک می‌خونم این جوری دست‌کم خوشحال می‌شه. اگه خوب تعریف کنم اونم میفته روی دور...
هیجان جمعی	خندانند دوستان	یه بار دوستم می‌خواست از ایران بره... برای خداحافظی چنتایی رفتیم بیرون... هممون گریمون گرفته بود اما نمیخواستیم کسی بفهمه... هرکس داشت احساسشو مخفی می‌کرد... بهترین کاری که به ذهنم رسید این بود که مشنگ بازی دربیارم و جوک بگم و این باعث شد همه بخندیم.
دلپذیرکردن فضای خانواده	دلپذیرکردن فضای خانواده	... من و داداشم شبا همش جوک می‌خونیم از توی گوشی واسه مامانو بابا... به نظرم خیلی خوبه... به جای اینکه مثلاً به هم بپریم با هم می‌خندیم.

جوک‌گویی و ارتباط اجتماعی

کنش‌گران برای برقراری کنش متقابل از جوک در نقش یک نماد استفاده می‌کنند. به دلیل آن‌که ساختار روایی جوک، مملو از مفهومی‌هایی با معانی اجتماعی برای افراد است که انتقال آن از سوی یک کنش‌گر (در این‌جا جوک‌گو) به کنش‌گر دیگر (این‌جا شنونده)، جریان کنش را به وجود می‌آورد یا آسان می‌کند. از این رو کنش‌گران اجتماعی از جوک برای ابزار برقراری ارتباط و دوام آن استفاده می‌کنند. در این‌جا نیز شاهد انواع احساسات و نیت‌ها هستیم.

فرد جوک‌گو، با بیان جوک در پی برقراری رابطه اجتماعی است. آقای لام می‌گوید هنگام آشنایی با فرد جدید برای صمیمی‌تر شدن با او، جوک تعریف می‌کند؛ وی می‌افزاید: «جوک باعث میشه طرف مقابل خودمونی بشه». مصاحبه‌شونده دیگری نیز بر اهمیت ارتباطی جوک تأکید می‌کند. وی می‌گوید: «وقتی با کسی قرار دیدار داشته باشی تا باهاش آشنا بشی... جوک گفتن برای نمونه از موبایل، سر صحبتو باز می‌کنه و اگه اونم جوک بگه، معلومه که پایه دوستیه». خانم ت نیز می‌گوید: «اولین گام طرح دوستی جوک گفته... اگه آدم جوک نگه خودشو چه طوری نشون داده؟ میگن بی‌حاله». البته برای برقراری رابطه اجتماعی، یکی از گزینه‌ها جوک است اما فرد جوک‌گو می‌کوشد که از آن نیز استفاده کند. بنابراین اگر جوک تعریف نشود شاید برقراری رابطه اجتماعی به تأخیر بیفتد. آقای میم می‌گوید: «بارها شده که جوک گفتم و طرف خندش گرفته... اونم جوک گفت و منم خندیدم بعد کم کم رومون باز شده» وی نتیجه می‌گیرد: «اگه جوک نمی‌گفتیم حال‌حالاها مته برج زهرمار بودیم...».

البته برای برقراری رابطه اجتماعی، زمانی جوک کاربرد نمادین دارد که هر دو کنش‌گر معنای یکتایی به عمل جوک‌گویی و حتی محتوای آن نسبت دهند. خانم ت بیان می‌کند که برای همه جوک تعریف نمی‌کند «تا به موقع فکر نکنه من از به جای پرتی اومدم». در برقراری ارتباط جوک‌گو با این پیش‌فرض جوک می‌گوید که فرد مقابل جوک‌گویی را نشانه «لودگی» و «بی‌شخصیتی» تلقی نکند بلکه آن‌را عملی خوشایند تعبیر نماید. بنا بر بیان نمونه‌های پژوهش، مواقعی که جوک گفتن موجب «سوء تفاهم» یا «سوء برداشت» شده است، رابطه با چالش مواجه شده است. به گفته آقای کاف، برایش اتفاق افتاده است که هدفش از جوک گفتن ابراز «محبتش» بوده اما چون در موقعیت نادرستی ابراز شده است، نتیجه متفاوتی داشته است.

جدول ۳. کدهای جوک‌گویی و رابطه اجتماعی

کد توصیفی	کد تفسیری	کد تبیینی
	وقتی با یه آدم جدید آشنا می‌شم و بخوام باهاش صمیمی بشم براش جوک می‌گم... جوک باعث میشه طرف مقابل خودمونی بشه.	خودمانی شدن
	وقتی با یکی قرار دیدار و آشنایی داشته باشی... جوک گفتن برای نمونه از موبایل، سر صحبتو باز می‌کنه و اگه اونم جوک بگه، معلومه که پایه دوستیه.	سر صحبت را بازکردن
	اولین گام طرح دوستی جوک گفته... اگه آدم جوک ننگه خودشو چه طوری نشون داده؟ میگن بی‌حاله.	ارتباط اجتماعی
	بارها شده که جوک گفتم و طرف خندش گرفته... اونم جوک گفته و منم خندیدم بعد کم کم رومون باز شده... اگه جوک نمی‌گفتیم حالاحالاها مته برج زهرمار بودیم... .	باز شدن رو

جوک‌گویی و جایگاه

برخی از افراد جوک می‌گویند تا جایگاه ویژه‌ای میان جمع به دست آورند. خانم ت می‌گوید: «من به خودم افتخار می‌کنم که در جایی که همه ناراحتن می‌تونم چند ثانیه اونارو از این فکر دربیارم». چنین روشی در تعریف یک جایگاه در جمع ریشه دارد تا جایی که حتی فرد به آن «افتخار» هم می‌کند. دستیابی به جایگاه سه شکل به خود می‌گیرد:

۱. فرد جوک‌گو از این موضوع لذت می‌برد که «بقیه فکر کنند من آدم بامزه‌ای‌ام». بنابراین نخستین شکل به دست آوردن جایگاه، دستیابی به صفت‌هایی مانند آدم بامزه، آدم باحال، اهل حال، سرخوش، شاد، دیوانه، اکتیو و بسیار باحال است. چنین صفت‌هایی جایگاه ویژه‌ای به فرد می‌بخشد زیرا به گفته خانم ف «واسم خوبه که همه دلشون میخاد من توی جمعشون باشم».
۲. تعریف خود در نقش فردی با آگاهی سیاسی - اجتماعی است. یعنی فرد با بیان جوک (اغلب جوک‌های اجتماعی و سیاسی) برای دیگران در پی دستیابی به جایگاه خاص و بیان دانش خود در جمع است. خانم دال می‌گوید که دوست ندارد «جوک‌های جنسی» تعریف کند؛ اما درباره جوک‌های سیاسی دیدگاه دیگری دارد زیرا دوست دارد که «بقیه فکر کنند من از مسائل سیاسی سر درمیارم». در این جا، محتوای جوک، به فرد جوک‌گو میزانی از دانش سیاسی یا اجتماعی را می‌بخشد تا دیگران به این دانش «احترام» بگذارند و این احترام چیزی جز جایگاه نیست.

۳. شکل سوم علت جایگاه جوک، معنای اقتدار را در خود جای داده است. بین نمونه‌های پژوهش، چهار نفر گفته‌اند که جوک ابزاری برای تسلط بر جمع است. آقای ر می‌گوید دلش می‌خواهد با جوک گفتن، خود را فردی آگاه از همه چیز معرفی می‌کند تا بقیه نیز «توانایی» وی را تصدیق کنند. برای آقای ر، جوک گفتن کارکرد «ضرب‌المثل» را نیز دارد؛ وی در مواقعی که بخواهد برای دوستی (یا جمع دوستان) موضوعی را «باز کند»، گاهی به جای گفتن ضرب‌المثل، «جوک مناسب شرایط» را پیدا می‌کند تا آگاهی و تحلیلش را از آن موضوع به رخ بکشد. آقای ب نیز هدف مشابه بیان می‌کند؛ به عقیده وی «گاهی جوک برای مخالفت با یه کسی می‌تونه باشه». بدین ترتیب فرد جوک‌گو با جوک‌گویی قصد دارد موضوعی را رد یا تأیید کند و از این راه اقتدارش را نشان دهد. به نظر آقای ب هرچند این رفتار را برخی نمی‌پسندند اما «بعضی وقتا جوک گفتن مته یه متلک می‌مونه... اگه یکی پُر رو بازی دربیاره یه جوکی چیز می‌تونه سرجاش بشونتش». «سرجای خود نشاندن» گونه‌ای تحمیل اراده به فرد دیگر است، اراده‌ای که معنای قدرت را در ذهن تداعی می‌کند. آقای نون نیز می‌گوید جوک گفتن ممکن است معنای اقتدار را داشته باشد زیرا فرد می‌تواند «مدیریت بحث را به دست بگیره و این خودش قدرته». خانم ت نیز می‌گوید خنداندن دیگران قدرت زیادی می‌خواهد. به عقیده وی «خنداندن یه استاد اخمو، قدرت زیادی می‌خاد». بنابراین برای برخی از کنش‌گران اجتماعی، توانایی جوک‌گویی گونه‌ای توانایی به‌شمار می‌رود که جایگاه مقتدر را برای فرد در پی خواهد داشت.

جدول ۴. کدهای جوک‌گویی و جایگاه

کد توصیفی	کد تفسیری	کد تبیینی
من به خودم افتخار می‌کنم زیرا در جایی که همه ناراحتن می‌تونم چند ثانیه اونارو از این فکر دربیارم.	افتخار کردن به خود	
ببینید جوک گفتنو بعضیا میگن لودگی... ولی این لودگی نیست... آدم باید باحال باشه که جوک بگه.	نمایش خود به عنوان فرد باحال	
جوک داریم تا جوک... همه جوکارو همه جا همیشه گفت... برای نمونه جوکای سیاسی... بعضی جاها می‌گم تا سطح فکرمو نشون بده... تا بقیه فکر کنن از مسائل سیاسی سر درمیارم.	آشنایی با مسایل سیاسی	جایگاه
توی یه جمعی بودیم همه با هم حرف می‌زدن اونم از چیزهایی که من سردر نمی‌آوردم... اونجا کاری که کردم برای اینکه منو هم ببینن، گفتم بیان جوک بگیم و شروع کردم گفتن...	مطرح شدن در جمع	

ادامه جدول ۴. کدهای جوک‌گویی و جایگاه

کد تبیینی	کد تفسیری	کد توصیفی
	سرجای خود نشانیدن	بعضی وقتا جوک گفتن مته به متلک می‌مونه... آگه یکی پُر رو بازی دربیاره یه جوکی چیزی می‌تونه سرجاش بشونتش.
	تصدیق توانایی	دلم می‌خواد با جوک گفتن، خودمو آدمی معرفی کنم که چون از همه چی سر درمی‌آره این جوک‌هارو می‌گه... که یه تواناییایی هم دارم.
	مدیریت بحث	جوک گفتن یه جور اقتداره چون می‌تونن مدیریت بحثو به دست بگیری و این خودش قدرته.
	قدرت خندانیدن	خندانیدن یه استاد اخمو قدرت زیادی میخاد.
	احساس ریاست جمع	وقتی شخصیت‌های کم‌دی بعضی سربال‌ها رو می‌بینم واقعا گاهی دوست دارم جای اونا باشم، توی جمع هم تلاش می‌کنم مزه بپرونم یا هرچی میگن من سرش یه شوخی بکنم تا همه بخندن. چجوری بگم... اینجوری احساس می‌کنم رئیس جمعم... هرکی میخاد حرف بزنه به من نگاه می‌کنه... بدون من قرار نمیدارن... خب همه اینا برا اینه که من جمع رو شاد می‌کنم.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش تفسیر این موضوع است که کنش‌گران اجتماعی چه مفهوم‌هایی به کنش‌های خود نسبت می‌دهند یا به بیان دیگر، کنش‌گران چه اهدافی را از جوک‌گفتن دنبال می‌کنند و چه احساساتی به آن نسبت می‌دهند. نتایج مشارکتی و مصاحبه‌ها، دو سطح را درباره فرد جوک‌گو و کنش جوک‌گویی آشکار کرد.

براساس توصیف، افراد جوک‌گو به دو دسته حرفه‌ای و آماتور تقسیم شدند. حرفه‌ای‌ها، اجرای نمایشی قوی از جوک دارند و با حافظه قوی خود، موضوعات را به یاد آورده و «کارآگاه مشتاق» جوک هستند. آماتورها، اجرای متوسط یا ضعیفی از جوک دارند، حافظه‌شان در به یادآوری جوک چندان قوی نیست؛ مشتاق شنیدن جوک‌ها هستند اما در پی یافتن جوک نیستند.

بر مبنای تفسیر، کنش‌گران اجتماعی از جوک‌گویی سه هدف دارند. یکی آن‌که جوک‌گویی ابزاری برای افزایش شور و هیجان جمعی است، چه جمع غریبه و چه آشنا؛ فرد با جوک‌گویی کل افراد را می‌خنداند تا احساس نشاط در همه به وجود آید. دوم آن‌که، جوک‌گویی ابزاری برای برقراری رابطه اجتماعی یا بازتولید آن است. فرد در صورت احساس نیاز به شکل‌دادن رابطه‌ای، جوک نیز می‌گوید و در صورت تفسیر مثبت شنونده، برقراری رابطه اجتماعی آسان‌تر

می‌شود. همچنین فرد با کنش جوک‌گویی، صمیمیت خود را به دوستانش نشان می‌دهد، یعنی پیوند دوستی را محکم‌تر می‌کند یا در روابط مبتنی بر آشنایی فرد با جوک‌گویی رابطه را نگه دارد. سوم، جوک‌گویی گونه‌ای جایگاه جمعی یا گروهی برای فرد در پی خواهد داشت. فرد با جوک خود را به دیگران معرفی می‌کند تا جایگاهی ویژه در جمع به دست آورد. این جایگاه ممکن است به معنای کنترل جمع یا اقتناع آنها با کنش جوک باشد که در نتیجه فرد، در گروه قدرت نیز خواهد داشت. در جدول ۵ خلاصه نیت و احساسات کنش‌گران جوک‌گو براساس کدهای تبیینی آورده شده است.

جدول ۵. نیت و احساسات جوک‌گویی براساس کدهای تبیینی

کد تبیینی	شور و هیجان جمعی	رابطه اجتماعی	جایگاه
نیت	شاد کردن جمع	برقراری و دوام رابطه اجتماعی	به دست آوردن جایگاه
احساسات	احساس نشاط	احساس صمیمیت	احساس شأن و قدرت

بنابراین واقعیت اجتماعی درباره جوک‌گویی، واقعیتی برساختی است. این واقعیت از تعامل ذهن محقق و معنای کنش‌گری افراد پدید می‌آید. واقعیت جوک‌گویی سرشار از انگیزه‌های فردی برای افزایش شور و هیجان جمعی، برقراری رابطه اجتماعی و به دست آوردن جایگاه است. از این رو با استناد به نظریه کنش متقابل باید گفت که کنش جوک‌گویی، کنشی اجتماعی است که در آن یک نماد، معنایی مشترک بین افراد برقرار می‌کند. این نماد مجموعه‌ای از واژه‌های زبانی است که با شکل جوک‌گویی بین افراد منتقل می‌شوند. درحالی‌که معنای جوک‌گویی برای بینندگان بیرونی معانی متفاوتی دربر دارد و برای نمونه‌های میدان جوک‌گویی (موقعیت اجتماعی جوک) احساساتی همچون نشاط، صمیمیت، شأن و قدرت را در پی خواهد داشت.

منابع

- استرواس، انسلم و کرین، جولیت (۱۳۹۲)، *مبانی پژوهش کیفی*، ترجمه ابراهیم افشار، تهران: نشر نی.
- خیرآبادی، رضا (۱۳۹۲)، «نقش تخطی از اصول گرایس در ایجاد نسل جدید لطفه‌های ایرانی»، *جستارهای زبانی*، شماره ۱۵: ۳۹-۵۴.
- شوارتس، سنفورد (۱۳۸۳)، *آثری برگسون*، ترجمه خشیار دیهیمی، تهران: نشر ماهی.

- علی نیا کروی و همکاران (۱۳۸۷)، «سبک‌های شوخ‌طبعی، بهزیست فاعلی و هوش هیجانی در دانشجویان»، *روانشناسی تحولی*، شماره ۱۸: ۱۶۹-۱۵۹.
- فیلیک، اووه (۱۳۸۷)، *درآمدی بر تحقیق کیفی*، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- کرامتی، انسی و مهram، بهروز (۱۳۹۰)، «واکاوی لطیفه‌های تبادل شده دانش آموزان دختر مقطع راهنمایی از حیث همسویی با اهداف پژوهشی»، *مطالعات روانشناسی تربیتی*، شماره ۱۳: ۱۲۶-۱۰۶.
- محمدپور، احمد (۱۳۹۲)، *روش تحقیق کیفی ضد روش ۲*، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- نیومن، ویلیام لاورنس (۱۳۹۰)، *شیوه‌های پژوهش: رویکردهای کیفی و کمی (جلد دوم)*، ترجمه حسن دانائی‌فرد و سیدحسین کاظمی، تهران: مهربان نشر.
- هابز، توماس (۱۳۸۵)، *لوباتان*، ترجمه حسین بشیریه، تهران: نشرنی.
- وبر، ماکس (۱۳۸۱)، *مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی*، ترجمه احمد صدارتی، تهران: نشر مرکز.
- Appelrouth, S., & Oredes, L. (2006), **Sociological Theory Contemporary Era**, Pire Ferg Press.
- Billig, M. (1999), **Freudian repression**, Cambridge: Cambridge University Press.
- Brown S.A., Upchurch S.L. & Acton G.J. (2003), "A framework for developing a coding scheme for meta-analysis", **Western Journal of Nursing Research**, No 25: 205-222.
- Chapman, A.J. (1989), "Humor and Laughter in Social Interaction and Some Implications for Humor Research", In: P.E. McGhee & J.H. Goldstein, (Eds) (1989), **Handbook of Humor Research**, Springer verlag.
- Davies, C. (2002), **The Mirth Of Nations**, Transaction Publisher
- Davis, J.M. & Farina, A. (1990), "Humor Appreciation as Social Communication", **Journal of Personality and Social Psychology**, No 15: 175-178.
- Douglas, M. (1968), "Social Control of Cognition: Some Factors in Joke Perception", **Man**, No 3: 361-376.
- Feinberg, L. (1978), **the Secret of Humor**, Amsterdam, Netherlands: Rodopi.
- Fry, W. F. (1994), "The Biology of Humor", **Humor: International Journal of Humor Research**, No 7(2): 111-126.
- Gould, J.L. & Gould, C.G. (1994), **The Animal Mind**, NY: Scientific American Library.
- Haig, R. (1978), **The Anatomy of Humor**, Springfield, IL: Charles Thomas.
- Hockett, C. (1997), **The View from Language**, Athens: University of Georgia Press.
- Knafelz, K.A. & Webster D.C. (1988), "Managing and analyzing qualitative data: a description of tasks, techniques, and materials", **Western Journal of Nursing Research**, No 10: 195-210.
- Ludovici, K. (1933), **The secrets of Laughter**, New York: Viking.
- Miles M.B. & Huberman A.M. (1994), **Qualitative Data Analysis**, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Mulkay, M. (1988), **On Humor: Its Nature and Its Place in Modern Society**, Cambridge, Polity Press
- Norrick, N. (1993), **Conversational Joking: Humor in Everyday**, Bloomington, Indiana University Press

- Powell, C. (1988) ,“A Phenomenological Analysis of Humour in Society”, in Chris Powell and George E.C. Paton, **Humour in Society: Resistance and Control**, Basingstoke, Macmillan, No24 :86-105
- Radcliffe-Brown, A.R. (1949), “Further Note on Joking Relationships”, **Africa**, No19: pp.133-140
- Rapp,A . (1949), “A Phylogenetic Theory of Wit and Humor”, **Journal of Social Psychology**, 30, pp.81-96
- Shalit, G. (1987), **Laughing Matters**, Doubleday Publishing
- Smith, J. (1992), “Interpretive inquiry: A practical and moral activity”, **Theory Into Practice**,No 31(2):100–106.
- Zijderveld, A.(1983), “Jokes and their Relation to Social Reality”, **Social Research**, No 35: 286-311.