

تنوع‌پذیری جوک‌های فارسی تلگرامی قبل و بعد از محدودسازی استفاده کاربران از این پیام‌رسان در ایران

محمدعلی طالبی*، خلیل میرزایی**، سید محمدصادق مهدوی***

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۹/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۲/۱۲

چکیده

رسانه‌ها و همپای آن فناوری‌های نوین همواره در تغییر ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی یک جامعه تأثیرگذارند. در این میان طنز و شوخ‌طبعی به‌صورت عام و در بین انواع آن، جوک‌ها به‌عنوان بخشی از خرده‌فرهنگ جامعه می‌توانند در روند تغییرات اجتماعی اثرگذار باشند. با گسترش فضای مجازی و پیام‌رسان‌های متعدد از جمله تلگرام، این فضا با توجه به ظرفیت‌ها، تعاملات چشم‌گیر و کنش متقابلی بین محیط اجتماعی و خروجی‌های آن برقرار کرده است. در این بین سیاست‌های محدودسازی فضای مجازی و اعمال نوعی از خشونت نمادین، تغییراتی در کنش جوک‌گویی ایجاد نموده است. این مقاله با روش ترکیبی انجام شده است. در بخش کمی تحلیل عامل اکتشافی در خصوص بررسی نمونه‌های موردسنجش توسط صاحب‌نظران و در بخش کیفی با روش مردم‌نگاری درون‌شبکه‌ای به مقایسه جوک‌های مختلف در فضای مجازی در دو بازه قبل و بعد از محدودسازی تلگرام پرداخته است و در پایان، این جوک‌ها با استفاده از فرا نظریه ریمون بودون و نظریه خشونت نمادین پیر بوردیو مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. بر اساس نتایج محدودسازی نه‌تنها از شدت جوک‌ها و اثرگذاری آن‌ها نکاسته است بلکه باعث بیان بیشتر جوک‌های سیاه به‌خصوص در مقوله جنسیتی و کاهش جوک‌های سفید با هدف خنده صرف شده است. همچنین چالش‌های ارتباطی و دسترسی منجر به تغییر شکل این جوک‌ها از حالت تصویری به نوشتاری شده است.

واژه‌های کلیدی: خشونت نمادین، تلگرام، جوک، محدودسازی، مردم‌نگاری درون شبکه‌ای.

* دانش‌آموخته دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران. عضو

هیأت علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. talabi856@yahoo.com

** دانشیار گروه جامعه‌شناسی واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران (نویسنده مسئول).

mirzaaeikhalilr@yahoo.com

*** استاد گروه جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی تهران، ایران.

d_mahdavy@yahoo.com

مقدمه

جوک و جوک‌گویی به‌عنوان نمودی از طنز عامیانه و عنصری فرهنگی در جامعه، همواره نشانگر کنش متقابل اجتماعی بین محیط و کارگزاران اجتماعی است. ارینگ^۱ (۱۹۸۹)، جوک را برخاسته از قصه‌های خنده‌دار می‌داند، که در آن، لب مطالب جوک عامل تعیین‌کننده است. الکساندر^۲ (۱۹۹۷) جوک‌ها را پاره‌ای از نظام نشانه‌شناختی فرهنگی به شمار می‌آورد. فناوری‌های نوین، همواره خرده‌فرهنگ‌های موجود در جامعه را دگرگون می‌ساخته است. عرصه طنز و جوک‌گویی نیز از تبعات آن بی‌نصیب نمانده است. چنانکه جوک‌های چهره به چهره جای خود را در ابتدا به جوک‌های پیامکی و سپس در کنار پیام‌رسان‌های فارسی‌زبان به نشر تصاویر و متون طنز در شبکه‌های اجتماعی داده‌اند. در سال‌های اخیر پیام‌رسان‌های موبایلی از وایبر تا تلگرام با ماهیتی جدیدتر از جوک‌های مکتوب تلفن همراه شروع به فعالیت کردند. این پیام‌رسان‌ها با قابلیت نشر پیام‌های متعدد صوتی و تصویری عرصه نوینی بر جوک‌گویی و طنز عوام گشودند. پیام‌رسان تلگرام با قابلیت ارسال فیلم و تصاویر، کانال‌ها و گروه‌های گوناگون و با توجه به استفاده همگانی از آن در سال‌های اخیر نقش مؤثری در نشر جوک‌ها داشته است.

بر اساس آمار سایت الکسا^۳ وضعیت بازدید این پیام‌رسان، دهمین سایت پربازدید در ایران است. (Alexa, 2018, website). طبق آمار سایت تلگرام در ژانویه ۲۰۱۸ این شبکه ۱۸۰ میلیون کاربر داشته است. ۴۰ میلیون مخاطب ایرانی در ماه (و حدود ۲۵ میلیون در روز) به این شبکه مراجعه می‌کنند. ۶۷۸۰۰۰ کانال فارسی در تلگرام فعال‌اند که دو میلیارد بازدید در روز از آن‌ها می‌شود. ۶۰٪ ترافیک اینترنت ایران صرف تلگرام می‌شود و ساعت اوج مراجعه به آن بین ساعت ۲۲ تا ۲۴ است (Telegram-region,)

1. Oring
2. Alexander

۳- الکسا (Alexa) عنوان شرکتی وابسته به سایت Amazon.com است که مقرر فعلی آن در کالیفرنیا، امریکا قرار دارد.

تنوع‌پذیری جوک‌های فارسی تلگرامی قبل و بعد ... ۲۱۵

(2018, website). این پیام‌رسان در اردیبهشت ۱۳۹۷ فیلتر شد. پنج ماه پس از محدودسازی، همچنان بیش از ۴۷ درصد از پرسش‌شوندگان می‌گویند از این شبکه استفاده می‌کنند (جوآنمرد، ۱۳۹۷، سایت).

با توجه به اهمیت فضای مجازی و پیام‌رسان‌ها در نشر جوک‌های مختلف این مقاله با هدف بررسی تنوع‌پذیری جوک‌های مختلف در پیام‌رسان تلگرام قبل و بعد از محدودسازی آن می‌پردازد و سعی دارد به این پرسش‌ها پاسخ دهد که؛ با توجه به وسعت استفاده از پیام‌رسان تلگرام، جوک‌های نشر یافته در آن چه ویژگی‌هایی دارند؟ محدودسازی این پیام‌رسان چه اثری بر طنز و شوخ‌طبعی فضای مجازی دارد؟ چگونه خشونت نمادین موجود در جامعه سبب نشر انواع خاصی از جوک‌ها در فضای مجازی می‌شود؟ بدین منظور ابتدا اصطلاحات مورد نیاز در این پژوهش مورد تعریف قرار می‌گیرند.

طنز^۱

در فرهنگ لغت دهخدا، طنز به معنای فسوس کردن، فسوس / افسوس داشتن، بر کسی خندیدن، عیب کردن، طعنه، سخریه و سخن به رموز گفتن آمده است. طنز به معنای ظرفی پر از میوه‌های متنوع است (دهخدا، ۱۳۵۸: ۲۵۰۷). در طنز، نویسنده یا شاعر با طرح به‌ظاهر جدی موضوع و یا با طرح طنزآمیز آن نکاتی ظریف را در اثر می‌گنجانند که خواننده را به تفکر وادار می‌کند (شیری، ۱۳۶۷: ۴۴).

جوک و لطیفه

در «فرهنگ توصیفی علوم اجتماعی» طنز یا لطیفه به یک معنا و این‌گونه تعریف شده است: «نوشته و یا گفته غیرجدی است که به‌قصد سرگرمی نوشته یا گفته می‌شود.

هرچند طنز یا لطیفه معمولاً غیرجدی است، اما گاهی به صورت هدفمند و به قصد آسیب رساندن به فرد، گروه، نژاد، قوم و غیره مطرح می‌گردد» (میرزایی، ۱۳۹۴: ۴۳۶).

اگرچه گاهی جوک با لطیفه برابر دانسته شده است، اما بین این دو تفاوت وجود دارد؛ چرا که لطیفه همیشه برای خندانیدن نیست. در لغت‌نامه دهخدا آمده است: جوک، لطیفه یا حکایتی کوتاه است که برای خندانیدن دیگران تعریف کنند. در مورد معنای لطیفه عنوان شده که مؤنث واژه لطیف است که به گفتاری نرم و کلامی مختصر در غایت حسن و خوبی گفته می‌شود و در نفوس تأثیری داشته باشد؛ به نحوی که موجب سرگرمی و انبساط قلب شود (دهخدا، ۱۳۵۸: ۲۵۰۷). به واسطه ویژگی‌هایی چون: گمنامی، سرعت و عدم پایش دقیق در فضای مجازی و از آنجاکه بخش عمده طنز مطروحه در این فضا با ویژگی‌های جوک همخوانی دارد، در این مقاله به بررسی جوک‌ها در پیام‌رسان تلگرام پرداخته شده است.

سنخ‌شناسی انواع جوک

فروید جوک‌ها را به دو صورت کلامی و مفهومی تقسیم می‌کند. اما سیطره تکنولوژی بر جهان امروز و گسترش کلیپ‌ها، پیام‌های صوتی و تصویری در قالب جوک در فضای مجازی این مرزبندی را در هم نوردیده است (فروید، ۱۳۸۸: ۴۸).

جوک در قالب سنتی خود، از جمله انواع شوخی کلامی است. تفاوت عمده در این است که جوک بسیار کوتاه است و بعد از لب مطلب خیلی به درازا نمی‌انجامد. ازار^۱ (۱۹۹۵) جوک را در کنار معما، ابهام، چیستان، هجو و تمسخر یکی از انواع هفت‌گانه شوخی کلامی در نظر می‌گیرد (ESar, 1995: 13-23).

1. ESar

تنوع‌پذیری جوک‌های فارسی تلگرامی قبل و بعد ... ۲۱۷

به لحاظ بازتابش‌گری^۱ شدت جوک‌ها در جامعه، جوک‌ها را به سیاه، سفید و خاکستری تقسیم نمود.

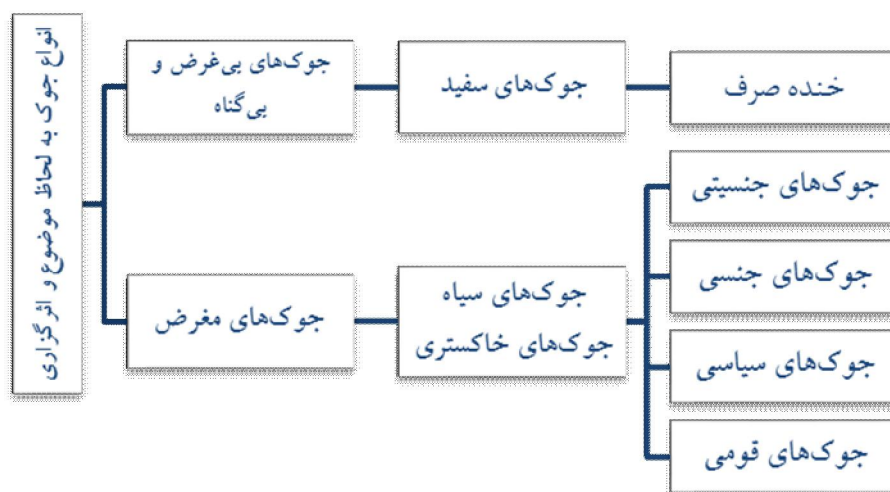
الف) جوک‌های سفید: در زمره جوک‌هایی قرار می‌گیرند که با بزرگ‌نمایی زشتی‌ها و بدی‌ها، فارغ از خندانند مخاطب، وی را آگاه می‌سازند، [دارای] خصلت پیونددهندگی، حاوی مطالب یا پیام‌هایی هستند که از سوی گوینده یا منبع جوک به مخاطبان ارسال می‌شوند و با شاد کردن مؤثر دیگران، زمینه‌های ارتباط مطلوب افراد با یکدیگر را میسر می‌سازند (خشوعی، ۱۳۸۶: ۵-۷). جوک سفید، یا به بیان طنزآمیز به دنبال اصلاح و شرح خطرهای پیش روی فرد یا جامعه انسانی است و حالتی مثبت‌گرا و سازنده دارد.

ب) جوک‌های خاکستری: این جوک‌ها هیچ‌گونه نقش اصلاح‌گرایانه یا هشداردهنده‌ای ندارند. در واقع، این جوک‌ها به مثابه شوخی بدون آزارند و برای خندانند دیگران بیان می‌شوند. در این نوع جوک، هیچ‌گونه سازندگی و سوگیری مثبت که آثار آن در جامعه مشاهده شود، وجود ندارد و جز سرگرمی، آرامش و تفنن، چیز دیگری را در برنمی‌گیرد (توکلی راد، ۱۳۹۵).

ج) جوک‌های سیاه: جوک‌هایی با زبان و لحن رنج‌آور و گزنده هستند. این جوک‌ها، اغلب برای تمسخر فرد، گروه یا فرهنگ خاصی ساخته می‌شوند؛ نه تنها سازنده نیستند، بلکه مخرب‌اند. فروید این نوع از جوک‌ها را در قالب شوخی‌های عمدی قرار می‌دهد و با نام‌گذاری آن‌ها با عنوان کثیف، آن‌ها را به سه دسته جنسی، تهاجمی و بدبینانه تقسیم می‌کند (برگسون، ۱۳۷۹: ۷۲). در «فرهنگ توصیفی علوم اجتماعی» طنز سیاه این‌گونه تعریف شده است: «طنز سیاه طنزی است حاصل از هم‌نشینی عناصر خنده‌دار یا کمدی با عناصر رنج‌آور و بیمارگون، که در آن صحنه‌ها و رخداد‌های طنزآمیز، بیمارگون و مضحک درهم‌آمیخته می‌شوند تا تأثیرگذاری تخریبی و عبرت‌آموز داشته باشند» (میرزایی، ۱۳۹۴: ۷۴۵).

در جوک سیاه، هدف فقط خندانیدن مخاطب نیست؛ بلکه آگاهانه یا ناآگاهانه، خنده به ابزاری برای ترور شخصیت، هویت‌ها و فرهنگ‌ها مبدل می‌شود. با بیان آن، دو حالت خنده و خشم به صورت هم‌زمان ایجاد می‌شود. این نوع جوک، با رفتارهایی مانند: تحقیر، کودن‌نمایی، ویران کردن نمادها، ستایش اغراق‌آمیز و نامعقول، بزرگ کردن معایب، نقیضه‌گویی و... افراد را آزار می‌دهند. «شیوه‌های نامطلوب اجتماعی شدن»، «ارزش‌زدایی» از جامعه، «ماجراجویی» و «لذت‌جویی»، «افزایش میزان فراغت» و «کمبود امکانات تفریحی»، «کوچک شدن دایره اعتماد» در سطوح مختلف فردی، بین فردی و نهادی و «رعایت نکردن حقوق شهروندی» «غیرت»، «تابوهای اجتماعی و جنسی» از عوامل نشر جوک سیاه یاد شده‌اند. (توکلی‌راد، ۱۳۹۵؛ امینی، ۱۳۸۸: ۲۶۶؛ Abedinifard, 2018) گیلوتا معتقد است که طنز روایت‌ها و رویدادهای تکان‌دهنده و خشنی را تعریف می‌کند که، ادراک و ارزش‌های افراد را زیر سؤال می‌برد و به‌طور هم‌زمان چیز دهشتناک و طنزآمیز عرضه می‌کند (Gillota, 2013: 85).

در نمودار شماره ۱ انواع جوک به لحاظ موضوع اثرگذاری به تبعیت از تقسیم‌بندی فروید به دو گونه بی‌غرض و مغرض و سپس به لحاظ شدت به سه گونه سیاه، خاکستری و سفید تقسیم شده‌اند.



نمودار ۱- انواع جوک به لحاظ اثرگذاری و موضوع (منبع: نگارندگان)

علاوه بر تقسیم‌بندی یادشده، جوک‌های سیاه و خاکستری را به لحاظ موضوعی می‌توان به گروه‌های مختلفی چون: جنسی، جنسیتی، سیاسی، قومیتی نیز تقسیم کرد.

۱. **جوک‌های جنسی:** این جوک‌ها با هدف بیان تابوهای اجتماعی در جوامع با توجه به عرصه‌های پنهان روابط جنسی افراد در جامعه انتشار می‌یابند. فروید کارکرد این جوک‌ها را افشاگری و قیحانه می‌داند. هر افشاگری که ما به‌عنوان فرد سوم، تماشاگر یا شنونده آن شده‌ایم، برابر است با مورد طنز قرار گرفتن فرد افشا شده (امینی، ۱۳۸۸: ۲۶۶).

۲. **جوک‌های جنسیتی:** به‌نوعی تداوم نظام مردسالاری در جامعه با تخریب زنان، توان آن‌ها را در مهارت‌های اجتماعی چون: رانندگی، فرزند پروری و... زیر سؤال می‌برد. البته همین شرایط برای مردان نیز به لحاظ ظاهری و ویژگی‌های رفتاری تداوم پیدا می‌کند. جوک‌های جنسیتی محتوایی را شامل می‌شوند که با کلیشه پردازی، برچسب زدن و برجسته کردن ویژگی‌های جنسیتی یکی از دو جنس، تولید و ساخته می‌شوند. در این بین، زنان که بیشتر مورد هجوم جوک‌های جنسیتی هستند، قربانی پیشداوری‌هایی خواهند شد که برساخته و بازتولید شده کلیشه‌های جوک‌ها هستند. کلیشه‌هایی که عمدتاً

بار ارزشی منفی دارند و در ضدیت با زنان، تحقیر، تمسخر، تخریب ایشان و توهین به آنان، استفاده می‌شوند (زارعی‌پور، ۱۳۹۵: ۷؛ فرقانی، ۱۳۹۵؛ Abedinifard, 2018). با توجه به گستردگی فضای مجازی، این جوک‌ها به نوعی به «فنا سازی نمادین زنان» کمک نموده و نتیجه آن، عدم حضور، محکومیت و ناچیز به حساب آمدن زنان در رسانه‌های جمعی است (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۷).

۳. **جوک‌های سیاسی:** با هدف تغییر، تحول و دگرگونی نظام سیاسی پراکنده می‌شوند. این جوک‌ها هوشمندانه، خنده‌دار و اغلب اوقات ترسناک‌اند و هدف آن‌ها تکان دادن ساختار قدرت است (Dagnes, 2012: 15).

۴. **جوک‌های قومیتی و خرده‌فرهنگ‌های مختلف:** این جوک‌ها را می‌توان ندای اقلیت‌های قومی در جوامعی دانست که دولت-ملت‌ها هنوز در آن شکل نگرفته‌اند. این جوک‌ها با بیان هجوآمیز، یک قوم یا اهالی یک شهر را تحقیر می‌کنند تا در برابر آن اکثریت تمجید شوند. خرده‌فرهنگ‌ها برای یکدیگر و همچنین فرهنگ حاکم برای خرده‌فرهنگ‌ها جوک می‌سازند و این‌گونه در راستای وضع موجود عمل می‌کنند (آقابابایی، ۱۳۹۳؛ Davies, 2002: 76). این جوک‌ها اغلب بر ساخت جامعه و گفتگوی بین فرهنگی تأکید دارند. (Gillota, 2013: 3).

از آنجا که کشور ایران به دلیل شرایط آب و هوایی و موقعیت استراتژیکی همواره در طول تاریخ محل عبور اقوام و ایلات گوناگون و شکوفایی فرهنگ‌های متنوع بوده است، حاصل این مراودات، گردآمدن مردمانی با ویژگی‌های فرهنگی و زیستی متنوع می‌باشد، به همین دلیل، خاورشناسان ایران را خاستگاه تنوع دانسته‌اند. تنوع جغرافیایی یا سرزمینی، گویش‌ها و آداب و رسوم، موجب پدید آمدن ظرفیت فرهنگی بالایی برای کشور ایران شده است. اما ویژگی‌های فرهیخته‌سازی و انطباق‌پذیری به عنوان دو عنصر مهم منش ایرانیان، به آنان این امکان را داده که

تنوع‌پذیری جوک‌های فارسی تلگرامی قبل و بعد ... ۲۲۱

بتوانند فرهنگ‌های مهاجر و مهاجم به این سرزمین را هضم و درونی نمایند (صالحی امیری، ۱۳۸۸: ۲۱۸-۲۲۵؛ احمدی، ۱۳۹۳: ۱۴۵).

با توجه به گسترش فن‌آوری و همراهی آن با طنز و شوخ‌طبعی، در یک تقسیم‌بندی متفاوت از منظر نحوه بیان، می‌توان جوک‌ها را به دو صورت کلامی و غیرکلامی یا مفهومی تقسیم نمود:

جوک‌های کلامی

جوک‌های کلامی را می‌توان در دو قالب نوشتاری و دیداری-شنیداری تقسیم‌بندی نمود. این جوک‌ها از هر نوع که باشند، ساختار مشترکی دارند. هر جوک کلامی در هر قالب از سه بخش تشکیل شده است:

۱- مقدمه که زمینه‌ای برخلاف آنچه قرار است در پی بیاید، فراهم می‌کند.

۲- میانه که به صورت مکالمه است.

۳- لب مطلب که عامل تعیین‌کننده جوک است و معمولاً در پایان جوک می‌آید. البته گاه، جوک عنوان هم دارد که این عنوان یا خلاصه‌ای از ماجراهای جوک است در موارد دیگر عنوان جوک نام مشارکین [مشارکت‌کنندگان] (فردی یا گروهی) در آن است، که گاه بر اساس معنای اصلی و یا آنچه در تضاد با متن جوک است عنوان می‌یابد (کردچگینی، ۱۳۸۸: ۱۹؛ Attardo, 1994: 65-107).

جوک‌های غیرکلامی (مفهومی)

در فضای مجازی برای ایجاد خنده در مخاطب نهایت سعی می‌شود، چراکه مفاهیم و مصادیق آن‌قدر زیاد هستند و از طرق مختلف مدام در معرض ارائه، که برای این که یک جوک حرف جدیدی برای خندانند داشته باشد باید مدام در معرض نو شدن قرار گیرد. به لحاظ ساختاری جوک‌های غیرکلامی؛ شامل: دوربین مخفی‌ها، حرکات بچه‌ها و

حیوانات، تصاویر، کاریکاتورها، عکس‌ها، نقاشی‌ها و فیلم‌های کوتاهی می‌شوند، که با این‌که فاقد نوشته و کلام هستند، باعث ایجاد خنده در فرد می‌شوند. ورود تکنولوژی عکاسی و گوشی همراه، موجب در دسترس قرار گرفتن لحظات نابی از زندگی افراد می‌شود که گاه با وجود صدمات جسمی یا مالی سنگین به آن‌ها، وسیله‌ای برای طنز و خنده می‌شود.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های متعددی در حوزه طنز و جوک‌گویی در فضای مجازی صورت گرفته است، که هرکدام از منظر خاصی به موضوع پرداخته‌اند. از جمله؛

تربتی و مهدوی (۱۳۹۷) در «تحلیل گفتمان انتقادی جوک در خصوص توافقات هسته‌ای؛ بازنمایی توافقات هسته‌ای در جوک فارسی» را در فضای مجازی مورد ارزیابی قرار داده‌اند. ضمن بررسی گونه‌ی خاصی از جوک سیاسی، چگونگی قرار گرفتن ژانر زبانی جوک در خدمت هژمونیک و چندصدایی شدن گفتمان‌های قدرت را تحلیل می‌کنند.

زارع‌پور (۱۳۹۵)، فرقانی و دیگران (۱۳۹۵)، سفیری و شهرزاد (۱۳۹۵) به «بازنمایی زن و جوک‌های جنسیتی» در مورد زنان در شبکه‌های اجتماعی و نرم‌افزارهای تلفن همراه پرداخته‌اند.

توکلی و غفاری (۱۳۹۵) نیز به مفهوم «جوک‌های سیاه»، تعامل‌های اجتماعی و پیامدهای غیرسازنده آن ضمن ارزیابی جوک به‌عنوان وسیله‌ای برای ایجاد شادی و شغف و تقسیم‌بندی جوک‌ها به سفید، خاکستری و سیاه به بازتاب‌های منفی و ابعاد مختلف روانی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی این جوک‌ها پرداخته‌اند.

آقابابایی (۱۳۹۳) در «تحلیل تفسیری کنش جوک‌گویی» با استفاده از روش تحلیل تفسیری، اقدام به جمع‌آوری داده‌های مشاهده‌ای جوک‌گویی از جمع‌های مختلف: دوستانه، خانوادگی و شغلی با کمک مصاحبه‌های نیمه ساخت‌یافته نموده است.

تنوع‌پذیری جوک‌های فارسی تلگرامی قبل و بعد ... ۲۲۳

عابدینی‌فرد^۱ (۲۰۱۸) در «جوک‌های رشتی فارسی: دست‌نوشته‌های مدرن ایران از مرد/نگی مبتنی بر غیرت» به چرایی و چگونگی ساختن جوک‌های رشتی مبتنی بر غیرت در مورد مردم رشت می‌پردازد.

فوکا و میله کوئیت^۲ (۲۰۱۵) در ویراست کتابی با عنوان: «خنده، شوخی و ساختن (یا از میان بردن) جنسیت»، به بررسی مجموعه‌ای از مقالات می‌پردازند که مقوله «جنسیت» را شفاف می‌سازند و نشان می‌دهند که، چگونه طنز، کلیشه‌های جنسیتی را ایجاد، حفظ یا نابود می‌کند.

دیوید گلوتا^۳ (۲۰۱۳) در کتابی با عنوان: «شوخی‌های قومی در آمریکای چند قومیتی»، به تعیین مرز شوخی‌های قومی آمریکایی و چگونگی تحقیر شدن اقلیت‌های حاشیه‌ای توسط اکثریت سفیدپوست می‌پردازد و چگونگی استفاده اقلیت‌ها از طنز برای اجتماع‌سازی و مقاومت را نشان می‌دهد.

آلیسون داگنس^۴ (۲۰۱۲) در کتابی با عنوان: «شخص محافظه‌کاری وارد بار می‌شود: سیاست، جوک‌های سیاسی» با تحلیلی هوشمندانه از طنز سیاسی در آمریکا با تمرکز بر این مسئله که چرا مطالب طنز بسیار کمی درباره گروه‌های راست سیاسی وجود دارد به رابطه طنز و سیاست در آمریکا می‌پردازد.

با توجه به مطالعات پیشین در منابع داخلی و خارجی بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده، بخشی از طنز را چه به لحاظ موضوع و چه به لحاظ محتوا مورد تحلیل قرار داده‌اند. وجه تمایز این پژوهش، از یکسو به لحاظ روش و گستره آن و از سوی دیگر، به لحاظ تمامیت گونه‌بندی جوک‌های منتشرشده در پیام‌رسان غالبی است که بیشترین استفاده را در ایران، درباره مورد بررسی داشته است.

-
1. Abedinifard
 2. Foka & Liliequist
 3. Gillota, D
 4. Dagnes, A

چارچوب نظری تحقیق

پدیده جوک گوپی را می‌توان از مناظر مختلف ارزیابی و تحلیل نمود؛ از آن جمله: علم روانشناسی، روانشناسی اجتماعی، نقد ادبی و جامعه‌شناسی است. در این مقاله با نگاه جامعه‌شناسی، تحلیل و توصیف این پدیده با کمک نظریه ساختارگرایی بوردیو^۱ و پارادایم سه‌گانه تحلیل مسائل اجتماعی بودون^۲ صورت می‌پذیرد. در نظریه بوردیو «خشونت نمادین^۳، نوعی از خشونت است که با همدستی ضمنی کسانی که این خشونت بر آنان اعمال می‌شود و نیز کسانی که آن را اعمال می‌کنند، انجام می‌شود؛ و هر دو گروه، نسبت به اعمال آن، آگاهی ندارند» (فکوهی، ۱۳۸۷: ۲۵). چنین خشونتی، تحمیل‌کننده اطاعت‌هایی است، که نه فقط به مثابه اطاعت درک نمی‌شوند؛ بلکه با اتکا بر «انتظارات جمعی» و «باورهای از لحاظ اجتماعی درونی شده»، فهمیده می‌شوند. این نظریه نشان می‌دهد که کنشگران برخوردار از قالب‌های دریافتی و ادراکی خاص، چگونه دستورات درون یک موقعیت یا یک گفتار را درک کرده و از آن‌ها اطاعت می‌کنند. وی دولت را مکان کشمکش بر سر انحصار خشونت نمادین می‌داند؛ زبان، معانی و نظام نمادین افراد در رأس قدرت، بر بقیه مردم جامعه تحمیل می‌شود.

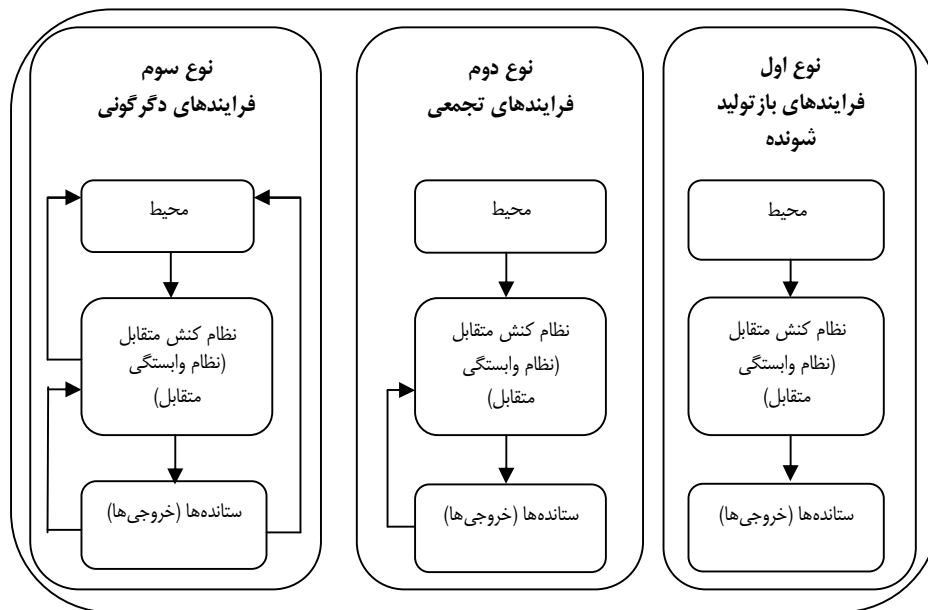
این نوع خشونت جایگاه افراد در رأس قدرت را تحکیم بخشیده و عملکردهای واقعی آن‌ها را از چشم بقیه مردم پنهان می‌سازد. در واقع بوردیو، خواهان رهایی مردم از دست این خشونت و به‌گونه‌ای کلی‌تر، از قید چیرگی طبقاتی و سیاسی، است» (ثلاثی، ۱۳۷۹: ۷۲۵). وی معتقد است، "جامعه‌شناسی مانند تمام علوم، این وظیفه را بر عهده دارد که پرده را از چیزهای پنهان بردارد و با این کار، می‌تواند به تقلیل دادن خشونت نمادین که در روابط اجتماعی انجام می‌شود، به‌خصوص در روابط ارتباطات رسانه‌ای، کمک کند» (فکوهی، ۱۳۸۷: ۲۵).

-
1. Pierre Bourdieu
 2. Boudon, Raymond
 3. Symbolic violence

به‌منظور در دست داشتن حق اعمال خشونت نمادین، دولت همواره سعی دارد، تا تمامی اشکال همگانی کردن؛ اعم از چاپ و انتشار کتاب، نمایش‌های تئاتری، خطابه‌های عمومی و... را تنظیم کند (مردی‌ها، ۱۳۸۰: ۱۶۴-۱۶۵). بر اساس این نظریه، این خشونت از طریق شکل‌دهی به شعور متعارف و باورهای رایج، از یکسو و شکل‌دهی به انتخاب‌ها، ارجحیت‌ها و انتظارات از دگر سو اعمال می‌شود؛ چنانکه از طریق جوک‌گویی بر گروه‌ها و اقشار خاص اعمال می‌شود و کنشگران بدون اراده و تفکر در تداوم آن می‌کوشند. نشر جوک‌های گوناگون با موضوعات مختلف در ماهیت این خشونت مؤثر است. همچنین برای درک تغییر و تنوع‌پذیری جوک‌ها، می‌توان از الگوی تلفیقی خرد و کلان یا روش‌شناسی فردگرایی بودون سود جست. «وی انسان اجتماعی را در برابر انسان اقتصادی قرار می‌دهد، انسان اجتماعی نمی‌تواند همیشه به اولویت‌هایش عمل کند، بلکه آن کاری را انجام می‌دهد که عادات، ارزش‌های درونی شده و به معنای کلی‌تر، شرایط متفاوت اخلاقی، شناختی و صوری، وادار به انجام دادنش می‌کند. در مورد انسان اجتماعی فرض بر این است که دست‌کم بخشی از گزینش‌های یک کنشگر، با ساختار موقعیت اجتماعی او و جایگاهش در این موقعیت، تعیین می‌شود.» (ریتزر،^۱ ۱۳۷۹: ۶۲۱-۶۲۰).

بودون با نگاهی که به انسان اجتماعی دارد به مفهوم نظام کنش متقابل می‌پردازد و دو «نظام‌کارکردی» و «نظام وابستگی متقابل» را در مقابل هم قرار می‌دهد. «در حقیقت امر، جامعه‌ها باید چونان ملغمه‌های پیچیده‌ای از نظام‌های کنش متقابل ملاحظه شوند. برخی از این نظام‌ها را می‌باید با برچسب نمونه مثالی «نظام‌های کارکردی» طبقه‌بندی کرد و برخی دیگر را با برچسب «نظام‌های وابستگی متقابل» (بودون، ۱۳۸۳: ۶۵). از منظر او تحلیل دگرگونی اجتماعی در یک مدل واحد امکان‌پذیر نیست، دگرگونی اجتماعی را در حالت‌های مختلف: بازتولید شونده، تجمعی و تبدیلی ترسیم کرده است. و فرایند دگرگونی اجتماعی را به شیوه منطقی صوری در سه عنصر اصلی خلاصه کرده است: «نظام وابستگی

متقابل، محیط و ستانده‌هایش (خروجی‌ها)» (بودون، ۱۳۸۳: ۱۵۲-۱۴۹). این مجموعه‌های مرکب از عناصر در محیط یا نظام وابستگی متقابل یا ستانده‌ها ممکن است با یکدیگر از طریق علی‌کم‌وبیش پیچیده مربوط باشند و بر هم اثر بگذارند. وجود یا عدم وجود این روابط سه نوع فرایند عمده را ایجاد می‌کند، که در نمودار زیر به نمایش گذاشته شده است.



نمودار ۲- فرایندهای سه‌گانه تحلیل اجتماعی (منبع: بودون، ۱۳۸۳: ۱۵۸)

وجود یا عدم وجود «روابط برگشتی» عنصر جداکننده این سه فرایند از یکدیگر است. در این مقاله، از فرایند تبدیلی استفاده شده است که دارای اثرات بازخوردی ستانده‌های نظام کنش متقابل، بر روی محیط نظام هستند. در تشریح تحلیل پویا از منظر بودون به سه عنصر مهم (محیط، نظام کنش متقابل و ستانده‌های نظام کنش) اشاره کرد که عوامل مؤثر در تغییرات و دگرگونی‌های اجتماعی هستند و با رابطه‌ای که با

همدیگر دارند، موجب پویایی و عدم ثبات جامعه می‌شوند. از دیدگاه بودون، محیط، کلیه متغیرهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، نهادی و تاریخی و... است. منظور وی از نظام کنش متقابل، نظام وابستگی است که کارگزار اجتماعی در آن عمل می‌کند و پیامدهای ناخواسته را در پی دارد، تلقی او از ستانده‌ها نیز کلیه رویدادهای ساده یا توزیع رویدادها هستند که نتیجه نظام کنش متقابل وابستگی است (از جمله ناکامی، تطمیع و سرخوردگی) و این سه عنصر در رابطه‌های مختلفی که در نظام‌های اجتماعی با یکدیگر دارند، تغییرات و تحولات اجتماعی را رقم می‌زنند.

بر همین مبنا، در نظام انحصاری، بیش از همه محیط، تعیین‌کننده رفتار کنشگران است و بر همین مبنا آن چه از این نظام بیرون می‌آید، بیشتر قابل پیش‌بینی است. اما در نظام‌های غیرانحصاری، ستانده‌ها و نظام کنش متقابل وابستگی بر همدیگر و بر محیط تأثیرگذارند و تفسیر حال و آینده را مشخص می‌کنند و در این وضعیت، تهاجم به محیط و تغییر در نظام اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و... قابل پیش‌بینی است (جمشیدی‌ها، ۱۳۸۹: ۲۵۶؛ بودون، ۱۳۸۳: ۱۹۴-۱۹۸). از این منظر جوک‌گویی در فضای مجازی نوعی کنش متقابل بین محیط و ستانده‌های آن می‌باشد که در آن کارگزاران یعنی همان انسان‌های اجتماعی بودون به کنشگری می‌پردازند و باعث دگرگونی اجتماعی می‌شوند.

روش انجام پژوهش

روش انجام این پژوهش تحلیلی و توصیفی با شیوه ترکیبی (کمی-کیفی) بوده است که البته رویکرد غالب آن با توجه به موضوع، مردم‌نگاری درون‌شبکه‌ای^۱ است. از نظر کوزینتز^۲، مردم‌نگاری درون‌شبکه‌ای «شرح نوشتاری برآمده از مطالعه میدانی فرهنگ‌ها و

1. Netnography
2. Kozinets

اجتماع‌هایی است که از ارتباط‌های برخط، رایانه واسط، یا اینترنت محور^۱ پدیدار می‌شوند و در آن هم کار میدانی و هم شرح نوشتاری از نظر روش‌شناختی تحت تأثیر سنت‌ها و فن‌های انسان‌شناسی فرهنگی است» (Kozinets, 1988: 6). مسئله اساسی‌ای که در آن مطرح است نه تنها به نحوه ارتباط و ایجاد اطمینان در مشارکت‌کنندگان جهت پاسخگویی برمی‌گردد، بلکه به چگونگی اطمینان از درستی و صحت پاسخ‌ها با توجه به عدم رویارویی چهره به چهره برمی‌گردد. مردم‌نگاری در مطالعه خود تلاش می‌کند تفاوت‌ها و شباهت‌ها بین مشارکت‌کنندگان و دانش‌پژوهان را برحسب طبقه، جنسیت، نژاد، فرهنگ، پیش‌زمینه تحصیلاتی، سن، و غیره... (Seiter, Borchers, Krautzner, 1989: 227) باز نمود نماید.

با توجه به بررسی جوک‌ها به‌عنوان مسئله اصلی تحقیق و ردوبدل شدن آن در فضای مجازی، کانال‌های تلگرامی طنز انتخاب‌شده و مؤلفه‌ها و ابعاد موردسنجش به شیوه کمی و کیفی توسط مطلعین موضوع پژوهش مورد نقد و نظر قرار گرفت. بدین صورت که مناسب یا نامناسب بودن نمونه مورد بررسی و مؤلفه‌هایی که برداشت می‌شوند توسط آن‌ها رد یا تأیید شد. ملاک سنجش اطلاعات نظر مطلعین در این حوزه بوده است. با بررسی اولیه در بین کانال‌های مختلف تلگرامی طنز و گستردگی آن، در ابتدا کانال‌های متعددی شناسایی شد که بسیاری از آن‌ها همان‌طور که از اسامی‌شان مشخص بود، صرفاً به یک بُعد طنز مثل مسائل جنسی، ادبی یا سیاسی می‌پرداختند، که از آن صرف‌نظر شد و به ازای آن سه کانال طنز عمومی با تعداد کاربران بالا انتخاب شدند. در این کانال‌ها علاوه بر جوک‌های کلامی موارد مختلفی مانند: تبلیغات سایر کانال‌ها، تبریک و تسلیت، استیکر، فیلم، کلیپ، صوت، تصویر و کاریکاتور وجود داشتند که در برداشت‌های مختلف موردسنجش قرار گرفتند.

از آنجا که مردم‌نگاری درون‌شبکه‌ای اساساً مبتنی بر گفتگو یا گفتمان اطلاعات و داده‌هایی است که بیشتر به صورت متنی یا دیداری ارائه می‌شوند، بنابراین واحد تحلیل، کنش یا رفتاری است که به صورت متنی یا دیداری در شبکه اینترنت پدیدار می‌شود. برای این منظور، ابتدا می‌بایست پیام‌ها با توجه به مسئله پژوهش و آنگاه با توجه به مفهوم‌های مشخص شده طبقه‌بندی و کدبندی شوند (میرزایی، ۱۳۹۶: ۲۹۰) در پژوهش‌های کیفی به طور اعم و در روش این مقاله به طور اخص بیشتر از مفاهیم صحت و قابلیت اعتماد صحبت می‌شود تا اعتبار^۱ و بنابراین، برای صحت و درستی، از روش‌های مثلث‌سازی یعنی؛ مقایسه داده‌های موجود با داده‌هایی که از سایر شیوه‌ها و فنون مردم‌نگاری نظیر: مصاحبه‌ها، مشاهدات، پژوهش‌های میدانی، بدست آمده و صحت آن تأیید شده است و همچنین، بازسنجی داده‌ها از طریق بازخورد اطلاعات و مقایسه آن با تحقیقات انجام شده و یا بیان ویژگی‌های منحصر به فردی که در این پژوهش به دست آمده، استفاده شده است.

برای معتبر نمودن نتایج و تعیین روایی از روش تحلیل عاملی اکتشافی^۲ استفاده شده است که در آن با ایجاد ماتریس همبستگی، نشان داده می‌شود که متغیرها به صورت خوشه‌هایی گرد هم آمده‌اند به طوری که متغیرهای هر خوشه با هم همبسته بوده و با خوشه‌های دیگر همبسته نمی‌باشند. این خوشه‌ها همان ابعاد موضوع مورد بررسی هستند. متغیرهای هر خوشه نیز آیتم‌های سنجش آن بُعد است. متغیرهایی که هیچ همبستگی با متغیرهای دیگر ندارند باید حذف شوند زیرا متغیرهای مورد تحلیل باید همبستگی معقولی با برخی متغیرهای دیگر تحلیل داشته باشند. (حبیبی و عدن‌ور، ۱۳۹۶: ۳۷) بدین منظور ۳۰ نفر از مطلعین شامل: استادان و دانشجویان دوره دکتری با روش نمونه‌گیری آسان انتخاب شدند. در جداول ذیل توصیف جنس، تحصیلات و رشته تحصیلی افراد ارائه شده است.

-
1. Validity
 2. Exploratory Factor Analysis

جدول ۱- فراوانی جنس افراد مورد بررسی

جنس	فراوانی	درصد	میانگین	انحراف معیار
زن	۱۹	۶۳,۳	۱,۳۶۶۷	۰,۴۹۰۱۳
مرد	۱۱	۳۶,۷		

با توجه به جدول ۱ تعداد ۱۹ نفر از افرادی که به روش نمونه‌گیری ساده انتخاب شده‌اند زن و ۱۱ نفر از آنان مرد بوده‌اند.

جدول ۲- فراوانی تحصیلات افراد مورد بررسی

تحصیلات	فراوانی	درصد	میانگین	انحراف معیار
فوق لیسانس	۸	۲۶,۷	۲,۵۰	۱,۴۰۸۱۰
دانشجوی دکتری	۱۰	۳۳,۳		
دکتری (استادیار)	۵	۱۶,۷		
دکتری (دانشیار)	۵	۱۶,۷		
دکتری (استاد)	۲	۶,۷		

با توجه به جدول ۲ ۲۶,۷ درصد از افراد فوق لیسانس، ۳۳,۳ درصد دانشجوی دکتری و ۱۲ نفر دکتری بوده‌اند که از این میان ۱۶,۷ درصد استادیار و دانشیار و ۶,۷ درصد نیز استاد بوده‌اند.

جدول ۳- فراوانی رشته تحصیلی افراد مورد بررسی

رشته تحصیلی	فراوانی	درصد	میانگین	انحراف معیار
مطالعات زنان	۴	۱۳,۳	۳,۱۳۳۳	۱,۶۱۳۱۶
جامعه‌شناسی	۱۰	۳۳,۳		
روان‌شناسی	۵	۱۶,۷		
تاریخ	۳	۱۰,۰		
ادبیات	۵	۱۶,۷		
علوم سیاسی	۳	۱۰,۰		

تنوع‌پذیری حوک‌های فارسی تلگرامی قبل و بعد ... ۲۳۱

جدول فراوانی رشته تحصیلی افراد نشان می‌دهد که رشته مطالعات زنان ۱۳,۳ درصد، جامعه‌شناسی ۳۳,۳ درصد، روان‌شناسی ۱۶,۷ درصد، تاریخ ۱۰ درصد، ادبیات ۱۶,۷ درصد و علوم سیاسی نیز ۱۰ درصد از مشارکت‌کنندگان را تشکیل داده‌اند. میانگین به‌دست‌آمده ۳,۱۳۳۳ و انحراف معیار ۱,۶۱۳۱۶ می‌باشد. جهت تحلیل داده‌ها در ابتدای تحلیل عاملی، آزمون شاخص نمونه‌گیری کیسر-مایر-الکین انجام گرفته و برای تشخیص ابزار همبستگی بین عبارات، از آزمون کرویت بارتلت استفاده گردیده است.

شاخص نمونه‌گیری کیسر-مایر و الکین و نتایج آزمون کرویت بارتلت^۱

آماره کیسر مایر و الکین (KMO)		۰.۶۸۹
آزمون کرویت بارتلت (BT)	تقریب کای اسکوئر	۲۹۳,۴۷۰
	درجه آزادی	۱۹۰
	سطح معنی‌داری	۰.۰۰۰

شاخص کیسر مایر ۰,۶۸۹ می‌باشد که از میزان پیش‌فرض ۰,۶ بیشتر بوده و نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای این پرسشنامه کفایت لازم را دارد. آزمون بارتلت سطح معنی‌داری کمتر از ۰,۰۵ بوده و نشان روابط معنی‌دار می‌باشد. در جدول شماره ۴ مقادیر واریانس کل تعیین‌شده برای عوامل استخراج‌شده صرفاً برای داده‌های مقاله آمده است.

۱- شاخص Kaiser-Mayer-Olkin, KMO: این شاخص باید بالای ۰,۷ باشد البته بین ۰,۵ تا ۰,۷ نیز با احتیاط قابل قبول است.

جدول ۴- مقادیر واریانس کل تعیین شده برای عوامل استخراج شده

مؤلفه‌های مورد ارزیابی در برداشت اطلاعات	مقادیر ویژه			مجموع مجذورات بارهای عاملی		
	کل	درصد واریانس	درصد تجمعی	کل	درصد واریانس	درصد تجمعی
نوع داده‌ها: ۱- کلامی ۲- کلامی - مفهومی ۳- غیر کلامی	۲,۴۱۲	۱۲,۰۶۲	۳۳,۵۲۱	۲,۴۱۲	۱۲,۰۶۲	۳۳,۵۲۱
زمان شوخی: ۱- گذشته ۲- حال ۳- آینده ۴- زمان ندارد	۲,۲۴۴	۱۱,۲۲۲	۴۴,۷۴۴	۲,۲۴۴	۱۱,۲۲۲	۴۴,۷۴۴
جوک کلامی: ۱- متن نوشتاری ۲- پیام صوتی ۳- شعرخوانی طنز ۴- صدای ضبط شده	۲,۱۴۲	۱۰,۷۰۹	۵۵,۴۵۳	۲,۱۴۲	۱۰,۷۰۹	۵۵,۴۵۳
غیرکلامی: ۱- گیفت ۲- فیلم ۳- کلیپ کوتاه ۳- انیمیشن متحرک ۵- تصاویر ۶- عکس ۷- کاریکاتور	۱,۲۱۸	۶,۰۹۲	۷۰,۴۲۹	۱,۲۱۸	۶,۰۹۲	۷۰,۴۲۹
کلامی - مفهومی: ۱- عکس زیرنویس دار ۲- عکس بخشی از متن ۳- تعدادی حروف و کلمات ۴- فیلم	۱,۱۲۸	۵,۶۳۹	۷۶,۰۶۹	۱,۱۲۸	۵,۶۳۹	۷۶,۰۶۹
شدت جوک‌ها: ۱- جوک سیاه ۲- جوک سفید ۳- جوک خاکستری	۱,۰۲۰	۵,۰۹۹	۸۱,۱۶۸	۱,۰۲۰	۵,۰۹۹	۸۱,۱۶۸
مقولات: ۱- سیاسی ۲- فرهنگی ۳- اجتماعی ۴- اقتصادی ۵- صرفاً برای خنده	۱,۸۴۵	۴,۲۲۴	۸۵,۳۹۲	۲,۷۹۳	۱۳,۹۶۵	۳۹,۸۳۲

در جدول تحلیل عاملی فوق، به منظور کشف و شناسایی شاخص‌ها و نیز روابط بین آن‌ها، هفت عامل به عنوان مقادیر ویژه در نظر گرفته شده است، مقادیر کمتر از یک و فاقد همبستگی به عنوان عامل محاسبه نشده‌اند. بنابراین برداشت جوک‌ها و گونه‌بندی آن‌ها از کانال‌های تلگرامی بر اساس مقادیر ویژه‌ای که مطلعین، آن را مناسب می‌دانستند، صورت گرفته است.

نحوه انجام و توصیف کمی نتایج

بر اساس روش پژوهش جامعه مورد مطالعه تحقیق از فضای برخط انتخاب شد. با توجه به مبادله جوک‌ها از طریق پیام‌رسان‌های مختلف، پیام‌رسان تلگرام به واسطه حجم گسترده مبادلات پیام و تعداد کاربران، انتخاب و سه کانال جوک و طنز با مشورت مطلعین مشخص شد. این کانال‌ها، عبارت‌اند از: شیخ پشم‌الدین^۱ (۲۶۳۳۰۶ نفر کاربر)، جوک و موک^۳ (۲۸۲۹۰۶ نفر کاربر) و جوکفا^۴ (۴۲۷۲۸ نفر کاربر). کانال جوکفا در صفحه اول دارای یک ربات جهت تبلیغات و ارسال سوژه، معرفی کانال دوم و شرایط تبلیغات با تعرفه‌های متفاوت می‌باشد، در قسمت پروفایل کانال جوک‌موک موضوع کانال طنز و سرگرمی و تابع قوانین جمهوری اسلامی ایران معرفی و دارای یک کانال تبلیغات و کانال دوم و همچنین یک پنل ارتباطی جهت نظرات و ارتباطات می‌باشد، در کانال شیخ پشم‌الدین نیز یک کانال دلنوشته‌های ادمین و تعرفه تبلیغات و ایدی ادمین جهت سؤال و پیشنهاد معرفی شده است.

با عنایت به چالش‌های متعدد فضای مجازی مرحله اول بررسی از بهمن‌ماه ۱۳۹۶ به‌طور متوسط تا اواخر فروردین ۱۳۹۷ با توجه به اشباع نظری موضوع تحقیق به طول انجامید. در مرحله دوم بعد از فیلتر شدن پیام‌رسان تلگرام در خردادماه همان سال سه کانال جوک موردنظر ارزیابی مجدد شدند. در مرحله اول وضعیت کانال، جوک‌ها و گونه‌بندی تا اشباع نظری آن‌ها صورت گرفت. در مرحله دوم علاوه بر پایش، حدود تقریبی ۲۵۰ الی ۳۰۰ جوک از هر کانال انتخاب شد و با حذف جوک‌های تکراری نتایج زیر به دست آمد:

به لحاظ تنوع زمان مورد استفاده در جوک‌ها قبل از محدودسازی، به‌طور متوسط در هر سه کانال ۷۰ الی ۸۰ درصد جوک‌ها فاقد زمان و بقیه مربوط به زمان حال بوده‌اند

1. t.me/pashmoodin

۲- با توجه به تغییر مداوم تعداد کاربران آمار مربوط به بهمن‌ماه ۱۳۹۶ می‌باشد.

3. t.me/jokmouk

4. t.me/jookefaa

درحالی‌که بعد از محدودسازی ۷۴ الی ۷۷ درصد این جوک‌ها مربوط به زمان حال بوده‌اند، که به‌نوعی فرار از وضع موجود جامعه محسوب می‌شود. از نظر صوری و مقایسه انواع جوک کلامی قبل و بعد از محدودسازی به‌طور متوسط متون نوشتاری از ۶۵ الی ۸۷ درصد به ۹۴ الی ۱۰۰ درصد رسیده‌اند. با توجه به این‌که محدودسازی سرعت باز شدن مطالب را کند نموده است، تمایل به نشر پیام‌های متنی و کلامی نسبت به قبل بیشتر شده است.

مقایسه انواع جوک غیرکلامی و مفهومی قبل و بعد از محدودسازی، که به‌طور کلی شامل: کیفیت^۱، فیلم، کلیپ کوتاه، انیمیشن متحرک، تصاویر، عکس و کاریکاتور می‌شدند. کیفیت‌ها به‌طور متوسط از ۱۳ الی ۳۱ درصد به واسطه سرعت بیشتر و حجم اینترنت مصرفی به ۳۶ الی ۵۶ درصد تغییر نموده‌اند و عکس‌ها که به‌طور متوسط بین ۴۵ تا ۶۹ درصد مطالب را در سه کانال جوک تشکیل می‌دادند به علت سرعت کند اینترنت در هنگام استفاده از فیلترشکن و زمان‌بر بودن باز شدن پیام‌های تصویری به ۱۱ الی ۱۴ درصد جوک‌های غیرکلامی رسیده‌اند.

GIF-۱ پسوند سه‌حرفی و مشخص‌کننده بافت پرونده‌های گرافیکی ثابت یا متحرک است. این نام کوتاه شده Graphics Interchange Format (قالب مبادله گرافیک) است.

تنوع‌پذیری جوک‌های فارسی تلگرامی قبل و بعد ... ۲۳۷

بر اساس جدول ۶، در یک گونه‌بندی کلی از جوک‌های منتشر شده در این کانال‌ها قبل و بعد از محدودسازی، جوک‌هایی با موضوعات فرهنگی - اجتماعی این‌گونه خلاصه شده‌اند: جوک‌های جنسیتی قبل و بعد از محدودسازی تلگرام همواره بیشترین نوع جوک بوده‌اند. جوک‌های جنسی در برخی کانال‌ها کاهش و در برخی دیگر افزایش داشته‌اند؛ هرچند نشر محتوای جنسی در تلگرام و گزارش کاربران به‌نوعی باعث انسداد کانال تلگرامی می‌شود و این خود می‌تواند از دلایل مهم کم بودن محتواهای جنسی در این کانال‌ها باوجود تابو بودن آن است. نکته شایان توجه این است که جوک‌های قومیتی قبل و بعد از محدودسازی در این سه کانال به حداقل و در برخی موارد به صفر رسیده است. شرایط بعد از محدودسازی، نشر جوک‌های اجتماعی باهدف صرف خنده را به حداقل رسانده و شدت طنز نیز افزایش یافته است.

جدول ۷- مقایسه انواع جوک جنسیتی به لحاظ سن، قبل و بعد از محدودسازی

عناوین		قبل از محدودسازی						بعد از محدودسازی					
		جوکفا			جوک و موک			جوکفا			جوک و موک		
مردان	زنان	شیخ پشم الدین			شیخ پشم الدین			شیخ پشم الدین			شیخ پشم الدین		
		انحراف معیار	میانگین	درصد	انحراف معیار	میانگین	درصد	انحراف معیار	میانگین	درصد	انحراف معیار	میانگین	درصد
مردان	زنان	۱۶۵۸	۱۰۸۲	۱۷۲	۱۶۵۸	۱۰۸۲	۱۷۲	۱۶۵۸	۱۰۸۲	۱۷۲	۱۶۵۸	۱۰۸۲	۱۷۲
جوآن	جوآن	۲۳۸	۱۸۳	۱۷۲	۲۳۸	۱۸۳	۱۷۲	۲۳۸	۱۸۳	۱۷۲	۲۳۸	۱۸۳	۱۷۲
میانسال	میانسال	۳۳،۳	۸۲،۸	۱۷،۲	۳۳،۳	۸۲،۸	۱۷،۲	۳۳،۳	۸۲،۸	۱۷،۲	۳۳،۳	۸۲،۸	۱۷،۲
پیر	پیر	۰،۸۱۱	۱،۳۳۶	۱،۵۲	۰،۸۱۱	۱،۳۳۶	۱،۵۲	۰،۸۱۱	۱،۳۳۶	۱،۵۲	۰،۸۱۱	۱،۳۳۶	۱،۵۲
رده ندارد	رده ندارد	۱،۵۴	۱،۵۲	۷،۲	۱،۵۴	۱،۵۲	۷،۲	۱،۵۴	۱،۵۲	۷،۲	۱،۵۴	۱،۵۲	۷،۲
مردان	زنان	۶۱،۵	۸۰،۴	۲،۹	۶۱،۵	۸۰،۴	۲،۹	۶۱،۵	۸۰،۴	۲،۹	۶۱،۵	۸۰،۴	۲،۹
جوآن	جوآن	۳۰،۷	۷،۱	۸،۸	۳۰،۷	۷،۱	۸،۸	۳۰،۷	۷،۱	۸،۸	۳۰،۷	۷،۱	۸،۸
میانسال	میانسال	۰،۵۱۰	۰،۷۸۳	۱،۴۱	۰،۵۱۰	۰،۷۸۳	۱،۴۱	۰،۵۱۰	۰،۷۸۳	۱،۴۱	۰،۵۱۰	۰،۷۸۳	۱،۴۱
پیر	پیر	۱،۵۰	۱،۴۱	۲،۹	۱،۵۰	۱،۴۱	۲،۹	۱،۵۰	۱،۴۱	۲،۹	۱،۵۰	۱،۴۱	۲،۹
رده ندارد	رده ندارد	۰،۲۸۸	۰،۶۱۳	۰،۶۱۳	۰،۲۸۸	۰،۶۱۳	۰،۶۱۳	۰،۲۸۸	۰،۶۱۳	۰،۶۱۳	۰،۲۸۸	۰،۶۱۳	۰،۶۱۳
مردان	زنان	۱،۰۹	۱،۱۳	۴،۳	۱،۰۹	۱،۱۳	۴،۳	۱،۰۹	۱،۱۳	۴،۳	۱،۰۹	۱،۱۳	۴،۳
جوآن	جوآن	۹۰،۹	۹۵،۷	۱۲،۴	۹۰،۹	۹۵،۷	۱۲،۴	۹۰،۹	۹۵،۷	۱۲،۴	۹۰،۹	۹۵،۷	۱۲،۴
میانسال	میانسال	۹،۱	۱۰،۵۴	۱۲،۴	۹،۱	۱۰،۵۴	۱۲،۴	۹،۱	۱۰،۵۴	۱۲،۴	۹،۱	۱۰،۵۴	۱۲،۴
پیر	پیر	۱،۷۰۸	۱،۸۷	۲۰	۱،۷۰۸	۱،۸۷	۲۰	۱،۷۰۸	۱،۸۷	۲۰	۱،۷۰۸	۱،۸۷	۲۰
رده ندارد	رده ندارد	۱،۸۰	۱،۸۷	۲۰	۱،۸۰	۱،۸۷	۲۰	۱،۸۰	۱،۸۷	۲۰	۱،۸۰	۱،۸۷	۲۰
مردان	زنان	۱۹،۲	۵۰،۵	۲۰	۱۹،۲	۵۰،۵	۲۰	۱۹،۲	۵۰،۵	۲۰	۱۹،۲	۵۰،۵	۲۰
جوآن	جوآن	۶،۱	۳۴،۸	۲۰	۶،۱	۳۴،۸	۲۰	۶،۱	۳۴،۸	۲۰	۶،۱	۳۴،۸	۲۰
میانسال	میانسال	۱،۳۰۲۰۶	۱،۱۶۸۲۶	۱،۸۰۰	۱،۳۰۲۰۶	۱،۱۶۸۲۶	۱،۸۰۰	۱،۳۰۲۰۶	۱،۱۶۸۲۶	۱،۸۰۰	۱،۳۰۲۰۶	۱،۱۶۸۲۶	۱،۸۰۰
پیر	پیر	۱،۷۵۰۰	۱،۸۰۰	۲۰	۱،۷۵۰۰	۱،۸۰۰	۲۰	۱،۷۵۰۰	۱،۸۰۰	۲۰	۱،۷۵۰۰	۱،۸۰۰	۲۰
رده ندارد	رده ندارد	۷۵	۶۰	۲۵	۷۵	۶۰	۲۵	۷۵	۶۰	۲۵	۷۵	۶۰	۲۵

تبیین کیفی نتایج

با توجه به نتایج کمی، برای تبیین جوک‌های مطرح شده در تلگرام، نمونه‌هایی از آن در سه کانال یادشده به لحاظ شدت و موضوع در ادامه آمده است.

تنوع پذیری جوک‌های فارسی تلگرامی قبل و بعد ... ۲۳۹

- جوک جنسیتی سیاه با موضوع فرودستی زنان: «یارو زنش پاهاش پرانتزی بوده ساپورت قرمز میپوشه به شوهرش میگه خوشگل شدم؟ شوهرش میگه خدا نکشت صغری شبیه انبردست شدی...».

- جوک جنسیتی سیاه با موضوع فرودستی مردان: «دوست پسر ایرانی موجودی است که به دوست دخترش میگه عکس پروفایل نزار میخوام قشنگی‌هات فقط مال من باشه ولی آگه بهش بگی خواستگار واسم اومده میگه من جلوی خوشبختی تو نمی‌گیرم قبول کن».

- جوک جنسیتی سیاه با موضوع فرودستی زنان و مردان جوان: «واقعیت آینه که دخترا واسه هم آرایش میکنن وگرنه پسرا فرق آرایش خوب و بد و متوجه نمیشن همین که سیبیل نداشته باشی کافیه...!»

- جوک جنسیتی خاکستری با موضوع فرودستی زنان: «مناجات یه دختر با خدا من به درک... مامانم دلش داماد می‌خواد».

- جوک سفید با موضوع خنده صرف: «شما ۴۰ دقیقه پای گاز وایسا آگه پیازا سرخ شدن حالا ۳۰ ثانیه برو از تو اتاق گوشیتو بیار پیازا تجزیه شدن».

با وجود این که بیشتر جوک‌های مورد بررسی را جوک‌های جنسیتی تشکیل داده‌اند، زنان ۶۶,۰۳ درصد جوک‌های جنسیتی را قبل از محدودسازی و ۶۰,۲ درصد را بعد از محدودسازی به خود اختصاص داده‌اند. همانند مباحث جوک‌های قومیتی که خود کاربران در برابر نشر جوک‌های قومیتی و ساخت آن مقاومت به خرج داده‌اند؛ گویی وقتی حجم جوک‌های جنسیتی با نمود فرودستی زنان افزایش یافته است همچنان زنان به‌عنوان فعالان این فضا اقدام به نشر جوک‌های جنسیتی با فرودستی مردان نموده‌اند. در این بین زنان و مردان جوان بیشتر از سایر گروه‌ها در هر دو زمان مورد هجمه قرار گرفته‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

جوک‌ها چه با هدف خنده، چه با هدف تخریب و یا اصلاح و نقد اجتماعی، به هر شکلی که بیان شوند؛ پدیده‌های اجتماعی هستند که عرصه‌های پنهان زندگی اجتماعی و نیازهای جامعه را به ورطه‌ ظهور می‌کشانند. پیام‌رسان‌های فضای مجازی با نشر این جوک‌ها به‌نوعی فرهنگ‌سازی می‌کنند و به تداوم ویژگی‌های اجتماعی موجود جامعه کمک می‌کنند. در ادامه، با روش مثلث‌سازی در روش مردم‌نگاری درون‌شبکه‌ای و با بهره‌گیری از فرایند دگرگونی (تبدلی) بودن و نظریه‌ خشونت نمادین بوردیو، این‌گونه می‌توان تحلیل نمود که؛ محیط با داشتن کارگزارانی چون: شورای عالی فضای مجازی، دولت و ... بر طنز عامه و همان جوک‌های مجازی اثرگذار است؛ اما ناتوانی در نظارت بر فضای مجازی و رویکرد سلبی محدودسازی، خشونت نمادینی است که از بالا به پایین در جامعه در جریان می‌باشد. در کنار داده‌های اجتماعی؛ بحران اقتصادی-اجتماعی و هویتی جامعه و داده‌های تاریخی پدرسالاری، برخوردهای قومی، تابوهای جنسی به تقویت خشونت نمادین و بازتولید روزافزون آن کمک نموده است. البته این محیط با نظام- کارگزاران (اقتشار و گروه‌های مختلف مردم و طنزپردازان)- نیز در تعامل است.

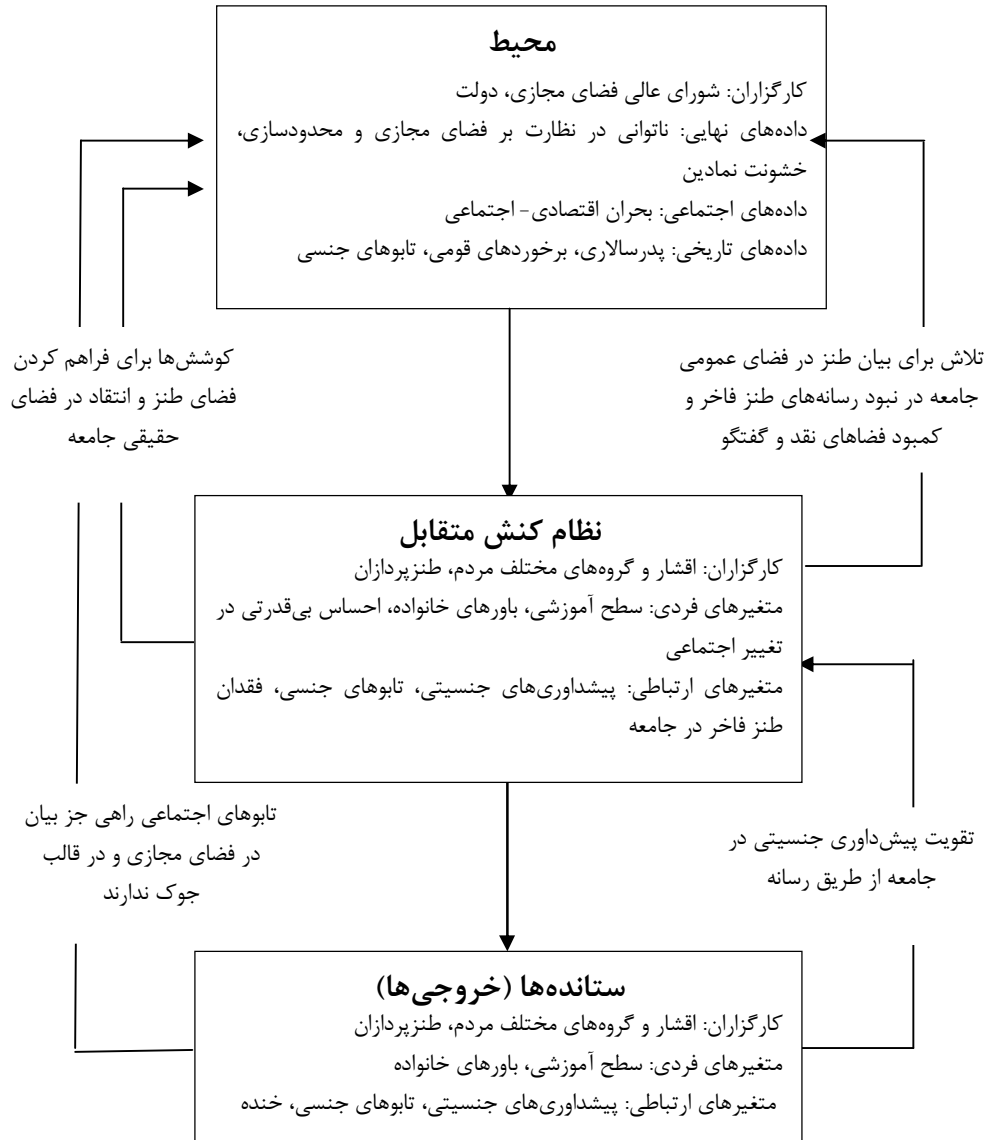
بسیاری از این طنزپردازان به گروه‌های قومی و جنسیت‌های مختلف، تعلق دارند که با این خشونت نمادین همراه شده و یا با آن به مبارزه برمی‌خیزند، این همان اثرات ناخواسته است که در این کنش متقابل به وقوع می‌پیوندد و پیامد آن، از بین رفتن جوک‌های قومیتی در فضای مجازی و افزوده شدن چرخه‌ جوک‌های جنسیتی مردستیز علاوه بر جوک‌های زن‌ستیز بوده است. جوک‌ها برساخته‌هایی از واقعیت‌های اجتماعی، در شناسایی ذهنیات مشترک افراد جامعه هستند که از برخی از متغیرهای فردی و ارتباطی سرچشمه می‌گیرند. این متغیرهای فردی عبارت از: سطح آموزشی (بازتولید متعدد

تنوع‌پذیری جوک‌های فارسی تلگرامی قبل و بعد ... ۲۴۱

کلیشه‌های جنسیتی در رسانه‌ها، ناشناختگی مسائل جنسی، باورهای خانواده (تقویت هویت‌های قومی)، احساس بی‌قدرتی در تغییر اجتماعی و متغیرهای ارتباطی؛ پیشداوری‌های جنسیتی، تابوهای جنسی، کمبود طنز فاخر در جامعه می‌باشند.

در سطح بعد این تحلیل یعنی: ستانده‌ها (خروجی‌ها) بازهم کارگزارانی از اقشار و گروه‌های مختلف مردم، طنزپردازان هستند که بر اساس تأثیر محیط، موقعیت و منابع و عادت‌هایشان،... عمل می‌کند. آن‌ها نیز دارای متغیرهای فردی و ارتباطی هستند که مدام با یکدیگر دارای کنش متقابل می‌باشند. کمبود فضاهای نقد و گفتگو به‌نوعی باعث تقویت فضای جوک‌سازی و جوک‌گویی در جامعه شده است. پس آنچه واضح است محدودسازی تلگرام به‌نوعی خشم فروخورد، اجتماعی را فرافکنی نمود و به شدت جوک‌های سیاه در فضای مجازی افزود و جوک‌های سفید که به صرف خنده نشر پیدا می‌کردند را کاهش داد. جمع‌بندی مباحث و اثرات بازخوردی جوک در فضای مجازی بر اساس فرایند تبدیلی بودن و خشونت نمادین بوردیو در نمودار ۳ نشان داده شده است.

نمودار ۳- اثرات بازخوردی جوک در فضای مجازی



تنوع‌پذیری جوک‌های فارسی تلگرامی قبل و بعد ... ۲۴۳

فارغ از فقدان فضاهای فراغتی ارزان‌قیمت و مناسب، این نکته دارای اهمیت است که نگاه فراغتی به جوک‌گویی کمرنگ‌تر و جوک‌ها همان‌طور که فروید یادآوری می‌کند خصمانه‌تر شده‌اند. در خصوص تطبیق نتایج با سایر پژوهش‌ها می‌توان بیان داشت؛ برخلاف توکلی راد و دیگران (۱۳۹۵) که جوک‌گویی را به علت رعایت نکردن حقوق شهروندی و ارزش‌زدایی و لذت‌جویی در فضای مجازی دنبال نموده، فضای مجازی باعث ایجاد انسجام اجتماعی شده و جوک‌های سیاه قومیتی را به حداقل رسانده است. البته میزان آگاهی عمومی جامعه و در دسترسی نبودن رسانه به‌عنوان شرایط مداخله‌گر مورد تأیید است.

در خصوص جوک‌های جنسیتی و نتایج تحقیق فرقانی و دیگران (۱۳۹۵) همچنین (Abedinifard, 2018) تداوم جوک‌ها در خصوص زنان و انتساب برخی صفات و سطحی‌نگری به دختران همچنان مورد تأیید است. با این تفاوت که در برخی از کانال‌ها با تخریب مردان در برابر زنان شروع به نشر و گسترش جوک‌های سیاه نموده‌اند. تداوم سیاست‌های جنسیتی و ارجح بودن آن به مباحث سیاسی، از مهم‌ترین علل تداوم این روال می‌باشند.

به‌طورکلی، می‌توان گفت؛ محدودسازی پیام‌رسان تلگرام، اگرچه بر جوک‌های این فضا به لحاظ شکلی تأثیر داشته است، اما خشونت نمادین همچنان بر افراد در حال اعمال شدن است. هرچند، این پیام‌رسان رواج جوک‌های قومیتی را به کمک کاربران به حداقل رسانده است، اما همچنان فضا را برای تداوم جوک‌های جنسیتی در جامعه فراهم ساخته است که علت‌کاو آن نیازمند پژوهش جداگانه‌ای در جوک‌گویی فضای برخط می‌باشد.

منابع

- احمدی، حمید. (۱۳۹۳). *قومیت و قوم‌گرایی در ایران افسانه و واقعیت*. تهران: نشر نی.
- آقابابایی، احسان. (۱۳۹۳). «تحلیل تفسیری کنش جوک گویی». *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، دوره ۳، شماره ۳.
- برگسون، هانری لویی. (۱۳۷۹). *خنده*، ترجمه: عباس باقری، تهران: نشر شب‌اویز.
- بودون، ریمون. (۱۳۸۳). *منطق کنش اجتماعی*، ترجمه: عبدالحسین نیک گهر، تهران، توتیا.
- بودون، ریمون. (۱۳۸۹). *نظریه‌های انتقادی تغییر اجتماعی*، ترجمه: غلامرضا جمشیدی‌ها، تهران: نشر علمی.
- بوردیو، پیر. (۱۳۸۰). *نظریه کنش (دلایل عملی و انتخاب عقلانی)*، ترجمه: مرتضی مردی‌ها، تهران: نقش و نگار.
- بوردیو، پیر. (۱۳۸۷). *درباره تلویزیون و سلطه ژورنالیسم*، ترجمه: ناصر فکوهی، تهران: آشیان.
- تربتی، سروناز و مهدوی، امین. (۱۳۹۷). «تحلیل گفتمان انتقادی جوک در خصوص توافقات هسته‌ای؛ بازنمایی توافقات هسته‌ای در جوک فارسی». *مطالعات رسانه‌های نوین*: دوره ۴، شماره ۱۵.
- توکلی، مهرداد و غفاری، غلامرضا. (۱۳۹۵). «جوک‌های سیاه، تعامل‌های اجتماعی و پیامدهای غیر سازنده آن». *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*: دوره ۵، شماره ۴.
- جوانمرد، محمد. (۱۳۹۷). «شبکه‌های اجتماعی با ما چه می‌کنند؟»، *خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)*، بازنشانی شده در ۱۰ مهر ۱۳۹۷، به نشانی:
<https://www.isna.ir/news/97071005495>
- حبیبی، آرش و عدن‌ور، مریم. (۱۳۹۶). مدل یابی معادلات ساختاری و تحلیل عاملی (در آموزش نرم‌افزار Lisrel). تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- خشوعی، مهدیه سادات. (۱۳۸۶). *روانشناسی، شوخ‌طبعی*. تهران: کنکاش.
- دهخدا، علی‌اکبر. (۱۳۸۵). *لغت‌نامه*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ریتزر، جرج. (۱۳۷۹). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی.
- ریتزر، جرج. (۱۳۸۹). *مبانی نظریه جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن*، ترجمه: شهناز مسمی پرست، تهران: نشر ثالث.

تنوع‌پذیری جوک‌های فارسی تلگرامی قبل و بعد ... ۲۴۵

- زارع‌پور، سرور. (۱۳۹۵). بازنمایی جنسیت زنانه در لطیفه‌ها (مطالعه شبکه‌های اجتماعی مخصوص تلفن همراه)، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی*، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان.
- سفیری، خدیجه و شهرزاد، زهرا. (۱۳۹۵). «تحلیل تماتیک جوک‌های مبادله شده در برنامه (اتاق جوک)». *فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات*: سال ۱۷، شماره ۳۹.
- شوارتس، سنفورد. (۱۳۸۲). *آنری برگسون*، ترجمه: خشایار دیهیمی، تهران: نشر ماهی.
- شیرزی، قهرمان. (۱۳۷۶). «راز طنز آوری»، *ماهنامه ادبیات معاصر*، شماره‌های ۱۷ و ۱۸: ۴۰-۴۷.
- صالحی امیری، سیدرضا. (۱۳۸۸). *انسجام ملی و تنوع فرهنگی*. تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، گروه پژوهش‌های اجتماعی و فرهنگی.
- عزیززی، فرید؛ اتابک، محمد و افخمی، حسین‌علی. (۱۳۹۷). «بازی‌های رایانه‌ای و بازنمایی زنان: تحلیل نشانه‌شناختی بازی السا»، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، سال چهارم، شماره چهارده.
- فرقانی، محمدمهدی و عبدی، سیدعیسی. (۱۳۹۵). «بازنمایی زن در جوک‌های جنسیتی: تحلیل گفتمان انتقادی در مورد زنان در شبکه‌های موبایلی»، *فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، سال هفدهم، شماره سی و سوم.
- فروید، زیگموند. (۱۳۸۸). *لطیفه و ارتباطش با ناخودآگاه*، ترجمه: آرش امینی، تهران: نسل فردا.
- فکوهی، ناصر. (۱۳۹۳). *مبانی انسان‌شناسی*، تهران: نشر نی.
- کردچگینی، فاطمه. (۱۳۸۸). *طنز ۵: شکل دگر خندیدن*. تهران: شرکت انتشارات سوره مهر.
- میرزایی، خلیل. (۱۳۹۴). *فرهنگ توصیفی علوم اجتماعی*، تهران: فوژان.
- میرزایی، خلیل. (۱۳۹۵). *کیفی پژوهی: پژوهش و پژوهشگری و پژوهش‌نامه نویسی*، تهران: نشر فوژان.
- ویلار، آرتور. (۱۳۷۸). *طنز*، ترجمه: سعید سعیدپور، تهران: نشر مرکز.
- Abedinifard, M. (2018). "Persian 'Rashti jokes': modern Iran's palimpsests of gheyrat-based masculinity", *British Journal of Middle Eastern Studies*, DOI: 10.1080/13530194.2018.1447440.
- Attardo, S. (1994). *"Linguistic Theories of Humor"*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Alexa. (2018). *"Top Site in Iran"*, Alexa.com, Journey 25, 2018, retrieved from: <https://www.alexa.com/topsites/countries/IR>.

- Bochner, A. (2001). "Narrative's virtues. **Qualitative Inquiry**", 7(2), 131 – 157.
- Dagnes, A. (2012). "**A Conservative Walks Into a bar the Poetics of Political Humor**", New York, Palgrave Macmillan.
- Davies, C. (2002). "**The Mirth of Nations**". Transaction Publisher.
- Esar, E. (1952). "**The Humor of Humor**". London: Phoenix House.
- Foka, Anna & Liliequist, Jones. (2015). "**Laughter, Humor, and the (un) making of Gender Historical and Cultural Perspectives** (first ed.)". New York: Palgrave macmillan
- Gillota, D. (2013). "**Ethnic Hummer in Multi ethnic America**". New Jersey: Rutgers University press.
- Kozintes, R.V. (1998). "On netnography: Initial reflections on consumer research investigations of cyber culture". In Joseph Alba and Wesley Hutchinson. **Advance in Consumer Research**, Volume 25, Provo, UT: Association for Consumer Research, 366-371.
- O'Higgins, L. (2003). "**Women and Humor in Classical Greece**". Cambridge: Cambridge University Press.
- Seiter, E. Borchers, H. Kreutzner, G. and Warth, E. (1989). Don't trat us like we're so stupid and naive: "**toward an ethnography of soap opera viewers**". In E.
- Telegram- region. (2018). "**Statistics Audience Telegram of January 2018**". Retrieved from: [<https://telegram-region.com/statistika-auditorii-telegram-nayanvar-2018>].