

«مطالعات جامعه‌شناسی»

سال دوازدهم، شماره چهل و ششم، بهار ۱۳۹۹

ص ص ۹۳-۱۱۰

بررسی جامعه‌شناختی جوک‌های جنسیتی رد و بدل شده در شبکه اجتماعی تلگرام
(با تأکید بر جوک‌های تلگرامی سال ۹۷)

پرنیا رضی پور^۱

فرح ترکمان^۲

علی رحمانی فیروزجاه^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۹

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۹/۴/۱

DOI: 0.30495/jss.2020.1881076.1173

چکیده

مقاله پیش روی با هدف بررسی جامعه‌شناختی جوک‌های جنسیتی رد و بدل شده در شبکه اجتماعی تلگرام (با تأکید بر جوک‌های تلگرامی سال ۹۷) انجام شده است و درصدد پاسخگویی به سؤالات زیر است: جوک‌های جنسیتی چه مسائلی را در مورد زنان و مردان بیان می‌کند؟ این جوک‌ها حاوی چه پیام‌های اجتماعی و قدرتی هستند؟ برای پاسخ به این سؤالات با بهره‌گیری از رویکرد ترکیبی و مروری بر پژوهش‌های پیشین، مقولات مناسب انتخاب و مورد استفاده قرار گرفت. این پژوهش به دلیل بررسی در محتوای جوک‌ها از روش تحلیل محتوی بهره گرفته و جامعه آماری آن جوک‌های رد و بدل شده در شبکه اجتماعی تلگرام است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که انتظار جامعه از نقش‌های جنسیتی تصویری آرمانی و سنتی را بازنمایی می‌کند که با ویژگی‌های مشاهده‌شده در محتوای جوک‌ها فاصله بسیاری دارد. همچنین با توجه به یافته‌های این تحقیق می‌توان استدلال نمود که ردپایی از نابرابری قدرتی و جایگاهی در دنیای واقعی حتی به فضای مجازی و محتوای جوک‌های تلگرامی نیز کشیده شده است؛ به‌گونه‌ای که مردان حتی در درون مایه جوک‌ها نیز دارای قدرت مضاعف نسبت به زنان هستند. واژگان کلیدی: جنسیت، جوک، تحلیل محتوا، تلگرام.

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، تهران-ایران. E-mail: parniya641@gmail.com

۲. استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، تهران-ایران (نویسنده مسئول).

E-mail: fa.torkaman@iauctb.ac.ir

E-mail: arf1348@gmail.com

۳. دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل، بابل-ایران.

مقدمه

در سال‌های اخیر با توجه به پیشرفت فناوری و ایجاد فضای مجازی، شاهد افزایش انواع شوخی در شبکه‌های مختلف اجتماعی هستیم که روابط متفاوتی از گروه‌های مختلف اجتماعی و جنسیتی را در معرض نمایش مخاطبان می‌گذارد. از سوی دیگر جامعه‌شناسی جنسیت نیز به عنوان یکی از شاخه‌های مهم علوم اجتماعی محسوب می‌شود چرا که پرسش در باب جنسیت و هویت جنسی به مثابه یکی از موضوعات محوری در مطالعات فرهنگی و جامعه‌شناسی از زمانی اهمیت یافته است که هویت جنسی به مثابه پدیده بیولوژیک از هویت جنسیتی هم‌چون بر ساخته‌ای اجتماعی متمایز شده است (شیری، ۱۳۹۸: ۲۳۸).

از منظر دیگر بسیاری از کنش‌ها و واکنش‌ها نسبت به جنسیت‌های مختلف را می‌توان در محتوای جوک‌ها مشاهده نمود و با بررسی آن اطلاعات جامع‌تری از نقش فرهنگ و اجتماع بر نگرش‌های جنسیتی به دست آورد. از نظر فرقانی و عبدی، جنسیت از فرهنگ و باورهای عمومی برخاسته و یک فرهنگ مجزا، سیال و متغیر موضوعی برای تغییر مستمر است. در نظر محققین فوق جوک‌های جنسیتی به دلیل این که فاقد هرگونه سویه‌های سیاسی هستند بسیار ایدئولوژیک‌اند (فرقانی و عبدی، ۱۳۹۵: ۳۲). در این باره شیری (۱۳۹۸)، نیز معتقد است که فرهنگ و نگرش جنسیتی، نتیجه جامعه‌پذیری جنسیتی است و بدون تردید ارتباط تنگاتنگی با ساختارهای فرهنگی و اجتماعی جوامع دارد. نکته حایز اهمیت دیگر این است که در میان گروه‌های مختلف جنسیت زنانه اهمیت ویژه‌ای دارند چرا که به دلیل ارتباطی که با گروه‌های دیگر سنی همانند جوانان، نوجوانان، کودکان و نیز تأثیری که بر نیم دیگر جمعیت یعنی مردان می‌گذارد؛ از مهم‌ترین گروه‌های اجتماعی به شمار می‌روند. شیفمن و همکاران نیز معتقدند: زنان در گذشته به گوشه‌ای رانده شده بودند اما با تحول فناوری، زنان نیز سبک جدیدی از زندگی را تجربه می‌کنند، در نظر او جوک‌ها دارای این ظرفیت‌اند که تغییرات را به ما نشان دهند (Shifman, 2010). از آن جا که سیطره فضای مجازی آن چنان گسترش یافته که حضور در فضای مجازی بنابر ویژگی‌ها و امکانات و کارکردهای خاص آن با توجه به وضعیت اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی افراد تأثیرات عمیقی بر جنبه‌های مختلف زندگی کاربران ایرانی به ویژه زنان به مثابه بزرگ‌ترین طیف مخاطبان و فعالان این فضا می‌گذارد. در واقع این گونه می‌توان استدلال نمود که اینترنت این فن‌آوری جدید ارتباطی در انواع فعالیت آدمی رخنه کرده است (پاتریشیا، ۱۳۸۲؛ منصوری شاد و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۴۹). بدین معنا که شبکه‌های مجازی، به عنوان جماعت‌های مجازی در فضای سایبر از طریق گروه‌های ایمیل، وبلاگ و سایت‌ها و کانال‌های گوناگون محیطی را برای تبادل آراء و عقاید به وجود می‌آورند (اشرف نظری و قلی‌پور، ۱۳۹۷). برخی محققین دیگر بر این باورند: در عصر حاضر شبکه‌های اجتماعی گوناگونی ظهور یافته‌اند که در آن‌ها، میزان تعامل و دو طرفه بودن ارتباط بسیار بالاست و در موارد متعددی مصرف‌کننده خود به تولیدکننده تبدیل می‌شود (باستانی،

خانیک و ارکان‌زاده یزدی، ۱۳۹۷: ۳). همین امر بر جذابیت فضای مجازی و خصوصاً شبکه اجتماعی تلگرام^۱ افزوده است. نکته حائز اهمیت دیگر 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. بررسی‌های مختلف انجام گرفته در چند سال اخیر: عاملی (۱۳۸۵)، حسینی پاکدهی و حاج‌محمدی (۱۳۹۰)، نیز مبین این نکته است که طنز و جوک بیشترین حجم پیامک‌های ارسالی در گوشی همراه را تشکیل می‌دهد. از سوی جوک‌های جنسیتی نیز بخش قابل توجهی از محتوای جوک‌ها را به خود اختصاص داده که با بررسی آن می‌توان به شناخت جامع‌تری از روابط و مسائل جنسیتی رسید؛ بنابراین اهداف این پژوهش به شرح زیر است:

- هدف اصلی: توصیف و تحلیل جوک‌های جنسیتی رد و بدل شده در شبکه اجتماعی تلگرام (با تاکید بر جوک‌های تلگرامی سال ۹۷).

- سوال اصلی: جوک‌های جنسیتی چه مسائلی را در مورد زنان و مردان بازگو می‌کند؟ و حاوی چه پیام‌های اجتماعی و قدرتی هستند؟

جنس^۲ و جنسیت^۳ از واژگان کلیدی در جامعه‌شناسی است که به ویژه در مباحث زنان بسیار از آن استفاده می‌شود. کارمک کینان^۴ (۲۰۰۷)، عقیده دارد: میان جنسیت و جنس تفاوت زیادی وجود دارد؛ به طور معمول جنس به زیست‌شناسی بدن و جنسیت به مفروضات و اعمال فرهنگی اشاره می‌کند که برساخت اجتماعی مردان و زنان را هدایت می‌کند. درباور جودی بالتر^۵ هویت جنسی نه تنها امری طبیعی و ثابت، بلکه دارای معانی اکتسابی است. به عقیده دوبووار^۶ هیچ کس زن متولد نمی‌شود، بلکه زن ساخته می‌شود. از این رو فعالیت‌ها و رفتارهایی که جنسیت به واسطه آن شکل می‌گیرد، مشابه فعالیت‌های اجرای نمایش در یک بازی تئاتر است. به این معنا که جنسیت اجرایی است که سناریو آن توسط جامعه نوشته می‌شود (فرقانی و عبدی، ۱۳۹۵).

به اعتقاد اونگر^۷ واژه جنسیت به اجزای غیر بیولوژیکی جنس اشاره دارد که از نظر فرهنگی برای مردان و زنان مناسب تشخیص داده می‌شود (تقی پور، یآوری و مرائی، ۱۳۹۸: ۷۱).

جنسیت در واقع مجموعه انتظاراتی است از مرد و زن نوعی که در موقعیتی معین چه باید بکند. جنس جنبه زیستی هویت انسان را مشخص می‌کند؛ اما جنسیت عاملی اجتماعی فرهنگی است که در بستر

۱. پیام رسان تلگرام یک سرویس پیام رسان متن باز چند سکویی مبتنی بر رایانش ابری است که در سال ۲۰۱۳ تأسیس شد. کاربران تلگرام می‌توانند پیام‌ها، ویدئوها و اسناد (همه انواع پرونده‌ها پشتیبانی می‌شود) را تبادل کنند (Telegram.org).

۲. Sex

۳. Gender

۴. karmak kinan

۵. Jody Balter

۶. De beauvoir

۷. Aunger

اجتماعی و قراردادهای آن شکل گرفته همواره قابل تغییر است. بنابراین، آن چه با عنوان نقش‌های ذاتی و طبیعی زنان و مردان در جامعه مطرح می‌شود، حاصل نوعی ارزش‌گذاری و تقسیم کار جنسیتی است که عموماً در جهت بازتولید انواعی از تبعیض عمل می‌کند و همواره درصدد است این ارزش‌گذاری‌ها را از طریق متون مختلف به عنوان امری طبیعی به جامعه القا کند (آقایی، ۱۳۹۲). از طرفی می‌توان اذعان نمود که واکنشی که افراد نسبت به جوک بروز می‌دهند بر حسب جنسیت متفاوت است (Martin, 2014). نظریه‌پردازان فمینیست نشان می‌دهند که جنسیت به طور عمیقی در روابط اجتماعی نهفته است و زنان و مردان و روابط ساختاری بین آن‌ها را تعریف می‌کند. به صورتی مردان قوی و زنان ضعیف باشند؛ مردان مستقل و زنان روابط خود را بر این اساس منطبق کنند؛ مردان احساسات خود را کنترل کنند و زنان عاطفی و پر احساس باشند. این انتظارات کلی جامعه نمونه ماهیت فرهنگی جنسیت است. این پیشفرض‌ها و پیشداوری‌های فرهنگی و اجتماعی سبب بازنمایی خاص زنان و مردان در رسانه‌ها می‌شود و از این طریق افکار و اندیشه‌های قالبی و کلیشه‌ای را تداوم می‌بخشد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۴۵). از طرفی پیشفرض‌ها و پیشداوری‌های فرهنگی و اجتماعی زنان را به نحو خاصی در رسانه‌ها بازنمایی می‌کند و از این طریق افکار و اندیشه‌های قالبی و کلیشه‌ای را تداوم می‌بخشد. در باور استرینانی رسانه‌ها با فناوری نمادین زنان به ما می‌گویند که زنان در نقش همسر، مادر، کدبانو و غیره ظاهر شوند و در یک جامعه پدرسالار، سرنوشت زنان به جز این نیست. بازتولید فرهنگی نحوه ایفای این نقش‌ها را به زنان می‌آموزد و سعی می‌کند آن‌ها را در نظر زنان طبیعی جلوه دهد (استرینانی، ۱۳۸۰: ۱۲۶). از طرفی بازنمایی زنان در رسانه‌های جمعی با نقش‌های کلیشه‌ای فرهنگی در جامعه سازگاری دارند. در مورد بازنمایی مناسبات جنسیتی، معمولاً مردان به صورت انسان مسلط فعال، مهاجم و مقتدر به تصویر کشیده می‌شوند. در مقابل زنان معمولاً تابع، منفعل، تسلیم و کم اهمیت هستند؛ به عبارت دیگر، رسانه‌ها با نشان دادن زنان و مردان به این صورت، بر ماهیت نقش جنسی و عدم برابری جنسی صحنه می‌گذارند. در چنین وضعیتی، رسانه‌های جمعی نقش بازنمایی کلیشه‌ها یا تصورات قالبی جنسیتی را بر عهده می‌گیرند (معینی‌فر، ۱۳۸۸).

نظریه فمینیستی رسانه‌ها را ابزار اصلی انتقال ارزش‌های کلیشه‌ای، پدرسالارانه و هژمونیک در مورد زنان و زنانگی و به منظور ساز و کار کنترل اجتماعی تعریف می‌کند. از نظر آن‌ها رسانه‌های جمعی نقش بازنمایی کلیشه‌ها یا تصورات قالبی جنسیتی را به عهده می‌گیرند. یکی از نکات قطعی درباره صفات یا ویژگی‌های مربوط به کلیشه‌ها یا تصورات قالبی این است که برای صفاتی که به مردان نسبت داده می‌شود بیش از صفاتی که به زنان نسبت می‌دهند اهمیت قائل می‌شوند. قدرت، استقلال و تمایل به خطرپذیری در برابر ضعف، زودباوری و تأثیرپذیری اغلب مثبت تلقی می‌شوند (کولومبورگ، ۱۳۸۷: ۲۹). به باور فمینیست‌ها تفاوت جنسیتی را جامعه به وجود می‌آورد؛ جامعه‌ای که تصمیم می‌گیرد زنان باید خود را با یک کلیشه رفتار زنانه که ساخته پرداخته مردان است هماهنگ سازند. به دلیل این که جنس

نشان‌دهنده بیولوژی بدن است و جنسیت فرضیه‌های فرهنگی و عملکردهایی را نشان می‌دهد که بر ساخت روابط اجتماعی زن و مرد غالب است. در نتیجه این بحث خاص می‌شود که تمام نابرابری‌ها در خصوص زنان در کارکردها و گفتمان سیاسی، فرهنگی و اجتماعی جنسیت ریشه دارد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۴۷).

تاکنون در این باره عقیده دارد: زنان در فرهنگ عامه و به خصوص در رسانه‌ها درحاشیه قرار گرفته‌اند و منافع آن‌ها ناچیز شمرده شده است. در نظر او رسانه‌ها، ارزش‌های اجتماعی حاکم بر جامعه را منعکس می‌کنند این ارزش‌ها نوعی بازتولید نمادین اجتماع است به نحوی که اجتماع میل دارد خود را ببیند. تاکنون در ادامه عقیده دارد اگر موضوعی به این صورت متجلی شود، فنای نمادین صورت می‌گیرد. محکوم شدن و ناچیز به حساب آمدن و یا عدم حضور به معنای فنای نمادین است (رضایی و ظاهری، ۱۳۹۴). آندره میشل^۱ نمونه‌هایی از کلیشه‌های مشترک در سطح دنیا را درباره زنان و مردان ارائه می‌دهد. از نظر میشل، کلیشه‌های جنسیتی را می‌توان در چهار دسته کلی جای داد:

۱. نقش‌های جنسیتی مختلف در درون خانواده: زنان نقش مادر، خدمت رسان خانوادگی و وابسته به همسر را بر عهده دارد و پدر نقش نان‌آور و تکیه‌گاه را.

۲. خصوصیات شخصیتی: پسران و مردان خلاق تصمیم‌گیر و فعال هستند؛ اما دختران وابسته و منفعل به تصویر کشیده می‌شوند.

۳. نقش اجتماعی و سیاسی: از این منظر زنان اگر هم در سطوح اجتماعی فعال باشند در سطوح کوچک و محلی فعال‌اند؛ اما مردان دارای مسئولیت یا رهبر سیاسی هستند.

۴. نقش حرفه‌ای: از این منظر مشاغل به دو بخش زنانه و مردانه تقسیم شده است. زنان منشی یا پرستارند و مردان کارفرما یا پزشک هستند (فرقانی و عبدی، ۱۳۹۵: ۳۶).

از سوی دیگر تقابل قدرتی و احساسی نیز در محتوای جوک‌ها دیده می‌شود. طبق نظر کمپر^۲ افراد بر اساس این که در چه وضعیت قدرتی و جایگاهی قرار دادند؛ احساساتی را تجربه می‌کنند. در نظر او قدرت و وضعیت در فضای اجتماعی و کنش متقابل شکل می‌گیرد. در تعریف او قدرت توانی است که فرد در جامعه دارد و می‌تواند خواسته‌های خود را حتی در برابر مقاومت دیگری اعمال کند. قدرت به عقیده او در رابطه با دیگران شکل می‌گیرد. 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 تجربه شده در روابط قدرتی - جایگاه کسانی که در نقصان (نابرابری) قدرت و جایگاه به سر می‌برند از فرآیندهای جبرانی نقصان استفاده می‌کنند (مقدس و قدرتی، ۱۳۹۰). بدین ترتیب افراد برای این که احساسات منفی ناشی از نقصان جایگاه را جبران کنند یکی از راهکارهایی که به کار می‌بندند استفاده از

^۱. Anderh & Mishel

^۲. Kemper

شوخی و جوک است و با شوخی و جوک درصدد نقد این روابط جایگاهی بر می‌آیند. این فرآیندها قابل تعمیم به گروه‌ها و روابط گروه‌ها هم هست.

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^۱، ۱۳۷۸: ۳۶). لذا پژوهش حاضر با بررسی مرتبط‌ترین مطالعات داخلی و خارجی درصدد شناخت جامع‌تر نسبت به موضوع پژوهش است. همان‌طور که اشاره شد ماهیت جوک‌ها به‌گونه‌ای است که می‌توان بسیاری از مسائل اجتماعی مهم روزمره را با آن سنجید و از منظر جامعه‌شناسی مورد بررسی و کنکاش قرار داد. در این راستا تربتی و مهدوی (۱۳۹۷)، با بررسی محتوای جوک‌ها به موضوع اجتماعی هم‌چون «تحلیل گفتمان انتقادی جوک در خصوص توافق هسته‌ای» پرداخته‌اند. در نظر آن‌ها خیال‌پردازی حاصل از جنبه‌های ایدئولوژیک زبان جوک وضعیت موجود را بازنمایی و باز تفسیر می‌کند و به ایجاد تغییر در روابط اجتماعی و کردار گفتمانی منتهی می‌شود. هم‌چنین سفیری و شهرزاد (۱۳۹۵)، در پژوهشی تحت عنوان «تحلیل تماتیک جوک‌های مبادله در برنامه اتاق جوک» عقیده دارند که جوک‌ها به واسطه نفوذ آسان‌تر در فرهنگ عامه توانسته‌اند در زمینه‌های مذهبی به چالش کشیدن قدرت خرد و کلان، نقد رفتارها و خلیقات اجتماعی، بیان اعتراضات اجتماعی اعلام موضع کنند.

مطالعاتی دیگری هم‌چون فرقانی و عبدی (۱۳۹۵)، به بررسی بازنمایی زنان در جوک‌های در شبکه موبایلی پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که جوک‌های جنسیتی، بازنمایی منفی و فرودست از زنان و دختران را در مقابل مردان و حتی پسران داشته‌اند. در این رابطه کرمی فهمی و خزایی (۱۳۹۸)، به بررسی برساخت زنانگی در گفتمان تشکل‌های اصولگرا پرداخته‌اند، در نظر آن‌ها ابژه زن مطیع به عنوان الگوی مطلوب تکثیر شده و ابژه‌های زن مقاوم طرد گشته و به حاشیه رانده شده است تا در نهایت با بازتولید ساختارهای امتیاز دهنده سنتی و قانونی برای مردان سرپرستی ایشان بر زنان را در سطوح خرد و کلان تداوم بخشد. هم‌چنین کوثری، خیرخواه (۱۳۸۷)، به پژوهشی با عنوان «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.

در مطالعات خارجی: مورنو مینگوئز^۲ و همکاران (۲۰۱۸)، به مطالعه‌ای با عنوان «تغییر اجتماعی- ساختاری نقش‌های جنسیتی» پرداختند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد 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 خانواده تأثیر می‌گذارد.

^۱. Kiwi & kampnhvd

^۲. Moreno Minguez

نالدینی^۱ (۲۰۱۷)، در پژوهشی با عنوان «جامعه‌شناسی خانواده» عقیده دارد: جامعه‌شناسی خانواده موضوع بسیار مهمی است چرا که خانواده به عنوان نمادی برای رشد و شخصیت روانی و جنسیتی افراد 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 نشان دهنده یکپارچگی و ثبات بود، ولی امروزه برای بررسی خانواده نکاتی را باید در نظر گرفت مانند خانواده به عنوان یک پناهگاه فردی و اجتماعی، بررسی پیوندهای عاطفی افراد خانواده و حتی بررسی تصویری که رسانه‌ها از خانواده ارائه می‌دهند.

تیان^۲ و همکاران (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 مغزی در افراد شده است.

چان^۳ (۲۰۱۶)، به پژوهشی تحت عنوان «تفاوت‌های جنسیتی در تحلیل انواع مختلف جوک» پرداخته است. محقق معتقد است که طنز از طریق تکنیک‌های مختلفی بهره می‌گیرد؛ بدین صورت که ابتدا شوکی را در شنونده ایجاد می‌کند و پس از آن سرگرم کننده و خنده‌آمیز می‌شود. این مطالعه براساس چارچوب نظریه سه‌گانه طنز استوار است که شامل مکانیسم‌های درگیر یا شناخت (درک)، تأثیر (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 براساس نوع جنسیت (زنانه- مردانه) در هنگام شنیدن جوک نیز متفاوت است.

عابدینی فرد^۴ (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 بوده که چه میزان این طنزها در بردارنده کدهای مربوط به ایده‌های جنسی، فمینیستی و پست فمینیستی 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.

لانگ^۵ با بررسی ۱۴ برنامه نوجوان پر بیننده تلویزیون نشان می‌دهند که در این برنامه‌ها شخصیت‌های علمی مرد بیشتر از شخصیت‌های علمی زن بازنمایی شده است. همچنین، شخصیت مردان نسبت

^۱. Naldini

^۲. Tian

^۳. Chan

^۴. A bedinifard

^۵. Long

به زنان بیشتر با کلیشه‌های جنسیتی مردانه نظیر قهرمان و مسلط نشان داده شده‌اند و زنان دانشمند با نقش‌های سنتی خود نشان داده شده‌اند.

لوتر و لگ جی. آر^۱ (۲۰۱۰)، به بررسی تفاوت جنسیتی در نمایش خشونت فیزیکی و اجتماعی در برنامه تلویزیونی کودک پرداختند. یافته‌های این پژوهش نشان داده است که تفاوت معناداری بین شخصیت مرد و زن در نوع نقش خشونت‌آمیز وجود دارد. نتایج حاکی از این است که عمل فیزیکی خشونت در مردان بیشتر از زنان صورت می‌گیرد. به این ترتیب بین جنسیت دریافت کننده خشونت تفاوت معناداری یافت شده است.

پژوهش حاضر در تکمیل پژوهش‌های فوق، تلاش می‌کند تا با تحلیل محتوی جوک‌های مبادله شده در شبکه تلگرام از منظر جدیدی به مسئله جنسیت بپردازد. بررسی جوک مرتبط هر دو جنس زنانه و مردانه و نقش‌های جنسیتی و همچنین بررسی رابطه قدرتی و جایگاهی وجه نوآوری و خلاقانه پژوهش حاضر نسبت به پژوهش‌های پیشین است. چارچوب مفهومی این پژوهش بر پایه مفاهیمی نظریه کلیشه‌های جنسیتی و نظریه قدرتی کمپر پایه‌گذاری شده است.

ابزار و روش تحقیق

در تحقیق حاضر برای پی بردن به محتوا و ساخت طنز از روش تحلیل محتوا استفاده شده است؛ در واقع تحلیل محتوی به طور بالقوه یکی از مهم‌ترین فن پژوهش در علوم اجتماعی است که در پی شناخت داده نه به منزله مجموعه‌ای از رویداد عادی، بلکه به منزله پدیده‌های نمادین است؛ بدون آن که در واقعیت اجتماعی ایجاد اخلاص نماید (کریپندراف^۲، ۱۳۹۷: ۷). جامعه آماری این تحقیق جوک‌هایی است که در شبکه اجتماعی تلگرام در سال ۱۳۹۷ 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 گذاشته شده در حوزه جنسیت تا رسیدن به مرحله اشباع نظری که روند تحلیل به مقولات جدیدی رهنمون نشود و تکرار مقولات شایع ادامه یابد ادامه یافت. در این روند چنان که 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 به چهارچوب نظری ارائه شده و استخراج گزاره‌ها به تعیین مقوله‌ها پرداخته شد. در گام بعدی محتوا و درونمایه هر بخش مورد توجه قرار گرفت. از طرفی اعتبار در روش تحلیل محتوا اعتبار مربوط به

^۱. Luther and Leg. G.R

^۲. Crepindraf

داده‌هاست، این بدین معناست که داده‌های به دست آمده چه قدر معرف اطلاعات هستند. در این پژوهش با انجام مراحل مختلف پژوهش و ارائه جدول تلاش شد تا نشان داده شود که داده‌ها از اطلاعات موجود در شبکه اجتماعی تلگرام استخراج شده است.

یافته‌های تحقیق

جدول شماره (۱): توزیع فراوانی جوک‌های جنسیتی

متغیر جنسیت	درصد معتبر	درصد	فراوانی	درصد تجمعی
زنان	۶۳/۲	۶۳/۲	۷۴	۶۳/۲
مردان	۳۶/۸	۳۶/۸	۴۳	۱۰۰/۰
مجموع	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۱۱۷	

جدول بالا مربوط فراوانی جوک‌ها جنسیتی است که شامل دو جنس زن و مرد است. میزان فراوانی جوک‌های مرتبط به زنان ۷۴ مورد و شامل ۶۳/۲ بوده است. در حالی که جوک‌های مرتبط با جنسیت مردانه ۴۳ مورد که ۳۶/۸ درصد به خود اختصاص داده است. این بررسی نشان می‌دهد که جوک‌های جنسیتی بیشتر زنان را مورد نشانه قرار می‌دهند که حاکی از نابرابری قدرتی میان این دو جنس است. در واقع این گونه می‌توان استنباط نمود که مردان به واسطه قدرت مضاعفی که در فضای جامعه دارند کمتر مورد تمسخر و طعنه در جوک‌ها قرار می‌گیرند.

جدول شماره (۲): مقوله‌های استخراج شده در مورد نقش‌های جنسیتی

مقوله اصلی	زیر مقوله اصلی	ویژگی‌های مورد انتظار هر نقش	ویژگی‌های مشاهده شده به هر نقش در جوک‌ها
نقش‌های جنسیتی زنانه درون خانواده	زنان متأهل نقش همسری مطیع بودن سر به زیر بودن و کم توقع بودن	ویژگی مورد انتظار نقش همسری: - تبعیت از شوهر و درک او - مطیع بودن - سر به زیر بودن و کم توقع بودن	- عدم رضایت شوهر از زن به دلیل عدم تبعیت از شوهر - پرحرفی و حساسیت زیاد و شکاک بودن و سر به سر گذاشتن شوهر - خیانت به همسر، دعوا و تهدید
نقش عروس خانواده	رعایت ادب و احترام گذاشتن به خانواده همسر صمیمانه همراه با احترام با خانواده همسر	ویژگی مورد انتظار نقش عروس: - رعایت ادب و احترام گذاشتن به خانواده همسر - صمیمانه همراه با احترام با خانواده همسر	- برهم زدن روابط مادر فرزندی. حاضر جواب بودن. بی‌احترامی
عمه	رابطه دوستانه و محبت‌آمیز با اعضای خانواده	- رابطه دوستانه و محبت‌آمیز با اعضای خانواده	- زنی منفعت‌طلب - حسود

- دو به هم زن			
- دو رو			
- فتنه‌گر			
- عدم محبت	ویژگی مورد انتظار نقش مادر بزرگ:	مادر بزرگ	
- انتظار احترام از نوه‌ها و کوچک‌ترها	- رفتارهای محبت‌آمیز و احترام		
- نسبت دادن ویژگی‌هایی نظیر زن‌ذیلی، بی‌توجهی، کم حرفی	- خانواده‌دوستی	مردان متأهل	نقش‌های
	- حامی بودن	و نقش شوهر	جنسیتی
	- کمک کردن به همسر در کارهای خانه		مردانه درون
			خانواده
	- دقت و توجه به همسر		
- امر و نهی و زورگویی	- رفتار دوستانه و صمیمی	پدر	
- سرزنش	- تکیه‌گاهی برای افراد خانواده		
- منت گذاشتن از خرجی دادن	- حامی		
- صرفه‌جویی کردن	- نان‌آور		
- چالپوسی بی‌پول	- صداقت	داماد	
- دروغ‌گویی	- راست‌گویی		

جدول فوق به بررسی نقش‌های جنسیتی مشاهده شده در محتوای جوک‌ها می‌پردازد. نقش از منظر جامعه‌شناسی به رفتاری اطلاق می‌شود که دیگران از فردی که پایگاه معینی را احراز کرده است، انتظار دارند (کوهن، ۱۳۹۰: ۸۰). در این مقاله نقش‌های جنسیتی به دو بخش زنانه و مردانه تفکیک شده است. در بخش زنانه شامل همسری، مادری، عروس، عمه و مادر بزرگ است در بخش مردانه نیز نقش‌ها شامل شوهر، پدر و داماد از هم متمایز شده است که هر نقش به صورت ویژگی‌های مورد انتظار هر نقش و ویژگی‌های مشاهده شده در جوک مورد تحلیل قرار گرفته است. در بخش اول که شامل زنان متأهل است؛ ویژگی‌های مورد انتظار این نقش شامل تبعیت از شوهر، مطیع بودن، سر به زیر بودن و کم توقعی بوده؛ در حالی که ویژگی‌های مشاهده شده در محتوای جوک‌های تلگرامی شامل عدم رضایت شوهر از زن، پر حرفی زن، عدم توجه، سر به سر گذاشتن، خیانت به همسر، دعوا، تهدید، شک و حساسیت نسبت زنان دیگر است.

- نمونه‌ای از سر به سر گذاشتن شوهر: مورد داشتیم یارو می‌خواست بره بیمارستان روانی بستری شه. زنش بهش می‌گه: هزینه‌ات چه قدر می‌شه؟ مرد می‌گه: یک و دو یست. زنش می‌گه: ششصد می‌گیرم دیگه سر به سرت نمی‌زارم؟

- نمونه‌ای از پر حرفی زن: دو تا خانم ۱۵ سال با هم زندان بودند. حکم آزادی یکی‌شون آمد. موقعی که داشت وسایل شو جمع می‌کرد رو به دوستش گفت. اقدس حالا بقیشو آمدی بیرون برام تعریف کن.

- در بخش دوم نقش مادری در جوک‌ها مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت. ویژگی مورد انتظار جامعه از نقش مادر: زنی صبور، مسئول و مهربان است در حالی در محتوای جوک‌ها تصویری که از نقش مادری نمایش داده شده شامل: پر توقع، بی‌مسئولیت بی‌توجه به امور خانه‌داری و بد اخلاق است. - نظارت مادر: هر وقت که چشم باز میشه جوری مامانم می‌پرسد خب چه خبر؟ انگار که به جای رختخواب از مذاکرات پنج بعلاوه یک برگشتم.

- توقعات زیاد مادر: «چند روزه بد جور سرما خوردم. دیشب مامانم می‌گه پسرم فردا نرو سر کار، 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.» از طرفی دیگر ویژگی مورد انتظار نقش عروس: احترام گذاشتن به خانواده همسر و داشتن یک رابطه صمیمانه با آنهاست. در حالی که ویژگی‌های مشاهده شده در جوک‌ها شامل بر هم زدن روابط مادر فرزندی، حاضر جواب بودن و بی‌احترامی بوده است.

- حاضر جوابی عروس: مادر شوهره عروسش رو میاره خونس و می‌گه: از امروز باید از من و پدر شوهرت نگهداری کنی.

فهمیدی دختر دهاتی؛ عروسه هم می‌گه: اتفاقاً روستا که بودم از ۲۰ تا گاو نگهداری می‌کردم. شما که فقط دو تایین. درس امروز: با عروسای امروزی در نیوفتین اعصاب ندارن. نمونه دیگر: عروسه وارد یه مجلس می‌شه مادر شوهر می‌گه: صل علی محمد، دشمن جانم آمد! عروس هم می‌گه: عقرب زیر قالی، می‌خواستی پسر نیاری.

- از طرفی نقشی مانند عمه به دلیل رابطه قدرتی و نزاع‌آمیزی که با مادر خانواده دارد بیشتر تحت سوژه و متلک‌پرانی جنسیت مردانه قرار می‌گیرند و برچسب‌های توهین‌آمیز به آنها نسبت داده شده است. نمونه‌ای از جوک در مورد عمه: سر امتحان به پسره می‌گم برسونیا! میگه: چیرو؟ گفتم سلام گرمو به عمت دیگه!

مثال دیگر: به عمم می‌گم نظرت چیه درمورد عمه بودنت؟! زل زد تو چشم و گفت: خیلی بی‌شعوری. - عدم محبت مادر بزرگ: از حموم اومدم بیرون اومدم برقو خاموش کنم برق گرفتم. واسه مادر بزرگم تعریف کردم به دقیقه فکر کرد بعد می‌گه: برقم برقای قدیم می‌گرفت در جا طرفو خشک می‌کرد؛ یعنی محبت می‌چکه ازشون.

- در بخش دیگر نقش‌های جنسیتی مردانه در جوک‌ها مورد بررسی قرار گرفت. ویژگی مورد انتظار این نقش شامل خانواده دوستی، حامی بودن و کمک کردن به همسر در کارهای خانه، دقت و توجه به همسر. ویژگی‌های نسبت داده شده به نقش شوهری شامل زن ذلیلی، بی‌توجهی، کم حرفی است.

- کم حرفی شوهر: شوهرم خیلی کم حرف هست. می‌خواستم یه کم باهام حرف بزنه. گفتم قصه حضرت یوسف برام تعریف کن. گفت: گمشده، پیداش کردن.

- زن ذلیلی شوهر: از یارو می‌پرسن: تو از زنت می‌ترسی؟ می‌گه: چرا باید بترسم؟ لباسارو شستم؛ اتومو کردم؛ غذامو پختم؛ ظرفامو شستم؛ شیشه‌ها رو تمیز کردم؛ زیر بچه رو هم عوض کردم؛ اونیه که کاراش مونده باید بترسه!

نقش‌های مورد انتظار از پدر شامل رفتار دوستانه و تکیه‌گاهی برای افراد خانواده بوده است. در حالی که ویژگی‌های مشاهده شده به نقش پدر در جوک‌ها شامل: امر و نهی، زورگویی، سرزنش، منت گذاشتن از خرجی دادن و صرفه‌جویی است.

- مثالی از زورگویی پدر: بابای من هر چند وقت یبار همین جوری وقتی همه نشستن؛ پهلو به یکی می‌گه یه لیوان آب بیار که ببینه هنوزم تو خونه حساب می‌بریم ازش یا نه.

- نمونه جوک اقتصادی بودن پدر: رفیقم دپرس بود باباش فرستادش سوئیس چند ماه بمونه ریکآوری کنه برگرده، من ۱۰ دقیقه می‌رم توالت بابام با لگد میاد تو می‌گه ببند شیر آبو پولش زیاد می‌شه.

- هم‌چنین از نقش داماد انتظار می‌رود که صادق و راستگو با خانواده همسر باشد در حالی که ویژگی نسبت داده شده در جوک شامل: چاپلوسی، بی‌پولی، دروغ‌گویی است.

مثالی از دروغ‌گویی داماد: مادر عروس از خواستگار پرسید: تا به حال ازدواج کردی؟ خواستگار: نه.

مادر عروس: از کجا باور کنم؟ خواستگار: به جان بچه‌هایم راست می‌گویم!

- مثالی از چاپلوسی داماد: یه توصیه علمی به آقایونی که می‌خوان برن خواستگاری؛ به مادر عروس بگین من فکر کردم شما خواهر بزرگ‌ترشین! یعنی تأثیری که این جمله داره، کتاب‌های گاج در قبولی کنکور نداره.

نمونه جوک از داماد بی‌پول: «یارو به مادر زنش 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!».

جدول شماره (۳): بررسی روابط قدرتی و جایگاهی در گروه جنسیتی (زنان)

جنسیت مشاهده شده	ویژگی نسبت داده شده به زنان	احساس ایجاد شده در زنان
زنان و دختران	- نسبت دادن روابط غیراخلاقی	- تنفر
	- آزار و تمسخر کلامی	- خشونت
	- علاقه‌مند به خرید و ولخرجی	- رضایت
	- تمایل به دوستی با جنس مخالف و ازدواج (برچسب ترشیدگی)	- سرخوردگی و عدم اعتماد به نفس
	- حساسیت زنان نسبت به بالا رفتن سن	- یاس
	- مقایسه زنان با مردان و کم ارزش نشان دادن جایگاه آن‌ها	- ناامیدی
- رانندگی بد زنان	- ناامیدی	

- تنفر	- پول‌پرستی
- عدم اعتماد به نفس	- پز دادن و آرایش شدید و احساس زیبایی داشتن
- ترحم و عدم اعتماد به نفس	- نازک و نارنجی
- خشم	- لجبازی
- عدم اعتماد به نفس	- بدحجابی و آرایش بیش از حد
- ناامیدی	- پر حرفی
- تنفر و یاس	- نسبت دادن صفاتی نظیر کودن و نادان و احمق
- ناامیدی و عدم اعتماد به نفس	- دهان لقی بودن و عدم رازداری
- عدم اعتماد به نفس	- تقلید گرایی و چشم هم‌چشمی

در این تحقیق روابط قدرتی و جایگاهی در گروه جنسیتی به دو بخش (زنان- دختران) و (مردان- پسران) تفکیک شده است. محتوای مشاهده شده جوک‌های جنسیتی مختص زنان با فراوانی بیشتری نسبت به مردان برخوردار است؛ به گونه‌ای که جنس مخالف با نسبت دادن ویژگی‌ها و القاب مختلف درصدد نشان دادن تفاوت قدرتی و جایگاهی خود با جنسیت زنانه است. ویژگی‌های نظیر روابط نامشروع و فساد اخلاقی، بیان خشونت، آزار کلامی، برچسب ترشیدگی و صفاتی نظیر کودن، احمق، نادان از بیشترین فراوانی‌های محتوایی این بخش است. در واقع این ویژگی‌ها رفتارهای نیستند که بتوان صرفاً آن‌ها را جنسیتی تلقی کرد و آن‌ها فقط منتسب به زنان دانست بلکه نسبت دادن این ویژگی‌ها به نظر می‌رسد یک برچسب فرهنگی است که ریشه در باورها و فرهنگ عامه دارد. در واقع شوخی‌های کلامی جنسی بیشتر برای غافلگیر یا خجالت‌زده کردن در جنس مخالف گفته می‌شود تا شاد کردن شنونده و گروه مخاطب (Morill, 1392: 132)، که این امر منجر به ایجاد احساس یاس، ناامیدی، ناامنی و عدم اعتماد به نفس در زنان می‌گردد. این ویژگی‌ها و برچسب‌های نسبت داده شده به زنان نشان دهنده این نکته است که مردان از قدرت مضاعف نسبت به زنان برخوردار هستند. در این حالت قدرتی مردان احساس امنیت را تجربه می‌کنند؛ ولی زنان دچار احساس ترس، یاس و تنفر می‌شوند.

- آرایش: خدا زن را آفرید، بعدش لوازم آرایش را و سپس جراحی پلاستیک را و بعد از آن پروتز ... را و بعدتر از آن لباس‌های زیبا را و وقتی دید باز هم زن‌ها زیبا نمی‌شن دیگه آخرین راه را فتوشاپ دید!
- رانندگی بد: قدرت دید خانم‌ها: یک تار مو را روی کت شوهرشون می‌بینن اما یه تیر چراغ برق را هنگام رانندگی نمی‌بینن!

- حساسیت به سن: دو زن در اتوبوس برای نشستن بر روی یک صندلی خالی دعواشون میشه. راننده میگه: دعوا نداره که اونیه که مسن تره بشینه رو صندلی؟ هر دو زن بهم نگاه کردند و صندلی خالی ماند.

- پول‌پرستی: زن‌ها برای عاشق شدن به ۳ چیز نیاز دارن: اعتماد، محبت، عشق و علاقه و صداقت و پول و کیف و کفش و ماشین ...
- تمسخر کلامی جنسی و روحی: می‌دونید اگه ده تا دختر یه میله اتوبوس رو بگیرند چی میشه؟ همیشه یه سیخ جیگر.
- ازدواج: می‌دونین هر دختری که ازدواج می‌کنه، اولین کسی که از دستش راحت می‌شه کیه؟ حافظ شیرازی. از بس فال می‌گیرن.

جدول شماره (۴): بررسی روابط قدرتی و جایگاهی در گروه جنسیتی (مردانه)

جنسیت مشاهده شده	ویژگی نسبت داده شده	احساس ایجاد شده در مردان
- بی‌وفایی	- تنفر	- احساس ایجاد شده در مردان
- پنهانکاری و مخفی‌کاری	- ناامیدی	- احساس ایجاد شده در مردان
- بی‌هویتی مردان مانند آرایش‌چهره، گرفتن ابرو	- سرخوردگی و عدم اعتماد به نفس	- احساس ایجاد شده در مردان
- لاف زدن و دروغ‌گویی	- سرخوردگی و عدم اعتماد به نفس	- احساس ایجاد شده در مردان
مردان و پسران	- بی‌ادبی، بددهنی و فحاشی راهی برای نشان دادن صمیمیت بین همجنسان	- احساس ایجاد شده در مردان
- تمسخر چهره پسرها توسط جنس مخالف	- تنفر	- احساس ایجاد شده در مردان
- آزادی بیشتر در مردها	- رضایت	- احساس ایجاد شده در مردان
- نامرتب و شلخته بودن	- تنفر	- احساس ایجاد شده در مردان
- تعصب مردانه	- غیرت	- احساس ایجاد شده در مردان
- خواستگاری و رفاقت	- رضایت	- احساس ایجاد شده در مردان
- هیزی، چشم‌چرانی و مخ‌زنی	- تنفر و خشم	- احساس ایجاد شده در مردان
- بچه‌ننه بودن و زن‌ذیلی	- سرخوردگی و عدم اعتماد به نفس	- احساس ایجاد شده در مردان

- محتوای جوک‌های جنسیتی مردانه مبین آن است که ویژگی‌های نظیر بی‌وفایی، بی‌هویتی، آرایش‌چهره، تمسخر قیافه مردان از بیشترین فراوانی‌ها مشاهده شده در این تحقیق است. به طور مثال نمونه‌ای جوک با محتوای بی‌هویتی: «دیشب خونه رفیقم رفتم خواهرش بدون روسری با یه تیشرت و شلوارک اومد دم در سلام و احوالپرسی و دستش آورد جلو منم با کلی خجالت دست دادم. وقتی رفیقم اومد ازش معذرت خواستم و گفتم داداش شرمنده آبجی شما هم آبجی خودمونه، یهو زد تو سرم و گفت یابو داداشم بود من که خواهر ندارم.»

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

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با نگاهی جامعه‌شناختی بر جوک‌های جنسیتی رد و بدل شده در شبکه اجتماعی تلگرام در سال ۱۳۹۷ انجام شده است. در این راستا با بهره‌گیری از نظریات جنسیتی و نظریه جامعه‌شناسی احساسات تلاش می‌کند از منظر جدیدی به مسئله جنسیت بپردازد. در این پژوهش مقوله نقش‌های جنسیتی به دو بخش زنانه و مردانه تفکیک گشته که در بخش زنانه نقش‌ها به صورت همسر، مادر، عروس، عمه و مادر بزرگ مورد ارزیابی قرار گرفت. آن چه یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد زنان بیشتر از مردان مورد توجه جوک‌های جنسیتی هستند؛ یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد نوع رابطه و کیفیت یک نقش در روابط بعدی افراد اثرگذار است. به طور مثال رابطه نزاع‌آمیز که میان خواهر شوهر و عروس وجود دارد؛ موجب شده که نقش عمه در جوک‌های ایرانی بیشتر سوژه تمسخر و خنده واقع شود. از بعد دیگر با تحلیل نقش‌های جنسیتی در محتوای جوک‌ها می‌توان به این نتیجه رسید که ویژگی‌های مورد انتظار جامعه تصویری آرمانی از نقش‌های جنسیتی را به نمایش می‌گذارد؛ درحالی که ویژگی‌های مشاهده شده در محتوای جوک‌ها فاصله زیادی از تصویر آرمانی جامعه دارد. در واقع برجسب‌هایی که به زنان ایرانی در لوای شوخی و جوک نسبت داده شده، مبین این نکته است که تصور جامعه از زن ایده‌آل زنی مطیع، فرمانبر، کم توقع و کم حرف است، در حالی که ویژگی مشاهده شده در محتوای جوک‌ها شامل پر حرفی، حساسیت بیش از اندازه و شکاکی است.

از منظر روابط قدرتی نیز در این تحقیق نشان داده شده که زنان و دختران جایگاه قدرتی به مراتب پایین‌تری نسبت به مردان و پسران را تجربه می‌کنند. چرا که در موارد متعددی ویژگی‌های نظیر روابط غیر اخلاقی، آزار کلامی، برجسب ترشیدگی و اشتیاق زنان به ازدواج، علاقه و تمایل به رابطه دوستی با جنس مخالف و صفاتی نظیر کودن، احمق، نادان به آنان نسبت داده شده است که این امر منجر به بروز احساسات مختلف نظیر خشم، تنفر و عدم اعتماد به نفس در زنان و دختران شده است. کمپر در این باره معتقد است: افراد بر حسب وضعیت قدرتی و جایگاهی که دارند احساسات مختلفی را بروز می‌دهند به طوری که افرادی که از وضعیت قدرتی و جایگاه پایین‌تری برخوردارند؛ احساساتی نظیر خشم، تنفر و یاس را تجربه می‌کنند؛ در حالی که افراد و گروه‌های که قدرت و وضعیت بالاتر؛ احساساتی نظیر رضایت، غرور، خوشحالی از خود نشان می‌دهند (ربانی خوراستگانی و کیان‌پور، ۱۳۸۸).

همان طور که در نتایج پژوهش‌های پیشین نظیر شبیری (۱۳۹۸)، رابطه نابرابری قدرت و تفاوت جنسیتی؛ عابدینی‌فرد (۲۰۱۵)، استمرار کلیشه‌های سنتی و جنسی؛ فرقانی و عبدی (۱۳۹۵)، بازنمای منفی

و فرودست از زنان مطرح شد، تحقیق حاضر نیز بر این باور است که ردپای کلیشه‌های فرهنگی رایج در مورد زنان حتی در فضای مجازی ادامه دارد. در واقع این گونه می‌توان اذعان نمود که رسانه‌ها و شبکه‌های مجازی با برجسب‌ها و ویژگی‌هایی که به زنان و مردان نسبت می‌دهد بر ماهیت نقش‌های جنسی آن‌ها صحنه می‌گذارند. در چنین وضعیتی، رسانه‌های جمعی نقش بازنمایی کلیشه‌ها یا تصورات قالبی جنسیتی را بر عهده می‌گیرند. همان‌طور که استرینانی عقیده داشت: پیشداوری‌های فرهنگی و اجتماعی در مورد زنان به نحوه خاصی در رسانه‌ها بازنمایی می‌شود.

با توجه به یافته‌های این تحقیق می‌توان این‌گونه استدلال نمود که ردپای نابرابری قدرتی و جایگاهی در دنیای واقعی حتی به فضای مجازی و محتوای جوک‌ها نیز کشیده شده است؛ به گونه‌ای که مردان حتی در درونمایه جوک‌ها از قدرت مضاعف‌تری نسبت به زنان برخوردار هستند.

منابع

- آقایی، حمید. (۱۳۹۲). **تحلیل نحوه آموزش فرهنگ و بازنمایی آن**. در برگزیده کتاب آفا از منظر نشانه‌شناسی فرهنگی. پایانامه ارشد. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- استرینیانی، دومینیک. (۱۳۸۰). **مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه**. ترجمه: ثریا، پاک‌نظر. تهران: گام نو.
- باستانی، سوسن؛ خانیکی، هادی؛ و ارکان‌زاده یزدی، سعید. (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.
- تربتی، سروناز؛ و مهدوی، امین. (۱۳۹۷). تحلیل گفتمان انتقادی جوک در خصوص توافق هسته‌ای در جوک فارسی، **فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین**. سال چهارم، شماره ۱۵، صص ۱۴۰-۱۰۶.
- تقی‌پور، آرزو؛ یوری، فریبا؛ و مرائی، محسن. (۱۳۹۸). بازنمایی جنسیت در آثار نقاشان خود آموخته از منظر نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر، **مجله زن در فرهنگ و هنر**. دوره ۱۱، شماره ۱. صص ۸۸-۶۵.
- حسینی پاکدهی، علیرضا؛ حاج‌محمدی، مریم. (۱۳۹۰). نوجوانان و تلفن همراه، **فصلنامه علوم اجتماعی**. شماره ۵۵.
- رضایی، حمید؛ و ظاهری عبدوند، ابراهیم. (۱۳۹۴). جایگاه زن و خانواده در ضرب‌المثل‌های بختیاری، **فصلنامه فرهنگ و ادبیات عامیانه**. شماره ۶.
- ربانی خوراستگانی، علی؛ و کیانپور، مسعود. (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی احساسات، **فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی**. سال بیستم، شماره ۲، صص ۶۴-۳۵.
- عاملی، رضا. (۱۳۸۷). فردگرایی جدید و تلفن همراه، تکنولوژی فردگرایی و هویت، **مدیا جورنال**. شماره ۲.
- فرقانی، محمدمهدی؛ و عبدی، عیسی. (۱۳۹۵). بازنمایی زن در جوک‌های جنسیتی؛ تحلیل گفتمان انتقادی جوک‌های جنسیتی در مورد زنان در شبکه موبایلی، **فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات**. سال هفدهم، شماره ۳۳، صص ۵۲-۳۱.
- کریمیندورف، کلوس. (۱۳۹۷). **مبانی روش‌شناسی تحلیل محتوا**. ترجمه: هوشنگ، نائینی. تهران: نشر نی.
- کوشری، مسعود؛ و خیرخواه، طاهره. (۱۳۸۷). تحلیل محتوای پیام‌های کوتاه دانشجویان دانشگاه‌های تهران، **فصلنامه تحقیقات فرهنگی**. شماره ۲.
- کیوی، ریمون؛ و کامپنهود، کولساوان. (۱۳۷۸). **روش تحقیق در علوم رفتاری**. ترجمه: عبدالحسین، نیک‌گهر. تهران: توتیا.
- کرمی فهمی، محمدتقی؛ و خزایی، طاهره. (۱۳۹۸). بر ساخت زنانگی در گفتمان تشکلی‌های اصولگرا زنان، تاکتیک‌ها و ساز کار گفتمانی، **فصلنامه علمی-پژوهشی زن و جامعه**. دوره ۱۰، شماره ۳۸، صص ۲۶۲-۲۴۱.
- کوهن، بروس. (۱۳۷۰). **درآمدی به جامعه‌شناسی**. ترجمه: محسن، ثلاثی. تهران: نشر توتیا.
- گولومبرگ، سوزان؛ و فی‌وش، رایین. (۱۳۷۸). **رشد جنسیت**. ترجمه: مهرناز، شهرآرای، تهران: ققنوس.
- معینی‌فر، حشمت‌السادات. (۱۳۸۸). بازنمایی کلیشه‌های جنسیتی در رسانه، **فصلنامه تحقیقات فرهنگی**. سال دوم، شماره ۷.
- مهدی‌زاده، محمد. (۱۳۸۹). **نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی**. تهران: همشهری.
- موریل، جان. (۱۳۹۲). **فلسفه طنز**. ترجمه: محمود، فرجامی؛ و دانیال، جعفری. تهران: نشر نی.
- مقدس، علی‌اصغر؛ و قدرتی، شفیعه. (۱۳۹۰). بررسی نقادانه نظریه‌های جامعه‌شناسی عواطف جاناناتان ترنر، تئودور کمپرو ادوارد لاولر، **فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی**. سال ۲۲، صص ۱۶۶-۱۴۳.
- منصوری شاد، طیبه؛ دلاور، علی؛ و مظفهری، افسانه. (۱۳۹۷). بررسی میزان و نوع استفاده از پیام رسانی‌های تلفن همراه هوشمند نزد زنان خانه‌دار، **فصلنامه پژوهشنامه زنان**. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال نهم، شماره دوم.
- پژوهشنامه زنان. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال نهم، شماره دوم.
- Abedinfard, M. (2015). **Homur and Gender Hegemony the panoptical Role of ridicule vis- a-**

- 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.
- Lapinski, Marne J., Johnson, Sayani Ghosh. (2010). **Portrayals of Male and Female scientists in television programs popular among middle school-age children**. *Science communication* 32 (3), P.p: 356-382, Sage publications.
- Luther Catherine A. & J. Robert Legg Jr. (2010). Gender Differences in Depictions of Social and Physical Aggression in Children's Television Cartoons in the US, *Journal of Children and Media*. 4: 2, 191-205, Doi:10.1080/17482791003629651.
- Naldini, M. (2017). The Sociology of the Families, *International journal of sociology of the family*. P.p: 8-35.
- Martin R., A. (2014). **Humor and gender: an overview of psychological research, in Gender and Humor: Interdisciplinary and International Perspectives**, eds Chiaro D. Baccolini R. editors, Berlin: Mouton de Gruyter.
- Moreno- M, 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), P.p: 2-23.
- Shifman, L & Lemish, D. (2010). **Between feminism and fun (ny)mism: Analyzing gender in popular Internet humor**, *Information, Communication and Society*. 13 (6), P.p: 870-891.