

بررسی شوخ‌طبعی محاوره‌ای در یک برنامه تلویزیونی: «دوره‌می»

مریم فرنی*

استادیار زبان‌شناسی کاربردی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۰۲

دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۹

Investigating Conversational Humor in a Talk Show: "Dorehami"

Maryam Farnia*

Assistant Professor of Applied Linguistics, Payame Noor University, Tehran, Iran

Received: 2022/04/08

Accepted: 2022/12/23

10.30473/jl.2022.63509.1530

Abstract

Despite the importance of humor as one of the cultural and social elements, most studies in this field have examined humor out of its context, mainly limited to the analysis of canned jokes, whereas conversational humor is the product of a common interaction between the speaker and the audience. In light of this limitation, the present study sought to investigate the conversational humor in Persian. The data were randomly collected from an Iranian talkshow called Doorehmi which was aired on Nasim television channel in 2018. Then, the conversations between the host and the male and female guests were analyzed based on Dynel's (2009) framework of conversational humor. The results showed that male guests used more humor strategies ($n=258$) than female guests ($n=220$). Moreover, male guests used more witticism, anecdotes and banter compared to female guests, while female guests employed banter, witticism, anecdotes and self-denigration more than male guests in their conversations. Also, the guests did not use the put-down strategy in their interaction with the male host, and self-denigration was absent in the discourse of the male host.

Keywords: Conversational Humor, Witticism, Self-Denigration, Put-down, Dorehami Talk Show, Sociolinguistics.

چکیده

با وجود اهمیت شوخ‌طبعی به عنوان یکی از وجوه فرهنگی و اجتماعی، بیشتر پژوهش‌های این حوزه به بررسی شوخ‌طبعی به صورت مجزا از بافت پرداخته، عمدتاً به تحلیل لطفه‌های آماده محدود شده است در حالی که شوخ‌طبعی محاوره‌ای محصول تعامل مشترک سخنور و مخاطب آن است. در این راستا، هدف پژوهش حاضر در حوزه زبان و فرهنگ بررسی شوخ‌طبعی محاوره‌ای در زبان فارسی است. داده‌ها به طور تصادفی از هشت برنامه گفت‌وگومحور تلویزیونی «دوره‌می» که در سال ۱۳۹۷ از شبکه نسیم پخش شد جمع‌آوری شده است. در ادامه، گفت‌وگوی میزبان و مهمانان زن و مرد بر اساس چارچوب شوخ‌طبعی محاوره‌ای داینل (۲۰۰۹) تجزیه و تحلیل شد. یافته‌ها نشان می‌دهد فراوانی راهبردهای شوخ‌طبعی در مهمانان مرد به ۲۵۸ مورد و مهمانان زن به ۲۲۰ مورد می‌رسد. همچنین، نتایج نشان می‌دهد مردان، به ترتیب، بیشتر از بذله‌گویی، حکایت و استهزا کردن و زنان بیشتر از استهزا کردن، بذگه‌لویی، حکایت و خودکوچکانگاری در گفت‌وگو استفاده کرده‌اند. یافته‌های پژوهش همچنین نشان می‌دهد مهمانان از راهبرد خوارانگاری در گفت‌وگو با میزبان مرد استفاده نکرده‌اند و، در مقابل، میزبان مرد نیز در گفت‌وگو با هیچ‌یک از مهمانان از راهبرد خودکوچکانگاری استفاده نکرده است.

کلیدواژه‌ها: شوخ‌طبعی محاوره‌ای، بذله‌گویی، خودکوچکانگاری، خوارانگاری، برنامه دوره‌می، زبان‌شناسی اجتماعی.

مقدمه

(۲۰۰۷) که می‌تواند عملکردهای بی‌شمار داشته باشد (هی^{۱۲}، ۲۰۰۰). افراد در گروه‌های مختلف اجتماعی از شوخ‌طبعی برای بیان احساسات، دیدگاه‌ها و ارزش‌های مشترک خود استفاده می‌کنند (لامپرت و اروین-تریپ^{۱۳}، ۲۰۰۶)، به طوری که روزانه شاهد به‌کارگیری آن در تعاملات اجتماعی هستیم. مطالعات شوخ‌طبعی در ایران به طور عمده در حوزه زبان و ادبیات فارسی است (برای مثال، حلبی، ۱۳۷۷ و عقدایی، ۱۳۸۸) و همان‌طور که قاسمی و همکاران (۱۳۹۸) ذکر می‌کنند، با اینکه فرهنگ خنده و شوخی در جامعه ایران قدمتی طولانی دارد، پژوهش‌های علوم انسانی در این حوزه بسیار اندک است. به بیان دیگر، تحقیق‌های موجود در زبان فارسی نشان می‌دهد که بررسی موضوع شوخ‌طبعی از منظر زبان‌شناسی و زبان‌شناسی اجتماعی بسیار کم صورت گرفته است. بعلاوه، مطالعاتی که این مقوله را در گفت‌وگوی طبیعی بررسی کنند بسیار نادر است. به همین سبب، پژوهش حاضر برای بررسی شوخ‌طبعی در برنامه تلویزیونی گفت‌وگو محور طنز با بررسی انواع و توزیع راهبردهای شوخ‌طبعی محاوره‌ای مورد استفاده میزبان مرد و مهمانان انجام شده است.

پیشینه پژوهش: نظریه‌های شوخ‌طبعی

شوخ‌طبعی پدیده درونی ناهمگونی است و نمی‌توان آن را به گونه‌ای بازی یا شوخی یا غیر جدی بودن تقلیل داد یا تعریف کرد (داینل، ۲۰۱۷b). داینل (۲۰۱۷b) معتقد است در حالی که عبارات شوخ‌طبعی با هدف سرگرم کردن بیان می‌شوند، تمایل به انتقال معانی «جدی» دارند، و گاهی برای کاستن از وزن انتقاد، سرزنش یا درخواست از مخاطب استفاده می‌شوند و استفاده از آنها توانسته است از بروز گفتمانی بالقوه توهین‌آمیز جلوگیری کند. همچنین، به گفته برتراند و پریگو-والوردو^{۱۴} (۲۰۱۱)، با توجه به محدودیت‌های اجتماعی، اخلاقی و شخصی، شوخ‌طبعی مرزهای خاص خود را - حتی بین دوستان نزدیک - دارد؛ به این معنا که افراد متکلم در یک جمع، مرزهایی مشخص برای حدود شوخ‌طبعی مد نظر قرار می‌دهند.

بخشی از تحقیقات گسترده در مورد شوخ‌طبعی، و احتمالاً مهم‌ترین بخش، به نظریه‌پردازی در نظریه برتری^{۱۵}،

هر چه بیشتر به اینکه شوخ‌طبعی چیست فکر می‌کنیم، تعریف آن پیچیده‌تر می‌شود. شوخ‌طبعی می‌تواند هم توهین‌آمیز باشد و هم تعریف‌آمیز؛ می‌تواند هم تنش‌زا باشد و هم تنش‌زدا. پژوهش‌های علمی مرتبط با شوخ‌طبعی به افلاطون و ارسطو بر می‌گردد، و تقریباً به تمام زمینه‌های دیگر گسترش یافته است. زبان‌شناسان، روان‌شناسان و مردم‌شناسان شوخ‌طبعی^۱ را مقوله فراگیری می‌دانند که شامل هر رویداد یا موضوعی است که باعث خنده، سرگرم کردن یا خنداندن می‌شود (آتاردو^۲، ۱۹۹۴).

به عقیده بل^۳ (۲۰۰۷: ۳۸۴)، شوخ‌طبعی ساختاری پویاست که نه تنها زمانی که افراد در معرض اشکال جدید آن قرار می‌گیرند تغییر می‌کند، بلکه در مخاطبان جدید با سبک‌های گفت‌وگوی متفاوت نیز متغیر است. اینکه برخی شوخی‌ها یا اقدامات طنزآمیز با خنده همراه می‌شوند، ماهیت اساسی تعریف را تغییر نمی‌دهد، زیرا همه این تداعی‌ها با کارکردهای اجتماعی مورد هدف شوخی مرتبطند (ال-خطیب^۴، ۱۹۹۹)، و از این جهت، پژوهش در حوزه شوخ‌طبعی می‌تواند نقشی مهم در درک ما از خود، جامعه و دنیای اطرافمان داشته باشد (کاسولیس^۵، ۱۹۸۹).

در چند دهه گذشته، شوخ‌طبعی محاوره‌ای موضوع پژوهش مطالعات متعدد با رویکرد و روش‌شناسی‌های متفاوت، از شاخه‌های مختلف زبان‌شناسی، از جمله منظورشناسی، زبان‌شناسی اجتماعی و تحلیل گفتمان بوده است (داینل^۶، ۲۰۱۷a؛ سینکویسیوت و داینل^۷، ۲۰۱۷). شوخ‌طبعی محاوره‌ای^۸، که گاهی به آن «شوخ‌طبعی در تعامل»^۹ (نوریک و چیارو^{۱۰}، ۲۰۰۹) نیز گفته می‌شود، به طور خاص، طیفی گسترده از رفتارهای کلامی را در بر می‌گیرد که در حین مکالمه، اعم از نوشتاری یا گفتاری، چهره‌به‌چهره یا رایانه‌ای، خصوصی یا با واسطه رخ می‌دهد (سینکویسیوت و داینل، ۲۰۱۷).

شوخ‌طبعی نوعی ارتباط بسیار متراکم است (کوتهوف^{۱۱}،

12. Hay
13. Lampert & Ervin-Tripp
14. Bertrand & Priego-Valverde
15. superiority theory

1. humor
2. Attardo
3. Bell
4. Al-Khatib
5. Kasulis
6. Dynel
7. Sinkeviciute & Dynel
8. conversational humor
9. humor in interaction
10. Norrick & Chiaro
11. Kotthof

تنش‌های درونی انسان می‌داند (آگارد^۹، ۲۰۱۴، نیلسن و نیلسن^{۱۰}، ۲۰۱۹). آزادسازی فیزیولوژیکی تنش با خندیدن، محور نظریه تسکین است.

شوخی طبیعی به افراد اجازه می‌دهد طیفی گسترده از دانش و نگرش مشترک را نشان داده، یکدیگر را بیازمایند (نوریک^{۱۱}، ۱۹۹۳). در همین راستا، براون و لوینسون^{۱۲} (۱۹۸۷: ۱۴۲) خاطرنشان می‌کنند که «از آنجایی که لطیفه‌ها^{۱۳} مبتنی بر دانش و ارزش‌های پس‌زمینه‌ای مشترک هستند، ممکن است برای تأکید بر آن پس‌زمینه مشترک یا آن ارزش‌های مشترک استفاده شوند». پژوهشگران مختلف در باب چیستی شوخ‌طبعی و آن که چه معیاری برای طنز خواندن یک گفته یا متن وجود دارد، معیارهایی متفاوت دارند. برای مثال، به گفته هی شوخ‌طبعی «هر چیزی است که گوینده قصد دارد خنده‌دار باشد» (هی، ۲۰۰۰: ۷۱۵؛ هی، ۲۰۰۱: ۵۶). با این حال، به نظر هی، شوخ‌طبعی رویکردی عینی نیست. وی در ادامه اضافه می‌کند که دانش پیشینه^{۱۴}، لحن صدا، واکنش مخاطب و سرنخ‌های کلامی^{۱۵}، همه، نقش مهمی در ایجاد نیت شوخ‌طبعی سخنوران دارند. در همین راستا، هولمز^{۱۶} (۲۰۰۰: ۱۶۳) بیان می‌کند که «تحلیل‌گر جملات طنزآمیز را بر اساس سرنخ‌های فرازبانی^{۱۷}، عروضی^{۱۸} و گفتمانی شناسایی می‌کند، همان‌طور که برای خود گوینده و دست‌کم برخی مخاطبان سرگرم‌کننده است». به بیان دیگر، با وجود چندمعنا و چندمنظوره بودن این ابزار، تمامی این ابزار فرازبانی در انتقال هدف شوخ‌طبعی گوینده نقش دارند.

در نظر آرشاکیس و تی‌ساکونا^{۱۹} (۲۰۰۵) خنده^{۲۰} از متداول‌ترین این ابزار است و با شوخ‌طبعی ارتباطی مستقیم دارد. همان‌طور که هی (۲۰۰۱) اشاره می‌کند، خندیدن در توصیف یک گفته یا متن به منزله طنزآمیز بودن آن می‌باشد. با وجود این، آرشاکیس و تی‌ساکونا بیان می‌کنند که پژوهشگران طنز باید در بررسی داده‌های خود دقت کنند

نظریه ناهمخوانی^۱، و نظریه تسکین^۲ (آتاردو، ۱۹۹۴؛ مارتین^۳، ۲۰۰۷؛ مورال^۴، ۲۰۱۶) مرتبط است. به گفته داینل (۲۰۱۷۸)، همه این نظریه‌ها در نوشته‌های فلسفی سنتی ریشه دارند و به نظر می‌رسد همگی آنها نه تنها با توجه به شوخ‌طبعی، بلکه حتی خنده^۵ مطرح شده‌اند.

نظریه برتری به عنوان قدیمی‌ترین و شاید رایج‌ترین نظریه، به افلاطون و ارسطو^۶ و (در اوایل دوره مدرن) به توماس هابز لویاتان^۷ برمی‌گردد (مورال، ۱۹۸۳). همان‌طور که در این نظریه بیان شده است، مردم به دلیل حس برتری به افراد دیگر به آنها می‌خندند؛ اما از نظر افلاطون، خودآگاهی فرد را به خنده وا می‌دارد (مورال، ۱۹۸۳). بر اساس نظریه برتری، مردم به بدبختی دیگران می‌خندند. در این راستا، پدرا^۸ (۲۰۱۵) بیان می‌کند که خندیدن به افراد دیگر از احساس برتر بودن ناشی می‌شود.

نظریه ناهمخوانی دومین نظریه‌ای است که تمرکز خود را از جنبه احساسی یا حسی خنده به سمت شناختی یا تفکر تغییر می‌دهد (مورال، ۱۹۸۳). به عقیده مورال، درحالی‌که از منظر نظریه برتری، در شوخ‌طبعی، سرگرمی عمدتاً مؤثر است. در نظریه ناهمخوانی سرگرمی واکنش هوشمندانه به چیزی غیرمنطقی، پیش‌بینی‌نشده یا نادرست است. اگر افراد از نظر شناختی قادر به حل و فصل موضوعات نامتجانس باشند، ارتباطات شوخ‌طبعی را درک می‌کنند.

تئوری ناسازگاری شوخ‌طبعی که ریشه روان‌شناسانه دارد، عدم انسجام را امری اجتناب‌ناپذیر در بروز شوخ‌طبعی می‌داند. داینل (۲۰۱۲) اظهار می‌دارد که عدم تطابق همیشه شناخته‌شده یا قابل انتظار نیست؛ بنابراین، نمی‌تواند تنها دلیل شوخی برای شنوندگان باشد. سومین نظریه‌ای که مورال در جدی گرفتن خنده در نظر گرفته است، نظریه تسکین است. نظریه تسکین نسخه‌های مختلفی دارد، اما همه آنها کم و بیش دارای دیدگاه فیزیولوژیکی مشترکی هستند که در آن خنده راهی برای تخلیه انرژی عصبی تلقی می‌شود (مورال، ۱۹۸۳). به عنوان مفهومی رایج در روان‌شناسی و زبان‌شناسی، نظریه تسکین شوخ‌طبعی را تسکین‌دهنده

9. Aagard
10. Nilsen & Nilsen
11. Norrick
12. Brown and Levinson
13. jokes
14. background knowledge
15. verbal clues
16. Holmes
17. paralinguistic
18. prosodic
19. Archakis & Tsakona
20. laughter

1. incongruity theory
2. relief theory
3. Martin
4. Morreall
5. laughter
6. Plato and Aristotle
7. Thomas Hobbes Leviathan
8. Jeder

شوخی‌طبعی محاوره‌ای میان فارسی‌زبانان و فراگیران زبان فارسی) در مقایسه با گروه دوم بسیار کمتر و نیازمند پژوهش است (سینکویسیوت، ۲۰۱۹).

به گفته دیویس^۹ (۲۰۰۳)، مطالعات ارتباطات بومی‌زبانان با غیربومی‌زبانان نشان می‌دهد که شوخی‌طبعی می‌تواند برای هر دو شرکت‌کننده، به‌خصوص زمانی که موقعیتی شامل موضوعات خاص فرهنگی باشد، مشکلاتی را ایجاد کند. اما مهم‌تر از همه، بسیاری از فراگیران زبان، حتی در سطح مبتدی نیز می‌توانند شوخی‌طبعی را تشخیص داده، مبادلات شوخی‌آمیز داشته باشند. در این خصوص، دیویس می‌افزاید که گاهی افراد غیربومی به دلیل فقدان مهارت زبانی برای بیان اهداف خود از شوخی‌طبعی استفاده می‌کنند و از این راه سعی می‌کنند سختی درک زبان خارجی را به گویشوران بومی بفهمانند. به عقیده بل (۲۰۰۶)، در چنین موقعیت‌هایی، افراد بومی باید سعی کنند خود را با افراد غیربومی تطبیق دهند؛ در غیر این صورت، ممکن است به موقعیت‌ها و تجربه‌هایی ناخوشایند ختم شود و زبان‌آموز احساس کند به حاشیه رانده شده است.

اگرچه مطالعات مربوط به دسته دوم یا تعامل بومی‌زبانان با یکدیگر بر بافت فرهنگ و زبان انگلیسی انجام شده است (سینکویسیوت، ۲۰۱۹)، در سال‌های اخیر به‌طور فزاینده‌ای حرکتی برای گسترش مطالعه شوخی‌طبعی محاوره‌ای در سایر محیط‌های زبانی و فرهنگی شکل گرفته است (سینکویسیوت و داینل، ۲۰۱۷؛ مولان و بیل،^{۱۰} ۲۰۱۸). از میان پژوهش‌هایی که درباره زبان فارسی انجام شده است می‌توان به پژوهش زارع (۲۰۱۶) اشاره کرد. وی به بررسی خودتحقیری^{۱۱} در زبان فارسی میان دانشجویان خوابگاه دانشگاهی در اصفهان پرداخته است. تحلیل داده‌هایی که از گفت‌وگوهای چند نفری به دست آمده است، نشان می‌دهد تحقیر خود در راستای سه کارکرد متقابل انجام شده است: ۱. حفظ وجهه خود، ۲. حفظ وجهه شنوندگان، و ۳. سرگرم کردن متقابل در گفت‌وگو. علاوه بر این، می‌توان به خودکوچک‌انگاری در پاسخ به شوخی‌طبعی اشاره کرد که دیگر مخاطبان آغاز کرده، یا به عنوان نمایش تحقیر انجام شده است. به‌طور کلی، نتایج نشان داد که تناسب نسبی راهبرد پاسخ ممکن است به عملکرد متقابل خودکوچک‌انگاری

چراکه ثابت شده است وجود خنده لزوماً به معنای وجود شوخی‌طبعی نخواهد بود و رابطه بین این دو متقارن نیست. به بیان دیگر، شوخی‌طبعی همیشه به خنده منجر نمی‌شود و خنده همیشه نتیجه شوخی‌طبعی نیست (آتاردو، ۱۹۹۴).

بسیاری از زبان‌شناسان معاصر می‌گویند که در حال تحقیق در مورد شوخی‌طبعی هستند، دامنه مطالعات خود را به لطفه‌های آماده^۱ محدود کرده، بیشتر روی بررسی پدیده شوخی‌طبعی به صورت مجزا تمرکز کرده‌اند (مانند هی، ۲۰۰۰، لامپرت و اروین - تریپ، ۲۰۰۶؛ مسایلی و حیدری شهرضا، ۲۰۱۶). اگرچه لطفه‌های آماده همچون شوخی‌طبعی محاوره‌ای با مکالمه همراه است، بین این دو تفاوت‌هایی نیز وجود دارد (کوتیهوف، ۱۹۹۹). لطفه‌های آماده را می‌توان مقوله‌ای وسیع‌تر در نظر گرفت که شامل انواع اشکال طنز، مانند کمیک‌استریپ^۲ (کارتون‌های طنز) یا میم‌های اینترنتی^۳ است که از منظر تعاملی مورد مطالعه قرار می‌گیرند، اما شوخی‌طبعی محاوره‌ای، به‌طور خاص، مجموعه‌ای وسیع از رفتارهای کلامی را در بر می‌گیرد که در مکالمه، اعم از نوشتاری یا گفتاری، چهره به چهره یا رایانه‌ای، خصوصی یا باواسطه رخ می‌دهد (سینکویسیوت و داینل، ۲۰۱۷).

تاکنون مطالعاتی در حوزه تولید، درک یا پاسخ به شوخی‌طبعی به‌عنوان زبان اول (مسایلی و حیدری شهرضا، ۲۰۱۶؛ زارع،^۵ ۲۰۱۶) و زبان خارجی (فرنیا، فرهنگی و سعیدی،^۶ ۲۰۲۰؛ فرنیا و محمدی،^۷ ۲۰۲۱؛ فرهنگی و فرنیا،^۸ ۲۰۱۷) در فارسی یا برای فارسی‌زبانان انجام شده است، اما پژوهش‌ها درباره محاوره اندک است.

سینکویسیوت (۲۰۱۹) بیان می‌کند که درباره شوخی‌طبعی محاوره‌ای در انواع گفت‌وگوهای نوشتاری و گفتاری، چه به صورت چهره به چهره و چه با واسطه رایانه، مطالعه شده است و دارای اهداف ارتباطی و کارکردهای میان‌فردی متعددی مانند ایجاد پیوند و همبستگی، یا در مقابل، ترویج خصومت یا دشمنی است. مطالعاتی را که در حوزه شوخی‌طبعی محاوره‌ای انجام شده است می‌توان در قالب تعامل غیربومی‌زبان با بومی‌زبان و تعامل بومی‌زبان‌ها با یکدیگر بررسی کرد. البته از این منظر، مطالعه درباره دسته اول (برای مثال، بررسی

1. canned joke
2. Masaeli & Heidari-Shahreza
3. comic strips
4. internet memes
5. Zare
6. Farnia, Farhangi & Saeedi
7. Farnia & Mohammadi
8. Farhangi & Farnia

9. Davies

10. Mullan & Béal

11. self-mockery

بالقوه به طور منظم در آثاری همچون اثر آناردو و مارتین خلاصه شده است که پیش‌تر به آنها اشاره شد. با این حال، به دلیل وابستگی فرهنگی، شوخ‌طبعی و متغیر بودن تحقق آن از زبانی به زبان دیگر (کوته‌سوف، ۲۰۰۶)، پژوهش‌های متعددی به بررسی شواهد جدیدی پرداخته است از اینکه دقیقاً کجا و چه زمانی این نقش یا کارکردها اتفاق می‌افتند (مانند شوانک^۳، ۲۰۱۷؛ چیمبویته - فیری و اشنور^۴، ۲۰۱۷).

با توجه به محدودیت پژوهش در حوزه شوخ‌طبعی محاوره‌ای در زبان فارسی، هدف پژوهش حاضر درک بهتر این مفهوم خاص فرهنگی در زبان فارسی است. در پژوهش حاضر، از چارچوب نظری و تحلیلی داینل (۲۰۰۹) در بررسی شوخ‌طبعی محاوره‌ای استفاده شده است. داینل فهرستی از انواع شوخ‌طبعی کلامی ارائه می‌کند که ذکر دو نکته در ارائه این دسته‌بندی ضروری است: نخست آنکه دسته‌ها تمایل به همپوشانی و ادغام دارند و به همین دلیل است که به برخی نمونه‌های شوخ‌طبعی می‌توان بیش از یک برچسب داد؛ دوم آنکه به لحاظ نظری، فهرست پیشنهادی قابل گسترش است و امکان اضافه کردن دسته‌بندی جدید در پژوهش‌های آتی وجود دارد.

به گفته داینل (۲۰۰۹)، واحدهای شوخ‌طبعی محاوره‌ای می‌تواند شامل واژگان تک‌کلمه‌ای تا عبارات و جملات کامل و حتی مبادلات چندنوبتی^۵ درهم‌تنیده در گفت‌وگو غیر شوخی باشد. شوخ‌طبعی محاوره‌ای در اینجا به عنوان اصطلاحی کلی به تکه‌های کلامی مختلف تلقی می‌شود که به طور ناخودآگاه یا به لفظ تکرار می‌شوند تا مخاطب را سرگرم کنند، یا مستقیم به محتوای معنایی گفت‌وگوی در حال انجام کمک می‌کنند، یا جریان آن را به حالتی طنزآمیز تغییر می‌دهند (داینل، ۲۰۰۹).

در دسته‌بندی شوخ‌طبعی محاوره‌ای داینل، بذله‌گویی^۶، برخلاف لطیفه‌های آماده که از کل گفتمان جدا هستند و معمولاً به طور خودبه‌خود در محیط گفت‌وگوی غیر طنز رخ می‌دهند، به بافت گفت‌وگو محدود می‌شود (لانگ و گراسر^۷، ۱۹۸۸). به گفته داینل (۲۰۰۹)، بذله‌گویی شبیه به گفته یا ضرب‌المثل غیر طنز است که حتی به صورت مجزا قابل درک است و عموماً با زمینه‌های مکالمه، مثل گفت‌وگو درباره

بستگی داشته باشد که گیرنده مایل به انجام آن است. در نهایت، نتایج نشان داد که خودتحقیرکنندگان و گیرندگان با تبادلات متقابل یکدیگر را برای حفظ همبستگی تعاملی همراهی می‌کنند. از دیگر مطالعات حوزه شوخ‌طبعی محاوره‌ای در زبان فارسی می‌توان به فرهنگی و فرنیبا (۲۰۱۷) که به بررسی راهبردهای شوخ‌طبعی محاوره‌ای در نمایش کمدی خندوانه پرداختند اشاره کرد. در این تحقیق، پژوهشگران با تحلیل چهار برنامه گفت‌وگومحور از مجموعه «خندوانه» و گفت‌وگوی بین عروسک برنامه و مجری، به تحلیل ۳۰ دقیقه از این مکالمات بر اساس چارچوب داینل (۲۰۰۹) پرداختند. در این تحلیل، ۱۸۳ مورد شوخ‌طبعی محاوره‌ای شناسایی و سپس تجزیه و تحلیل شد. نتایج نشان می‌دهد بذله‌گویی، استهزای دیگران و دست‌انداختن بیشترین فراوانی را در میان انواع شوخ‌طبعی داشته است.

مبانی نظری: شوخ‌طبعی محاوره‌ای

مطالعات شوخ‌طبعی محاوره‌ای نشان می‌دهد دسته‌بندی واحدی برای انواع شوخ‌طبعی وجود ندارد. پژوهشگران این حوزه به طور معمول یا مفاهیم مرتبط با شوخ‌طبعی را به صورت مجزا بررسی می‌کنند یا به دسته‌بندی‌های قبلی برچسب‌های جدید می‌زنند یا مفاهیم و در نتیجه برچسب‌ها را به عنوان مفاهیمی وابسته به یکدیگر یا نقل‌قول از پژوهش‌هایی که به طور قابل توجهی متفاوت از دسته‌بندی آنها هستند ارائه می‌دهند (سینکوئیسوت و داینل، ۲۰۱۷). نتیجه این شیوه دسته‌بندی ایجاد همپوشانی کلی یا جزئی در اغلب این دسته‌بندی‌هاست و به‌سختی می‌توان آنها را در قالب یک طبقه‌بندی ارائه کرد.

پژوهش‌های قبلی اشکال و نقش‌های شوخ‌طبعی محاوره‌ای در بافت‌های مختلف، مانند گفت‌وگوهای خصوصی بین دوستان، محل کار یا محیط‌های آموزشی را بر اساس داده‌های تحقیقاتی جدید از اشکال مختلف تعامل انسانی در بین زبان‌ها و فرهنگ‌ها بررسی کرده‌اند. نتیجه این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که نمی‌توان طبقه‌بندی ساده‌ای برای شوخ‌طبعی محاوره‌ای ارائه داد چراکه تنها طعنه زدن، به عنوان یکی از شاخص‌های شوخ‌طبعی، تعاریف و برداشت‌هایی متفاوت دارد (هاف^۱، ۲۰۱۷؛ کلتنر و همکاران^۲، ۲۰۰۱). از سوی دیگر، کارکرد و نقش‌های شوخ‌طبعی به طور

3. Chovanec

4. Chimbwete - Phiri and Schnurr

5. multi-trun exchanges

6. witticism

7. Long & Graesser

1. Haugh

2. Keltner et al.

خوارانگاری اندکی توهین و تحقیر وجود دارد و معمولاً طنزی که مورد قدردانی قرار بگیرد در آن دیده نمی‌شود.

آنچه برخی نویسندگان (مانند تریون و اشفورث^۷، ۲۰۰۲) به عنوان خوارانگاری می‌دانند، در واقع، نمونه‌هایی از تمسخر با هدف تقویت همبستگی بین دو طرف است. از این رو، می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت بین دست انداختن پرخاشگرانه و خوارانگاری را می‌توان تنها در پرتو قصد واقعی گوینده و ادراک متناظر مخاطب نشان داد.

خودکوچکانگاری^۸، که در ادبیات به معنای شوخ‌طبعی از نوع خودکم‌بین‌پنداری است، خاص‌ترین نوع شوخ‌طبعی منظورشناسی است (باکسر و کورتس-کندو^۹، ۱۹۹۷). البته هدف گوینده بیان خودکم‌بینی نبوده (داینل، ۲۰۰۹) بلکه شوخ‌طبعی است. خودکوچکانگاری در درجه اول به سمت وجهه^{۱۰} خود گوینده است تا از تهدید وجهه خود و شنونده جلوگیری کند. همان‌طور که هی (۲۰۰۱: ۷۴) تأکید می‌کند، کسی که خودش را تحقیر کند، «نیازهای وجهه متضاد^{۱۱}» دارد؛ یعنی با افشای ویژگی‌های خاص خود با صدای طنز، خودکوچکانگاران نشان می‌دهند که کنترل اوضاع را در دست دارند و وجهه این دست افراد در برابر تحقیرهای لحظه‌ای آسیب‌پذیر نیست. بنابراین، به جای ایجاد شرمندگی برای خودتحقیرکننده، شوخ‌طبعی خودکوچکانگاری باعث ایجاد تصویری مثبت از او می‌شود (زاجمن، ۱۹۹۵).

یکی از ویژگی‌های مهم شوخی‌های گفتاری تبادل سریع نوبت‌های طنزآمیز است (شوانک، ۲۰۱۱). اگر هر دو طرف مایل به درگیر شدن در شوخ‌طبعی باشند، استهزا کردن^{۱۲} در یک نوبت می‌تواند به تبادل طولانی‌تری بین دو طرف منجر شود. همان‌طور که نوریک (۱۹۹۳: ۲۹) بیان می‌کند، استهزا کردن «تبادل سریع شوخ‌طبعی به سمت موضوعی مشترک است، اگرچه در درجه اول سرگرم کردن متقابل است تا گفت‌وگوی موضعی».

یکی از ویژگی‌های مهم استهزا آن است که پاسخ‌های متوالی به سرعت اضافه می‌شوند. از این رو می‌توان آن را با مسابقه پینگ‌پنگ کلامی^{۱۳} (چیارو^{۱۴}، ۱۹۹۲) که دو نفر (یا بیشتر) بازی می‌کنند، مقایسه کرد. به همین دلیل است که به

موضوعی خاص چون سیاست یا دیر رسیدن ارتباط دارد. دسته‌بندی دیگر دست انداختن^۱ است که شامل کارکردهای مختلف منظورشناسی^۲ از قبیل چالش‌های ساختگی، تهدید یا تقلید است که در معنا حقیقت‌محور تلقی نمی‌شود و همراه با جملات شوخی است (داینل، ۲۰۰۹). دست انداختن می‌تواند با پرخاشگری ظاهری همراه باشد. به عبارت دیگر، گوینده با دست انداختن، هدف توهین واقعی به شنونده را ندارد، بلکه شنونده را با شوخی به چالش می‌کشد. به عقیده هی (۲۰۰۰)، دست انداختن در پیکره به صورت توهین‌های فکاهی است، اما داینل (۲۰۰۸) بیان می‌کند که دو نوع دست انداختن وجود دارد: «بدخیم» که پرخاشگرانه و مضر است، و «خیرخواهانه» که مهربانانه و دلسوزانه است.

شکل شوخ‌طبعی دیگر حکایت^۳ است: روایتی طنزآمیز که از طریق آن گوینده با داستانی برگرفته از تجربه شخصی خود یا زندگی دیگران، شنونده را سرگرم می‌کند (نوریک، ۱۹۹۳ و ۲۰۰۳). اغلب، گوینده رویدادی از زندگی شخص دیگری را به گونه‌ای ارائه می‌کند که گویی زندگی‌نامه خود اوست (داینل، ۲۰۰۹). حکایت‌ها به سبکی رنگارنگ و سرشار از واژگان و عبارات طنزآمیز، همراه با بیان غیرکلامی غنی (لحن صدا، حالت چهره و حرکات) ارائه می‌شود که به جلوه شوخ‌طبعی کمک می‌کند. غالباً چنین داستان‌هایی به رویدادهایی اشاره می‌کند که به‌سختی طنز و حتی دراماتیک است اما با شوخی بازگو می‌شوند تا اثری طنزآمیز در مخاطب ایجاد کنند.

خوارانگاری^۴ لفاظی تهاجمی^۵ است که ممکن است یا با دست‌انداختن به طور ضمنی بیان شود یا با آن اشتباه گرفته شود (داینل، ۲۰۰۸). اگر فردی مورد تمسخر قرار گیرد، در حقیقت، در معرض تهدید جدی اجتماعی قرار گرفته است (زاجمن^۶، ۱۹۹۵). هدف گوینده در استفاده از خوارانگاری ضایع کردن یا سیاه کردن افراد با شوخی و سرگرم کردن شنونده دیگر است (داینل، ۲۰۰۹). داینل (۲۰۰۹) می‌افزاید تحقیر شنوندگان با تمسخر، روش شوخ‌طبعی بسیار رایجی در برنامه‌های تلویزیونی است که در آن هدف مجری برنامه سرگرم کردن مخاطب هدف است، همچنان که فیلم‌نامه‌نویسان در متن فیلم‌نامه‌ها به قیمت تحقیر شخصیت‌های داستانی مردم را سرگرم می‌کنند. در واقع، به گفته داینل، در

7. Terrion & Ashforth

8. self-denigration

9. Boxer & Cortés-Conde

10. face

11. conflicting face needs

12. banter

13. verbal ping-pong

14. Chiaro

1. teasing

2. pragmatics

3. anecdote

4. put-down

5. aggressive verbalization

6. Zajdman

داده‌های این پژوهش از گفت‌وگوی مهمانان و میزبان، به صورت تصادفی از فصل سوم^۷، جمع‌آوری شده است. به منظور همگون نگاه داشتن پیکره، مصاحبه^۴ بازیگر مرد و ۴ بازیگر زن با دامنه سنی ۳۰ تا ۴۵ سال بود. مدت‌زمان مصاحبه آقایان ۱۲۴ دقیقه و خانم‌ها ۱۰۶ دقیقه بود. داده‌های گردآوری‌شده بر اساس الگوی شوخ‌طبعی محاوره‌ای داینل (۲۰۰۹) تحلیل شد.

پژوهشگر برای تحلیل داده‌ها از تعریف عملیاتی داینل در مورد مدل شوخ‌طبعی محاوره‌ای استفاده کرده است. یکی از چالش‌های مطالعه شوخ‌طبعی محاوره‌ای تشخیص و تعریف علمی شوخ‌طبعی در زبان‌های مختلف است (بیل و مولان^۸، ۲۰۱۳). به همین جهت، برای اطمینان از صحت دسته‌بندی، داده‌های طبقه‌بندی‌شده را دو فرد دیگر به طور مستقل تحلیل و طبقه‌بندی کردند و از ضریب کاپا به عنوان معیار سنجش قابلیت اطمینان بین دو کدگذار استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

نتایج بر اساس تعامل میزبان و مهمانان گزارش شده است. جدول ۱ توزیع شوخ‌طبعی مشاهده‌شده بین تعاملات مرد - زن و مرد - مرد و، به عبارتی، کل را نشان می‌دهد. برای اطمینان از درستی معادل‌های فارسی راهبردهای شوخ‌طبعی داینل، با متخصصان زبان و ادبیات فارسی و زبان‌شناسی مشورت شد.^۹

یافته‌ها نشان داد که مهمانان زن به ترتیب فراوانی، از راهبردهای استهزا، بذله‌گویی، حکایت و خودکوچکانگاری، حاضر جوابی و دست‌انداختن در گفت‌وگو با میزبان مرد استفاده کرده‌اند. در مقابل، مهمانان مرد به ترتیب فراوانی، از راهبردهای بذله‌گویی، حکایت، استهزا، خودکوچکانگاری، حاضر جوابی و دست‌انداختن در گفت‌وگو با میزبان مرد استفاده کرده‌اند. نکته قابل توجه این یافته‌ها آن بود که راهبردهای میزبان مرد در گفت‌وگو با مهمان مرد و مهمان زن یکسان بوده و به ترتیب فراوانی، بذله‌گویی، دست‌انداختن، استهزا، خوارانگاری و

گفته داینل (۲۰۰۹)، در درجه نخست به صورت کلامی است، اما می‌تواند از راه برنامه‌های پیام‌رسانی فوری (مانند اسکایپ) نیز تولید شود. اما لیچ (۱۹۸۳) معتقد است که «اصل استهزا کردن^۱» به گوینده اجازه می‌دهد با وانمود کردن به بی‌ادبی مؤدب باشد. در این دیدگاه، استهزا روشی برای ایجاد همبستگی با شنونده با گفتن چیزی «بدیهی نادرست» و «بدیهی بی‌ادبانه» است. به عبارت دیگر، استهزا مظهر بی‌ادبی ساختگی^۲ است (کالپر^۳، ۲۰۰۵). با این حال، این تعریف، دامنه استهزا را به شکل ظاهراً پرخاشگرانه آن محدود می‌سازد، درحالی‌که ممکن است حمایت‌کننده و حداکثر یا حداقل مشارکتی باشد (هولمز^۴، ۲۰۰۶). از این رو انواعی از شوخ‌طبعی استهزا کردن را به دست می‌دهد (داینل، ۲۰۰۸).

حاضر جوابی^۵ از دیگر شکل‌های طنز است (نوریک، ۱۹۹۳). حاضر جوابی را می‌توان به عنوان پاسخی سریع و شوخ‌طبعانه به نوبت قبلی تعریف کرد که با آن جفت‌های هم‌جوار^۶ تشکیل می‌دهد (نوریک، ۱۹۹۳). به استثنای شیوه‌هایی که طرف‌های گفت‌وگو تکرار می‌کنند، تولیدکنندگان جفت‌های هم‌جوار انتظار پاسخ متقابل یا حاضر جوابی ندارند؛ درحالی‌که جفت‌های هم‌جوار غیرطنز معمولاً قابل پیش‌بینی هستند (داینل، ۲۰۰۹). یکی از رایج‌ترین مکانیسم‌های حاکم بر حاضر جوابی، سوءتفاهم ظاهری مخاطبان شوخ‌طبعی از نوبت قبلی است که آنها را وادار می‌کند به جای معنای مورد نظر، عبارت دیگری به کار گیرد (نوریک، ۱۹۸۶).

شیوه پژوهش

داده‌های پژوهش حاضر از برنامه تلویزیونی «دوره‌می» جمع‌آوری شده است که از سال ۱۳۹۴ تا سال ۱۳۹۸ در قالب تاک شو در چهار فصل از شبکه نسیم ایران به صورت هفتگی به مدت ۲ ساعت پخش می‌شد. این برنامه مسائل سیاسی و اجتماعی ایران را به شکلی طنزآمیز هدف قرار می‌داد. مصاحبه با مهمانانی مشهور از حرفه‌های مختلف، به‌ویژه هنرمندان و بیشتر بازیگران از بخش‌های «دوره‌می» در دوره اول بود. در این گفت‌وگوی غیررسمی با میزبان که ۲۰ تا ۳۵ دقیقه به طول می‌انجامید، گاهی پرسش‌هایی شخصی با رویکردی جدی همراه با طنز مطرح می‌شد.

۷. به دلیل انجام پژوهش در سال ۱۳۹۷، داده‌ها در آن زمان به طور تصادفی از آخرین برنامه «دوره‌می» انتخاب شدند.

8. Béal & Mullan

۹. یکی از چالش‌های این پژوهش یافتن معادل دقیق برای واژگان انگلیسی شوخ‌طبعی در زبان فارسی بود. یکی از پژوهشگرانی که با ایشان مشورت شد ابوالفضل حرّی نویسنده «درباره طنز: رویکردهای نوین به طنز و شوخ‌طبعی» بودند. ایشان در مکاتبه شخصی اشاره کردند که یافتن معادل برای واژگان ساده نیست؛ چراکه این معادل‌ها از نظر معنایی درست است اما تنها بخشی از بار معنایی را انتقال می‌دهد که البته ناگزیر از آنیم.

1. banter principle
2. mock impoliteness
3. Culpeper
4. Holmes
5. retort
6. adjacency pair

شوخی‌طبعی بیشتری استفاده کرده‌اند.

جدول ۲ نتیجه آزمون کای‌دو برای سنجش دو گروه را نشان می‌دهد. همان‌طور که نتایج کای دو نشان می‌دهند، میزان استفاده از راهبردهای شوخی‌طبعی محاوره‌ای توسط میزبان برنامه، در حضور مهمانان مرد و زن با آزمون کای‌دو سنجش شد. بر این اساس، در بذله‌گویی ($p=0/309$)، دست‌انداختن ($p=0/831$)، خوارانگاری ($p=0/491$)، استهزا ($p=0/091$)، حاضر جوابی ($p=0/564$) و در مجموع، راهبردهای شوخی‌طبعی محاوره‌ای ($p=0/954$) اختلافی معنادار در زمان حضور مهمان مرد و زن مشاهده نشد. همچنین میزبان برنامه از راهبردهای حکایت و خودکوچکانگاری استفاده نکرده است.

حاضر جوابی بوده است. این شاید به راهبردهای شخصی میزبان در طرح سؤال‌ها به شیوه‌های متفاوت طنزآمیز برگردد. یافته‌ها همچنین نشان می‌دهد در هر دو پیکره مورد بررسی، مهمانان از راهبرد خوارانگاری در گفت‌وگو با میزبان مرد استفاده نکرده‌اند. همچنین، میزبان مرد در گفت‌وگو با هیچ‌یک از مهمانان از راهبرد خودکوچکانگاری استفاده نکرده است. در مجموع تعداد ۵۲۲ راهبرد شوخی‌طبعی میان افراد در دو پیکره استفاده شده است که از این تعداد ۵۳/۸۴٪ متعلق به تعامل مرد با مرد و ۴۶/۱۶٪ آن مربوط به تعامل زن و مرد بوده است. از این تعداد راهبرد، مهمانان از ۲۲۹ راهبرد شوخی‌طبعی استفاده کرده‌اند که سهم مهمانان مرد ۵۸/۱۰٪ و مهمانان زن ۴۱/۹۰٪ بوده است. به بیان دیگر، مهمانان مرد در مقایسه با مهمانان زن از راهبردهای

جدول ۱. فراوانی راهبردهای شوخی‌طبعی در پیکره پژوهش

طبقه‌بندی راهبردهای شوخی‌طبعی محاوره‌ای	تعامل مرد - مرد						تعامل مرد - زن					
	میزبان		مهمان		کل		میزبان		مهمان		کل	
	فراوانی	%	فراوانی	%	فراوانی	%	فراوانی	%	فراوانی	%	فراوانی	%
بذله‌گویی	۶۴	۴۳/۲۵	۴۶	۳۴/۶۰	۱۱۰	۳۹/۱۵	۲۹	۳۶/۰۵	۵۳	۳۶/۰۵	۸۰	۳۳/۲۰
دست انداختن	۴۳	۲۹/۰۵	۳	۲/۲۵	۴۶	۱۶/۴۰	۴	۳۰/۶	۴۵	۱۶/۴۰	۴۹	۲۰/۳۵
حکایت	۰	۰	۰	۰	۳۷	۱۳/۱۰	۱۱	۰	۰	۱۳/۱۰	۱۱	۴/۵۵
خوارانگاری	۱۱	۷/۴۵	۰	۰	۱۱	۳/۹۰	۰	۵/۴۵	۸	۳/۹۰	۸	۳/۳۰
خودتحقیری	۰	۰	۰	۰	۱۷	۶/۰	۱۱	۰	۰	۶/۰	۱۱	۴/۵۵
استهزا	۲۳	۱۵/۵۵	۲۳	۱۷/۳۰	۴۶	۱۶/۴۰	۳۶	۲۴/۵۰	۳۶	۱۶/۴۰	۷۲	۲۹/۹۰
حاضر جوابی	۷	۴/۷۰	۷	۵/۲۵	۱۴	۵/۲۵	۵	۳/۴۰	۵	۳/۴۰	۱۰	۴/۱۵
کل	۱۴۸	۱۰۰	۱۳۳	۱۰۰	۲۸۱	۱۰۰	۱۴۷	۱۰۰	۱۴۷	۱۰۰	۲۴۱	۱۰۰

جدول ۲. بررسی تفاوت بین گروه‌ها با استفاده از آزمون کای‌دو

طبقه‌بندی راهبردهای شوخی‌طبعی محاوره‌ای	میزبان			مهمان			کل		
	مهمان مرد	مهمان زن	مقدار پی	مهمان مرد	مهمان زن	مقدار پی	مهمان مرد	مهمان زن	مقدار پی
بذله‌گویی	۶۴ (۵۴/۷٪)	۵۳ (۴۵/۳٪)	۰/۳۰۹	۴۶ (۶۱/۳٪)	۲۹ (۳۸/۷٪)	۰/۰۵۰	۱۱۰ (۵۷/۹٪)	۸۰ (۴۲/۱٪)	۰/۰۳۰
دست انداختن	۴۳ (۴۸/۹٪)	۴۵ (۵۱/۱٪)	۰/۸۳۱	۳ (۴۲/۹٪)	۴ (۵۷/۱٪)	۰/۷۰۵	۴۶ (۴۸/۴٪)	۴۹ (۵۱/۶٪)	۰/۷۵۸
حکایت	۰ (---)	۰ (---)	---	۳۷ (۷۷/۱٪)	۱۱ (۲۲/۹٪)	۰/۰۰۱	۳۷ (۷۷/۱٪)	۱۱ (۲۲/۹٪)	۰/۰۰۱
خوارانگاری	۱۱ (۵۷/۹٪)	۸ (۴۲/۱٪)	۰/۴۹۱	۰ (---)	۰ (---)	---	۱۱ (۵۷/۹٪)	۸ (۴۲/۱٪)	۰/۴۹۱
خودکوچکانگاری	۰ (---)	۰ (---)	---	۱۷ (۶۰/۷٪)	۱۱ (۳۹/۳٪)	۰/۲۵۷	۱۷ (۶۰/۷٪)	۱۱ (۳۹/۳٪)	۰/۲۵۷
استهزا	۲۳ (۳۹٪)	۳۶ (۶۱٪)	۰/۰۹۱	۲۳ (۳۹٪)	۳۶ (۶۱٪)	۰/۰۹۱	۴۶ (۳۹٪)	۷۲ (۶۱٪)	۰/۰۱۷
حاضر جوابی	۷ (۵۸/۳٪)	۵ (۴۱/۷٪)	۰/۵۶۴	۷ (۵۸/۳٪)	۵ (۴۱/۷٪)	۰/۵۶۴	۱۴ (۵۸/۳٪)	۱۰ (۴۱/۷٪)	۰/۴۱۴
کل	۱۴۸ (۵۰/۲٪)	۱۳۳ (۴۹/۸٪)	۰/۹۵۴	۱۳۳ (۵۸/۱٪)	۹۶ (۴۱/۹٪)	۰/۰۱۴	۲۸۱ (۵۳/۸٪)	۲۴۱ (۴۶/۲٪)	۰/۰۸۰

طرف دیگر، این صورت از شوخ‌طبعی از طرف میزبان با مهمان مرد و زن (۲۹/۰۵٪ و ۳۰/۶۰٪ به ترتیب) بیشتر استفاده شده و مجموع دفعات استفاده از دست انداختن از سوی مهمانان با مجری بسیار کمتر بوده است. با وجود تفاوت در فراوانی، نتایج آزمون کای‌دو تفاوت معناداری میان دو گروه نشان نداده است. مثال‌هایی از پیکره به قرار زیر است:

– پیش شما نباید صحبت از قدمت کرد. البته شما مسن‌تر از من هستی.

– شاید از ترکیب شما و رامبد جوان استفاده کنم. اون موقع هم تست می‌گیرم ببینم کدوم بهترینید. ولی قطعاً رامبد رو می‌دارم نقش شیطان.

حکایت

نتایج نشان می‌دهد حکایت‌گویی در گفتمان میزبان مورد استفاده قرار نگرفته است. همچنین، این شکل از شوخ‌طبعی در تعامل مهمان مرد با میزبان (۲۷/۸٪) بیشتر از تعامل مهمان زن با میزبان (۱۱/۴۵٪) استفاده شده است. مثالی از پیکره به قرار زیر است:

– آقای مهران رسام، اصرار که شما باید جای اون مجری خانم بری. من گفتم من اصلاً نمی‌دونم چی باید بگم. گفتند مثلاً شما باید با آقای بیات مصاحبه کنی و بگی آقای بیات، چی شد شما بیات شدی؟ اول شما تازه بودید بعد بیات شدید؟ و یکی دو ساعتی با من چونه زد و بعد من قبول کردم و اولین بار من خیلی استرس داشتم و یادمه این قدر صدای ضربان قلبم بالا بود که من نمی‌شنیدم چی دارم می‌گم.

نتایج آزمون کای‌دو نشان می‌دهد تفاوت معناداری در استفاده از حکایت میان مهمانان زن و مرد وجود دارد. به بیان دیگر، مهمانان مرد به طور معناداری بیشتر از مهمانان زن از حکایت استفاده کرده‌اند ($p=0/001$).

خوارانگاری

نتایج نشان می‌دهد این نوع شوخ‌طبعی در گفتار مهمان در صحبت با میزبان به کار برده نشده است اما در سخن میزبان با مهمانان به کار رفته است. این نوع شوخ‌طبعی در صحبت میزبان با مهمان مرد (۳/۹۰٪) بیشتر از صحبت با مهمان زن (۳/۳۰٪) بوده است. مثالی از پیکره پژوهش به قرار زیر است: – تک ماده مادّه کردی دیگه، وقتی پنجم دبستان تک مادّه بشی اصلاً نابغه هستی. مگه می‌شه همچین چیزی؟!

میزان استفاده از راهبردهای شوخ‌طبعی محاوره‌ای توسط مهمانان مرد و زن با آزمون کای‌دو سنجش شد. در مجموع راهبردهای شوخ‌طبعی محاوره‌ای، میزان استفاده از راهبردها توسط مهمانان مرد به طور معناداری بیشتر از مهمانان زن بوده است ولی در دست انداختن ($p=0/005$)، خودکوچک‌انگاری ($p=0/257$)، استهزا ($p=0/091$) و حاضر جوابی ($p=0/564$) تفاوت معناداری بین مهمانان مرد و زن مشاهده نشد. همچنین مهمانان از راهبرد خوارانگاری در این برنامه استفاده نکرده‌اند. مجموع راهبردهای شوخ‌طبعی محاوره‌ای استفاده‌شده توسط میزبان و مهمان، در زمان حضور مهمانان مرد و زن با آزمون کای‌دو سنجش شد. بر این اساس، میزان استفاده از بذله‌گویی ($p=0/309$) و حکایت ($p<0/001$) در زمان حضور مهمان مرد به طور معناداری بیشتر بود و میزان استفاده از استهزا ($p=0/017$) در زمان حضور مهمان زن به طور معناداری بیشتر بود ولی در میزان استفاده از دست انداختن ($p=0/758$)، خوارانگاری ($p=0/491$)، خودکوچک‌انگاری ($p=0/257$) و حاضر جوابی ($p=0/414$) تفاوت معناداری در زمان حضور مهمانان مرد و زن مشاهده نشد.

در ادامه، راهبردهای شوخ‌طبعی به طور جداگانه در پیکره توضیح داده شده است.

بذله‌گویی

یافته‌ها نشان می‌دهد که از بذله‌گویی در تعامل مرد با مرد (۳۹/۱۵٪) در مقایسه با تعامل زن و مرد (۳۳/۲۰٪) بیشتر استفاده می‌شود. از این میزان، مهمان مرد از بذله‌گویی (۳۴/۶۰٪) به طور معناداری بیش از مهمان زن (۳۰/۲۰٪) استفاده کرده است ($p=0/050$). مثال‌هایی از پیکره از قرار زیر است:

– این اضافه‌وزن رو داد ببینه من یک ذره خونه‌نشین می‌شم، دید نمی‌شم.

– من پارسال سه تا فیلم بازی کردم و یکیش معلوم نشده چی شده.

دست انداختن

نتایج نشان می‌دهد دست انداختن در تعامل مرد و مرد (۱۶/۴۰٪) در مقایسه با تعامل زن و مرد (۲۰/۳۵٪) کمتر استفاده می‌شود. از این میزان، مهمان مرد (۲/۲۵٪) کمتر از مهمان زن (۴/۱۶٪) از دست انداختن استفاده کرده است. از

خودکوچکانگاری

نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد خودکوچکانگاری در صحبت‌های میزبان با مهمان استفاده نشده است اما در صحبت‌های مهمان مرد با میزبان (۱۲/۸۰٪) بیشتر از مهمان زن با میزبان (۱۱/۴۵٪) استفاده شده است. با این حال، در استفاده از این راهبرد میان گروه‌ها تفاوت معناداری مشاهده نشده است ($p=0/257$).

مثال‌هایی از پیکره به قرار زیر است:

- واقعیتش اینه دیر به بلوغ ذهنی رسیدم.

- حساب کتابم بده، اشتباهه، اصلاً اهل پس‌انداز و اینا نیستم.

استهزا

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که از استهزا در تعامل مرد و مرد (۱۶/۴۰٪) در مقایسه با تعامل زن و مرد (۲۹/۹۰٪) کمتر استفاده می‌شود. از این میزان، مهمان مرد از استهزا (۱۷/۳۰٪) کمتر از مهمان زن (۳۷/۵٪) استفاده کرده است. نتایج آزمون کای‌دو نشان داد که تفاوت معناداری در استفاده از استهزا میان مهمانان زن و مرد وجود دارد. به بیان دیگر، مهمانان زن از استهزا بیشتر از مهمانان مرد استفاده کرده‌اند ($p=0/017$). مثالی از پیکره به قرار زیر است:

- چرا ازدواج نمی‌کنی؟ کسی نمی‌گیره شما رو؟

حاضر جوابی

یافته‌ها نشان می‌دهد از حاضر جوابی در گفت‌وگوی مرد و مرد (۵٪) بیشتر از گفت‌وگوی مرد و زن (۴/۱۵٪) استفاده شده است. با این حال، تفاوت معناداری در استفاده از این راهبرد میان گروه‌ها مشاهده نشد ($p=0/414$). مثالی از پیکره به قرار زیر است:

- مجری: خصوصیات در پدر و مادر هست که اون رو

دوست نداشته باشی؟

- مهمان: چی؟

- مجری: نمی‌خواد بگی، فقط بگو آره یا نه، خودشون

می‌فهمن.

- مهمان: الان بعدش می‌گن چی.

- مجری: نه.

- مهمان: خب بله.

- مجری: چی؟

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نتایج مطالعات پیشین (همانند هی، ۲۰۰۰، لامپرت و اروین - تریپ، ۲۰۰۶) در تفاوت زن و مرد در استفاده از راهبردهای شوخ‌طبعی را تأیید می‌کند. به گفته لامپرت و اروین - تریپ (۲۰۰۶)، هم زنان و هم مردان از شوخ‌طبعی در گروه‌های هم‌جنس یا آمیخته استفاده می‌کنند اما ترکیب گروه تأثیری بسزا بر سخنان و روایت‌های طنز در بافت اجتماعی دارد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد مردان به طور قابل توجهی بیشتر از زنان از راهبردهای شوخ‌طبعی استفاده می‌کنند. یکی از دلایل تفاوت فراوانی شوخ‌طبعی مهمانان مرد و زن را می‌توان الزام به رعایت دستورهای دانست که صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران برای افرادی که از این رسانه در هر نقشی دیده می‌شوند وضع کرده است؛ به‌خصوص محدودیت‌های بیشتری که برای خانم‌ها در نظر گرفته شده است.

در مطالعه کوزر^۱ (۱۹۶۰) برخی از استادان زن در موقعیت‌های غیر رسمی حس شوخ‌طبعی بسیار خوبی داشته، از لطفه‌های خوبی در گفت‌وگوهایشان با یکدیگر استفاده می‌کردند. این واقعیت که زنان در جلسات رسمی کارکنان به‌ندرت از شوخ‌طبعی خود استفاده می‌کردند، در نظر کوزر به انتظارات جنسیتی و فرهنگی از زنان ربط دارد که از آنان می‌خواهد «منفعل و پذیرا باشند، نه فعال و مبتکر» (کوزر، ۱۹۶۰: ۸۵).

به عنوان فراوان‌ترین راهبرد مورد استفاده در این پژوهش، بذله‌گویی علاوه بر تسهیل طنز، آشکارا معانی را نیز منتقل می‌کند (داینل، ۲۰۰۹). دست انداختن در گفت‌وگوی میزبان با مهمانان مرد و زن بیشتر دیده شده است. این تناسب یک‌طرفه از آن جهت منطقی به نظر می‌رسد که به گفته لامپرت و اروین - تریپ (۲۰۰۶)، اگر افراد درگیر در یک گفت‌وگو شناختی از یکدیگر نداشته باشند، به‌کارگیری این راهبرد برای شوخی می‌تواند به ناسزا تعبیر شود.

همان‌طور که یافته‌های این پژوهش نشان داد، فراوانی دست انداختن در تعامل مهمان زن با میزبان (۴/۱۶٪) بیش از مهمان مرد با میزبان (۲/۲۵٪) بوده است. اگرچه این تفاوت معنادار نمی‌نماید، اما از نظر لامپرت و اروین - تریپ، توجیه استفاده زنان از دست انداختن در گفت‌وگو با مردان کمی سخت است. به عقیده این پژوهشگران، مردان از دست

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد زنان از راهبرد استهزا بیشتر از سایر راهبردهای شوخ‌طبعی استفاده کرده‌اند. در این دیدگاه، شوخ‌طبعی روشی برای ایجاد همبستگی با شنونده از طریق گفتن چیزی «بدیهی نادرست»^۱ و «بدیهی بی‌ادبانه»^۲ است (داینل، ۲۰۰۹: ۱۲۹۴). همچنین یافته‌ها نشان داد مهمانان مورد مطالعه پژوهش تمایل زیادی به استفاده از راهبرد حاضر جوابی در مقایسه با سایر راهبردها نداشتند. یکی از رایج‌ترین سازوکارهای حاکم بر این راهبرد، سوء تفاهم ظاهری مخاطب شوخ‌طبع از نوبت قبلی است که او را وادار می‌کند معنای مورد نظر را منحرف و معنای دیگری را با جواب دادن فعال کند (داینل، ۲۰۰۹: ۱۲۹۲).

لامپرت و اروین-تریپ (۲۰۰۶) اظهار داشتند که هنجارهای اجتماعی به مردان و پسران اجازه می‌دهد حاشیه امن بیشتری در شوخ‌طبعی در جمع داشته باشند. نتایج پژوهش این ادعا را تأیید می‌کند، اگرچه یافته‌ها می‌تواند با تغییر جنسیت مجری برنامه تغییر کند. نتایج پژوهش همچنین نشان داد استفاده از راهبردهای شوخ‌طبعی در میان مردان بیش از زنان بوده است. با وجود این، نتایج نمی‌تواند به کل جامعه آماری تعمیم داده شود چراکه صرفاً نمونه‌هایی از برنامه‌ای گفتگومحور با رعایت دستورهای خاص صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در پخش برنامه است. تحلیل نمونه‌های بیشتر ممکن است به تغییر فراوانی و نوع راهبردها منجر شود. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده این مقوله با جمع‌آوری داده از برنامه‌های طنز گفت‌وگومحور دیگر مانند «خنداننده شو» یا «خندوانه» بررسی شود. همچنین، در زمان انجام این پژوهش، برنامه گفت‌وگومحور طنزی با مجری خانم ساخته نشده بود تا احتمال تغییر نوع راهبردهای استفاده‌شده در پیکره حاضر با تغییر مجری مورد پژوهش قرار گیرد.

انداختن در گفت‌وگو با زنان اجتناب می‌کنند تا خصمانه به نظر نرسند، یا مهمان زن را در گفت‌وگو در موقعیتی فرودست قرار ندهند، اما زنان ممکن است از دست انداختن به عنوان وسیله‌ای برای حفظ تقارن قدرت استفاده کنند تا تعادل سنتی تر روابط قدرت را بین زن و مرد حفظ کنند و در نتیجه، با اتخاذ سبک تعاملی مردانه، همبستگی بیشتری با مصاحبان مرد خود ایجاد کنند.

از دیگر یافته‌های این پژوهش تمایل مردان برای روایت طنزآمیز یا استفاده از راهبرد حکایت در گفت‌وگو است تا تجربه شخصی خودشان یا تجاربی را که از زندگی دیگران دارند، به صورتی مطرح کنند که باعث شادی شنونده گردد. به گفته داینل، غیرمعمول نیست که چنین داستان‌هایی به رویدادهایی اشاره کند که به سختی طنز و حتی دراماتیک بوده باشد، اما با شوخی بازگو می‌شوند تا پاسخی طنزآمیز در مخاطب ایجاد کنند. همچنین، از خوارانگاری صرفاً در گفت‌وگوی میزبان با مهمان استفاده شده است. به باور برخی پژوهشگران (داینل، ۲۰۱۱: زاجمن، ۱۹۹۵)، آنچه این تمایزها را مشکل‌ساز می‌کند آن است که اغلب هیچ راهی برای تشخیص دقیق (از دیدگاه یک متقابل یا پژوهشگر) مقاصد گوینده وجود ندارد. نیز نمی‌توان تشخیص داد که آیا هدف واقعی به‌ظاهر پرخاشگری دست انداختن واقعی است یا خیر.

خودکوچکانگاری از دیگر راهبردهای استفاده‌شده از سوی مهمانان در این پژوهش است. نتایج زارع (۲۰۱۶) از تعامل دانشجویان خوابگاه‌های اصفهان نشان می‌دهد که از این راهبرد برای انجام سه کارکرد متقابل استفاده شده است: (۱) حفظ وجهه خود، (۲) حفظ وجهه شنوندگان، و (۳) سرگرم کردن متقابل در گفت‌وگو. به نظر می‌رسد در مصاحبه‌ای که با حضور سایر شرکت‌کنندگان مهمان انجام شده و از شبکه سراسری ایران پخش شده است، مهمانان از این راهبرد جهت رسیدن به هر سه کارکرد استفاده کرده‌اند.

منابع

فاطمه (۱۳۹۸). شوخ‌طبعی قومیتی در ایران. *مطالعات جامعه‌شناختی*. دوره ۲۶، شماره ۱، ۱۶۹-۱۸۹.
عقدایی، تورج (۱۳۸۸). قلمرو شوخ‌طبعی. *فصلنامه تخصصی زبان و ادبیات فارسی*. شماره ۱، ۲۶-۵۲.

حری، ابوالفضل (۱۳۹۰). سازوکارهای زبانی شوخ‌طبعی: جناس و ایهام/ ایهام. *فصلنامه پژوهش‌های زبان و ادبیات تطبیقی*. دوره ۲، شماره ۲ (پیاپی ۶)، ۱۹-۴۰.
حلبی، علی اصغر (۱۳۷۷). *طنز و شوخ‌طبعی در ایران و جهان/ اسلام*. انتشارات بهبهانی.


1. obviously untrue
2. obviously impolite

قاسمی، وحید، جوادی یگانه، محمدرضا، و نصرافهانی،

- Aagard, H. P. (2014). *The effects of a humorous instructional video on motivation and learning*. Thesis dissertation. Purdue University, Indiana, the United States.
- Al-Khatib, M. H. (1999). Joke-telling in Jordanian society: A sociolinguistic perspective. *Humor*, 12(3), 261-288.
- Archakis, A., & Tsakona, V. (2005). Analyzing conversational data in *GTVH* terms: A new approach to the issue of identity construction via humor. *Humor*, 18(1), 41-68
- Attardo, S. (1994). *Linguistic theories of humor*. De Gruyter Mouton.
- Béal, C., & Mullan, K. (2013). Issues in conversational humour from a cross-cultural perspective: Comparing French and Australian corpora. In C. Béal, K. Mullan, & B. Peeters (eds.), *Cross-culturally speaking, speaking cross-culturally* (pp. 107-140), Newcastle-upon-Tyne: Cambridge Scholars Press.
- Bell, N. D. (2006). Interactional adjustments in humorous intercultural communication. *Intercultural Pragmatics*, 3(1), 1-28.
- Bell, N. D. (2007). Humor comprehension: Lessons learned from cross-cultural communication, *Humor*, 20(4), 367-387.
- Bertrand, R., & Priego-Valverde, B. (2011). Does prosody play a specific role in conversational humor? *Pragmatics and Cognition*, 19 (2), 333-356
- Boxer, D., & Cortes-Conde, F. (1997). From bonding and biting: conversational joking and identity display. *Journal of Pragmatics*, 23, 275-95.
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press
- Chiaro, D. (1992). *The language of jokes: Analyzing verbal play*. London: Routledge.
- Chimbwete-Phiri, R., & Schnurr, S. (2017). Negotiating knowledge and creating solidarity: Humor in antenatal counselling sessions at a rural hospital in Malawi. *Lingua*, 197, 68-82.
- Chovanes, J. (2011). Humor in quasi-conversations: constructing fun in on line sports journalism. In M. Dynel (ed). *The pragmatic of humour across discourse domains* (pp. 243-264). Am steydam and Philadelphia: John Benjamins.
- Chovanes, J. (2017). Interactional humor and spontaneity in TV documentaries. *Lingua*, 197, 34-49.
- Coser, R. L. (1960). Laughter among colleagues. *Psychiatry*, 23, 81-95.
- Culpeper, J. (2005). Impoliteness and entertainment in the television quiz show: the weakest link. *Journal of Politeness Research*, 1, 35-72.
- Davies, C. E. (2003). How English-learners joke with native speakers: An interactional sociolinguistic perspective on humor as collaborative discourse across cultures. *Journal of Pragmatics*, 35, 1361-1385.
- Dynel, M. (2008). No aggression, only teasing: The pragmatics of teasing and banter. *Lodz papers in Pragmatic* 4.2: 241-261.
- Dynel, M. (2009). Beyond a joke: Types of conversational humor. *Language and Linguistics Compass* 3, 5, 1284-1299
- Dynel, M. (2011). Joker in the pack: Towards determining the status of humorous framing in conversations. In M. Dynel (ed.). *The pragmatics of humor across discourse domains. pragmatics and beyond new series* (pp. 217-41). Amsterdam: John Benjamins.
- Dynel, M. (2012). Garden paths, red lights and crossroads: On finding our way to understanding the cognitive mechanisms underlying jokes. *Israeli Journal of Humor Research*, 1(1), 6-28
- Dynel, M. (2017a). Introduction: On the linguistics of humor theoretically. *Lingua*, 197, 1-4,
- Dynel, M. (2017b). But seriously: On conversational humor and (un)truthfulness. *Lingua*, 197, 83-102.
- Farhangi, A., & Farnia, M. (2017). *Analysis of conversational humor in the comedy show Khandevaneh*. Paper presented at the fourth international conference on Language, Pragmatics, and Discourse (LDP), January 25-27, 2017, ShahidChamran University of Ahvaz, Iran.

- Farnia, M., Farhangi, A., & Saeedi, M. (2020). Cross-cultural study of perception of humor by English native speakers and Iranian EFL learners. *Asian Journal of University Education*, 16(2), 166-182
- Farnia, M., & Mohammadi, S. (2021). Exploring EFL teachers' and learners' perception of L2 humor: A case study of Iranian English language institutes. *Eurasian Journal of Applied Linguistics*, 7(1), 151-168
- Haug, M. (2017). Teasing. In S. Attardo (Ed.). *The Routledge handbook of language and humor* (pp. 204-218). New York: Routledge Taylor and Francis Group.
- Hay, J. (2000). Functions of humor in the conversations of men and women. *Journal of Pragmatics*, 32, 709-742.
- Hay, J. (2001). The pragmatics of humor support. *Humor*, 14(1), 55-82.
- Holmes, J. (2000). Politeness, power and provocation: How humor functions in the workplace. *Discourse Studies*, 2(2), 159-185.
- Holmes, J. (2006). Sharing a laugh: Pragmatic aspects of humor and gender in the workplace. *Journal of Pragmatics*, 38, 26-50.
- Kasulis, T. P. (1989). Introduction. *Philosophy: East and West*, 39(3), 239-241.
- Keltner, D., Capps, L., Kring, A., Young, R., & Heerey, E. (2001). Just teasing: A conceptual analysis and empirical review. *Psychology Bulletin*, 127(2), 229-248.
- Kotthoff, H. (2006). Pragmatics of performance and the analysis of conversational humor. *Humor*, 19(3), 271-304.
- Kotthoff, H. (2007). Oral genres of humor: On the dialectic of genre knowledge and creative authoring. *Pragmatics*, 17(2), 263-296.
- Jeder, D. (2015). *Implications of using humor in the classroom*. Procedia of the 6th International Conference Edu World 2014 "Education Facing Contemporary World Issues", 7th - 9th November 2014. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815015645>
- Lampert, M. D., & Ervin-Tripp, S. M. (2006). Risky laughter: Teasing and self-directed joking among male and female friends. *Journal of Pragmatics*, 38, 51-72.
- Leech, G. (1983). *Principles of pragmatics*. London: Longman.
- Long, D., & Graesser, A. (1988). Wit and humor in discourse processing. *Discourse Processes*, 11, 35-60.
- Masaeli, B., & Heidari-Shahreza, M. A. (2016). A linguistic analysis of Persian online jokes in light of general theory of verbal humor. *Journal of Applied Linguistics and Language Research*, 3(7), 230-239.
- Martin, R., (2007). *The psychology of humor: An integrative approach*. Elsevier Inc.
- Morreall, J. (1983) *Taking laughter seriously*. State University of New York
- Morreall, J. (2016) Philosophy of humor. In: Z. Edward N. (Ed.), *The Stanford encyclopedia of philosophy* (Winter2016Edition). <https://plato.stanford.edu/archives/win2016/entries/humor/>
- Mullan, K., & Béal, C. (2018). Conversational humor: Forms, functions and practices across cultures. *Intercultural Pragmatics*, 15(4), 451-456.
- Nilsen, A. P., & Nilsen, D. L.F. (2019). *The language of humor: An introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Norricks, N. R. (1993). *Conversational joking: Humor in everyday talk*. Bloomington: Indiana.
- Norricks, N. R. (2003). Issues in conversational joking. *Journal of Pragmatics*, 35, 1333-1359.
- Norricks, N.R., & Chiaro, D. (Eds.) (2009). *Humor in interaction*. John Benjamins, Amsterdam.
- Sinkeviciute, V., & Dynel, M. (2017). Approaching conversational humour culturally: A survey of the emerging area of investigation. *Language & Communication*, 55, 1-9.
- Sinkeviciute, V. (2019). *Conversational humor and (im)politeness: A pragmatic analysis of social interaction*. John Benjamin.

- Terrion, L. J., & Blake E. A. (2002). From 'I' to 'we': the role of putdown humor and identity in the development of a temporary group. *Human Relations*, 55, 55-88.
- Zajdman, A. (1995). Humorous face-threatening acts: Humor as strategy. *Journal of Pragmatics*, 23, 325-39.
- Zare, J. (2016). Self-mockery: A study of Persian multi-party interactions. *Text & Talk*, 36(6), 789-812.

	<p>COPYRIGHTS © 2022 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0)</p>
---	--