

آیا میزان حس شوخ طبعی میتواند بر میزان احساس خودارزشمندی تاثیرگذار باشد؟

زهره کریمی

چکیده:

این مقاله، پژوهشی جهت پی بردن به این مسئله است که آیا میزان شوخ طبع بودن افراد بر میزان حس خودارزشمندی آنها تاثیری دارد یا خیر؟

احساس خود ارزشمندی یعنی داشتن احساسی مثبت درباره خود و توانایی‌های شخصی. احساس خود ارزشمندی توانایی و تمایل فرد را در تعامل با دیگران افزایش می‌دهد و تجربه کردن چیزهای جدید را آسانتر می‌کند و در مقابل، فقدان یا میزان پایین این احساس از عوامل مهم شکست، در خود فرو رفتن و دوری از افراد و تجربه‌های جدید است.

حس شوخ طبعی عبارت است از حالتی که به ما این توانایی را می‌دهد که کمی سبک شویم، احساس شادی نماییم و تنش‌هایمان کم شود. این پژوهش بر روی ۶۶۰ زن و مرد ۲۵-۳۷ سال انجام گرفت.

در این پژوهش ۳۳۰ نفر، ۱۶۵ زن-۱۶۵ مرد، که شوخ طبعی یکی از خصایص بارز و برجسته در این افراد بود و در بیشتر لحظات زندگی از آن استفاده میکردند، مورد بررسی قرار گرفتند تا مشخص شود آیا میزان حس شوخ طبعی در این افراد بر احساس خود ارزشمندی آنها موثر می‌باشد یا خیر.

همچنین ۳۳۰ نفر، ۱۶۵ مرد-۱۶۵ زن، که ویژگی شوخ طبعی یکی از خصایص کم‌رنگ در این افراد بود، نیز به عنوان گروه مقایسه مورد بررسی قرار گرفتند.

در این پژوهش از روش‌های مصاحبه و برای سنجش احساس خود ارزشمندی افراد از پرسشنامه خود ارزشمندی (کروکر و همکاران، ۲۰۰۳) استفاده گردید.

روایی و پایایی این پرسشنامه با استفاده از روش تحلیل عاملی تاییدی و ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده است.

برای سنجش شوخ طبعی افراد از پرسشنامه شوخ طبعی (SHQ) که معادل انگلیسی آن Sense of Humor Questionnaire می‌باشد، استفاده گردید.

این پرسشنامه دارای پنج زیرمقیاس است که عبارتند از:

۱. لذت از شوخی
۲. خنده
۳. شوخی کلامی
۴. شوخ طبعی در روابط اجتماعی
۵. شوخ طبعی در شرایط استرس آور

در نهایت نتیجه تحقیق شواهد جالبی در اختیار ما قرار داد. افرادی که نمره شوخ طبعی در آنها بالا بود، میزان نمره ای که در تست احساس خودارزشمندی نیز کسب کردند، رقم بالاتری نسبت به افرادی با نمره پایین شوخ طبعی نشان داد. در واقع این پژوهش به ما نشان داد حس شوخ طبعی تاثیر شگفت انگیزی بر میزان احساس خودارزشمندی در افراد دارد.

واژگان کلیدی: حس شوخ طبعی، حس خودارزشمندی، تاثیرگذاری، ۶۶۰ نفر از مردان و زنان ۲۵-۳۷ سال، سنجش

مقدمه

احساس خود ارزشمندی

ارزش گذاری برای خود با توانایی برقراری ارتباط با خود شروع می شود. فردی که با خود ارتباط برقرار می کند صدای نیازها و خواسته های خود را می شنود. توجه به نیازها و خواسته های وجودی خود اولین قدم در راه درک مفهوم احساس خود ارزشمندی است. احساس خود ارزشمندی به عزت نفس هم تعبیر می شود. احساس ارزشمندی و اعتماد به نفس با هم همپوشانی دارند، اما متفاوت هستند. اعتماد به نفس، اعتقاد شما به خود و توانایی هایتان است. این می تواند بسته به شرایط تغییر کند. حس شوخ طبعی عبارت است از حالتی که به ما این توانایی را می دهد که کمی سبک شویم، احساس شادی نماییم و تنش هایمان کم شود. بنابراین می تواند به عنوان یک ابزار مراقبت از خود در نظر گرفته شود. شوخی علاوه بر اینکه سیستم ایمنی را تقویت می کند، انعطاف به وجود می آورد و انرژی روانی را هم زیاد می کند. این پژوهش از آنجا اهمیت دارد که بر روی خصایص مهمی همچون حس خودارزشمندی و قدرتی که حس شوخ طبعی به افراد میدهد، کار کرده است. چرا که افرادی که دارای خود ارزشمندی بالایی هستند، همواره این حس اعتماد به نفس را دارند که خوب و با کفایت اند و هر چالشی را که سر راهشان باشد مدیریت خواهند کرد. خود ارزشمندی پایین با دیدگاه منفی نسبت به خود و عدم اعتماد به توانایی های فرد مشخص می شود. در نتیجه، ترس دایمی از شکست، مشکل در پذیرش نظرات مثبت و تمرکز نامتناسب بر نقاط ضعف وجود دارد. تحقیقات نشان داده شوخ طبعی به اندازه ایمان، خوشبینی و شجاعت در سلامت روان موثر است. شوخ طبعی نقش مهمی در روابط بین فردی به عنوان شیوه ارتقا دهنده، تعامل مثبت، تسهیل خودافشایی، کاهش تنش و تعارض و مانند آن دارد. همچنین شوخ طبعی می تواند در روابط درون فردی نیز موثر واقع شود. این پژوهش با استفاده از روش های معتبر گردآوری اطلاعات از جمله مصاحبه، پرسشنامه خودارزشمندی (کروکر و همکاران، ۲۰۰۳) و پرسشنامه شوخ طبعی (SHQ) انجام گرفته است. و به ما اطلاعات جالبی در مورد اثرات شگفت آور حس شوخ طبعی بر میزان حس خودارزشمندی در افراد میدهد تا بتوانیم با مجهز کردن افراد به توانایی حس شوخ طبعی، میزان حس خودارزشمندی را نیز در افراد تقویت کنیم.

پیشینه پژوهش:

در راستای تحقیق انجام شده تا به حال پژوهشی با این عنوان صورت نگرفته است. در رابطه با احساس خود ارزشمندی، پژوهش هایی از جمله ارتباط ذهن آگاهی و حس خود ارزشمندی، ارتباط بین میزان فعالیت بدنی و احساس خود ارزشمندی و... انجام گرفته است. همچنین در رابطه با حس شوخ طبعی، پژوهش هایی از جمله: قلمرو شوخ طبعی، سبک های شوخ طبعی و ... انجام گرفته است.

هدف اصلی این پژوهش:

- ۱- شناسایی اثرات احتمالی احساس شوخ طبعی بر احساس خودارزشمندی در مردان و زنان ۲۵-۳۷ سال
- ۲- در صورت اثبات تاثیر گذاری حس شوخ طبعی بر میزان احساس خود ارزشمندی در افراد، کمک به افراد دارای حس خودارزشمندی پایین برای ارتقای این احساس با تقویت توانایی حس شوخ طبعی در این اشخاص

تنه اصلی مقاله:

خود ارزشمندی چیست؟ بر اساس انجمن روانشناسی آمریکا (APA)، خود ارزشمندی شما به ارزیابی تان از خود به عنوان یک انسان توانا، ارزشمند و شایسته توجه و احترام اشاره دارد. این به معنای داشتن حسی درونی از شایستگی نسبت به تجربه ی عشق است.

ما اغلب مفاهیمی مانند «احترام»، «عشق» و «توجه» را در رابطه با دیگران، مانند دوستان، اعضای خانواده و همکاران معنا می‌کنیم. با این حال، اصطلاح «خود ارزشمندی» معیاری است برای سنجش میزان احترام، عشق و ارزش‌گذاری به خودمان.

افرادی که خود ارزشمندی مثبت دارند، از اعتماد به نفس و عزت‌نفس بیشتری برخوردارند. از سوی دیگر، قائل‌شدن ارزش پایین برای خود به معنای قضاوت سخت، داشتن نظر منفی و تمایل به تمرکز بر اشتباهات و کاستی‌های خود است.

خود ارزشمندی یک مفهوم ذهنی است که از متغیرهای زیادی تاثیر می‌پذیرد. برخی از عوامل اثرگذار عبارتند از:

- باورها و ارزش‌های اساسی
- افکار و احساسات
- هیجانات و بهزیستی روانی
- تجربیات و تعاملات با دیگران
- روابط گذشته و حال
- سلامت و آمادگی جسمانی
- شغل و حرفه
- فعالیت‌ها و سرگرمی‌ها
- وضعیت اجتماعی و اجتماعی
- موقعیت مالی
- ظاهر فیزیکی
- تجربیات دوران کودکی

باور منتقد درونی شما می‌تواند باعث شود:

- به چیزهای منفی در مورد خود فکر کنید
- باور کنید افکار منفی شما همیشه درست هستند
- قدرت‌ها و توانایی‌های خود را نادیده بگیرید
- روی اشتباهات و شکست‌های خود تمرکز کنید در حالی که نکات مثبت را نادیده می‌گیرید
- انتظار بدترین را داشته باشید
- از چالش‌ها یا موقعیت‌هایی که احساس می‌کنید ممکن است توسط دیگران مورد قضاوت قرار بگیرید، اجتناب کنید
- فکر کنید که لیاقت لذت بردن یا تفریح را ندارید

شوخ‌طبعی از مؤثرترین قالب‌های بیان هنری است که به علت شیرینی و جاذبه خاص خود با اکثر روان‌ها سازگار می‌افتد و به همین دلیل مخاطبان بیشتری را به خود اختصاص می‌دهد. همچنین با ابزار خنده - که آثار جدی را از آثار غیرجدی و شوخ‌طبعانه متمایز می‌کند، انبساط روحی در مخاطب پدید می‌آید و از این طریق با در دست گرفتن احساسات و عواطف وی، پیام خود را به طور غیرمستقیم بر باور وی می‌نشانند.

ناصر خسرو می‌گوید:

با گروهی که بخندند و بخنداند
چه کنم؟ چون نه بخندم نه بخندانم

از غم آنکه دی از بهر چه خندیدم
خود من امروز به دل خسته و گریانم
خنده از بی خردی خیزد چون خندم؟
چون خرد سخت گرفته ست گریبانم؟

فروید معتقد است؛ ما به شوخی و لطیفه نیازمندیم؛ زیرا هر چه بزرگتر می شویم، این آمادگی را پیدا می کنیم که افرادی غمگین و عبوس شویم. با گرفتاری در کارها و مشکلات، زندگی غالباً زیبایی خود را در نظرمان از دست می دهد. بنابراین نیازمند لطیفه های خنده دار هستیم که بتوانیم دوباره با آن بخش از وجودمان که می تواند بخندد و لبخند بزند و بی غل و غش باشد، رابطه برقرار کنیم و طنز و لطیفه وسیله ای برای دستیابی به شادی با وجود تمام اتفاقات اضطراب آور و شرایط نامساعد است.

در این پژوهش ۳۳۰ نفر شامل ۱۶۵ زن و ۱۶۵ مرد ۲۵-۳۷ سال، که طی مصاحبه، خود را افرادی شوخ طبع می دانستند، مورد بررسی قرار گرفتند. همچنین جهت ایجاد گروه مقایسه، ۳۳۰ نفر نیز شامل ۱۶۵ مرد و ۱۶۵ زن ۲۵-۲۷ سال، طی مصاحبه میزان شوخ طبعی خود را پایین می دانستند، نیز مورد بررسی قرار گرفتند. ابتدا این افراد با استفاده از پرسشنامه شوخ طبعی (SHQ) یا (Sense of Humor Questionnaire) مورد سنجش قرار گرفتند.

خشوعی و همکاران براساس متون معتبر و مقیاس های موجود، پرسشنامه مقدماتی با ۱۰۰ سوال تدوین کردند. سپس نمونه ای با دامنه سنی ۲۰ تا ۶۰ سال به روش تصادفی در دو مرحله برای شرکت در پژوهش انتخاب شدند. بدین ترتیب که در مرحله مقدماتی، یک نمونه ۴۰ نفری برای تحلیل عاملی انتخاب شد. در نهایت، ۲۵ سوال که با کل آزمون دارای همبستگی مثبت بودند و حتی المقدور بر روی یک عامل، بار عاملی مناسب داشتند، برای پرسشنامه نهایی انتخاب شدند. این پرسشنامه ۲۵ سوالی، پرسشنامه شوخ طبعی (SHQ) نام گذاری شد و معادل انگلیسی آن Sense of Humor Questionnaire می باشد.

هدف از انجام این تست و پرسشنامه، دریافت نمره این افراد در مقیاس های خنده، لذت از شوخی، شوخی کلامی، شوخ طبعی در شرایط استرس آور و شوخ طبعی در روابط اجتماعی بود.

نمرات و نتایج آزمون (SHQ) در مورد افرادی که طی مصاحبه خود را اشخاصی اغلب شوخ طبع معرفی کرده بودند، بدین صورت بود که در هر پنج مقیاس خنده، لذت از شوخی، شوخی کلامی، شوخ طبعی در شرایط استرس آور و شوخ طبعی در روابط اجتماعی نمرات بالایی کسب کردند. اما گروه مقایسه، افرادی که خود را دارای سطح پایینی از حس شوخ طبعی معرفی کردند، در پنج مقیاس بالا در آزمون نمرات پایینی کسب کردند.

سپس تمام این افراد با استفاده از روش پرسشنامه خودارزشمندی (کروکر و همکاران، ۲۰۰۳) مورد سنجش قرار گرفتند.

این پرسشنامه در سال ۲۰۰۳ توسط کروکر و همکارانش ساخته شده است.

پرسشنامه CSWS به سنجش میزان احساس خودارزشمندی در افراد در هفت مولفه زیر می پردازد:

۱. حمایت خانواده
۲. سبقت و رقابت جویی
۳. ظاهری و جسمانی
۴. عشق خدایی

۵. شایستگی علمی

۶. تقوی و پرهیزگاری

۷. موافقت از سوی دیگران

این پرسشنامه دارای ۲۹ سوال است و جواب هر سوال به صورت طیف لیکرت هفت درجه یا از شدیداً مخالفم تا شدیداً موافقم می باشد.

همچنین پرسشنامه وابستگی های ارزش خود کراکر دارای روایی و اعتبار و نمره گذاری نیز می باشد. نتایج بسیار جالب بود. نمرات خودارزشمندی، در افراد با نمره شوخ طبعی بالا، بالا به دست آمد. نمرات پرسشنامه خودارزشمندی، در افراد با نمره شوخ طبعی پایین، پایینتر از نمرات افراد گروه اول بدست آمد. سپس این گروه مورد مصاحبه قرار گرفتند، نتایج مصاحبه با نتایج پرسشنامه همسو بود.

در مرحله بعد، افراد گروه دوم با استفاده از برنامه های زیر تحت آموزش قرار گرفتند تا سطح توانایی شوخ طبع بودن در آنها افزایش پیدا کند.

برنامه های آموزشی از این قرار بود:

۱- مواردی که باعث خنده می شود:

تمامی موارد بامزه و خنده دار موجود در کتاب ها، فیلم ها، سریال ها، شعر ها، تکه کلام ها، شایعات، برنامه های طنز و غیره را، در ذهن یا روی برگ کاغذی یادداشت کنید.

۲- کارهای بامزه و خنده دار انجام دهید:

مجلات فکاهی بخوانید، جوک های خود را برای کودکان تعریف کنید و دنیای پیرامون خود را با فعالیت های خنده دار و شادی آور پر کنید.

۳- ذهن ها را منحرف کنید:

منحرف کردن ذهن، تکنیکی است که به آمادگی ذهن برای غافلگیر شدن کمک میکند. این همان جایی است که شما بین انتظار فرد و نتیجه حاصله، تفاوت ایجاد می کنید. درست همان کاری که افراد تردست و شعبده باز با منحرف کردن ذهن و توجه افراد انجام می دهند.

۴- زمان بندی مناسب:

زمانبندی مناسب بسیار اهمیت دارد؛ زیرا اگر شما بیش از اندازه به مغز فرصت بدهید تا روی موقعیت یا شوخی شما کار کند، لحظه خنده دار ماجرا نادیده گرفته خواهد شد.

۵- حاضر جوابی های طنز آلود:

در بسیاری از این تکه اندازی ها و کنایه ها، شنونده بعد از گذشت چند لحظه متوجه منظور اصلی می شود و لیخندی البته تاثیر گذار برلبانش نقش خواهد بست.

۶- بازی با کلمات:

بازی با کلمات کنایه آمیز به صورت عمدی انجام می شود تا با استفاده از شیطننت موجود در کلام افراد را بخنداند.

۷- تغییر هویت:

اگر به تازگی با شخصی دوست شده اید می توانید به تمام سوالات او در مورد خودتان پاسخ غلط بدهید و هر چه دوستی شما جلوتر می رود و حقیقت آشکار می شود، شیطننت شما کارساز می شود و با خود خنده را به جمع دوستانه شما می آورد.

۸- خیلی خودتان را جدی نگیرید:

هیچ کس کامل نیست و هرچه بیشتر به خودتان سخت بگیرید، شرایط و جو اطراف را برای خود و دیگران آزار دهنده تر می کنید. در این شرایط، اشتباهی هرچند کوچک نیز از جانب شما باعث تمسخر می شود. هرچند در هر دو حالت دیگران را به خنده وا می دارید اما در حالتی که با خودتان و دیگران احساس راحتی می کنید این خنده از سر صمیمیت و دوستی بیشتر شکل می گیرد و در حالت دوم شاید حتی از سر تنفر.

۹- بهره گیری از عنصر غافلگیری:

استفاده از عنصر غافلگیری، در بسیاری از فیلم ها قسمت های خنده دار فیلم در جدی ترین صحنه ها جا داده می شود که مخاطب انتظارش را ندارد.

از این افراد خواسته شد طی شش ماه، این آموزشها را عملی کنند. طی این شش ماه، دو بار آنها با استفاده از پرسشنامه خود ارزشمندی کروکر و همکاران (۲۰۰۳) مورد سنجش قرار گرفتند.

نتایج اولین بررسی حاکی از میزان کمی رشد در نمره آزمون نسب به نتایج قبل از برنامه های آموزشی بود. نتایج آزمون دوم حاکی از پیشرفت چشمگیر نمره افراد نسبت به نتایج اولیه قبل از برنامه آموزشی بود. همچنین این افراد مورد مصاحبه قرار گرفتند؛ نتایج مصاحبه با نتایج پرسشنامه همسو بود.

نتیجه گیری:

در این پژوهش ۳۳۰ نفر، ۱۶۵ زن و ۱۶۵ مرد، بین ۲۵-۳۷ سال که طی مصاحبه شوخ طبعی را یکی از صفات بارز و برجسته خود میدانستند، مورد بررسی قرار گرفتند. ابتدا با استفاده از پرسشنامه شوخ طبعی (SHQ) مورد سنجش قرار گرفتند، تا سطح میزان شوخ طبعی در این افراد مشخص گردد.

نتایج نشان داد، این افراد در هر پنج مقیاس خنده، لذت از شوخی، شوخی کلامی، شوخ طبعی در شرایط استرس آور و شوخ طبعی در روابط اجتماعی نمرات بالایی کسب کردند.

سپس میزان خودارزشمندی این افراد با استفاده از پرسشنامه خود ارزشمندی (کروکر و همکاران، ۲۰۰۳) مورد سنجش قرار گرفت.

نتایج جالب بود؛ چراکه نمرات این افراد در این پرسشنامه نیز بالا بود و حاکی از وجود احساس خودارزشمندی قوی در این اشخاص بود.

همچنین گروهی ۳۳۰ نفره شامل ۱۶۵ زن و ۱۶۵ مرد، که طب مصاحبه میزان شوخ طبعی را یکی از صفات کم رنگ و ضعیف در خود می دانستند، جهت گروه مقایسه مورد بررسی قرار گرفتند.

میزان شوخ طبع بودن در این افراد ابتدا با استفاده از پرسشنامه شوخ طبعی (SHQ)، مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج با نتایج مصاحبه همخوانی داشت و نمرات این افراد در پنج مقیاس خنده، لذت از شوخی، شوخی کلامی، شوخ طبعی در شرایط استرس آور و شوخ طبعی در روابط اجتماعی پایین و نسبتاً پایین به دست آمد.

سپس این افراد با استفاده از پرسشنامه خود ارزشمندی (کروکر و همکاران، ۲۰۰۳) مورد ارزیابی قرار گرفتند تا میزان خود ارزشمندی در این اشخاص مشخص گردد.

نتایج به دست آمده نشان داد میان نمرات این گروه با گروه اول تفاوت وجود دارد، نمرات افراد در گروه دوم یا گروه مقایسه در پرسشنامه خود ارزشمندی پایین تر از نمرات افراد در گروه اول بود.

در مرحله بعد این افراد با استفاده از یک سری تکنیک ها و مهارت ها که در تنه اصلی مقاله به طور کامل شرح داده شد، مورد آموزش قرار گرفتند تا توانایی و مهارت شوخ طبعی در این افراد رشد کند.

از آنها خواسته شد؛ طی شش ماه این مهارت ها و تکنیک ها را در زندگی روزمره عملی کنند.

در طول این شش ماه، افراد این گروه دو مرتبه با استفاده از پرسشنامه خود ارزشمندی کروکر و همکاران، مورد سنجش قرار گرفتند. نتایج بسیار جالب بود.

نتایج اولین سنجش بعد از سه ماه، میزان کمی از رشد را در نمره آزمون نسبت به نتایج آزمون قبل از شروع آموزش تکنیک ها و مهارت های شوخ طبعی نشان داد. نتایج آزمون نهایی، بعد از شش ماه پیشرفت و رشد چشمگیر نسبت به نتایج اولیه را نشان داد که بسیار جالب توجه بود!

نتایج این پژوهش مشخص کرد که میزان شوخ طبعی در افراد بر میزان احساس خودارزشمندی آنها به صورت شگفت انگیزی تاثیر گذار می باشد.

اهداف پژوهش:

- ۱_ گسترش دایره شناخت معیار های موثر بر احساس خود ارزشمندی
- ۲_ شناسایی و شناساندن ارزش و اهمیت توانایی شوخ طبعی در افراد
- ۳_ نشان دادن این موضوع که شوخ طبعی یک مهارت است و نه استعداد و می توان آن را کسب کرد
- ۴_ بررسی میزان تأثیر گذار بودن مهارت شوخ طبعی بر میزان احساس خودارزشمندی در افراد
- ۵_ کمک به افراد جهت رشد احساس خود ارزشمندی در آنها

تا به امروز هیچ پژوهشی مبنی بر تاثیر گذاری حس شوخ طبعی بر میزان احساس خودارزشمندی در افراد صورت نگرفته است. این پژوهش با استفاده از روش های معتبر گردآوری اطلاعات از جمله مصاحبه و استفاده از پرسشنامه های معتبر و تحلیل و تفسیر دقیق نتایج به ما اطلاعات مهم و قابل اعتماد و اعتباری میبخشد که آزمون پذیر می باشند.

امید است؛ در آینده پژوهش های بیشتری مبنی بر شناخت ابعاد گسترده تری از تاثیرات مهارت شوخ طبعی بر روان و شخصیت انسان انجام گیرد.

منابع:

انوشه، حسن؛ فرهنگ‌نامه ادبی فارسی، تهران، انتشارات سازمان چاپ و انتشارات، ۱۳۷۶، چاپ اول، ص ۲۶.
صبور اردوبادی، احمد؛ اصالت در هنر و علل انحراف احساس هنرمند، تهران، انتشارات بهمن برنا، ۱۳۸۸، چاپ پنجم، ص ۵۹.

انوشه، حسن؛ فرهنگ‌نامه ادبی فارسی، تهران، انتشارات سازمان چاپ و انتشارات، ۱۳۷۶، چاپ اول، ص مشارکت‌کنندگان ویکی‌پدیا «Humour» در دانشنامه ی ویکی‌پدیای انگلیسی، بازبینی‌شده در ۱۳ مارس ۲۰۱۱.
نهاده‌های فرهنگستان زبان فارسی :دفتر هشتم بایگانی‌شده در ۱۹ ژانویه ۲۰۱۲ توسط Wayback Machine
قاصد، قاصدک خبر، اهمیت عزت نفس در ارزیابی فرد از خویشتن است

حرمت نفس، پیوند مرده

دکتر حمزه گنجی، ارزشیابی شخصیت، ساوالان

ویکی‌واژه ، fa.wiktionary.org

ویکی پارسی، www.parsi.wiki

<https://www.sid.ir/paper/240547/fa>

<https://civilica.com/doc/430401/>

<https://elmnet.ir/article/10489649-20159/>

Mackenzie, D. N. (2014-09-25). A Concise Pahlavi Dictionary . Routledge.

feeling - Dictionary definition and pronunciation - Yahoo!

"APA Dictionary of Psychology". dictionary.apa.org . Retrieved 2022-03-24.

VandenBos, Gary (2006) APA Dictionary of Psychology. Washington, DC: American Psychological Association

Solms, Mark (2021). The hidden spring: a journey to the source of consciousness. London. ISBN 978-1-78816-283-8. OCLC 1190847187.

"Emotionen und Gefühle - wo ist eigentlich der Unterschied?"

Raymond Smullyan, "The Planet Without Laughter", This Book Needs No Title: A Budget of Living Paradoxes (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1980). Copyright (c) 1980 by Raymond M. Smullyan

Buijzen, M.; Valkenburg, P. M. (2004). "Developing a Typology of Humor in Audiovisual Media". Media Psychology. 6 (2): 147–167. doi:10.1207/s1532785xmep0602_2. S2CID 96438940.

Meyer, J. C. (2000). "Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication". Communication Theory. 10 (3): 310–331. doi:10.1111/j.1468-2885.2000.tb00194.x.

Berger, A. A. (1993). An Anatomy of Humor. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.

Veatch, T. C. (1998). "A theory of humor". Humor. 11 (2): 161–215. doi:10.1515/humr.1998.11.2.161. S2CID 143643347.

Vandaele, J. (2002). "Humor Mechanisms in Film Comedy: Incongruity and Superiority". Poetics Today. 23 (2): 221–249. doi:10.1215/03335372-23-2-221. S2CID 14068723.

Berlyne, D. E. (1972). "Humour and its kin", in J. H. Goldstein & P. E. McGhee (Eds.), The Psychology of Humour (pp. 43–60). New York: Academic.

- C. George Boeree. "Humor". Webspace.ship.edu. Retrieved 11 December 2012.
- Schaeffer, N. (1981). *The Art of Laughter*. New York: Columbia University Press.
- Clewis, Robert (2020). *Kant's Humorous Writings: An Illustrated Guide*. London: Bloomsbury. ISBN 978-1-350-11279-7.
- M.P. Mulder, A. Nijholt (2002) "Humour Research: State of the Art" Wayback Machine
- Plato, *Philebus* 49b ff.
- Poetics, 1449a, p. 34-35.
- Goldstein, Jeffery (1976). "Theoretical notes on humor". *Journal of Communication* . 26 (3): 104–112. doi:10.1111/j.1460-2466.1976.tb01912.x.
- Clewis, Robert (2020). *Kant's Humorous Writings: An Illustrated Guide*. London: Bloomsbury. ISBN 978-1-350-11279-7.
- Peter Ludwig Berger *Redeeming Laughter: The Comic Dimension of Human Experience* (1997) p.22
- Clewis, Robert (2020). *Kant's Humorous Writings: An Illustrated Guide*. London: Bloomsbury. ISBN 978-1-350-11279-7.
- J.Beattie, *Essays* (William Creech, Edinburg, 1776).
- Laurie, Timothy; Hickey-Moody, Anna (2017), "Masculinity and Ridicule", *Gender: Laughter*, Farmington Hills, MI: Macmillan Reference: 216–217
- Henri Bergson, *Laughter: An Essay on the Meaning of the Comic* (1900) English translation 1914.
- Robert L. Latta (1999) *The Basic Humor Process: A Cognitive-Shift Theory and the Case against Incongruity*, Walter de Gruyter, (Humor Research no. 5)
- John Morreall (1983) *Taking Laughter Seriously*, Suny Press,
- Boyd, B. (2004). "Laughter and Literature: A Play Theory of Humor". *Philosophy and Literature*. 28 (1): 1–22. doi:10.1353/phl.2004.0002. S2CID 144552197.
- Koestler, Arthur (1964): "The Act of Creation".
- Victor Raskin (1985). *Semantic Mechanisms of Humor* (302 pp.). Dordrecht - Boston - Lancaster: D. Reidel.
- Raskin (1985), pg. 46.
- Raskin (1985), pg. 99.
- Raskin (1985), pg. 100.
- Krikmann, A. (2006). "Contemporary Linguistic Theories of Humour". *Folklore: Electronic Journal of Folklore*. 33: 27–58. doi:10.7592/FEJF2006.33.kriku.
- Raskin (1985), pp. 113 - 114.
- Raskin (1985), see Table of Contents.
- Katrina E. Triezenberg (2008). "Humor in Literature", pg. 537. In *Primer of Humor Research*, ed. Victor Raskin. Mouton de Gruyter: Berlin, New York.
- Attardo, S.; Raskin, V. (1991). "Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model". *Humor*. 4 (3–4): 293–347. doi:10.1515/humr.1991.4.3-4.293. S2CID 144593170.
- Robert Lew (1996). "An ambiguity-based theory of the linguistic verbal joke in English. A Thesis submitted to the faculty of Adam Mickiewicz University in partial fulfilment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy April 1996". Poznan, Poland, unpublished thesis.
- The other 5 KRs had been previously identified in Attardo's five-level joke representation model. See Hofstadter, D.; Gabora, L.; Raskin, V.; Attardo, S. (1989). "Synopsis of the Workshop on Humor and Cognition". *Humor*. 2 (4): 417–440. doi:10.1515/humr.1989.2.4.407.
- Salvatore Attardo (1994). *Linguistic Theories of Humor*, pp. 223 - 226. Mouton de Gruyter: Berlin, New York.

Can the sense of humor affect the sense of self-worth?

Zohre karimi

Abstract:

This article is a research to find out whether people's sense of humor has an effect on their sense of self-worth or not.

Self-esteem means having a positive feeling about oneself and one's abilities. The feeling of self-worth increases a person's ability and willingness to interact with others and makes it easier to experience new things, and on the other hand, the lack or low level of this feeling is one of the important factors of failure, self-absorption and avoidance of new people and experiences.

A sense of humor is a state that gives us the ability to lighten up a bit, feel happy and reduce our tensions. This research was conducted on 660 men and women aged 25-37.

In this research, 330 people, 165 women and 165 men, whose sense of humor was one of the prominent characteristics of these people and who used it in most moments of their lives, were investigated to determine whether the sense of humor in these people affects their feelings. Their self-worth is effective or not.

Also, 330 people, 165 men and 165 women, whose sense of humor was one of the weaker characteristics of these people, were also examined as a comparison group.

In this research, interview methods were used and the self-esteem questionnaire of Crocker et al. (2003) was used to measure people's sense of self-worth.

The validity and reliability of this questionnaire was calculated using confirmatory factor analysis and Cronbach's alpha coefficient.

To measure people's sense of humor, the sense of humor questionnaire (SHQ), which is its English equivalent, was used.

This questionnaire has five subscales, which are:

Enjoy the joke

Laugh

verbal joke

Humor in social relations

Humor in stressful situations

Finally, the results of the research provided us with interesting evidence. People with a high sense of humor scored higher in the self-worth test than people with a low sense of humor. In fact, this research It showed us that a sense of humor has an amazing effect on people's sense of self-worth.

Key words: sense of humor, sense of self-worth, influence, 660 men and women, 25, 37 years old, measured.