



سال یازدهم/ بهار ۱۴۰۱

تحلیل محتوای جوک‌های بیماری کرونا در شبکه‌های اجتماعی واتس‌آپ و تلگرام

• هنگامه مشعوف^۱، فرشته کرمی رباطی^۲

DOR: 20.1001.1.38552322.1401.11.42.8.2

چکیده

جوک‌ها نمایانگر وضعیت اجتماعی جامعه هستند و کارکردهای مثبت و منفی در زمینه‌های گوناگون دارند. بنابراین ضرورت دارد تا ماهیت و محتوای آنها بررسی شود. مطالعه حاضر با بهره‌گیری از رویکرد جامعه‌شناختی به تحلیل محتوای جوک‌های بیماری کرونا در شبکه‌های اجتماعی واتس‌آپ و تلگرام پرداخت. داده‌های پژوهش شامل ۱۵۰ جوک است که از شبکه‌های اجتماعی واتس‌آپ و تلگرام گردآوری شد و با روش تحلیل محتوای کیفی کدگذاری و سپس مقوله‌بندی گردید. نتایج نشان داد که جوک‌ها دارای مضامین سیاسی/اقتصادی، خانوادگی، منفعلانه، احساسات فردی، اوقات فراغت، بهداشتی/درمانی، جنسیتی و مذهبی/اعتقادی بودند. بزرگ‌ترین مقوله از مفاهیم سیاسی/اقتصادی و کوچک‌ترین مقوله از مفاهیم مذهبی/اعتقادی برخوردار بود. همچنین با توجه به مضامین جوک‌ها مشخص شد که کارکرد و بازتاب منفی جوک‌های بیماری کرونا بیشتر از جنبه مثبتشان است و ممکن است بازتولیدشان باعث صدمه روحی به افرادی شود که با این بیماری درگیر بوده‌اند. جوک‌ها با بی‌اهمیت جلوه دادن بیماری؛ حساسیت مردم را به بیماری کم می‌کنند. بنابراین در بازتولید و انتشار این نوع جوک‌ها باید توجه بیشتری نشان داد.

واژه‌های کلیدی: تحلیل محتوا، جامعه‌شناسی طنز، جوک، بیماری کرونا.

^۱ کارشناسی ارشد، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهیدباهنر کرمان، کرمان، ایران؛ hengameh831@yahoo.com

^۲ کارشناسی ارشد، گروه علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران؛ fereshtehk19@gmail.com

مقدمه

تعریف گروهی از فلاسفه یونان باستان از انسان، در عبارت «جانور خندان» خلاصه می‌شد. آنها تنها وجه تمایز آدمی را از سایر جانوران، توانایی خندیدنش می‌دانستند. گروهی دیگر خنده را نشانه سبک‌سری، نادانی و شیطنت می‌پنداشتند و یا برعکس نماد توانایی و خرد و خوشبختی‌اش می‌دانستند. اما اگر کمی زاویه دید خود را وسیع کنیم و با نگاهی دقیق‌تر به پدیده خنده بنگریم، چیزهایی دیگر را در پشت این حالت خوشایند و روزمره خواهیم دید. خواهیم دید که بخش مهمی از رفتارهای اجتماعی آدمی، به شکلی با این پدیده درگیر است. در واقع، که عناصر زبانی خاصی، برای القای این رفتار تکامل یافته‌اند، و سلسله‌مراتب اجتماعی مشخصی بر مبنای آن شکل گرفته است (وکیلی، ۱۳۸۵: ۷-۵). فروید، شوخی و لطیفه‌گویی را نوعی تلاش حسابگرانه و درعین‌حال ناخودآگاه برای برون‌ریزی تنش‌ها معرفی می‌نماید که افراد از طریق بیان لطیف به شیوه‌ای نمادین، نسبت به ارضای تمایلات واپس زده و تنش‌زای خویش مبادرت می‌ورزند (کرامتی و مهram، ۱۳۹۰: ۱۰۷).

داروین (۱۸۷۲) جوک را «غلغلک ذهن» می‌خواند. توماس هابز از آن به‌عنوان احساس «افتخار ناگهانی» یاد کرد (Engelthaler & Hills, 2018: 1116). از دیدگاه او «افتخار ناگهانی» گرایشی است که با ایجاد حالاتی در چهره خنده‌ناامیده می‌شود که یا به‌واسطه عمل ناگهانی خود انسان برای خوش‌آمدش به وجود می‌آید یا در نتیجه دیدن چیزی بدشکل و بی‌قیافه در دیگران رخ می‌دهد که در مقایسه با آن‌ها خود را ناگهان تمجید می‌کند» (هابز به نقل از آقابابایی، ۱۳۹۳: ۴۰۸). کنش‌گران اجتماعی در موقعیت‌های گوناگونی مانند جمع خانوادگی، گروه دوستان، میهمانی‌ها، محیط کار، باشگاه ورزشی و... برای یکدیگر جوک تعریف می‌کنند. فرهنگ «بوستر» جوک را روایت کلامی معرفی می‌کند که باعث برانگیختگی خنده در افراد می‌شود. دیکشنری «لانگمن» نیز جوک را داستان یا بذله‌گویی‌ای می‌داند که مردم را می‌خنداند (آقابابایی، ۱۳۹۳: ۴۰۶).

جوک یکی از راه‌هایی است که انسان‌ها با آن لحظاتی شاد را برای خود رقم می‌زنند. جوک بخشی از طنز شفاهی جامعه ایرانی است که بخش عظیمی از جامعه در زندگی روزمره از آن استفاده می‌کند و به همین سبب، بیان فرازوفرودهای آن در تاریخ ایران بسیار دشوار است، اما می‌توان گفت که مولد اساسی جوک، ناامنی‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و نیازهای شوخ‌طبعانه در تاریخ ایران بوده است. نشانه‌های بذله‌گویی در تاریخ کشورمان بی‌شمار است.

نمونه بارز آن وجود دل‌فکان در گذشته است که با لطیفه خوانی، نقش مهمی در تولید انواع جوک داشتند. لطایف نظم و نثر هم در ادبیات ما بی‌شمارند (توکلی راد و غفاری، ۱۳۹۵: ۵۹۸). جامعه امروز به یمن پیشرفت صنعت ارتباطات، در حال تجربه نوع تازه‌ای از شبکه‌ای شدن است. امروزه شبکه‌های اجتماعی قوی‌ترین ابزارها برای طرح و رواج اندیشه‌ها و کارآمدترین وسایل برای نفوذ فرهنگ‌ها به دل جوامع‌اند (ستاره سهیلی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲). با پیشرفت فناوری و ایجاد فضای مجازی، شاهد افزایش انواع شوخی و طنز در شبکه‌های مختلف اجتماعی هستیم که روابط متفاوتی از گروه‌های مختلف اجتماعی را در معرض نمایش قرار می‌دهد (رضی پور و همکاران، ۱۳۹۹: ۹۴).

در اواخر سال ۲۰۱۹ بیماری کووید ۱۹ یا کرونا ویروس در چین شناسایی شد. در ۱۱ مارس سال ۲۰۲۰، سازمان بهداشت جهانی (WHO) این بیماری را یک بیماری همه‌گیر اعلام کرد (Jimenez et al, 2020: 61). بر اساس گزارش سازمان بهداشت جهانی تا ۲۳ آوریل ۲۰۲۱، حدود ۱۴۴،۳۵۸،۹۵۶ مورد ابتلا به این بیماری با ۳۰۶۶۱۱۳ مرگ‌ومیر در سراسر جهان ثبت شده است. کشور ایران نیز از اواخر سال ۹۸ درگیر این بیماری شده است و تا به حال تعداد زیادی از ایرانیان به این بیماری دچار شده‌اند و یا جان خود را از دست داده‌اند. درحالی‌که بسیاری از مردم ایران و جهان در غم از دست دادن خانواده و دوستان به سوگ نشسته‌اند و دچار ترس و اضطراب ناشی از ناشناختگی این بیماری شده‌اند، شبکه‌های اجتماعی مجازی به ساخت و انتشار لطیفه یا جوک و متن‌های طنزآمیز از این بیماری هستند.

نکته حائز اهمیت این است که جوک خوانی و جوک گوئی تا جایی که حرمت‌ها را نشکنند و کرامت شخص یا گروه‌های جنسی، قومی یا زبانی را زیر پا نگذارد، امری مفید است، اما اگر چنین شاخصه‌هایی را نداشته باشد، پدیده‌ای زیان‌بار است که موجب اختلال و بحران در جامعه می‌شود (توکلی راد و غفاری، ۱۳۹۵: ۵۹۷). بنابراین، می‌توان گفت شبکه‌های مجازی خصوصاً واتس‌آپ^۱ و تلگرام^۲ به علت ماهیت جذب‌کننده و در دسترس بودن نقش مؤثری را در ایجاد و تثبیت باورها و کلیشه‌ها در قالب لطایف، جوک‌ها و هجوها دارند. اگرچه این گروه از جوک‌ها برای طولانی‌مدت باقی نمی‌مانند، اما با بیان مسائل اجتماعی، سیاسی، مذهبی و ... در قالب طنز، بدون شک تفکراتی را بنا می‌گذارد که در طولانی‌مدت اثراتی مثبت و یا منفی بر افکار جامعه برجای خواهند گذاشت. لذا با توجه به آنچه بیان شد هدف مطالعه حاضر تحلیل

1 What's app

2 Telegram

محتوای جوک‌ها منتشر شده در مورد بیماری همه‌گیر کرونا در شبکه‌های اجتماعی واتس‌آپ و تلگرام است.

مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

زبان فارسی نیز مانند هر زبان دیگری ساختارها و قواعد خاص خود را برای ساخت جوک به وجود آورده است و جامعه ایرانی نیز الگوهای ویژه خویش را برای خندیدن بدان ساماندهی کرده است. این زمینه نیز مانند بسیاری از حوزه‌های دیگر جامعه‌شناسانه، تابع حال به‌طور شایسته مورد واریسی قرار نگرفته و متون بسیار کمی در مورد آن در دست داریم که بیشتر از زمره تک‌نگاری و گردآوری است (وکیلی، ۱۳۸۵: ۲۰۹). جوک، آن متنی است که دست‌کم دو تفسیر معنایی متفاوت دارد، و همواره یکی از آنها دور از ذهن است، یا دیرتر از دیگری توسط شنونده دریافت شود. لحظه دریافت شدن این معنای دوم، با زمان شروع خنده تعیین می‌شود و فعل گرفتن جوک بدان وابسته است (وکیلی، ۱۳۸۵: ۱۱۷). جوک مانند اشکال دیگر فکاهیات از جمله طنز، هجو، شوخی، هزل و ... ممکن است مقاصد دیگری را نیز دنبال کند. این تنوع، از ویژگی‌های مختلف جوک‌ها ناشی می‌شود. جوک‌های رایج در جامعه ایرانی، در نگاهی اجمالی، به‌طور معمول دارای ویژگی‌هایی مانند مزاح، لودگی، کوچک‌سازی، مبالغه، تناقض، طعنه، رکیک بودن و عرف شکنی است که این ویژگی‌ها سبب شده است انواع مختلف جوک در جامعه پدیدار شود (توکلی راد و غفاری، ۱۳۹۵: ۶۰۰).

از دیدگاه زبان‌شناسی و ساختار شناسی عواملی همچون وجود پیش‌زمینه ذهنی و یا اطلاعات قبلی، ملموس و ممکن بودن جهان‌های به تصویر کشیده شده، نقض ارتباط‌های زبانی صادقانه (همچون نقض اصول کمیت، کیفیت، تناسب، لحن و شیوه ارائه‌شده) و به‌کارگیری عناصر کلامی (همچون ابهام واژگانی، بازی با کلمات، تلویح، تناقض، همان‌گویی، اغراق، تشبیه و استعاره) را از جمله شروط لازم برای جوک بودن یک گزاره بیان می‌کنند (پارسائیان، ۱۳۹۸، ۲۹۱).

از لحاظ روانشناسی، فروید دلیل خندیدن به جوک، به دو گزینه جنسی و تهاجمی ارتباط دارند. جوک و شوخی از این جهت که باعث افزایش درجه هیجان و اضطراب می‌شوند، به تابوهای اجتماعی و مفاهیم مرتبط با این دو گزینه ارجاع داده می‌شوند. نقطه اوج و پایان یک جوک که صورت‌بندی مسالمت‌آمیزی از مفاهیم تنش‌آفرین موجود در جوک را بازگو می‌کند، ناگهان هیجان را کاهش می‌دهد و به این ترتیب احساس راحتی و خوشحالی را در شنونده ایجاد می‌کند. به بیان دیگر، خنده عبارت است از نوعی رهایی و پالایش انرژی ناشی از سرکوفت گزینه جنسی یا

تهاجمی. این نظریه هنوز هم در تحلیل‌های روان‌شناختی از جوک رواج دارد و صاحبان فن آن را نظریه پالایش می‌نامند (وکیلی، ۱۳۸۵: ۵۷).

جامعه‌شناسان کنش متقابل نمادین معتقدند هنگامی که کسی می‌خندد، قواعد حاکم بر رفتارش برای لحظاتی نقض می‌شود. فرد ساخت منظم و هدایت‌شده تولید آواهای معنادار زبانی را کنار می‌گذارد و مجموعه‌ای از آواهای به‌ظاهر بی‌معنا و آشفته را بیان می‌کند. رشته حرکات منظم و کنترل‌شده‌ای که در حالت عادی بر بدن حاکم‌اند و آن را به مرتبه نمادی از امنیت و همگونی بین افراد یک جامعه می‌کشد، ناگهان از هم‌گسیخته می‌شوند و جای خود را به حرکاتی نامربوط و به‌ظاهر کودکانه می‌دهند و وقفه‌ای در کنش متقابل نمادین پدید می‌آید. خنده، نوعی رهایی موقت از انضباط حاکم بر بدن است و جوک گویی آن شکلی از کنش متقابل است که زمینه پیدایش این گریز کوتاه‌مدت را فراهم می‌کند. کسانی که در نقض قواعد حاکم بر بدنشان شریک جرم‌اند، قاعداً باید از حدی بیشتر به هم نزدیک باشند و از همین روست که جوک گویی کنشی دوستانه تلقی می‌شود (وکیلی، ۱۳۸۵: ۱۶۹). زیدرولد^۱ جوک را رخدادی می‌داند که کنش متقابل، موقعیت و عاملیت را در برمی‌گیرد و مانند رگی خالی است که با معنای ادراکی شنونده پر می‌شود. از این رو جوک گویی پدیده‌ای بیناذهنی است که قواعد کنش را نشان می‌دهد. همچنین پاول معتقد است که جوک‌ها مکانی برای فردیت مباحثه هستند که از کنش متقابل افراد نشئت می‌گیرند (آقابابایی، ۱۳۹۳: ۴۰۹). به‌طور کلی تضادگرایان، توجه خود را معطوف به مباحث قدرت، نابرابری و کشمکش و ستیز می‌کنند. آنها جامعه را مرکب از گروه‌های جداگانه‌ای می‌بینند که هر یک به دنبال منافع خاص خویش است. وجود این منافع جداگانه به این معناست که ظرفیت و امکان تضاد همیشه در میان است و نیز اینکه گروه‌های معینی بیش از بقیه نفع خواهند برد (گیدنز، ۱۳۸۹: ۲۷). بنابراین می‌توان گفت که رویکرد تضادی، تحلیل طنز را در خدمت توضیح کشمکش و ستیز اجتماعی قرار می‌دهد. این رویکرد بیشتر معطوف به تحلیل جوک‌های قومیتی، جنسیتی و سیاسی است (سفیری و شهرزاد: ۱۳۹۵، ۸۶).

کارکردگرایان معتقدند که جامعه نظام پیچیده‌ای است که بخش‌های گوناگون آن همراه باهم در جهت ایجاد ثبات و انسجام عمل می‌کنند. کارکردگرایی بر اهمیت اجماع و وفاق اخلاقی^۲ در نظم و ثبات جامعه تأکید می‌کنند. وفاق اخلاقی هنگامی به وجود می‌آید که اکثر مردم یک جامعه در ارزش‌های مشترک سهیم باشند. کارکردگرایان نظم و تعادل را حالت

1 Zijderveld

2 moral consensus

طبیعی جامعه می‌دانند (گیدنز، ۱۳۸۹: ۲۶). امیل دورکیم یکی از نظریه‌پردازان مهم کارکردگرایان است. دورکیم معتقد بود وقایع اجتماعی نامریی و نامحسوس‌اند و بنابراین نمی‌توان آن‌ها را مستقیماً مشاهده کرد. پس باید خواصشان را با تحلیل آثار و نتایج آنها یا باملاحظه تلاش‌هایی که برای ابراز و تجلی آنها صورت گرفته است (گیدنز، ۱۳۸۹: ۱۵).

کارکردگرایان طنز را غالباً در کاهش فشار ذاتی در برخی روابط مؤثر دانسته‌اند. مثلاً در مکان‌هایی که به دلیل تضاد ساختاری روابط افراد مستعد تنش می‌شود. در واقع طنز در برخی موقعیت‌ها کارکرد سوپاپ اطمینان را دارد که می‌تواند با تخلیه فشارهای اجتماعی مانع منفجر شدن یک سیستم شود و حتی نقش مدیریت بحران را به عهده گیرد. کارکرد دیگری که می‌توان برای طنز برشمرد کنترل اجتماعی است. گاهی اوقات خندیدن به امری، می‌تواند ریشه در ناهنجار بودن آن امر داشته باشد. تمسخر سرپیچی از نظم اجتماعی، خود در بردارنده گونه‌ای از اصلاح و کنترل اجتماعی است. همچنین طنز می‌تواند با برجسته کردن هویت گروهی و درونی به انسجام اجتماعی منجر شود. در واقع خندیدن و خندانیدن دعوتی است از طرف مقابل که فاصله اجتماعی را کم کند و این دعوت توسط عمل بیرونی خنده انجام می‌شود. از طرفی دیگر، این انسجام روی دیگری نیز دارد که آن طرد کسانی است که متوجه جوک‌ها نمی‌شوند یا بدتر، کسانی که جوک‌ها درباره آنها گفته می‌شوند (سفیری و شهرزاد: ۱۳۹۵، ۸۶). توکلی راد و غفاری (۱۳۹۵) از دیدگاه کارکردگرایی محتوای جوک‌ها را در سه گونه زیر قرار دادند:

الف) جوک‌های سفید: جوک سفید با بیان طنزآمیز به دنبال اصلاح و شرح خطرهای پیشروی فرد یا جامعه انسانی است؛ و حالتی مثبت‌گرا و سازنده دارد.

ب) جوک‌های خاکستری: این جوک‌ها به‌نوعی شبیه جوک‌های سفیدند؛ با این تفاوت که هیچ‌گونه نقش اصلاح‌گرایانه یا هشداردهنده‌ای ندارند. در واقع، این جوک‌ها به‌مثابه شوخی بدون آزارند و برای خندانیدن دیگران بیان می‌شوند. در این نوع جوک، هیچ‌گونه سازندگی و سوگیری مثبت که آثار آن در جامعه مشاهده شود، وجود ندارد و جز سرگرمی، آرامش و تفنن، چیز دیگری را در برنمی‌گیرد.

ج) جوک‌های سیاه: در جوک سیاه صرفاً هدف خندانیدن مخاطب نیست؛ بلکه آگاهانه یا ناآگاهانه، خنده به ابزاری برای ترور شخصیت، هویت‌ها و فرهنگ‌ها مبدل می‌شود. با بیان جوک سیاه، دو حالت خنده و خشم به‌صورت همزمان ایجاد می‌شود. مهاجم می‌خندد و لذت

می‌برد و تهاجم دیده رنج می‌برد و خشمگین می‌شود. این نوع جوک، با رفتارهایی مانند تحقیر، کودن نمایی، ویران کردن نمادها، ستایش اغراق‌آمیز و نامعقول، بزرگ کردن معایب، نقیضه‌گویی و ... روح، ماهیت، توانایی و هویت افراد را آزار می‌دهد (توکلی راد و غفاری، ۱۳۹۵: ۶۰۰).

جمع‌بندی نظریات

با بررسی مبانی نظری در مورد جوک‌ها، مشخص شد که سه گروه زبان‌شناسان، روانشناسان و جامعه‌شناسان به این موضوع توجه ویژه‌ای دارند. زبان‌شناسان جوک‌ها را از لحاظ ساخت زبانی و معنایی مورد بررسی قرار می‌دهند. روانشناسان، خندیدن و جوک گفتن را در ارتباط با رفتارهای زیست‌شناختی می‌دانند. جامعه‌شناسان به عوامل و شرایطی یا زمینه‌هایی که باعث به وجود آمدن جوک‌ها می‌شوند، توجه دارند. همان‌طور که وکیلی (۱۳۸۵) معتقد است که جامعه‌شناسان و مردم‌شناسان جوک را در زمینه اجتماعی‌اش مورد بررسی قرار می‌دهند. دیدگاه‌های جامعه‌شناسی بر کنش نمادین جوک گفتن، کارکردها، ابزارهای ارتباطی به کار گرفته شده در جریان آن و بستر جامعه‌شناختی پیرامون آن تأکید می‌کنند. با توجه به اینکه هدف پژوهش بررسی محتوای جوک‌های منتشرشده در فضای مجازی است، بنابراین نگارندگان پژوهش بر اساس دیدگاه جامعه‌شناسی کارکردگرایی به تحلیل محتوای جوک‌های بیماری کرونا پرداختند.

مطالعات پیشین

رضی پور و همکاران (۱۳۹۹) با بررسی جامعه‌شناختی جوک‌های جنسیتی در شبکه‌های اجتماعی تلگرام استدلال کردند که نابرابری قدرتی و جایگاهی در دنیای واقعی حتی به فضای مجازی و محتوای جوک‌ها کشیده شده است. به صورتی که مردان حتی در درون‌مایه جوک‌ها نیز دارای قدرت مضاعف نسبت به زنان هستند (رضی پور و همکاران، ۱۳۹۹). پارسائیان (۱۳۹۸) بعد از حادثه سیلاب فروردین‌ماه ۹۸ به تحلیل محتوای جوک‌های مجازی در خصوص این حادثه پرداخت. یافته‌های پژوهش حاکی از آن بود که پدیده سیلاب منتهی به ساخت جوک‌هایی با مضامین سیاسی-انتقادی، اعتقادی-مذهبی، جنسیتی و منفعلانه گردیده است و جوک‌های منتشر شده دارای بار ارزشی سیاسی-اجتماعی و ایدئولوژیکی هستند (پارسائیان، ۱۳۹۸). ستاره سهیلی و همکاران (۱۳۹۶) نیز در تحلیل محتوای جوک‌های جنسیتی در شبکه

موبایلی تلگرام، تولید و بازنشر جوک‌ها تحت تأثیر ایدئولوژی مردسالاری ناشی از باورها و کلیشه‌های رایج سنتی و فرهنگ‌عامه و کلیشه‌های رسانه‌ای می‌داند (ستاره سهیلی و همکاران، ۱۳۹۶). فرقانی و عبدی (۱۳۹۵) به مطالعه بازنمایی زن در جوک‌های جنسیتی با استفاده از روش تحلیل گفتمان انتقادی پرداختند. نتایج نشان داد که جوک‌های جنسیتی، بازنمایی منفی و فرودست از زنان و دختران در مقابل مردان و حتی پسران داشته‌اند. در این جوک‌ها بازنمایی دختران متفاوت از زنان صورت گرفته است. بازنمایی زنان تحت تأثیر باورهای کلیشه‌ای، سنتی، مردسالارانه و تا حدودی کلیشه‌های رسانه‌ای صورت گرفته است. اما بازنمایی دختران به صورت عمده تحت تأثیر کلیشه‌های رسانه‌ای بوده است. جوک‌های جنسیتی از درون گفتمان مردسالاری برآمده و در نهایت به تقویت این گفتمان منجر می‌شود (فرقانی و عبدی، ۱۳۹۵). توکلی راد و غفاری (۱۳۹۵) با استفاده از رهیافت کیفی به بررسی جوک سیاه پرداخت. نتایج این مطالعه نشان داد که جوک‌های سیاه پیامدهای متعددی دارند که در ابعاد مختلف روانی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی پدیدار می‌شوند؛ تا جایی که ممکن است انسجام جامعه را مختل کنند (توکلی راد و غفاری، ۱۳۹۵).

سفیری و شهرزاد (۱۳۹۵) با تحلیل سیستماتیک جوک‌های مبادله شده در برنامه «اتاق جوک» بیان کرد که جوک‌ها به واسطه نفوذ آسان‌تر در فرهنگ‌عامه توانسته‌اند در زمینه‌های مذهبی، به چالش کشیدن قدرت خرد و کلان، نقد رفتارها و خلیات اجتماعی، بیان اعتراضات اجتماعی و... اعلام موضع کنند. همچنین کژ کارکردهایی نظیر رواج خیانت، طردهای جنسیتی و قومیتی، تلقین شرایط آنومیک، تحسین عادات غلط اخلاقی و... در محتوای جوک‌ها شناسایی شد (سفیری و شهرزاد، ۱۳۹۵). آقابابایی (۱۳۹۳) با تحلیل تفسیری کنش جوک گویی، نتیجه گرفت که دو نوع کنش گر جوک گو، یعنی «جوک گوی حرفه‌ای» و «جوک گوی آماتور» وجود دارند که خصوصیات متفاوت و مشترکی دارند. کنش گران جوک گو سه نیت شاد کردن جمع، برقراری روابط اجتماعی و دستیابی به منزلت را از جوک گویی دنبال می‌کنند و به ترتیب سه دسته احساس، به نام‌های احساس نشاط، احساس صمیمیت و احساس شأن و منزلت را بدان نسبت می‌دهند (آقابابایی، ۱۳۹۳).

ثوال^۱ (۲۰۲۰) به تحلیل محتوای توئیت‌های منتشر شده در مورد بیماری کرونا در فضای توئیتر پرداختند. توئیت‌های منتشر در هفت دسته نگرش به زندگی، نگرش به محدودیت‌های

1 Thelwall

اجتماعی، سیاست (انتقاد از عملکرد دولت در مقابله با بیماری)، پیام‌های بهداشتی، حمایت از افراد مبتلا به بیماری کووید ۱۹، حمایت از کارگران و حقایق و اخبار در مورد بیماری کووید ۱۹ قرار گرفتند (Thelwall, 2020). مطالعه‌ای در انگلیس بر روی جوک‌های تجاوز جنسی حاکی از آن بود که این جوک‌ها در انگلیس باعث تقویت و عادی‌سازی خشونت جنسی مردان نسبت به زنان می‌شوند (Lockyer & Savigny, 2020). همچنین نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل طنز و شوخی‌های مربوط به تجاوز به عنف در امریکا نشان داد که غالب جوک‌های تجاوز جنسی، ایدئولوژی مردسالارانه و روابط آزاد را تقویت می‌کند (Perez & Greene, 2016). در طی چند ماه اخیر مقالات زیادی در مورد درمان، پیشگیری و مقابله با بیماری کرونا منتشر شده است. آنچه مسلم است، در ایران تابه‌حال به این موضوع توجه نشده است. بدون شک دلایل پیدایش، محتوا و کارکردها و کژ کارکردهای این جوک‌ها نیازمند بررسی از لحاظ جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی و بررسی فرهنگ‌عامه است. لذا این پژوهش به تحلیل محتوای جوک‌های بیماری کرونا پرداخت.

روش پژوهش

هدف پژوهش حاضر بررسی و تجزیه و تحلیل مفاهیم به کار رفته در جوک‌های مربوط به بیماری کرونا است و به دنبال پاسخ به این پرسش است که مفاهیم استخراج شده، دارای چه معنایی و محتوایی هستند. از این رو در این پژوهش، از روش توصیفی و تکنیک تحلیل محتوا جهت دستیابی به هدف تحقیق استفاده شده است. به عقیده برلسون تحلیل محتوا نوعی تکنیک پژوهش است که برای توصیف، عینی، منظم داده‌ها و با هدف نهایی تفسیر داده‌ها بکار می‌رود. تحلیل محتوا، به‌عنوان یک روش عبارت است از شناخت و برجسته ساختن محورهای یا خطوط اصلی یک متن یا متون مکتوب، یک یا مجموعه‌ای از سخنرانی‌ها، سلسله‌ای از تصاویر، نوارها، وصیت‌نامه‌ها، نامه‌های خصوصی و... (ساروخانی، ۱۳۹۲: ۲۸۱).

به‌منظور تحلیل محتوای جوک‌ها، ۱۵۰ جوک متنی در خصوص بروز بیماری کرونا در ایران که تولید و منتشر گردیده‌اند ثبت شد. برای جمع‌آوری این جوک‌ها از نرم‌افزارهای واتس‌آپ و تلگرام جوک‌ها استفاده شده است. جوک‌هایی که شباهت معنایی نزدیک به هم داشتند و جوک‌هایی که در آن ادب و نزاکت رعایت نشده بود از دایره تحلیل محتوا حذف گردیدند. در مرحله نخست متن تمام جوک‌های جمع‌آوری شده مربوط به بیماری کرونا چندین بار خوانده شد و هم‌زمان بر اساس ادراک و فهم خود از متن مورد مطالعه، تفسیرها و تحلیل‌های

اولیه‌ای از هر جوک نوشته شد. در مرحله بعد متن جوک‌ها با توجه به واحدهای تحلیل (کلمات، جملات، و مضامین و معانی آشکار یا پنهان) مورد بررسی قرار گرفتند. سپس با استخراج مفاهیم مورد نظر، مقوله‌هایی کلی بر اساس مفاهیم به دست آمده انتخاب شد، به صورتی که هر کدام از این مقولات کلی، دربرگیرنده مفاهیم مختص به خود است. لازم به ذکر است که فرآیند دسته‌بندی مفاهیم در مقولات فرعی با توافق کارشناسان علوم اجتماعی انجام گرفت و در نهایت هر کدام از مفاهیم در زیرمجموعه مقولات کلی جای داده شد.

یافته‌ها

هشت مقوله اصلی از میان داده‌ها استخراج شد که به ترتیب جوک‌های سیاسی/اقتصادی، خانوادگی، منفعلانه، فردی، بهداشتی/درمانی، اوقات فراغت، جنسیتی و مذهبی/اعتقادی هستند. هر یک از مقولات در ذیل خود ویژگی‌هایی دارند که به بحث در موردشان پرداخته خواهد شد. در جدول زیر، مقولات و زیرمقولات به تفکیک ارائه می‌شوند:

جدول ۱- مقوله‌های استخراج شده

مقولات اصلی	مقولات فرعی
سیاسی / اقتصادی	بی‌برنامگی و عدم برنامه‌ریزی صحیح برای مقابله با بیماری- انتقاد از رفتارهای مسئولین- بی‌اعتمادی به صداوسیما- عدم حمایت دولت از مردم- نارضایتی از اوضاع مملکت- انتقاد از بی‌کیفیت بودن تولید داخلی- اختلاس- احتکار
خانوادگی	کاهش روابط خانوادگی- زورگویی و بی‌منطقی بزرگ‌ترها به‌ویژه پدران- فراری دادن مهمان- نگران سلامتی افراد خانواده- رابطه مخدوش اعضای خانواده مانند رابطه عروس و مادرشوهر- افزایش جروبحث‌های همسران/ فرزندان و والدین
منفعلانه	صرفاً برای خندیدن
احساسات فردی	نامیدی- ترس و اضطراب- خستگی
اوقات فراغت	کتاب خواندن- انجام کارهای بهبوده- خوردن و خوابیدن- آشپزی کردن
بهداشتی / درمانی	رعایت بهداشت- عدم رعایت بهداشت- درمان‌های خودسرانه
جنسیتی	خطرناک بودن زنان- غرزدن- رهایی از دست زنان- ولخرج بودن- خیانت‌کار بودن دختران
مذهبی / اعتقادی	گله و شکایت از خدا- کاهش باورهای مذهبی- شخصیت‌های مذهبی

۱) جوک‌های سیاسی / اقتصادی

نتایج حاصل از تحلیل محتوای جوک‌ها در مورد بیماری کرونا نشان داد که جوک‌هایی با سوژه بی‌برنامگی و عدم برنامه‌ریزی صحیح برای مقابله با بیماری، انتقاد از رفتارهای مسئولین، بی‌اعتمادی به صداوسیما، عدم حمایت دولت از مردم، نارضایتی از اوضاع مملکت، انتقاد از بی‌کیفیت بودن تولید داخلی، اختلاس؛ یکی از بزرگ‌ترین مقوله‌های یافته شده را تشکیل داده‌اند. این جوک‌ها که محتوا و مضمون سیاسی دارند با پیوند بیماری کرونا به مسائل سیاسی و اقتصادی جامعه به انتقاد از شرایط موجود پرداخته‌اند. جوک‌هایی که به انتقاد از مسئولین و صاحب‌منصبان دولتی پرداخته و صفاتی مانند دورویی، ظاهرسازی و فریب‌کاری را به آن‌ها نسبت می‌دهند.

- "کاش نامزدهای انتخابات وقت بیشتری داشتند تا در مورد کرونا هم وعده بدهند: اشتغال‌زایی برای عرصه کرونا".

این جوک‌ها حامل این بار معنایی هستند که دولت و مسئولین در حوزه مقابله با بیماری کرونا خونسرد و بی‌توجه‌اند و در سایر حوزه‌ها به وظایف خود ضعیف عمل کرده‌اند. این جوک‌ها مستقیماً عملکرد سیاستمداران را نشانه رفته است. به نمونه‌های زیر توجه فرمایید:

- "قم ورود ممنوع شده اما خروج آزاده، این هم قرنطینه به شیوه بومی‌سازی شده".

- "ستاد بحران: سیل داره میاد، در خانه نمانید... وزارت بهداشت: کرونا آمده، در خانه بمانید".

- "آقای رئیس‌جمهور امروز گفت از کرونا هم عبور می‌کنیم.

اما نگفت افقی یا عمودی"

طی چند سال اخیر افشای حقوق‌های نجومی بعضی از مدیران و فسادمانی و اختلاس‌های کلان در بدنه دولت حواشی و جنجال‌های زیادی برپا کرده است که سبب بی‌اعتمادی و بدبینی مردم به آنها شده است. در جوک که به آن اشاره خواهد شد؛ کرونا به ارز دولتی تشبیه شده است تا همان‌طور که چپاول گران ارز دولتی را ناپدید کرده‌اند، کرونا را هم ناپدید می‌کردند.

- "ای کاش کرونا، ارز دولتی بود! خودبه‌خود تو ایران ناپدید می‌شد".

جوک‌هایی که به بی‌کیفیت بودن تولیدات داخلی اشاره دارند.

- "دلم برای وقتی که عامل مرگمون فقط پراید بود تنگ شده".

- "تصورم از مرگم این بود که یا زلزله میاد زیر آوار میمونم یا سیل میاد منو میبره و یا اینکه تو بهترین حالت با پراید میرم زیر یه تریلی هیچ وقت فکر نمی کردم با یه ویروس قراره بمیرم".

۲) جوک های خانوادگی

بعد از جوک های سیاسی، جوک ها با مضامین خانوادگی بزرگ ترین مقوله یافته شده را تشکیل داد. این جوک ها شامل محتواهایی مانند کاهش روابط خانوادگی، رابطه مخدوش اعضای خانواده، افزایش جروبحث های همسران / فرزندان و والدین و... هستند که روابط درون خانواده ایرانی را نشان می دهند. در نوروز ۹۹، ستاد مبارزه با کرونا برای جلوگیری از شیوع این بیماری طرح قرنطینه خانگی با شعار "در خانه می مانیم" را اجرا کرد. بنابراین بیشتر از هر زمان دیگری افراد خانواده در کنار یکدیگر بودند و تعاملات بیشتری نسبت به گذشته با یکدیگر داشتند. بخش اعظمی از این جوک ها به درگیری های همسران اختصاص دارد. این بار معنایی را به خواننده القا می کند که همسران با یکدیگر تفاهم ندارند و خانواده ها در یک وضعیت نابسامان قرار دارند.

- "فوری"

سال ۹۹ سال دوری و دوستی".

- "من پیش بینی کردم بعد از قرنطینه نون توی دفتر ثبت طلاقه".

- "وزارت بهداشت اعلام کرد: شمار تلفات دعوای زن و شوهری در ایران از تلفات کرونا پیشی گرفته است".

در سال های اخیر شاهد جوک هایی هستیم که باب شوخی با بزرگ ترهای خانواده به خصوص پدران را گشوده اند. در این گونه جوک ها پدران به عنوان افرادی مستبد، زورگو و بی منطق به تصویر کشیده می شوند. گفتگوی میان اعضای خانواده بر مبنای تهدید و ارعاب و حتی توهین آمیز است که روابط خانواده ایرانی را از هم گسیخته نشان می دهد.

- "بابام میگه دو تا پیشنهاد برات دارم!

یا تو خونه تکونی کمک می کنی

یا زنگ می زنی وزارت بهداشت یه مورد مشکوک به کرونا رو اطلاع میدم".

- "امروز از حموم اومدم بیرون با حوله و موهای خیس

بابام پرسید حموم بودی؟

گفتم نه المپیک بودم تو رشته واترپلو مسابقه داشتیم

زنگ زد ۱۱۵ گفت یه مورد مشکوک به کرونا تو خونمونه".

۳) جوک‌های منفعلانه

جوک‌های منفعلانه صرفاً جنبه خندانند مخاطب را داشته و بار ایدئولوژیک، آگاهی بخشی و یا سوگیری خاصی را در بر نمی‌گیرند. سفیری و شهرزاد (۱۳۹۵) جوک‌های منفعلانه را جوک‌های محافظه‌کارانه‌ای قلمداد می‌کند که در آنها تیزی طنز به سمت فرد یا گروهی نشانه نرفته است. همچنین معتقدند که جوک‌های منفعلانه درباره فضای اجتماعی و موقعیت زمانی فعال و دارای عکس‌العمل نیستند، منافی را نشانه نمی‌روند، در پی تغییر هنجار یا تثبیت حق یا اعتراض به وضعیت نیستند و البته از سوی دیگر از موضعی مسئولانه درباره وضعیت افراد گفته نمی‌شود. در آنها نوعی شادی آنی وجود دارد که از ژانر جوک‌های بحث‌انگیزتر فاصله زیادی دارد (سفیری و شهرزاد، ۱۳۹۵: ۹۵).

- "یه تست برای اینکه بفهمید ناقل هستید یا نه... روی زمین دراز بکشید
سعی کنید به سمت چپ یا راست قل بخورید
اگر قل نخوردید
شما ناقلید."
- "اگه کرونا منو کشت
نگین خفاش سبب مرگش شد
بگین بتمن خودش شخصاً اومد اینو کشت."

۴) جوک‌های فردی

این جوک‌ها احساسات افراد مانند احساس ترس، اضطراب، ناامیدی و یأس و خستگی از رعایت بهداشت در رابطه با بیماری را نشان می‌دهند.

- "کرونا نگرفتم ولی یک بیماری بدتر گرفتم به اسم
- نکنه کرونا گرفتم."
- "خبر خوب اینکه سال نودوهشت داره تموم میشه خبر بد اینکه سال نودونه تازه
می‌خواند با این روند بدبختی شروع بشه، چه شود؟؟"
- "معاون وزیر بهداشت گفته حداقل تا یکی دو سال آینده کرونا با ما هست تو پاییز هم
دوباره اوج میگیره، کاش شهاب‌سنگ زودتر بیاد، من دیگه حوصله این همه رعایت بهداشت
رو ندارم."

۵) جوک‌های بهداشتی-درمانی

این دسته از جوک‌ها رفتارهای بهداشتی افراد را بازتاب می‌کند. در واقع مضامین بعضی از جوک‌ها نشان می‌دهند که گروهی از افراد بیماری را جدی گرفته‌اند و به دستورالعمل‌های بهداشتی عمل می‌کنند به طوری که برای اینکه به بیماری دچار نشوند بهداشت را به صورت وسواس گونه‌ای رعایت می‌کنند.

- "مورد داشتیم تو شرکت تا دیروز با لیوانی که صبح شیر می‌خورد، ظهر دوغ می‌خورد و عصر قهوه و چایی و دوباره چرخه استفاده ش از فردا شروع می‌شد.
الآن لیوانو میشوره می‌ذاره تو کمدهش درو قفل می‌کنه میره، من از ویروس کرونا ممنوم که بهداشت رو به خیلیا یاد داد".

این جوک‌ها رعایت بهداشت را به افراد توصیه می‌کنند و به موضوع مسافرت‌های نوروزی اشاره دارد که در گسترش بیماری بی‌تأثیر نبودند.

- "بعد از تموم شدن کرونا، کوپن سفر میدن، تعطیلات جبرانی میدارن، اصلاً خودتون میان دستتو میگیرن میبرن پارک و سینما. پس هم‌وطن بتمرگ تو خونه ات".
- "سال ۹۸: مرگ. سال ۹۹: بتمرگ".

جوک‌های دیگری وجود دارد که به عدم رعایت بهداشت و لجبازی افراد برای رعایت نکردن بهداشت اشاره دارد.

- "امروز دو نفر که ماسک داشتن تو خیابون آشنا دراومدن؛
- ماسکاشونو دراوردن، روبوسی کردن، دوباره ماسک زدن".
- "ما تیغ یک بار مصرف رو انقد استفاده می‌کنیم تا زنگ بزنه بعد با نعلبکی دوباره تیزش می‌کنیم و یه مدت دیگه استفاده می‌کنیم. شما میگی ماسک فیلتر دار رو فقط ۸ ساعت میمونیم استفاده کنیم؟"
- "اصن دوس دارم ۴ تا دست دیگه هم قرض بگیرم چشمامو بمالونم".

در میان ایرانیان فرهنگ خوددرمانی رواج دارد. معمولاً ایرانیان به هنگام بیماری از مراجعه به پزشک خودداری کرده و سعی می‌کنند با داروهای سنتی و خانگی خود را درمان کنند. شاید بتوان گفت یکی از دلایل گسترش این فرهنگ در میان مردم وضعیت اقتصادی آنها و هزینه بالای درمان و همچنین شلوغ بودن مراکز درمانی و تلف شدن زمان اشاره کرد.

- "فوری"

واکسن کرونا پیدا شد

یک دانشمند ایرانی موفق به کشف واکسن بیماری کرونا شد.
گلاب و آبلیمو رو با عسل مخلوط کنید. بعد قیمه رو بریزید تو ماستا و بمالید به دست‌ها و بدنتون، چایی نبات هم فراموش نشه".

۶) جوک‌های اوقات فراغت

یکی از موضوعات جالب توجهی که از تحلیل محتوای جوک استخراج شد، چگونگی گذران اوقات فراغت افراد در دوران قرنطینه بود. آنچه قابل تأمل است این بود که بیشتر این مضامین شامل خوردن و خوابیدن و انجام کارهای بیهوده توسط افراد در دوران قرنطینه بود. در این میان مضامین کمی در مورد کتاب خواندن و انجام کارهای دیگر مانند آشپزی نیز وجود دارد. نتایج مطالعه‌ای در ایران نشان داد که میانگین تنبلی مردم در ایران ۷۸/۱۱ و این میانگین در میان کشورهای جهان ۴۶/۸۸ بود (جوادی یگانه و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲۲). ساعات مفید کار در ایران روزانه تا دو ساعت است؛ که میزان هفتگی آن به بیشتر از یازده ساعت نمی‌رسد. حال آنکه میزان کار هفتگی مفید در ژاپن ۴۰ تا ۶۰ ساعت و در کره جنوبی به ۵۴ تا ۷۲ ساعت می‌رسد (زارع شاه‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۷: ۹۳). عدم تمایل به درس خواندن در مدارس و دانشگاه‌ها، میزان کار اداری و بهره‌وری کارمندان، میزان بالای تماشای تلویزیون در ایران به جای کتاب‌خوانی، تمایل زیاد به استخدام در دستگاه دولتی و عدم تمایل برای کسب تخصص و مهارت و کارآفرینی، وجود تعطیلی فراوان سالانه و... همگی نشان از رواج تنبلی اجتماعی در ایران دارد (جوادی یگانه و فولادیان، ۱۳۹۱: ۱۰۹).

- "علاوه بر مصرف آب که در زمان کرونا چند برابر شد، مصرف آرد هم چندین برابر شد، از بس نونو کیک پختین خودکفاها"

- "معلم: موضوع انشا

تعطیلات عید را چگونه گذراندید؟

دانش‌آموز:

بسمه تعالی

رختخواب را جمع می‌کردیم، سفره را پهن می‌کردیم، سفره را جمع می‌کردیم، رختخواب را پهن می‌کردیم".

- "امروز داشتیم کتاب می‌خوندم

مامانم اومد گفت اون کتابو بنذار کنار سرتو بکن تو گوشه ببین معلمت چی میگه".

- "از بس تو خونه نشستیم بخاطر قرنطینه و از ترس کرونا

تازه فهمیدم ۱۰ سال پیش اونی که گج‌بری کرد برای خونمون یکی از گل‌های سقف ناقص زده کرونا بگیره اوس گچکار".

۷) جوک‌های جنسیتی

جوک‌هایی با محتوای جنسیتی هستند که بر مبنای برجسته کردن ویژگی‌های جنسیتی و برچسب‌زنی در مورد یک جنسیت، ساخته می‌شوند (فرقانی و عبدی، ۱۳۹۵: ۳۲). در این گونه از جوک‌ها، تفاوت‌های جنسیتی با اغراق و بزرگ‌نمایی دست‌مایه طنز قرار می‌گیرند. در پژوهش‌های بسیاری جوک‌های جنسیتی جزء مقولات اصلی هستند و یا به‌صورت جداگانه این جوک‌ها مورد بررسی قرار گرفته‌اند. اگرچه تعداد جوک‌های جنسیتی در ارتباط با بیماری کرونا زیاد نبود اما بازهم جوک‌هایی وجود داشتند که زنان و دختران و ویژگی‌های آنها را مورد تمسخر قرار می‌دادند.

در این جوک‌ها به‌صورت مستقیم به این موضوع اشاره دارد که مردان به‌عنوان اسیران به دنبال راهی برای فرار از دست زنان هستند تا بتوانند راحت زندگی کنند. در مضمون این جوک‌ها زنان موجودات خطرناکی معرفی می‌شوند که حتی خطرناک‌تر از بیماری همه‌گیر هستند و یا اشاره به این دارند که زنان به‌طور مداوم اعتراض می‌کنند یا به اصلاح «غر می‌زنند» و با این کار باعث مرگ مردان می‌شوند.

- "سلام دوستان به پایگاه سلامت برای غربالگری وارد شوید.

کد ملی خانم‌تون را وارد کنید.

تمامی گزینه‌ها رو مثبت بزنید.

از طرف اداره بهداشت ۱۴ روز خانم‌تون را می‌بیرن قرنطینه و می‌تونین در این مدت نفس

راحتی بکشین... ولی مواظب باشین خانوم‌تون پیشدستی نکنه...

چون من الان دارم از قرنطینه بهتون پیام میدم".

- "کرونا بگیر، زن نگیر".

این جوک هم نیز همان بار محتوایی جوک‌های قبلی را دارد و بیشتر به این موضوع اشاره دارد که زنان ولخرج هستند و هیچ‌کس توانایی کنترل و مهار آنها را ندارد و شیوع این بیماری باعث خانه‌نشینی‌شان شده است. در اینجا تصویری کلیشه‌ای از زن ایرانی نشان می‌دهد که صرفاً دغدغه خرید را دارد.

- "در دلد جفففف با کرونا

کرونا مردی واسه خودت بخدا!!!

فقط تو بودی که تونستی جلو این زنا رو بگیری نرن بازار این دم عیدی.

ببینم میتونی یه کاری کنی برن خونه پدرشون؟"

۸) جوک‌های مذهبی / اعتقادی

بررسی محتوایی جوک‌ها نشان داد که شیوع بیماری کرونا راهی را برای جوک سازی در خصوص اعتقادات و باورهای مذهبی باز کرد. محتوای این جوک‌ها بیشتر به این موضوع اشاره دارد که خداوند خواهان نابودی ایرانیان است. بنابراین جوک با مضامین اعتقادی و مذهبی اگرچه در کوتاه‌مدت باعث خنده می‌شوند اما گسترش‌شان سبب بدبینی نسبت مسائل دینی و اعتقادی و ایجاد احساس رهاشدگی در افراد می‌شود. از طرفی دسته‌ای دیگر از جوک‌ها همان بار محتوایی را دارند ولی در قالب شوخی با بزرگان دین هستند که باعث کاهش احترام این افراد و عادی جلوه دادن مقام و منزلتشان می‌شود.

- "اولاً خدا تک‌تک بلاهاشو می‌فرستاد. مثلاً یه بار سیل یه بار زلزله یه بار... ولی دید جواب نمیده ما سخت جون تر از این حرفاییم؛ الان ملخ‌ها حمله کردن جنوب، کرونا تو مرکز، زلزله هم تو شمال غرب".

- "اگه کرونا هم از پسمون برنیاد، دیگه خدا خودش میاد پایین، با کمر بند میوفته دنبالمون".

- "به نظرم دانشمندا یه تونل زمان درست کنن

- یکی رو بفرستن به حضرت نوح بگه من کرایه‌ی دو تا خفاشو حساب میکنم اینا رو سوار نکن، خیلی به صرفه تره".

نمونه‌ای دیگر که به کاهش اعتقادات مذهبی و دین‌گریزی در میان جامعه اشاره دارد.

- "دو جور کرونا داریم

یکی کرونایی که تو مسجد و هیئت‌هاست که خیلی خطرناکه و همه رو می‌کشه و نسل و شهر رو نابود می‌کنه.

یکی هم کرونایی که تو مهمونی و پارک و راه شمال و سفر تفریحیه که اصلاً خطرناک نیست، خیلی هم مهربونه! اصلاً بهش میگن کروناز".

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از مطالعه حاضر، تحلیل محتوای جوک‌های منتشر شده در مورد بیماری کرونا در شبکه‌های اجتماعی واتس‌آپ و تلگرام بود. محتواهای استخراج شده در هشت مقوله اصلی

شامل جوک‌های سیاسی/ اقتصادی، جوک‌های خانوادگی، جوک‌های منفعلانه، جوک‌های فردی، جوک‌های بهداشتی/ درمانی، جوک‌های اوقات فراغت، جوک‌های جنسیتی و جوک‌های مذهبی قرار داده شدند. اولین مقوله بزرگ که در پیوند با بیماری مطرح شد، مقوله سیاسی/ اقتصادی بود که محتوای جوک‌ها به انتقاد و استهزاء مدیران و مسئولان دولتی در مدیریت مقابله با بیماری، سوءاستفاده گروهی از افراد برای مطرح کردن خود (استفاده مسئولان از حادثه پیش‌آمده به‌عنوان ابزاری برای جمع‌کردن طرفدار در انتخابات) و بیان مسائل اقتصادی مانند اختلاس و احتکار اشاره داشتند. جوک‌های سیاسی از دو جنبه مثبت و منفی قابل‌بررسی‌اند. از لحاظ جنبه مثبت، این جوک‌ها دید انتقادی به عملکرد مسئولان و مقامات کشوری دارند و به کارهای نادرست و تصمیم‌گیری‌های ناقص آنها در قالب طنز اشاره می‌کنند و از طرفی نشان از آگاهی مردم از اوضاع کشور دارد. اما از لحاظ جنبه منفی، سبب گسترش بی‌اعتمادی و کینه نسبت به تمامی مسئولان حتی مسئولانی که خالصانه وظایف خود را انجام می‌دهند، کاهش انسجام و همبستگی ملی و افزایش بی‌تفاوتی اجتماعی در جامعه می‌شوند. پارسائیان (۱۳۸۹) در تحلیل محتوای جوک‌های در ارتباط با حادثه سیلاب فروردین‌ماه سال ۱۳۹۸ نیز به این نتیجه رسید که مضامین سیاسی و انتقادی بیشترین محتوای جوک‌ها را تشکیل داده‌اند.

دومین مقوله بزرگ که با بیماری پیوند داده شده جوک‌های خانوادگی بود. معمولاً درون‌مایه این جوک‌ها شامل تمسخر، بی‌احترامی، بدگویی، فحاشی اعضای خانواده نسبت به یکدیگر بود. این جوک‌ها بیان‌کننده تغییرات اساسی در روابط درون خانواده هستند. در گذشته، خانواده در ایران از نوع خانواده گسترده بود، یعنی خانواده‌ای که در درون آن چند نسل با یکدیگر زندگی می‌کردند و پدر در رأس قدرت بود. اما با گذشت زمان و تغییرات اجتماعی ناگزیر شکل خانواده‌ها از گسترده به هسته‌ای تغییر یافت. این خانواده‌ها متشکل از زن و شوهر و احتمالاً فرزند یا فرزندان هستند (ساروخانی، ۱۳۸۹) و الزاماً پدر در رأس قدرت خانواده قرار ندارد. در جوک‌های خانوادگی قدرت پدر به چالش کشیده می‌شود. پدران برای حفظ قدرت خود و وادار کردن اعضای خانواده به اطاعت از خود، موجوداتی ظالم و بی‌منطق نشان داده می‌شوند. همچنین ناسازگاری و عدم رضایت همسران از یکدیگر در این جوک‌ها دیده می‌شد.

در کنار جوک‌های خانوادگی، جوک‌های منفعلانه قرار دارند. این جوک‌ها صرفاً برای خندیدن مطرح می‌شوند. اگرچه کسی که این جوک‌ها را تولید می‌کند ناشناس است، اما در

شرایطی که بسیاری از هم‌وطنان عضوی از خانواده خود را ازدست‌داده‌اند و یا درگیر بیماری هستند، افراد جامعه‌اند که به بازتولید جوک‌ها دست می‌زنند. بنابراین اگرچه آنها سوگیری خاصی ندارند اما به گفته سفیری و شهرزاد (۱۳۹۵)، جوک‌های منفعلانه می‌توانند زنگ هشدار برای شیوع بی‌تفاوتی اجتماعی باشند. اواخر سال ۱۳۸۹ بود که بیماری کرونا در ایران شیوع پیدا کرد. ناشناختگی، همه‌گیر بودن و عدم درمان قطعی این بیماری سبب استرس و به دنبال آن اضطراب و ترس در اکثریت مردم شده است که مقوله احساسات فردی به‌خوبی بیانگر این موضوع است. جوک‌ها با مضامین بهداشتی نشان‌دهنده عکس‌العمل افراد در مقابله با این بیماری‌اند. این جوک‌ها دو گروه از افراد جامعه را نشان می‌دهند: گروه اول کسانی که بهداشت را رعایت می‌کنند و آن را به دیگران هم توصیه می‌کنند و دوم کسانی که بهداشت را رعایت نکرده و لجبازی و سرسختی از خود نشان می‌دهند.

یکی از نتایج قابل‌توجه این پژوهش مقوله مربوط به اوقات فراغت افراد در دوران قرنطینه بود. جوک‌ها بیشتر شامل مضامین تنبلی و بیکاری و انجام کارهای بیهوده بودند. در این مقوله از جوک‌ها کمتر به فعالیت‌های باارزشی مانند کتاب خواندن اشاره شده بود. اما دلیل این تنبلی در چیست؟ تنبلی چه از نوع فردی و چه از نوع اجتماعی ریشه در فرهنگ ایرانیان دارد. فرهنگی اشتباه که با عنوان بی‌خیالی در بین ایرانیان رواج یافته و در حال گسترش است. حتی بعضی از سفرنامه‌نویسان غربی نیز به این ویژگی ایرانیان اشاره کرده‌اند. به‌عنوان مثال کرویس در سفرنامه خود می‌نویسد: «این مردم بالطبع تنبل و شل هستند و در نتیجه هیچ حرص و رغبتی به اختراعات و اکتشافات تازه ندارند». یا پولاک آسوده‌طلبی را ویژگی عادی غالب ایرانیان ذکر کرده و چنین می‌نویسد: «ایرانی را اگر به حال خود بگذارید بیشتر به آسودن رغبت دارد» (فضائل، ۱۳۹۲: ۶۱۹). بنابراین تنبلی در ایرانیان از قدیم‌الایام وجود داشته و باید برای حل این آسیب راه‌حل‌های اساسی کشف کرد.

جوک‌های جنسیتی و جوک‌های مذهبی مقولات کوچکی را به خود اختصاص دادند. مطالعات بسیاری با موضوع جوک‌های جنسیتی صورت گرفته است. جوک‌های جنسیتی در مطالعه حاضر، همچون مطالعات قبلی (رضی پور و همکاران، ۱۳۹۹؛ پارسائیان، ۱۳۹۸؛ ستاره سهیلی و همکاران، ۱۳۹۶) تصویر کلیشه‌ای و منفی از زن ایرانی نشان دادند. این جوک‌ها بر مبنای کلیشه‌های جنسیتی موجود در جامعه شکل گرفته‌اند. هیلمن^۱ (۲۰۰۱) کلیشه‌های

1 Hillman

جنسیتی را باور به صفات ویژه مشترک بین زنان و مردان تعریف می‌کند که این باورها نسبت به تغییر بسیار مقاومند (گروسی، ۱۳۹۴: ۶۶). معمولاً در جامعه صفاتی مانند پرحرفی، ولخرجی، حسادت و... به زنان نسبت داده می‌شود که در مضامین جوک‌ها در پیوند با بیماری کرونا قابل مشاهده‌اند. آخرین مقوله‌ای جوک‌های مذهبی بودند. گله و شکایت از خداوند، تمسخر شخصیت‌های مذهبی و... از مضامین این مقوله بودند. اگرچه تعداد این جوک‌ها زیاد نبودند اما نشان از کاهش باورهای مذهبی و اعتقادی و کم‌رنگ شدن حرمت امور مذهبی در بین مردم است.

با توجه به تحلیل محتوای جوک‌های مطرح شده در ارتباط با بیماری می‌توان نتیجه گرفت که بخش بزرگی از این جوک‌ها، جزء جوک‌های سیاه محسوب می‌شوند. همان‌طور که پیش‌تر بیان شد، در جوک‌های سیاه صرفاً هدف خندانند مخاطب نیست؛ بلکه آگاهانه یا ناآگاهانه، خنده به ابزاری برای ترور شخصیت، هویت‌ها و فرهنگ‌ها مبدل می‌شود. این نوع جوک‌ها، طیف وسیعی از احساسات مانند شوک، انزجار، شرم، شادی را در افراد بیدار می‌کنند و با رفتارهایی مانند تحقیر، کودن نمایی، بزرگ کردن معایب و... روح و هویت افراد را آزار می‌دهند. گوبانوف و همکاران^۱ (۲۰۱۸) معتقدند که جوک سیاه در مورد مشکلات مهم اجتماعی، ابتدا باعث خنده می‌شود اما جامعه را به سمت بی‌تفاوتی سوق می‌دهد. شوخی با بیماری کرونا اگرچه از جهاتی سبب کاهش تنش روانی ایجاد شده حاصل از این بیماری در افراد می‌شود، اما شوخی‌های زیاد با آن، باعث آسیب روحی به افرادی می‌شود که با این بیماری درگیر بوده‌اند یا عضوی از خانواده خود را در اثر این ازدست‌داده‌اند. از طرفی دیگر، این جوک‌ها با بی‌اهمیت جلوه دادن بیماری؛ حساسیت مردم را به آن کم می‌کنند.

در نهایت پیشنهاد می‌شود که سازمان‌های متولی فرهنگ از طریق همکاری با یکدیگر و همکاری با رسانه‌ها و فضای مجازی این آگاهی را در سطح جامعه به وجود آورند که جوک‌های پیرامون حوادث تلخ اگرچه باعث خنده و شادی لحظه‌ای می‌شوند، اما ممکن است تأثیرات مخربی بر روحیه افراد داشته باشند. بنابراین با فرهنگ‌سازی به مردم جامعه آموزش داده شود تا در بازتولید و نشر جوک‌ها توجه بیشتری از خود نشان دهند.

منابع

- آقابابایی، احسان (۱۳۹۳)، «تحلیل تفسیری کنش جوک گویی»، **مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران**، دوره ۳، شماره ۳، صص ۴۲۱-۴۰۵.
- پارسائیان، سیده فهیمه (۱۳۹۸). «قبلاً مملکت رو هوا بود الآن افتاده رو آب...: تحلیل محتوایی جوک‌های مجازی حادثه سیلاب فروردین‌ماه ۱۳۹۸»، **مطالعات رسانه‌های نوین**، دوره ۵، شماره ۱۸، صص ۳۱۶-۲۸۵.
- توکلی راد، مهرداد، غفاری، غلامرضا (۱۳۹۵)، «جوک‌های سیاه، تعامل اجتماعی و پیامدهای غیرسازنده آن»، **مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران**، دوره ۵، شماره ۴، صص ۵۳۹-۶۱۵.
- جوادی یگانه، محمدرضا، فولادیان، مجید (۱۳۹۱). «تنبلی اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن»، **مجله جامعه‌شناسی ایران**، سال ۱۲، شماره ۴، صص ۱۰۹-۱۳۷.
- جوادی یگانه، محمدرضا، فاطمی امین، زینب، مجید فولادیان (۱۳۹۰). «بررسی تطبیقی شاخص تنبلی در ایران و کشورهای جهان و برخی راه‌حل‌ها»، **راهبرد فرهنگ**، شماره ۱۲ و ۱۳، صص ۱۱۲-۱۳۴.
- رضی پور، پرینا، ترکمان، فرح، رحمانی فیروزجاه، علی (۱۳۹۹). «بررسی جامعه‌شناختی جوک‌های جنسیتی ردوبدل شده در شبکه اجتماعی تلگرام (با تأکید بر جوک‌های تلگرامی سال ۹۷)» **مطالعات جامعه‌شناسی**، دوره ۱۳، شماره ۴۶، صص ۹۳-۱۱۰.
- زارع شاه‌آبادی، اکبر، مبارکی، محمد، بیرانوند، فاطمه (۱۳۹۷). «تحلیل عوامل مؤثر بر تنبلی اجتماعی (مطالعه مقایسه‌ای میان کارمندان دو شهر یزد و خرم‌آباد)»، **بررسی مسائل اجتماعی ایران**، دوره ۹، شماره دوم، صص ۹۱-۱۱۶.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۹). مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی خانواده. چاپ سیزدهم، تهران: سروش.
- ساروخانی، باقر (۱۳۹۲). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، چاپ هفدهم، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ستاره سهیلی، محبوبه، زمانی دارانی، فاطمه، قریه ملکی، خاطره (۱۳۹۶)، «تحلیل محتوای جوک‌های جنسیتی در شبکه موبایلی تلگرام»، اولین همایش بین‌المللی و سومین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی، تهران.
- سفیری، خدیجه، شهرزاد، زهرا (۱۳۹۵). «تحلیل تماتیک جوک‌های مبادله شده در برنامه اتاق جوک»، **فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات**، دوره ۱۷، شماره ۳۵، صص ۸۱-۱۰۸.

- فرقانی، محمدمهدی، عبدی، سیدعیسی (۱۳۹۵). «بازنمایی زن در جوک‌های جنسیتی؛ تحلیل گفتمان انتقادی جوک‌های جنسیتی در مورد زنان در شبکه‌های موبایلی»، **مطالعات فرهنگ و ارتباطات**، دوره ۱۷، شماره ۳۳، صص ۳۱-۵۲.
- فضائی، احمد (۱۳۹۲). «جایگاه جهانی ایران اسلامی از نظر تنبلی اجتماعی»، **راهبرد فرهنگ**، شماره ۲۱، صص ۵۸-۷۷.
- کرامتی، انسی، بهروز، مهram (۱۳۹۰). «واکاوی لطیفه‌های تبادل شده دانش آموزان دختر مقطع راهنمایی از حیث همسویی با اهداف پرورشی»، **مطالعات روانشناسی تربیتی (سیستان)**، دوره ۸، شماره ۱۳، صص ۱۰۳-۱۲۲.
- گروسی، سعیده (۱۳۹۴). جنسیت، جامعه و جامعه‌شناسی، چاپ اول، تهران: جامعه شناسان.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۹). جامعه‌شناسی، چاپ چهارم، ترجمه حسن چاووشیان، تهران: نی.
- وکیلی، شروین (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی جوک و خنده، تهران: اندیشه سرا.
- Engelthaler, T., & Hills, T. T. (2018). Humor norms for 4,997 English words. *Behavior research methods*, 50(3), 1116-1124.
- Ford, T. E., Platt, T., Richardson, K., & Tucker, R. (2016). The psychology of humor: Basic research and translation. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(1), 1.
- Gubanov, N. N., Gubanov, N. I., & Rokotyanskaya, L. (2018, November). Factors of Black Humor Popularity. In *International Conference on Contemporary Education, Social Sciences and Ecological Studies (CESSES 2018)*. Atlantis Press.
- Jimenez-Sotomayor, M. R., Gomez-Moreno, C., & Soto-Perez-de-Celis, E. (2020). Coronavirus, Ageism, and Twitter: An Evaluation of Tweets about Older Adults and COVID-19. *Journal of the American Geriatrics Society*.
- Lockyer, S., & Savigny, H. (2020). Rape jokes aren't funny: The mainstreaming of rape jokes in contemporary newspaper discourse. *Feminist Media Studies*, 20(3), 434-449.
- Pérez, R., & Greene, V. S. (2016). Debating rape jokes vs. rape culture: framing and counter-framing misogynistic comedy. *Social Semiotics*, 26(3), 265-282.
- Thelwall, M., & Thelwall, S. (2020). Retweeting for COVID-19: Consensus building, information sharing, dissent, and lockdown life. *arXiv preprint arXiv:2004.02793*.
- Aqababae, E. (2014). Interpretive Analysis of Action of Telling Joke. *Quarterly of Social Studies and Research in Iran*, 3(3), 405-421.
- Engelthaler, T., & Hills, T. T. (2018). Humor norms for 4,997 English words. *Behavior research methods*, 50(3), 1116-1124.
- Ford, T. E., Platt, T., Richardson, K., & Tucker, R. (2016). The psychology of humor: Basic research and translation. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(1), 1.
- Forghani, M. M., & Abdi, S. E. (2016). The Representation of Women in Gender Jokes Critical Discourse Analysis of Gender Jokes about Women. *Journal of Culture-Communication Studies*, 17(33), 31-52.

- Fazaeli, A. (2013). Iran's Social Laziness Rank in the World; A Study of Reports and Researches on Social Laziness in Iran. *Culture Strategy Quarterly*, 6(21), 57-77.
- Grossi, S. (2014). Gender, society and sociology, first edition, Tehran: Sociologists.
- Giddens, A. (1389). Sociology, 4th edition, translated by Hasan Chavoshian, Tehran: Ni.
- Gubanov, N. N., Gubanov, N. I., & Rokotyanskaya, L. (2018, November). Factors of Black Humor Popularity. In *International Conference on Contemporary Education, Social Sciences and Ecological Studies (CESSES 2018)*. Atlantis Press.
- Jimenez-Sotomayor, M. R., Gomez-Moreno, C., & Soto-Perez-de-Celis, E. (2020). Coronavirus, Ageism, and Twitter: An Evaluation of Tweets about Older Adults and COVID-19. *Journal of the American Geriatrics Society*.
- Javadi Yeganeh, M.R., & Fouladiyan, M. (2011). Social laziness and factors affecting it. *Iranian Journal of Sociology*, 12(4), 98-125.
- Javadi Yeganeh, M. R., Fatemi Amin, Z., & Fouladian, M. (2011). A Comparative Study of Index of Laziness in Iran and other Countries and some Solutions. *Culture Strategy Quarterly*, 4(Issue 12-13), 111-134.
- Karamati, A., & Mehram, B. (2013). Analysis of jokes shared by female middle school students in terms of alignment with educational goals. *Educational Psychology Studies (Sistan)*, 8(13), 103-122.
- Lockyer, S., & Savigny, H. (2020). Rape jokes aren't funny: The mainstreaming of rape jokes in contemporary newspaper discourse. *Feminist Media Studies*, 20(3), 434-449.
- Pérez, R., & Greene, V. S. (2016). Debating rape jokes vs. rape culture: framing and counter-framing misogynistic comedy. *Social Semiotics*, 26(3), 265-282.
- Parsaiyan, S. F. (2019). The Country Used to Be Hanging in the Air, It Is Now Floating on Water...: Thematic Analysis of Online Jokes Related to April 2019 Flash Flooding. *New Media Studies*, 5(18), 285-316.
- Razipur, P., Torkaman, F., & Rahmani, A. (2020). Sociological Study of Gendered Jokes Transformed in the Telegram Social Network (with emphasis on telegrams). *Sociological studies*, 13(46), 93-110.
- Sarukhani, B. (2010). An introduction to family sociology, 13th edition, Tehran: Soroush.
- Sarukhani, B. (2012). Research methods in social sciences, 17th edition, Tehran: Research Institute of Humanities and Cultural Studies.
- Setara Soheili, M., Zamani Darani, F., Quriye Maleki, K. (2016). Content analysis of gender jokes in the Telegram mobile network., the first international conference and the third national conference on management and humanities research, Tehran.
- Safiri, K., & Shahrzad, Z. (2016). Thematic analysis of the jokes shared in the Application Otaghe Joke. *Journal of Culture-Communication Studies*, 17(35), 81-108.
- Thelwall, M., & Thelwall, S. (2020). Retweeting for COVID-19: Consensus building, information sharing, dissent, and lockdown life. *arXiv preprint arXiv:2004.02793*.
- Tavakolirad, M., & Ghaffary, G. (2017). Black Jokes, Social Interactions and Its Destructive Consequences. *Quarterly of Social Studies and Research in Iran*, 5(4), 593-615.

- Vakili, S. (2015). *Sociology of jokes and laughter*, Tehran: Andisheh Sera.
- Zare Shah Abadi, A., Mobaraki, M., & Byranvand, F. (2018). Analysis of The Factors Affecting Social Laziness (Comparative study among employees of two cities of Yazd and Khorramabad). *Journal of Social Problems of Iran*, 9(2), 91-116.