

تحلیل جامعه‌شناختی جوک‌های مرتبط با ویروس کرونا (با تأکید بر جوک‌های مبادله‌شده در شبکه اجتماعی تلگرام)

پرنیا رضی پور^۱

(تاریخ دریافت ۹۹/۰۵/۰۱، تاریخ پذیرش ۹۹/۰۹/۲۶)

چکیده

پژوهش پیش‌رو با هدف تحلیل جامعه‌شناختی جوک‌های مرتبط با ویروس کرونا در شبکه اجتماعی تلگرام انجام شده است. توجه به مسائل اجتماعی مطرح‌شده در محتوای جوک‌های مرتبط با ویروس کرونا، راهی مناسب برای شناخت افکار و عقاید و واکنش افراد جامعه در مورد این ویروس منحوس است. این پژوهش با بهره‌گیری از رویکرد ترکیبی و مروری بر پژوهش‌های پیشین و انتخاب مقولات مناسب انجام شده است. پژوهش حاضر به دلیل بررسی در محتوای جوک‌ها از روش تحلیل محتوای کیفی بهره گرفته و جامعه آماری آن جوک‌های ردوبدل شده در شبکه اجتماعی تلگرام است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که جوک‌ها به عنوان متون اجتماعی پرتعداد دارای قابلیت هستند که می‌توانند در شرایط بحرانی نظیر شیوع ویروس کرونا بسیاری از مسائل فردی و اجتماعی همچون روابط خانوادگی و بهداشتی تا مسائل کلانی همچون اقتصاد و سیاست را انعکاس و مورد توجه قرار دهند.

واژه‌های کلیدی: تحلیل جامعه‌شناختی، جوک، شبکه اجتماعی تلگرام، ویروس کرونا.

^۱ دکترای جامعه‌شناسی، دانش‌آموخته دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز. parniya641@gmail.com

مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره چهاردهم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۹، ۱۱۱-۱۳۴

مقدمه و بیان مسئله

ویروس کرونا یکی از حوادث بسیار مهمی است که از اواخر سال ۲۰۱۹ و تا سال ۲۰۲۱ میلادی اکثر کشورهای جهان را درگیر خود کرده است. این بیماری برای اولین بار در کشور چین و در شهر ووهان^۱ شناسایی شد. متأسفانه شیوع این بیماری مسائل فردی و اجتماعی مختلفی نظیر تهدید سلامتی افراد، احساس ترس و انزوا، رکود اقتصادی و مشکلات اجتماعی متعددی را برای کل جهان در پی داشته است. در واقع به نظر می‌رسد ظاهر شدن این بیماری در سطح جهانی از تبعات جهانی شدن^۲ و مخاطرات آن است چراکه در عصر حاضر روابط میان کشورها آن‌چنان به هم وابسته شده که دیگر نمی‌توان تمایزی برای کشورها در نظر گرفت. شیوع و عدم کنترل ویروس کرونا در کشور چین و همه‌گیری آن در سراسر جهان به عنوان بحرانی جهانی موجب احساس ترس و تنهایی و تشویش اذهان عمومی در کشورهای مختلف شده است. گسترش این بیماری در ایران نیز مخاطرات جدیدی را پدید آورده است. مسائل مهمی همچون عدم توجه و عدم رعایت مسائل بهداشتی، بی‌تفاوتی فردی و اجتماعی، و عدم مدیریت بحران، منجر به همه‌گیری آن در سطح وسیعی از جامعه شده است.

یکی از نکات حائز اهمیت دیگر این است که با شیوع ویروس کرونا جوک‌های بی‌شماری با محتوای این بیماری در شبکه‌های مختلف اجتماعی از جمله شبکه اجتماعی تلگرام در حال انتشار و مبادله است که ضرورت بررسی جامعه‌شناختی آن را نشان می‌دهد. یکی از ویژگی‌های مهم جوک‌ها به‌روز بودن آن با توجه به اوضاع و وقایع اجتماعی است به طوری که می‌توان در محتوای آن بسیاری از کنش‌ها و واکنش‌های اجتماعی را نسبت به مسائل روزمره از جمله ویروس کرونا مشاهده کرد. در نظر محققان آمیخته شدن مسائل اجتماعی در محتوای جوک‌ها از بار هیجانی این مسائل می‌کاهد و منجر به کاهش فشار روانی در افراد می‌شود. در نظر فروید^۳ فروید شوخی و لطیفه‌ها بخشی از سیستم دفاعی ناخودآگاه ذهن محسوب می‌شوند که اهمیت فراوانی در رهاسازی انرژی روانی بر عهده دارند (فروید، ۱۹۰۵).

با توجه به آنچه گفته شد، این پژوهش با بررسی جوک‌های مرتبط با ویروس کرونا در پی آن است به سؤالات زیر پاسخ دهد: هدف از بیان این نوع جوک‌ها چیست؟ در محتوای این جوک‌ها به چه مسائل اجتماعی اشاره شده است؟

^۱. Wuhan

^۲. globalization

^۳. Sigmund Freud

مبانی نظری و چارچوب مفهومی

نظریهٔ رهایی^۱ اسپنسر^۲ عقیده دارد: خنده نوعی آزاد شدن انرژی عصبی ذخیره‌شده و کاذب در افراد است. در باور او، خنده مناسب‌ترین روش برای تخلیهٔ این انرژی است که مورد پذیرش اجتماع است (موریل^۳، ۱۹۸۷).

فروید در کتاب *لطیفه‌ها و ارتباطش با ناخودآگاه*^۴ عقیده دارد: انرژی که به واسطهٔ خنده آزاد می‌گردد لذت‌بخش است. چراکه در باور او این انرژی کاذب و ناشی از احساسات سرکوب شدهٔ افراد در طول زمان است. او لطیفه را نوعی واکنش دفاعی بخش ناخودآگاه ذهن می‌داند که اهمیت آن در رها شدن انرژی روانی سرکوب‌شدهٔ ذهن است. به عقیدهٔ او، خودانگیزه‌ها و ناکامی‌ها یا آنچه به صورت محرّمات سرکوب شده است به صورت آشکال شوخی نظیر جوک دوباره آزاد می‌شود. فروید در ادامه بیان می‌کند: «جوک راهی برای کاهش فشار ناشی از سرکوب احساسات است و هر جامعه‌ای که احساسات سرکوب‌شدهٔ بیشتری داشته باشد، بیشتر طرفدار جوک و طنز هستند» (فروید، ۱۹۰۵). بنابراین از نظر وی مهم‌ترین کارکرد طنز، رسیدن به آرامش روانی است. در واقع در نظر او طنزپرداز با تولید اثر طنزآمیز، و مخاطبان طنز با واکنش در برابر شرایط اجتماعی، به عقده‌ها و محرومیت‌ها واکنش نشان می‌دهند. به طور کلی این نظریه بر این باور است که طنز راهی برای تخلیهٔ مشکلات آزاردهندهٔ روحی است.

نظریهٔ ساختار (قاب)^۵: بر اساس این نظریه در زمان شوخی، فرد از قاب و ساختار خود تخطی می‌کند و گفتمان رسمی جامعه را به تعلیق درمی‌آورد، به گونه‌ای که نقش و مرتبهٔ اجتماعی افراد نادیده گرفته می‌شود و مسئولیت در برابر عقاید و نگرش رسمی از بین می‌رود. در واقع فرد شوخی‌کننده، خارج از گفتمان رسمی جامعه، بدون ترس می‌تواند انتقاد کند. داگلاس شوخی را آدابی می‌داند که فرد شوخی‌کننده اجازه دارد حس و مرتبهٔ افراد را به چالش بکشد. در عقیدهٔ او ارتباط انکارناشدنی بین فرهنگ‌های اجتماعی و انواع شوخی وجود دارد و از این نظر نگرش اجتماعی در تمام سطوح در فهم و درک انواع شوخی نقش دارد. از نظر داگلاس^۶ آنچه در بررسی طنز مهم است رابطهٔ ساختار اجتماعی و تجربهٔ ذهنی افراد است (رضی‌پور، رحمانی فیروزجاء و ترکمان، ۱۳۹۹: ۷۵).

^۱. relief theory

^۲. Herbert Spencer

^۳. John Morreall

^۴. Der Weit und Seine Beziehng Zum Unbewussten

^۵. ego

^۶. frame theory

^۷. Mary Douglas

نظریه ناهماهنگی^۱ را می‌توان یکی از تئوری‌های مؤثر در تحلیل انواع شوخی و طنز دانست. این تئوری در ابتدا توسط فرانسیس هاجیسن^۲ در کتاب *تأملاتی در مورد خنده*^۳ پایه‌گذاری شد. به عقیده او، تمایز هم‌زمان دو نگرش نسبت به یک پدیده باعث خنده خواهد شد. در نگرش کانت^۴ اموری که به آن می‌خندیم مانند داستان‌هایی است که کنجکاو ما را تحریک می‌کند: در حالی که به دنبال رسیدن به نتیجه منطقی در پایان داستان هستیم، نتیجه غیرقابل انتظار منجر به غافلگیر شدن فرد می‌گردد، و این موجب خنده می‌شود (ماریال، ۱۳۹۳: ۴۰). در این باره شوپنهاور^۵ نیز عقیده دارد که هر بیانی که در آن ناسازگاری باشد، خنده‌آمیز خواهد بود؛ این خنده می‌تواند از درک ناهماهنگی بین مفهوم ذهنی و مشاهده واقعی حاصل شود (راسکین و آتاردو^۶، ۱۹۹۱: ۲۳۶). در نظر پل مگی^۷ ناسازگاری معادل بی‌ربط بودن، مسخرگی، بی‌معنی بودن و عدم توازن است و در ادامه بیان می‌کند چیزهای غیرمنتظره و خارج از موضوع و اغراق‌شده، جزئی از تئوری ناهماهنگی به شمار می‌روند (موریل، ۱۳۹۲: ۴۵). به طور کلی در این دیدگاه شوخی از دیدن یا احساس تضاد و عدم توازن سرچشمه می‌گیرد.

نظریه مذاکره اجتماعی^۸ نشان می‌دهد که انواع شوخی نظیر جوک در رابطه کنش متقابل شکل می‌گیرد. در این دیدگاه شوخی نه تنها به عنوان متن ادبی بلکه به عنوان واقعیت اجتماعی پنداشته می‌شود که شامل موقعیت افراد و تعامل میان افراد است. این نظریه بر این نکته تأکید دارد که جوک به تنهایی ساخته نمی‌شود و حداقل نیاز به یک شریک به عنوان شنونده دارد و این امر مبین اجتماعی بودن آن است. زیچدرولد^۹ (۱۹۸۳) در مقاله‌ای به نام «جوک‌ها و ارتباطشان با واقعیت اجتماعی» به بررسی دقیقی در مورد شوخی می‌پردازد. از نظر او جوک‌ها انعکاسی از مسائل روزمره هستند. زیچدرولد بر این باور است که شوخی اصول و قواعد حاکم بر بسیاری از تعاملات اجتماعی را آشکار می‌کند. به عقیده پاول^{۱۰} از طریق شوخی نه تنها ناپهنجاری‌ها کنترل می‌شود بلکه بسیاری از ارزش‌های اجتماعی مورد بحث و تبادل نظر قرار می‌گیرد (زیچدرولد، ۱۹۸۳).

^۱ incongruity theory

^۲ Francis Hutcheson

^۳ Thoughts on Laughter

^۴ Immanuel Kant

^۵ Arthur Schopenhauer

^۶ Raskin & Attardo

^۷ Paul Edward McGhee

^۸ social negotiation theory

^۹ Anton C. Zijderveld

^{۱۰} Chris Powell

پژوهش حاضر با بررسی نظریه‌های رهایی، ساختار (قاب)، ناهماهنگی، و مذاکره اجتماعی به این باور می‌رسد که جوک‌ها از دلایل و علت‌های متفاوتی نشئت می‌گیرند. در واقع جوک‌ها ممکن است به عنوان ابزاری در جهت تخلیه انرژی روانی، انتقاد، درک ناهماهنگی میان دو یا چند پدیده، و شکل‌گیری کنش متقابل مناسب باشند.

کارکردهای جوک

کارکرد اجتماعی: از این منظر جوک‌ها به عنوان فرآورده‌ای از اجتماع محسوب می‌شوند. توسط اجتماع ساخته می‌شوند و بازگوکننده بسیاری از مسائل اجتماعی هستند. در این باره دیویس^۱ عقیده دارد که شوخ‌طبعی اجتماعی نه تنها برای تمسخر نیست، بلکه خود شامل بسیاری از مسائل اجتماعی و محیطی و قومیتی است (دیویس، ۱۹۹۰). به تعبیر کریکمان^۲ طنز اجتماعی حاوی بسیاری از احساسات درونی افراد همانند پرخاشگری و نفرت و خشم نسبت به مسائل اجتماعی است (کریکمان، ۲۰۰۹). در نظر برگسون^۳ این نوع خندیدن یک نوع ژست اجتماعی نسبت به ناپهنجاری‌های است که باید اصلاح شود. او عقیده دارد که جوک‌ها موجب تمایز بین رفتار اجتماعی درست و نادرست می‌شود (برگسون، ۱۹۱۱).

به طور کلی کارکرد اجتماعی جوک‌ها نوعی انتقاد غیرمستقیم به مسائل و آسیب‌های اجتماعی با چاشنی خنده است که با اصلاح این آسیب‌ها، بسیاری از مسائل فردی و اجتماعی بازسازی می‌گردند.

کارکرد دفاعی: هدف از این نوع شوخی و جوک این است که یک طرف تعامل طرف دیگر را در موقعیت نامطلوب روانی قرار دهد و از این طریق به برتری ذهنی دست یابد. این نوع از شوخی متشکل از ابعاد نظامی و سیاسی و قومی و بهره‌گیری از جوک در شرایط ناگوار است. اشکال سیاسی و نظامی شوخی زمانی ایجاد می‌شود که اکثریت زیر سلطه اقلیت باشند، و اقلیت، بخش عظیمی از قدرت و ثروت و منافع جامعه را در دست گیرند (رضی پور، ۱۳۹۷).

کارکرد سیاسی: این نوع از جوک‌ها واکنش اجتماعی نسبت به اقلیتی است که قدرت سیاسی جامعه را در دست دارند و همراه است با خشمی اجتماعی نسبت به صاحبان قدرت و نهادهایی که با وضع قوانین و مقررات، محدودیت‌هایی را به جامعه تحمیل می‌کنند. حوزه جوک‌های سیاسی از بالاترین تا پایین‌ترین مراتب هرم قدرت سیاسی را شامل می‌شود. میزان

^۱ Christie Davies

^۲ Arvo Krikmann

^۳ Henri Bergson

مستقیم یا غیرمستقیم بودن زبان این نوع از جوک، تابع شرایط سیاسی و مقتضیات زمانی آن است. مکتب جامعه‌شناسی شیکاگو^۱ در این باره عقیده دارد: «تکتة اساسی در شوخی و جوک مؤلفان یا سازندگان آن نیست؛ بلکه ماهیت اعتراض اجتماعی و سیاسی و چگونگی ارائه آن است» (آرین‌پور، ۱۳۸۷: ۳۷).

کارکرد جوک در شرایط ناگوار و سخت: این نوع شوخ‌طبعی در مواقع خطر و بحران برای غلبه بر ترس و برای بازسازی روحیه کاربرد فراوانی دارد. برای مثال فرمانده‌ای که در میدان جنگ برای سربازانش جوک تعریف می‌کند، در صدد کاهش فشار روحی سربازانش است. به عقیده دمیتری لیخاچف^۲ شوخی و ترغیب به خنده حتی در بدترین شرایط و لحظات دارای فایده و کارکرد است. به طور کلی از منظر دفاعی جوک‌ها دارای کارکرد اجتماعی مثبت هستند و برای گروه‌ها و اقشار آسیب‌پذیر، نوعی ابزار کارآمد برای نقد اجتماعی محسوب می‌شوند. به گفته چرنیشفسکی^۳ طنز آخرین مرحله نقد است (پلارد^۴، ۱۳۸۱: ۱۲).

کارکرد فرهنگی: با توجه به دستاوردهای فرهنگ بشری در عرصه‌های مختلف از قبیل شعر، موسیقی، داستان‌سرایی، و طنز، می‌توان ادعان داشت که عناصر فرهنگی در طول زمان تولید و انباشته می‌شوند. شوخی و اشکال مختلف آن نظیر جوک نیز به عنوان یکی از عناصر فرهنگی از چنین قاعده‌ای پیروی می‌کنند. جوک‌ها بر حسب ضرورت اجتماعی تولید می‌شوند و به مرور زمان بر تعداد آنها افزوده می‌شود. سپس از طریق فرایند انباشتی به شکل مجموعه فرهنگی و متن فرهنگی خاص و منحصر به فرد جامعه‌ای معین نمودار می‌شود. جوک انعکاس فرهنگی اضطراب و اشتغالات ذهنی است.

یونگ^۵ عقیده دارد تمام انسان‌ها دارای تمایلات مشابه برای شکل دادن به نمادهای عمومی هستند. در باور او این نمادها به صورت ناخودآگاه در اسطوره‌ها و رؤیایها و فرهنگ عامیانه مردم به نمایش درمی‌آیند و پیوسته در حال ساخته شدن و تکرار هستند. طبق نظر یونگ طنز دارای خاستگاه جمعی و فرهنگی مشترک است (رضی‌پور، ۱۳۹۷).

فلاگل^۶ نیز در مقاله «شوخ‌طبعی و خنده»، به اهمیت شوخ‌طبعی در درون سنن فرهنگی تأکید دارد و آن را به عنوان مکانیسم دفاعی در برابر تابوها و ممنوعیت فرهنگی می‌داند (راپ^۱، ۱۹۵۱).

^۱ Chicago school

^۲ Dmitry Sergeevich Likhachov

^۳ Nikolay Gavrilovich Chernyshevsky

^۴ Arthur Pollard

^۵ Carl Gustav Jung

^۶ D. Fligel

به طور کلی می‌توان نتیجه گرفت جوک‌ها در بسیاری از عناصر فرهنگ همانند ارزش‌های فرهنگی، هنجارها، شیوه‌های قومی، آداب و رسوم، قوانین، نگرش‌ها، و نمادها متجلی می‌شوند.

کارکرد ارتباطی: امتیاز ویژه جوک، در بُعد ارتباطی آن است و به دلیل ماهیتی که دارد، کمتر دچار سانسور و محدودیت قرار می‌گیرد. لذا به عنوان کنشی آزادانه می‌تواند به بیان بسیاری از مسائل و عقاید بپردازد. در واقع این نوع از شوخی، آنچه ارتباطات انسانی را دچار تحریف، از خودبیگانگی، تزویر، و بی‌صدافتی می‌کند، درهم می‌کوبد و تلاش در برافراشتن نقاب پوشاننده حقیقت می‌کند و موجب گسترش دامنه آزادی و حقیقت می‌شود.

هابرماس^۲ عقیده دارد خنده‌ای که در شوخی هست حاوی تجربه آزادی‌بخش است. او این خنده را نوعی آرامش می‌داند و عقیده دارد شوخی به ما اجازه می‌دهد از شرایط مخاطره‌آمیز بگذریم و به مرحله‌ی از رشد آگاهی برسیم (هابرماس، ۱۹۷۰ به نقل کانرتون^۳، ۱۳۸۷: ۳۱۲).

کارکرد خصوصی و خانوادگی: این دیدگاه به این نکته اشاره دارد که در شوخی بسیاری از مسائل پنهانی و خصوصی خانوادگی با زبان طنزگونه به تمسخر کشیده می‌شود. این استهزا همراه با آشکار شدن بسیاری از روابط درون خانواده است. اگرچه این بی‌پروایی خود عیب محسوب می‌شود ولی ممکن است موجب آگاهی بیشتر از ساختار قدرت در خانواده باشد. ایوبت^۴ روابط خاصی در شوخ‌طبعی را به عنوان روابط دوتایی یاد می‌کند. به عقیده او در روابط دوتایی تا حد زیادی شوخی توهین‌آمیز میان افراد رد و بدل می‌گردد (رضی‌پور، ۱۳۹۷).

در پژوهش حاضر برای بررسی همه‌جانبه و دقیق‌تر سعی شده است از رویکرد ترکیبی مناسب بهره گرفته شود. لذا محقق بر اساس رویکردهای نظری مقولات مناسب را استخراج کرده و سپس به تجزیه و تحلیل جوک پرداخته است. از سوی دیگر مقاله حاضر این فرض را مد نظر قرار داده است که انواع شوخی^۵ از جمله جوک علاوه بر سرگرمی و بذله‌گویی، از منظر

1. Albert Rapp

2. Jürgen Habermas

3. Paul James Connerton

4. Oring Elliott(2004)

۵. شوخی انواع متفاوتی مانند طنز، هجو، هزل، مطایبه، لودگی، لطیفه، و جوک دارد. «طنز از نظر لغوی به معنای مسخره کردن، طعنه زدن، سرزنش کردن، بر کسی خندیدن، عیب کردن، سخن به رموز گفتن و به استهزا از کسی سخن گفتن و ناز کردن آمده است» (معین، ۱۳۸۲: ۱۵۷۶). در فرهنگ سخن هم درباره طنز نوشته شده «طنز شیوه‌ی بیان ادبی از شعر یا نثر است که عیب فردی و اجتماعی مورد تمسخر قرار می‌گیرد و هدف آن اصلاح رفتار بشری است» (انوری، ۱۳۸۷: ۸۰۷).

هجو «عبارت است از معایب کسی یا گروهی و یا چیزی را به نظم یا نثر و به شیوه خنده‌آمیزی بیان کردن که گاه می‌تواند با دشنام و سخنان تند همراه باشد» (موسوی گرمارودی، ۱۳۸۰: ۱۹).

جامعه‌شناختی نیز دارای کارکردهای متفاوتی است، که در بحث کارکردهای جوک به آن پرداخته شد.

پیشینه پژوهش

هر تحقیق علمی باید با آگاهی از تحقیقات پیشین و مرور آنها انجام گیرد تا محقق با شناخت نتایج و یافته‌های این تحقیقات آگاهی خود را تعریف و ابعاد آن را مشخص کند (کیوی و کامپنهود^۱، ۱۳۸۴: ۳۶). لذا پژوهش حاضر با بررسی مرتبط‌ترین مطالعات داخلی و خارجی درصدد شناخت جامع‌تر نسبت به موضوع پژوهش است.

خانم دکتر نوال فاضل عباس^۲ (۲۰۱۹) استاد دانشگاه بغداد، در پژوهشی تحت عنوان «طنز در نمایش‌های تلویزیونی» عقیده دارد طنز عنصر مشترک تعامل میان انسان‌ها است. این محقق معتقد است عوامل متعددی همچون عملکرد مجری و مصاحبه‌شوندگان و موضوع مورد بحث و شرایط محیطی، بر کیفیت گفتمان در نمایش‌های طنز تلویزیونی اثر زیادی دارد.

ساندبرخ و توتنگس^۳ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «تأثیر طنز و شوخی بر میزان جنایت و اهمیت آن برای جمعیت حاشیه‌نشین شهری» عقیده دارند تحلیل طنز برای زندگی اجتماعی ضروری است، اما اغلب در مطالعه جرم و جنایت نادیده گرفته می‌شود. ساندبرخ و توتنگس در صدد

از طرفی «هزل سخنی بی‌هوده و بی‌ارزش است که برای خوشمزگی و خنداندن دیگران بیان می‌شود» (ستوده، ۱۳۸۱: ۱۹۰).

مطایبه: در لغت به معنی مزاح و خوش‌مزگی است. در واقع وقتی هزل شکلی ملایم‌تر به خود می‌گیرد و از کلمات رکیک پالوده می‌شود، مطایبه نامیده می‌شود.

لودگی: در لغت نامه دهخدا به معنای ظرافت و مزاح و مسخرگی ترجمه شده است. از طرفی دهخدا عقیده دارد فرق لودگی و مسخرگی آن است که مسخره کارش چون شغلی است و لوده تنها برای لذت خود و دیگران لودگی می‌کند.

لطیفه: سخنی کوتاه و خنده‌آور است و معمولاً به صورت داستان و همراه با گفت‌وگو است.

جوک: فرمی ادبی و عامیانه است که به عنوان بخشی از فرهنگ روزمره جامعه به شمار می‌رود. قرابت و آمیختگی جوک‌ها با اوضاع و شرایط اجتماعی به گونه‌ای است که می‌توان گفت جوک‌ها یکی از به‌روزترین متون اجتماعی هستند که می‌شود در محتوای آن انعکاسی از مسائل اجتماعی روزمره را مشاهده کرد. در سال‌های اخیر با توجه به پیشرفت فناوری و ایجاد فضای مجازی، شاهد افزایش کاربرد جوک‌ها در شبکه‌های اجتماعی نظیر تلگرام هستیم، که در این پژوهش به بررسی آن پرداخته شده است.

1. Luc Van Campenhoudt & Raymond Quivy

2. Nawal Fadhil Abbas

3. Sveinung Sandberg and Sébastien Tutenges

آن هستند نشان دهند که طنز چگونه می‌تواند به عنوان ابزاری کارآمد برای انتقاد از مسئولان و کاهش دردهای اجتماعی افراد حاشیه‌نشین کمک کند. در نظر آنها برای دستیابی به درک جامع‌تر از زندگی افراد حاشیه‌نشین و دنیای اجتماعی آنها باید بیشتر به شوخی ردوبدل‌شده در بین افراد توجه کرد.

دارنهوفر^۱ (۲۰۱۸) در پژوهشی تحت عنوان «استفاده از پوسته‌های سبک طنز» عقیده دارد روش‌های بصری از جمله تصاویر طنز، توجه فزاینده‌ای را در تحقیقات کیفی به خود جلب می‌کنند. در حقیقت اشکال مختلف شوخی از جمله کمدی شکل بسیار قابل فهمی از داده‌های اجتماعی هستند. هدف از این تحقیق دریافت بازخورد اولیه افراد بود. در واقع محقق این پژوهش معتقد است که این نوع از شوخی برای بحث و تبادل نظر بسیار مؤثر هستند و در نتیجه بحث‌های اجتماعی را ترویج می‌دهند.

تیان^۲ و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان «رابطه بیان جوک و احساسات عاطفی» به تحقیق پرداخته‌اند. هدف مطالعه این است که با نمایش کاراکترها و کارتون‌های طنز، در هنگام تصویربرداری مغناطیسی، پایه عصبی و درک افراد را مورد بررسی قرار دهند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بیان جوک باعث فعال شدن بیشتر سلول‌های مغز می‌شود.

چان^۳ (۲۰۱۶) در پژوهشی تحت عنوان «تفاوت‌های جنسیتی در تحلیل انواع مختلف جوک» به تحقیق پرداخته است. هدف این مطالعه، شناسایی تفاوت‌های میان جنسیت‌های مختلف و واکنش آنها در برابر شنیدن جوک است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد فعالیت مغز بر اساس جنسیت در هنگام شنیدن جوک متفاوت است.

میلنر دیویس^۴ (۲۰۱۶) در پژوهشی تحت عنوان «جوک و محدودیت‌های آن با توجه به مطالعات موردی از کشورهای استرالیا و ژاپن و جمهوری خلق چین» عقیده دارد که نیش انتقادی طنز از سایر اشکال شوخی بیشتر است. محقق معتقد است که عوامل محدودکننده طنز با توجه به فرهنگ و زمان هر جامعه متفاوت است. در واقع این پژوهش با بررسی تطبیقی جوک‌های موجود در سه کشور استرالیا و ژاپن و چین به دنبال آن است تا محدودیت‌های فردی و اجتماعی را در کشورها مورد بررسی قرار دهد.

^۱. Ika Darnhofer

^۲. Fang Tian

^۳. Yu-Chen Chan

^۴. Jessica Milner Davis

نقدی‌پور^۱ (۲۰۱۴) به پژوهشی تحت عنوان «جوک‌ها در ایران (منظر اجتماعی - زبان‌شناختی)» پرداخته است. در نظر او جوک‌های قومیتی حاکی از آن است که رابطه نگران‌کننده ای بین گروه‌های قومی وجود دارد که نشان‌دهنده رقابت برای دستیابی به فرصت‌های اجتماعی و اقتصادی بیشتر در ایران است.

ویور^۲ (۲۰۱۳) به پژوهشی تحت عنوان «تحلیل گفتمان جوک‌های آنلاین ضد مسلمان و ضد سامی» پرداخته است. در این پژوهش توان ویرانگر جوک‌ها در حمایت از نژادپرستی از طریق استعاره و سایر صور بلاغی بررسی شده و رابطه جوک و نژادپرستی شدید از طریق بررسی جوک‌های ضد اسلامی عیان گردیده است. همچنین در این پژوهش نشان داده شده که چگونه جوک‌های آنلاین موجب همبستگی یا طرد اجتماعی می‌شود.

شیفمن و لمیش^۳ (۲۰۱۰) در پژوهشی تحت عنوان «رابطه جوک‌های محبوب اینترنتی و جنسیت» به بررسی رابطه میان جوک‌های معروف و طرفدار اینترنتی و مسائل جنسیتی می‌پردازد و عقیده دارد که این جوک‌ها می‌توانند نابرابری‌های میان زنان و مردان را بیان کند.

شیفمن و همکاران^۴ (۲۰۰۷)، در مقاله‌ای تحت عنوان «شوخی‌های آنلاین در انتخابات سراسری سال ۲۰۰۵ بریتانیا» به بررسی جوک‌های آنلاین در پیروزی کمپین انتخاباتی پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش حاکی از تأثیر دوسویه جوک در فضای انتخابات دارد چراکه از یک سو موجب افزایش انگیزه مشارکت سیاسی و از سوی دیگر منجر به سخره گرفتن سیاستمداران می‌شود.

خانم ت'هارت^۵ (۲۰۰۷) پژوهشگر مقاله «شوخی و اعتراض اجتماعی» است. پرسش اساسی این تحقیق آن است که در چه شرایطی جوک می‌تواند به معترضان کمک کند؟ و چگونه شوخی می‌تواند موجب تقویت اعتراض اجتماعی شود؟ محقق بر آن است که نشان دهد جوک‌ها می‌توانند به عنوان ابزار ارتباطی قدرتمند در جهت تضعیف جبر حاکم، نیروی مؤثری در جهت کمک به اعتراض اجتماعی باشند. در نظر او جوک‌ها علاوه بر کاهش نارضایتی افراد تحت ستم جامعه، همچون سوپاپ اطمینان برای حکومت عمل می‌کند. به طور کلی محقق بر این باور است که جوک‌ها می‌توانند به کانونی برای تقویت همبستگی اجتماعی و هویت جمعی بدل گردند.

^۱. Bakhtiar Naghdipour

^۲. Simon Weaver

^۳. Limor Shiman & Dafna Lemish

^۴. Limor Shifman & Stephen Coleman & Stephen Ward

^۵. Marjolein t'Hart

تربتی و مهدوی (۱۳۹۷) عقیده دارند که خیال‌پردازی حاصل از جنبه‌های ایدئولوژیک زبان جوک، وضعیت موجود را بازنمایی و بازتفسیر می‌کند و به ایجاد تغییر در روابط اجتماعی و کردار گفتمانی منتهی می‌شود.

سفیری و شهرزاد (۱۳۹۵) به بررسی «تحلیل تماتیک جوک‌های مبادله شده در برنامه‌اتاق جوک» پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که جوک‌ها به واسطه نفوذ آسان‌تر در فرهنگ عامه توانسته‌اند در زمینه‌های مذهبی، به چالش کشیدن قدرت خرد و کلان، نقد رفتارها و خلقیات اجتماعی، و بیان اعتراضات اجتماعی اعلام موضع کنند.

توکلی راد و غفاری (۱۳۹۵) در پژوهشی تحت عنوان «جوک سیاه، تعامل اجتماعی و پیامد غیر سازنده آن» عقیده دارند 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.

فرقانی و عبدی (۱۳۹۵) در پژوهشی به بررسی «بازنمایی از زنان در جوک‌های شبکه موبایلی» پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که جوک‌های جنسیتی، بازنمایی منفی و فرودست از زنان و دختران را در مقابل مردان و حتی پسران داشته‌اند.

همایون و یوسفی و امینی هرندی (۱۳۹۴) «با رویکردی مردم‌نگارانه» به تحقیق در «دلایل و انگیزه حضور مخاطبان در تئاترهای طنز و عامه‌پسند شهر تهران» پرداختند. به عقیده آنها در طول تاریخ و مقارن با تغییرات اجتماعی و فرهنگی، تئاتر نیز قالب‌ها و فرم‌ها و سلیقه‌های مختلفی به خود دیده است. یکی از برجسته‌ترین آن شکل‌ها، طنز و کمدی است که بیش از سایر گونه‌ها عامه‌پسند بوده و مخاطبان بسیاری را به خود جذب کرده است. در واقع بخش مهمی از ارزش و اعتبار تئاتر و به خصوص تئاترهای طنز به حضور مخاطبان آن وابسته است، بنابراین دلایل و انگیزه‌های حضور مخاطبان موضوع مهمی خواهد بود. بر همین اساس محققان این پژوهش، مخاطبان تئاترهای طنز در سطح شهر تهران را با دیدگاه کیفی ارزیابی و با استفاده از داده‌های میدانی و مصاحبه با مخاطبان، دلایل و انگیزه حضور آنها را بررسی می‌کنند. در نهایت دلایل و انگیزه حضور مخاطبان در ذیل پنج مؤلفه اصلی تبیین و تشریح شده است: همراهی با اطرافیان، سرگرمی، آرامش، تقابل با فرهنگ رسمی، و بهره‌مندی تخصصی.

صفایی و درویشعلی‌پور آستانه (۱۳۹۱) به «بررسی شیوه‌های پرداخت طنز و مطایبه در کتاب فرهنگ جبهه (شوخ‌طبعی‌ها)» پرداختند. به عقیده محققان این پژوهش، اگرچه شوخ‌طبعی و طنز در جبهه کمی غیرمنتظره به نظر می‌رسد اما ناب‌ترین شوخی‌ها به شکل ساده و صمیمی در همین فرهنگ شفاهی مشاهده می‌شود که تا به امروز دقتی به این بخش طنز نشده است. در این پژوهش

شوخی به چهار قلمرو «عبادی»، «جنگ و شهادت»، «خوردن و آشامیدن»، و «روابط اجتماعی» تقسیم‌بندی شده است که همخوانی بسیاری با شگردهای طنزآفرینی دارند. این پژوهش بر این عقیده است که رزمندگان، بدون آشنایی نظری با سازوکار طنز، هر سه نوع طنز یعنی کلامی و تصویری و محتوایی را در جبهه به کار می‌بردند، هرچند که از نظر جهان‌بینی و نحوه به‌کارگیری زبان و توصیف، تصویر بسیار متأثر از فضای جنگ و جبهه را به همراه دارند.

بررسی مطالعات پیشین نشان می‌دهد، اگرچه بسیاری از تحقیقات گذشته به بررسی انواع شوخی از جمله جوک و طنز پرداخته‌اند، اما هنوز مطالعات جامعه‌شناسی در حوزه جوک‌های مرتبط با شرایط بحران و خصوصاً ویروس کرونا صورت نپذیرفته است. این پژوهش با تحلیل جامعه‌شناختی جوک‌های مرتبط با ویروس کرونا در شبکه اجتماعی تلگرام در صدد است از منظر جدیدی به مسئله شوخی بپردازد، چراکه محقق معتقد است در این نوع از جوک‌ها نیز علاوه بر شوخی و مزاح، بسیاری از مسائل روزمره وجود دارد که با بررسی آن می‌توان به شناخت جامع‌تری نسبت به این مسائل اجتماعی رسید.

روش‌شناسی پژوهش

در تحقیق حاضر برای پی بردن به محتوا و ساخت جوک از روش تحلیل محتوا (کیفی) استفاده شد. در واقع تحلیل محتوا به طور بالقوه یکی از مهم‌ترین تکنیک‌های پژوهش در علوم اجتماعی است که در پی شناخت داده‌ها، نه به منزله مجموعه‌ای از رویدادهای مادی، بلکه به منزله پدیده‌های نمادین است، بدون آنکه در واقعیت اجتماعی ایجاد اخلاص نماید (کرپیندرف^۱، ۱۳۹۶: ۷). تحلیل محتوا شامل برجسته ساختن محورها یا خطوط اصلی یک متن یا متون مکتوب، یا مجموعه‌ای از تصاویر، نوارها و ... غیره است (ساروخانی، ۱۳۸۷: ۲۸۱). در این پژوهش با توجه به اهداف تحقیق به بررسی محتوا و مفهوم نهفته در درون جوک‌ها پرداخته شده است. لذا برای دستیابی به محتوای جوک پس از انتخاب نرم‌افزار مناسب که همان شبکه اجتماعی تلگرام است به نمونه‌گیری ۵۰۰ جوک و ثبت تحلیل جوک‌های به اشتراک گذاشته شده در زمان بحران ویروس کرونا اقدام شد. این کار تا رسیدن به مرحله اشباع که روند تحلیل به مقولات جدیدی رهنمون نشود، و تکرار شدن مقولات شایع، ادامه داشت. در نهایت جوک‌های به اشتراک گذاشته‌شده انتخاب و جریان بررسی متوقف شد. در این روند، چنانکه روش کار اقتضا می‌کرد، پس از مدیریت داده‌ها، در مرحله درگیری با داده‌ها، کدگذاری صورت گرفت، و بر اساس کدگذاری به دسته‌بندی و تحلیل جوک‌ها پرداخته شد. در پژوهش حاضر ابزار

^۱. Klaus Krippendorff

سنجش و گردآوری اطلاعات، با توجه به روش پژوهش، پرسش‌نامه معکوس است. بدین معنا که انعکاسی از کنش‌ها و واکنش‌ها در جوک‌های ردوبدل شده در شبکه اجتماعی تلگرام مورد بررسی قرار گرفت. محقق در این پژوهش با نشان دادن مراحل انجام پژوهش و نحوه استخراج مقوله‌ها و ارائه جداول تلاش کرد نشان دهد داده‌های استخراج شده معرف اطلاعات به دست آمده در شبکه اجتماعی تلگرام هستند.

یافته‌های پژوهش

جدول ۱. تحلیل محتوای جوک‌های مرتبط با ویروس کرونا

| مقولات فرعی | زیرمقوله اصلی | مقوله اصلی (محتوای جوک‌ها) |
|---|-------------------------------------|----------------------------|
| ووهان چین. | مبدأ شیوع در جهان | ۱. شیوع بیماری |
| شهر قم. | مبدأ شیوع در ایران | |
| سرعت بسیار زیاد شیوع و سرایت. در ایران به دلیل عدم رعایت سرعت بیشتری یافته است. | سرعت سرایت | |
| سوپ خفاش. حمله بیولوژیکی آمریکا. | علتها | ۲. مسائل بهداشتی |
| کمبود ماسک، دستکش، شیلد، الکل، ژل شست‌وشوی دست، لباس مخصوص مانند کاور جهت پیش‌گیری از کرونا، کمبود دارو، کمبود تخت بیمارستان. | کمبود امکانات بهداشتی | |
| رعایت و حساسیت زیاد نسبت به نظافت، شستن پول، استفاده زیاد از وایتکس و مواد شوینده. خوردن الکل برای مقابله با ویروس کرونا و نتیجتاً مسمومیت ناشی از آن. | افراط بهداشتی (زیاده‌روی) | |
| عدم نظافت، عدم رعایت نکات بهداشتی، رفتن به مسافرت شمال، رفتن به بیرون منزل برای خریدهای غیرضروری، بی‌خیالی نسبت به بیماری، بی‌تفاوتی فردی و اجتماعی. برگزاری دورهمی‌ها و مهمانی‌ها. | تفریط بهداشتی (عدم رعایت و کم‌کاری) | |
| مانند تقسیم وسایل بهداشتی در میان نمایندگان مجلس و افراد خاص. | بی‌عدالتی در توزیع امکانات بهداشتی | |
| استفاده از روغن بنفشه، خوردن سیر زیاد. استفاده از داروهای سنتی و گیاهی. دود کردن عنبر نسا و اسپند. | توصیه‌های غیرپزشکی و طب سنتی | |

| مقولات فرعی | زیرمقوله اصلی | مقوله اصلی (محتوای جوک‌ها) |
|--|---|-------------------------------|
| بیکاری، گرانی، رکود اقتصادی، عدم درآمد اقتصادی، ورشکستگی، پرداخت اجاره بها، پرداخت اقساط وام، قدرت خرید پایین مردم ایران. | نگرانی از آینده اقتصادی | ۳. شرایط اقتصادی |
| قحطی، احتکار، کم‌فروشی. | کمبود مواد غذایی | |
| تعطیلی مدارس، تعطیلی دانشگاه، خوشحالی از استراحت. کلاس‌های مجازی، دور کاری. عقب‌ماندگی تحصیلی. | تعطیلی و توقف آموزش | ۴. مسائل آموزشی و کاری |
| تعطیلی نماز جمعه. روزه در ماه رمضان با توجه به وجود ویروس کرونا. | بیان اعتقادات، احکام | ۵. مسائل مذهبی |
| اقدامات دیرهنگام و ناکافی. نقد به عملکرد ستاد بحران و ناامیدی از برنامه‌ریزی اجرای آنها. بی‌اعتمادی به گفته‌ها و شعارهای مسئولان. | نقد به عملکرد مسئولان | ۶. مسائل انتقادی |
| خبررسانی ضعیف شیوع ویروس در ایران، عدم اطلاع‌رسانی دقیق و شفاف، عدم صحت آمارهای اعلامی، بلا تکلیفی و سردرگمی از اخبار متناقض. | نقد به نحوه اطلاع‌رسانی | |
| پرواز به کشور چین، حمل مسافران چینی توسط پروازهای ماهان، عدم رعایت توصیه‌های پزشکی. | نقد به عملکرد هواپیمایی ماهان | |
| جوسازی و ترساندن بیش از حد مردم، سیاسی جلوه دادن بیماری و ایجاد فضای رعب و وحشت، اخبار متفاوت در مورد میزان مرگ‌ومیر به دلیل ویروس کرونا. | نقد به اخبار ضد و نقیض در فضای مجازی | |
| استراحت کردن، بیکاری، بی‌حوصلگی، چاقی ناشی از عدم تحرک. اظهار ناراحتی از برنامه‌های تکراری صدا و سیما. تغییر سبک زندگی و عادات روزمره زندگی در قرنطینه مانند پختن نان. | قرنطینه (در بین اعضای خانواده). تغییر سبک زندگی | ۷. روابط خانوادگی |
| تقابل قدرتی بین مادرشوهر و عروس. | روابط مادرشوهر و عروس | |
| توقعات مادر از فرزندان برای نظافت منزل. | روابط مادر و فرزند | |
| نوع روابط زن و شوهر، مراسم ازدواج، شدت گرفتن اختلاف نظر و جدل بین زن و شوهر، تقابل قدرتی میان زن و شوهر. | زن و شوهر | |

| مقولات فرعی | زیرمقوله اصلی | مقوله اصلی (محتوای جوک‌ها) |
|--|--|---|
| آزاد شدن تولید الکل، چالش رقص پرستاران، کم شدن ترافیک، استراحت. | آزادی‌هایی که بر اساس متشنج شدن فضای اجتماعی ایجاد شد. | ۸. تغییر شرایط اجتماعی و سیاسی |
| لغو عید دیدنی، لغو خرید عید، لغو دیدوبازدید و صلۀ رحم. لغو دورهمی. | تقارن ویروس کرونا و عید نوروز، و شب یلدا، و اعیاد مذهبی. | ۹. آیین‌ها و آداب و رسوم |
| احساس ترس از بیماری کرونا، احساس مرگ، ناامیدی، یأس، سرخوردگی. انزوا. افزایش افسردگی. | بازتاب احساس افراد | ۱۰. واکنش احساسی افراد نسبت به بیماری کرونا |

جوک‌ها با محتوای شیوع بیماری (مقوله اصلی شماره ۱)

نخستین مقوله، جوک‌های مرتبط با شیوع و انتشار ویروس کرونا است که خود به سه زیرمقوله مبدأ شیوع، و سرعت سرایت، و علت بیماری، تقسیم شده است. برای نمونه، در جوکی کشور چین عامل ایجاد این بیماری دانسته شده و این‌گونه خشم خود را نسبت به این کشور ابراز می‌کند: «نور به قبرت بباره بروس لی، مرحوم یه چی میدونست که چینی‌ها را مثل سگ می‌زد.»

یا در جوک دیگر علت ویروس کرونا را این‌گونه بیان می‌کنند: «من اگه کرونا گرفتم، یه کاسه سوپ خفاش بیارید بیمارستان یه دو قاشق بخورم ببینم چه زهرماریه که دارم به خاطرش می‌میرم.»

در مثال دیگر از این دست جوک‌ها، علت این بیماری را با جنگ بیولوژیکی^۱ مرتبط ساخته است. برای نمونه: «راننده تاکسی میگه: این ویروسو امریکا پخش کرد تا چین و ایران رو نابود کنه. گفتم پس چرا خودشم الان داره نابود میشه. با خنده گفت حالا حالا خیلی مونده تا بفهمی سیاست یعنی چی عامو.»

جوک با محتوای مسائل بهداشتی (مقوله اصلی شماره ۲)

جوک‌هایی است که به مسائل بهداشتی اشاره می‌کند. شامل کمبود امکانات بهداشتی، افراط و زیاده‌روی در رعایت بهداشت، تفریط و بی‌توجهی بهداشتی، بی‌عدالتی در توزیع امکانات و وسایل بهداشتی، و توصیه‌های غیرپزشکی.

۱. جنگ بیولوژیکی یا جنگ زیستی به معنی استفاده از عوامل بیولوژیکی، اعم از باکتری‌ها، ویروس‌ها، قارچ‌ها، و فرآورده‌های آنها به منظور اهداف خصمانه برای کشتن یا ناتوان کردن انسان‌ها یا جانوران یا گیاهان است.

چند نمونه از این نوع از جوک‌ها به شرح زیر است:

نمونه جوک با محتوای کمبود امکانات بهداشتی:

«بزودی در اتاق عقد ایرانی‌ها، عروس خانوم آیا به بنده وکالت می‌دهید شما رو با مهریه معادل دو هزار ماسک فیلتر دار، هزار لیتر مایع ضد عفونی کننده و صد کارتن ژل شست‌وشو به عقد شاه‌داماد دربی‌اورم؟ عروس رفته روغن بنفشه بیاره.»
نمونه جوک با محتوای افراط بهداشتی (زیاده‌روی):

«می‌رسم خونه، جلوی در لباسامو در میارم. وارد خونه میشم. با پا درو می‌بندم. دستامو الکل می‌زنم. دستگیره درو الکل می‌زنم. با دستکش لباسا رو می‌ریزم تو لباسشویی. دستکش‌ها رو امحا می‌کنم. میرم دراز بکشم، که یادم میاد شیشه الکل رو الکل نزدم، کرونایی شده.»
نمونه جوک با محتوای تفریط بهداشتی (بی‌توجهی و کم‌کاری در بهداشت):

«سازمان بهداشت جهانی پیغام داده به مردم سراسر دنیا که لطفاً ویروس کرونا رو جدی بگیرید. الان بفهمه تو ایران یه عده دارن میرن شمال و جاده چالوس ترافیک شده، سازمانش را منحل میکنه.»

نمونه جوک با محتوای بی‌عدالتی در توزیع امکانات بهداشتی:

«ما اگه میدونستیم این کیت‌های تست کرونا فقط واسه نمایندگان مجلسه! شانس خودمون را واسه کاندید شدن امتحان می‌کردیم.»

جوک‌ها با محتوای اقتصادی و آموزشی و مذهبی

مقولات شماره ۳ و ۴ و ۵ شامل مقولاتی با مضامین شرایط اقتصادی، مسائل آموزشی، و جوک‌های مرتبط با مذهب است که در محتوای جوک‌های مرتبط با ویروس کرونا مشاهده شده است.

نمونه جوک با محتوای شرایط اقتصادی:

«براتون عجیب نباشه بقیه کشورها به خاطر کرونا ریختن جنس‌های تو مغازه‌ها رو خالی کردن. ولی تو ایران مردم فروشگاه‌ها رو خالی نکردن. این به خاطر متمدن بودن نیست به خاطر قدرت خرید پایینمون هست. حتی در قحطی هم نمیتونیم خرید کنیم.»
نمونه‌ای از جوک‌ها با مسائل آموزشی:

«تنها اشکال کلاس آنلاین در زمان بیماری کرونا اینه که همیشه به معلم گفت تکالیفمو تو خونه جا گذاشتم.»

نمونه دیگر: خلاصه کلاس‌های مجازی:

«یا صدای استاد هست، تصویر نیست. یا تصویر هست، صدا نیست. یا هم تصویر هست هم صدا، ولی استاد نیست. یا اینکه صدا و تصویر و استاد هستند ولی من نیستم.»
نمونه جوک با محتوای مذهبی:
«فوری! با توجه به شیوع وحشتناک کرونا خدا اعلام کرد: ماه رمضان کسی حق نداره بیاد مهمونی من.»
نمونه دیگر: «ستاد اقامه نماز جمعه در اطلاعیهای اعلام کرد: بعد فروکش کردن شیوع کرونا، روزهای پنج‌شنبه نماز جمعه جبرانی برگزار خواهد شد.»

جوک‌ها با محتوای مسائل انتقادی (مقوله اصلی شماره ۶)

این مقوله در جوک‌های مرتبط با ویروس کرونا به چند دسته تقسیم شده است، شامل نقد به عملکرد مسئولان، نقد به نحوه اطلاع‌رسانی، نقد به عملکرد هواپیمایی ماهان به دلیل حمل مسافر از کشور چین به ایران، نقد به اخبار ضد و نقیض در فضای مجازی. در واقع در جوک مرتبط با انتقاد از عملکرد مسئولان از عملکرد ستاد بحران و نحوه مدیریت آن انتقاد شده است، برای نمونه: «در عکس منتشرشده از جلسه ستاد ملی مدیریت بیماری کرونا از ۱۳ نفر، ۵ نفرشون دستشون رو میزنن به صورتشون. داداش شما همین اتاقی را مدیریت کنید طرح ملی پیشکش.»

یا در جوک دیگر، مردم بی‌اعتمادی خود را از گفته‌های مسئولان این چنین ابراز می‌کنند:
«دیگه از مسئولین این جمله «من کرونایی شدم» را نمی‌پذیرم. فقط گواهی فوت لطفاً.»
در انتقادات مختلف از نحوه اطلاع‌رسانی در مورد ویروس کرونا، مردم به عدم شفافیت اخبار که موجب سردرگمی و پریشانی آنها شده، به وسیله جوک واکنش نشان می‌دهند:
«وزیر کشور گفته باید برگردید سر کار. وزیر بهداشت میگه بمونید تو خونه. بعد اخبار میگه خطر جدیه، بیرون نیاید. بعد اخبار تبلیغ فروشگاه رفاه می‌کنند. به حضرت عباس تو مملکت گل و بلبل نمیدونیم از دستتون چکار کنیم.»
عملکرد هواپیمایی ماهان در حمل مسافران چینی و شیوع آن در ایران را این‌گونه از طریق جوک‌ها مورد انتقاد قرار می‌دهند:

«ماهان هنوز پروازهای خودش رو به چین لغو نکرده. فکر کنم میخوان برن چینی‌های مبتلا شده به کرونا رو بردارند بیارن ایران تا چین نجات پیدا کنه.»
نقد به اخبار ضد و نقیض در فضای مجازی آخرین مقوله از این دسته‌بندی است که در این مثال به آن اشاره شده است:

«توی فضای مجازی همه جا مرگ و میره همه جارو قرنطینه کردن و شهرها تخلیه شده اما توی فضای حقیقی ملت دارن میرن شمال جوجه بزین با نوشابه.»

جوک‌ها با محتوای روابط خانوادگی

مقوله اصلی شماره ۷ در این پژوهش شامل جوک‌های مرتبط با روابط خانوادگی نظیر روابط عروس و مادر شوهر، زن و شوهر، و رابطه والدین با فرزندان در دوران مقابله با ویروس کرونا است. **نمونه جوک‌های زن و شوهر:** «خانم‌ها اگر از شوهرتون خسته شدین، به ۱۹۰ زنگ بزینید بگید شوهر من کرونا گرفته!»

یا در جوک دیگری به نزاع میان زن و شوهر می‌پردازد: «هم‌اکنون در سراسر کشور. کاش کرونا گرفته بودم ولی تو رو نگرفته بودم.»

در جوک‌های مرتبط با رابطه عروس و مادرشوهر سازندگان جوک حتی به رابطه قدرتی میان عروس و مادرشوهر و مرتبط ساختن آن با بیماری کرونا بهره گرفته‌اند. برای نمونه، پیامک: «مادرشوهر به عروس. سلام عزیزم، پلیس یه جسد میمون شبیه انسان پیدا کرده که ظاهراً از کرونا مرده. وقتی شنیدم خیلی نگران شدم اگه سالمی یه اس بده از نگرانی دربیام گلم.» از طرفی در جوک‌های مرتبط با فرزندان و والدین به توقعات والدین از فرزندان در نظافت منزل و بر عهده گرفتن کارهای خانه اشاره شده است. برای نمونه در این جوک: «بابام میگه دو تا پیشنهاد برات دارم! اولی: یا تو خونه‌تکونی کمک می‌کنی. دوم: یا زنگ می‌زنم وزارت بهداشت یه مورد مشکوک به کرونا رو اطلاع میدم.»

جوک‌ها با محتوای تغییر شرایط اجتماعی و سیاسی

مقوله اصلی شماره ۸ مرتبط با تغییر شرایط اجتماعی و سیاسی در زمان بیماری کرونا است و به مسائلی اشاره می‌کند که بسیاری از هنجارها و قوانین اجتماعی در شرایط خاص از میان برداشته شده یا ممنوعیت آن لغو می‌گردد. برای مثال چالش رقص پرستاران برای ایجاد روحیه کادر پزشکی و بیماران، و مجوز ساخت الکل که در شرایط عادی محدودیت‌های دارد ولی در شرایط بحران کرونا رفع شده است. برای مثال: «امروز رفتم بیمارستان تست کرونا بدم ده تومان ویزیت دکتر دادم، صد تومان شاباش دادم به پرستارها! چون ناقلاها داشتن میرقصیدن.» یا در مثال دیگر: «شنوندگان عزیز توجه فرمایید. الکل آزاد شد. تولید الکل در کشور تا اطلاع ثانوی نیازمند اخذ هیچ گونه مجوزی نیست. امروز ۲۲ اسفند به عنوان عید ساقی‌ها در تقویم ثبت شد.»

جوک‌ها با محتوای آیین‌ها و آداب و رسوم

مقوله اصلی شماره ۹ شامل جوک‌های مرتبط با آداب و رسوم و بیماری کروناست. از طرفی آمدن عید نوروز و فصل بهار موجب تغییر فضای جامعه است اما تقارن این مناسبت با بیماری کرونا موجب لغو خرید و دید و بازدید و موجب اضطراب و غم‌زدگی مردم شده که این تغییر فضا در محتوای جوک‌ها مشاهده شده است. برای نمونه: «دعای تحویل سال ۱۳۹۹. یا کرونا زاده ووهانی. یا مخرب سیستم تنفسی. یا مدبر امراض. یا مسبب کفن و دفن. یا مخالف زندگی. یا برادر عزرائیل.»

و یا در مثال دیگر: «هر سال حاجی فیروز داشتیم. اما امسال به همت کرونا حاجی ویروس داریم.»

جوک‌ها با محتوای واکنش‌های احساسی

مقوله اصلی شماره ۱۰ نشان‌دهنده بازتاب احساسی افراد جامعه در شرایط بحران و خصوصاً در زمان بیماری کرونا است که در محتوای این جوک‌ها با حالت‌های احساسی همچون ترس و ناامیدی و یأس در لوای شوخی نشان داده شده است.

برای نمونه: «قبلاً همه میخواستن تا عید خوش‌اندام بشن. الان با آمدن کرونا وضعیت جوری شده همه میخوان تا عید زنده بمونن.» یا در مثال دیگر: «اگه بر اثر کرونا از دنیا رفتم روی سنگ قبرم بنویسید: بر اثر درگیری با پلنگ دار فانی را وداع گفت ننویسد که بر اثر ویروس کرونا بادی وزید و گلی پرپر شد.»

در مثال دیگر: «اگه زنده‌ای یه خط اضافه کن و برای بعدی بفرست. ستاد شمارش بازماندگان کرونایی.»

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تحلیل جامعه‌شناختی جوک‌های مرتبط با ویروس کرونا در شبکه اجتماعی تلگرام انجام شده است و در صدد پاسخگویی به سؤالات زیر است: محتوای این نوع از جوک‌ها شامل چیست؟ در این جوک‌ها به چه مسائل اجتماعی اشاره شده است؟

برای پاسخ به این سؤالات با بهره‌گیری از رویکرد ترکیبی و مروری بر پژوهش‌های پیشین، مقولات مناسب انتخاب و مورد تحلیل قرار گرفت. پژوهش حاضر بیش از ۵۰۰ جوک تلگرامی مرتبط با ویروس کرونا را مورد تحلیل محتوای کیفی قرار داده است. به طور کلی در بررسی محتوای جوک‌های مرتبط با ویروس کرونا ۱۰ مقوله را از یکدیگر متمایز کردیم و هر یک را با

زیرمقولات استخراج شده به تفصیل توضیح دادیم که شامل مقولاتی نظیر جوک‌های مرتبط با شیوع ویروس کرونا، مسائل بهداشتی، اقتصادی، آموزشی، مذهبی، انتقادی، تغییر شرایط اجتماعی و سیاسی، آیین و آداب و رسوم، و بازتاب واکنش احساسی افراد نسبت به این بیماری است. چنان که به تفصیل بیان شد، جوک‌ها علاوه بر شادی بخشی و سرگرمی دارای کارکردهای متفاوتی مانند کارکردهای اجتماعی، دفاعی، سیاسی، شرایط سخت و ناگوار، فرهنگی، ارتباطی، و خصوصی و خانوادگی هستند.

بحران جهانی ویروس کرونا و شیوع آن در سرتاسر جهان علاوه بر آسیب‌های جسمانی و رکود اقتصادی، تبعات روانی چون یأس و انزوا و ناامیدی اجتماعی را در پی داشته است. افراد برای مقابله با این شرایط سخت و ناگوار و عبور از آن، از جوک‌ها بهره گرفتند و با دستمایه قرار دادن بیماری کرونا به دنبال غلبه روانی و بازسازی روحیه خود برآمدند.

این پژوهش مبین این نکته است که در زمان همه‌گیری ویروس کرونا بسیاری از مسائل مهم اجتماعی و انتقادی در لوای شوخی با ظرافت زیرکانه ردوبدل می‌گردد. در واقع از منظر جامعه‌شناختی می‌توان ادعا کرد جوک‌ها همانند ابزاری کارآمد برای بیان دغدغه‌های فردی و اجتماعی استفاده می‌شوند.

مسائلی چون افراط و تفریط بهداشتی هرچند به عنوان عمل فردی شناخته می‌شود ولی ریشه در فرهنگ اجتماعی دارد. هرچند میزان و شدت همه‌گیری ویروس کرونا در میان طبقات غنی و فقیر اجتماع تفاوت چندانی ندارد، با این حال نحوه برخورد افراد در رعایت یا عدم رعایت مسائل بهداشتی با طبقات اجتماعی آنها مرتبط است. چراکه به نظر می‌رسد طبقات پایین و متوسط اجتماع به دلایل مختلفی این بیماری را جدی نمی‌گیرند و طبق عادت‌های پیشین خود زندگی می‌کنند. به طور مثال عدم توجه به توصیه‌های بهداشتی و بی‌تفاوتی در زمان شیوع ویروس کرونا و مسافرت به شهرهای شمالی و برگزاری مراسم چهارشنبه سوری و عید و ... از جمله عادت‌های انجام شده در زمان بحران ویروس کرونا است که در محتوای جوک‌های تلگرامی نیز به آنها اشاره شده است.

نکته مهم دیگر آن است که دغدغه و نگرانی اقتصادی یکی از مسائل مهم در جامعه ایرانی است که شیوع ویروس کرونا منجر به رکود اقتصادی و در نتیجه بغرنج‌تر شدن آن شده است. این مسئله نیز در محتوای جوک‌های تلگرامی بسیار مشاهده شده است.

مقوله قابل بررسی دیگر در این پژوهش مسئله انتقاد است. این مقوله در جوک‌های مرتبط با ویروس کرونا به چند دسته که شامل نقد به عملکرد مسئولان، نقد به نحوه اطلاع‌رسانی، نقد به عملکرد هواپیمایی ماهان، و نقد به اخبار ضد و نقیض در فضای مجازی تقسیم شده است. در

واقع بررسی نتایج این بخش نشان می‌دهد دامنه انتقاد در جوک‌ها می‌تواند بسیار گسترده باشد و شامل طیف عظیمی از سلسله‌مراتب قدرتی یا اجتماعی شود. به طور مثال شامل انتقاد از عملکرد فرد خاص تا انتقاد از اخبار منتشرشده در فضای مجازی شود.

تئوری قاب در این باره این‌گونه استدلال می‌کند که شوخی موجب می‌شود افراد از قاب و ساختار خود تخطی کنند و گفتمان رسمی جامعه را به تعلیق درآورند. به گونه‌ای که در زمان شوخی نقش و مرتبه اجتماعی افراد نادیده گرفته می‌شود و مسئولیت در برابر عقاید و نگرش رسمی از بین می‌رود.

یکی از مباحث مهم مطرح‌شده در زمان شیوع ویروس کرونا بحث فاصله اجتماعی و رعایت آن برای جلوگیری از ویروس کرونا در سطح جامعه است. منتها این بحث در سطح خانوادگی به دلیل قرنطینه شدن اعضای خانواده و خصوصاً استفاده از یک مکان مشترک موجب نزدیکی اجتماعی و فیزیکی شده است. پیامد این نزدیکی اجباری می‌تواند براساس سبک زندگی و میزان روابط عاطفی افراد خانواده متفاوت باشد. چراکه در خانواده‌های یکپارچه این قرنطینیکی موجب ثبات و اتحاد اعضا می‌شود. در حالی که این قرنطینیکی در خانواده‌هایی که بنیان عاطفی آنان سست و متزلزل است، موجب شدت گرفتن نزاع و عمیق شدن فاصله می‌شود. در پژوهش حاضر نشان داده شد در محتوای بسیاری از جوک‌ها تقابل قدرتی و خصومت‌های خانوادگی وجود دارد.

به طور کلی این پژوهش نشان می‌دهد که جوک‌ها به عنوان یکی از متون اجتماعی دارای قابلیت و ظرفیت برای انتقاد اجتماعی هستند چراکه می‌توانند حتی در شرایط بحرانی همانند شیوع ویروس کرونا بسیاری از مسائل از روابط خانوادگی و بهداشتی گرفته تا مسائل کلان اقتصادی و سیاسی و اجتماعی را مورد توجه و انتقاد قرار دهند.

منابع

- آرین‌پور، یحیی (۱۳۸۷) *از صبا تا نیما: تاریخ ۱۵۰ سال ادب فارسی*، تهران: نشر زوار.
- انوری، حسن (۱۳۸۷) *فرهنگ روز سخن*، تهران: انتشارات سخن.
- پلارد، آرتور (۱۳۷۸) *طنز، ترجمه سعید سعید پور*، تهران: نشر مرکز.
- تربتی، سروناز؛ مهدوی، امین (۱۳۹۷) «تحلیل گفتمان انتقادی جوک در خصوص توافق هسته‌ای؛ بازنمایی توافق هسته‌ای در جوک فارسی»، *مطالعات رسانه‌های نوین*، سال چهارم، شماره ۱۵: ۱۰۶-۱۴۰.
- توکلی راد، مهرداد؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۹۵) «جوک‌های سیاه، تعامل‌های اجتماعی و پیامدهای غیر سازنده آن»، *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، شماره ۵: ۵۹۳-۶۱۵.

- رضی پور، پرنیا (۱۳۹۷) «تبیین جامعه‌شناختی بر نظریه‌های طنز»، دومین کنفرانس بین‌المللی روانشناسی، مشاوره، تعلیم و تربیت، مشهد.
- رضی پور، پرنیا؛ رحمانی فیروزجاء، علی؛ ترکمان، فرح (۱۳۹۹) «تحلیل جامعه‌شناختی سینمای کمدی در دهه نود (مورد مطالعه فیلم تگزاس)»، فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، دوره دوم - شماره سوم. ۷۰-۸۵.
- ستوده، هدایت الله، با همکاری مظفرالدین شهبازی (۱۳۸۱) *جامعه‌شناسی در ادبیات فارسی*، تهران: نشر آوای نور.
- سفیری، خدیجه؛ شهرزاد، زهرا (۱۳۹۵) «تحلیل تماتیک جوک‌های مبادله شده در برنامه «اتاق جوک»»، *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، سال هفدهم، شماره ۳۵: ۸۱-۱۰۲.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۷) *روش تحقیق در علوم اجتماعی: اصول و مبانی*، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، جلد اول.
- صفایی، علی؛ درویشعلی پور آستانه، لیلا (۱۳۹۱) «بررسی شیوه‌های پرداخت طنز و مطایبه در کتاب فرهنگ جبهه (شوخی‌طبعی‌ها)»، *ادبیات پایدار*، سال ۴ شماره ۷: ۱۲۱-۱۵۲.
- فرقانی، محمدمهدی؛ عبدی، سیدعیسی (۱۳۹۵) «بازنمایی زن در جوک‌های جنسیتی؛ تحلیل گفتمان انتقادی جوک‌های جنسیتی در مورد زنان در شبکه‌های موبایلی»، *فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، سال هفدهم، شماره ۳۳: ۳۱-۵۲.
- کانرتون، پل (۱۳۸۷) *جامعه‌شناسی انتقادی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: اختران.
- کوثری، مسعود؛ خیرخواه، طاهره (۱۳۸۷) «تحلیل محتوای پیام‌های کوتاه دانشجویان دانشگاه‌های تهران»، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، شماره ۲: ۵۷-۷۸.
- کیوی، ریموند و کامپنهود، لوک وان (۱۳۸۴) *روش تحقیق در علوم اجتماعی (نظری و عملی)*، مترجم عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: توتیا.
- کرپندورف، کلوس (۱۳۹۶) *مبانی روش‌شناسی تحلیل محتوا*، ترجمه هوشنگ نایبی، تهران: نشر نی.
- ماریال، جان (۱۳۹۳) *فلسفه شوخی*، ترجمه غلامرضا اصفهانی، تهران: ققنوس.
- معین، محمد (۱۳۸۲) *فرهنگ معین*، تهران: انتشارات بهزاد.
- موریل، جان (۱۳۹۲) *فلسفه طنز*، ترجمه محمود فرجامی و دانیال جعفری، تهران: نشر نی.
- موسوی گرما رودی، سیدعلی (۱۳۸۰) *دگر خند*، تهران: مؤسسه مطالعات تاریخ معاصر ایران.
- همایون، محمدهادی؛ یوسفی، سیدجواد؛ امینی هرندی، رضا (۱۳۹۴) «دلایل و انگیزه حضور مخاطبان در تئاترهای طنز و عامه‌پسند شهر تهران: رویکردی مردم‌نگارانه»، *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، سال ۱۶، شماره ۳۱: ۱۰۴-۸۰.
- Bergson, Henri (1911) *Laughter: An Essay on the Meaning of the Comic*, London, MacMillan and Com.

- Chan, Yu-Chen (2016) “Neural Correlates of Sex/Gender Differences in Humor Processing for Different Joke Types”, Apr 26;7:536. Doi:10.3389/fpsyg.2016.00536.
- Darnhofer, Ika (2018) “Using Comic-Style Posters for Engaging Participants and for Promoting Researcher Reflexivity”, *International Journal of Qualitative Methods*, 17: 1-12.
- Davies, Christie (1990) *Ethnic Humor Around the World: A Comparative Analysis*, Bloomington, Indiana University Press.
- Fadhil Abbas, Nawal (2019) “Humor in TV Talk Shows”, *International Journal of English Linguistics*, Published by Canadian Center of Science and Education .ISSN 1923-869X E-ISSN 1923-8703.
- Freud, Sigmund. (1905) *Jokes and their Relation to the Unconscious*, translated by James Strachey. Harmondsworth: Penguin.
- Krikmann, Arvo (2009). “On the Similarity and Distinguishability of Humour and Figurative Speech”, *Trames Journal of the Humanities and Social Sciences*, 13 (1): 14–40.
- Milner Davis, Jessica (2016) “Satire and its Constraints: Case Studies from Australia, Japan, and the People’s Republic of China”. *HUMOR* 29 (2): 197–221
- Morreall, John, ed. (1987) *The Philosophy of Laughter and Humor*, Albany, N Y, State University of New York Press.
- Naghdipour, Bakhtiar. (2014). “Jokes in Iran (A Sociolinguistic Perspective)”, *Folklore* (Estonia). Doi: 10, 7592.
- Rapp, Albert (1951) *The Origins of Wit and Humor*, New York, E. P. Dutton.
- Raskin, Victor & Attardo, Salvatore (1991) “Script Theory Revis(it)ed: Joke Similarity and Joke Representation Model”, *Humor – International Journal of Humor Research*, 4 (3-4): 293-347.
- Sandberg, Sveinung; Tutenges, Sébastien (2018), “Laughter in Stories of Crime and Tragedy: The Importance of Humor for Marginalized Populations”, *Social Problems*, 2018, 0, 1–16.
- Scholte, Jan Aart (1993), *International Relations of Social Change*, Buckingham, Open University Press, 13-14.
- Shifman, Limor; Lemish, Dafna (2010), BETWEEN FEMINISM AND FUN(NY)MISM ,Analysing Gender in Popular Internet Humour
- Shifman, Limor; Coleman, Stephen; Ward, Stephen (2007), “Only Joking? Online Humour in the 2005 UK General Election”, *Information, Community & Society*, 10(4). 465-487
- T’Hart, Marjolein (2007) “Humor and Social Protest: An Introduction”, *International Review of Social History*, 52(S15): 1-20.

- Tian, Fang; Yuling, Hou; Zhu, Wenfeng; Dietrich, Arne; Zhang, Qinglin; Yang, Wenjing; Chen, Qunlin; Sun, Jiangzhou; Jiang, Qiu; Cao, Guikang (2017) "Getting the Joke: Insight during Humor Comprehension – Evidence from an fMRI Study", 18;8:1835. Doi: 10.3389/fpsyg.2017.01835.
- Weaver, Simon (2013) "A Rhetorical Discourse Analysis of Online anti-Muslim and anti-Semitic Jokes", *Ethnic and Racial Studies*, 36: 483-499
- Zijderveld, Anton C. (1983) "Trend Report: The Sociology of Humour and Laughter", *Current Sociology*, 31 (3), pp. 1-5