

کارکردهای فرهنگ مردم در زمان شیوع بیماری‌ها؛

مطالعه موردی: کرونا

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۷/۱، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۳۰)

فاطمه عظیمی فرد^۱

چکیده

بشر از ابتدای حیات خود با بیماری و بویژه، شیوع بیماری‌های واگیردار روبه‌رو بوده است. بیماری و مرگ‌ومیر ناشی از آن، یکی از واقعیت‌های اجتماعی دوره‌های مختلف تاریخ به شمار می‌رود. یکی از راه‌های کاهش ترس از بیماری و غلبه بر مشکلات آن، توسل به فرهنگ مردم (فولکلور) است. ابعاد مختلف فرهنگ مردم با توجه به برخورداری از کارکردهای اجتماعی، از گذشته تا حال همچنان پایدار هستند. این مقاله به روش اسنادی، کاربرد فرهنگ مردم را در زمان دنیاگیری ویروس کووید - ۱۹ در جهان بررسی کرده است، نتایج این جستار نشان می‌دهد که کاربرد آموزه‌های فرهنگ مردم در زمان شیوع کرونا در قالب‌هایی چون افسانه، اسطوره، پزشکی عامه و لطیفه بیشترین نمود را داشته است. در ایران توسل به لطیفه و پزشکی عامه در دوران کرونا بیشتر از دیگر قالب‌ها بوده است. از این‌رو، کاربرد جدی‌تر دیگر موارد این دسته‌بندی، همچون افسانه و اسطوره در ایران پیشنهاد می‌شود.

کلیدواژه‌ها: بیماری دنیاگیر کووید - ۱۹، فرهنگ مردم، افسانه، اسطوره، پزشکی عامه و طنز.

۱. دکترای زبان‌شناسی همگانی از دانشگاه علامه طباطبایی (ره)، مدرس و پژوهشگر ارشد مرکز تحقیقات صداوسیما، رایانامه: f.azimifard@irib.ir

۱. مقدمه

فرهنگ مردم به‌عنوان مجموعه‌ای از عادات، آداب و رسوم و تمامی جنبه‌های مادی و غیرمادی زندگی، پدیده‌ای پویاست که به‌طور دائم در حال تحول است و بخشی از هویت فردی و جمعی جوامع مختلف را بازنمایی می‌کند. در قدیم به افکار توده مردم اعتنا نمی‌شد، حتی سخن گفتن به زبان مردم کوچه و بازار را علما و دانشمندان، ادبا و طبقه فاضله دون شأن خود می‌دانستند. بنابراین، در ادبیات رسمی با صراحت آثاری را نمی‌توان یافت بلکه در بعضی آثار نشانه‌هایی را می‌توان پیدا کرد. یکی از آثار پرارزش، تاریخ بیهقی است که در آن نشانه‌هایی از افکار و عقاید مردم و حتی خرافات دیده می‌شود. (انجوی شیرازی به نقل از صداقت‌پیشه، ۲۲۶:۱۳۸۱)

جعفری (قنواتی) فرهنگ مردم را چنین تعریف می‌کند: «مجموعه ادبیات، هنر، دانش، دین، آفرینش‌ها و در یک کلام فرهنگ هر جامعه را می‌توان به دو بخش یا حوزه کلی تقسیم کرد؛ یکی حوزه رسمی و دوم حوزه غیررسمی که باید آن را فولکلور نامید» (جعفری (قنواتی)، ۱۰:۱۳۹۴). ادبیاتی که خارج از حوزه متولیان رسمی ادبیات، شکل می‌گیرد و رواج می‌یابد، باورها و مراسم دینی که خارج از حوزه دین رسمی رواج دارد (مانند سفره‌های نذری) و روش‌های رایج مقابله با بیماری‌ها (قدیم و جدید) در میان مردم، همگی بخش‌هایی از فولکلور هستند. (همان: ۱۱)

«از گذشته تاکنون بیماری از مهم‌ترین تهدیدهای حیات آدمی محسوب شده است. کنترل این پدیده هولناک و ممانعت از وخامت احوال ارتباط وثیقی با ترس بشر از مرگ و نیستی داشته است.» (شفیعی، ۵۹:۱۳۹۵)

در نتیجه، از گذشته نیز شیوه‌های بومی درمان باتوجه به تفاوت‌های اقلیمی و فرهنگی و راه‌های غلبه بر ترس از بیماری وجود داشته و همچنان وجود دارد. از آنجا که آموزش و آگاهی بخشی عمومی یکی از کارکردهای مهم رسانه‌هاست و رسانه در تشویق به برخی رفتارها و عادت‌ها بویژه در حوزه بهداشت و سلامت روحی و جسمی

کارکردهای فرهنگ مردم در زمان شیوع بیماری‌ها؛ مطالعه موردی: کرونا ❖ ۷۹

نقش مهمی دارد، در این مقاله تلاش شده است تا برخی از کاربردهای فرهنگ مردم در مقابله با کرونا در تولید پیام‌های سلامت^۱ نشان داده شود.

۲. پیشینه پژوهش

به دنبال دنیاگیری ویروس کرونا، حوزه علوم انسانی برای بررسی جنبه‌های مختلف اثر این بیماری وارد میدان شد و حجم وسیعی از مقالات و سخنرانی‌ها را به‌طور عمده به شکل مجازی منتشر و ارائه کرد. اما تاجایی که نگارنده بررسی کرده است، به جز «همایش بین‌المللی پیامدهای فرهنگی و اجتماعی کرونا بر حوزه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع فرهنگی ایران» که ۲۹ و ۳۰ بهمن ۱۳۹۹ از سوی پژوهشکده مردم‌شناسی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی برگزار شد^۲ به موضوع نقش فرهنگ مردم در مواجهه با کرونا پرداخته نشده است. در یکی از نشست‌های این همایش با عنوان «کرونا از منظر مردم‌شناسی» مباحثی چون «کرونا و تنهایی»، «گردشگری پساکرونا» و «نگاهی انسان‌شناختی به آمارهای فوتی کرونا و رویکردهای مردمی» که مرتبط با موضوع مردم‌شناسی و فرهنگ مردم بودند و البته ارتباط مستقیمی با مقاله حاضر نداشتند، مورد بررسی قرار گرفت.

البته در موضوع سلامت و باورهای عامیانه پیش‌تر کارهایی منتشر شده است که از میان آنها می‌توان به مقاله شفيعی (۱۳۹۵) با عنوان «سلامت و باورهای عامیانه در عصر قاجار» اشاره کرد. وی در این مقاله با مطالعه منابع تاریخی و تحلیل نظری نشان می‌دهد که باورهای عامیانه نقش مهمی در حفظ سلامت، چه از باب بروز بیماری و چه از حیث درمان داشته‌اند.

فیاضی (۱۳۹۰) نیز در مقاله «تاثیر خرافات و عقاید انحرافی بر گسترش بیماری‌ها در عصر قاجار» بی‌اطلاعی، خامی، ترس از امور موهوم و غیرتخصصی شدن اندیشه را موجب تکیه بر عقاید غلط خرافی در درمان بیماری‌ها دانسته است.

۱. به پیام‌هایی که به بحث سلامت فردی و اجتماعی می‌پردازند، پیام سلامت می‌گویند.

۲. مقالات این همایش بهمن ۱۴۰۰ منتشر می‌شود.

اما در منابع خارجی در خصوص پیوند کرونا و فولکلور مواردی به چشم می‌خورد که در اینجا به چند مورد از آنها اشاره می‌شود:

داتچ (۲۰۲۰) در نشریه دیجیتال فولکلور لایف^۱ در مقاله‌ای با عنوان «ارزش‌ها و خطرات فولکلور در زمان دنیاگیری بیماری» به بررسی نکات مثبت و منفی فرهنگ عامه در زمان شیوع کرونا در امریکا پرداخته است.

کوهن (۲۰۲۰) در مطلبی با عنوان «در ژاپن، آمابی اسطوره قرن ۱۹ برای مبارزه با کووید ۱۹ به کمک آمده است»، توسل ژاپنی‌ها را به اسطوره‌ای دریایی برای کمک به کاهش ترس از گسترش بیماری نشان می‌دهد.

مجموعه مقالات «کاربرد زبان‌شناسی در بافت‌های بیماری و سلامت» (۲۰۲۰) هم از منظر زبان به موضوع کرونا پرداخته است. زبان در تمام جنبه‌های بیماری و درمان دخیل است. در فصول این کتاب با بهره‌گیری از زبان‌شناسی کاربردی، تحلیل گفتمان، روش پیکره‌ای، تحلیل مکالمه، تحلیل استعاره، زبان‌شناسی شناختی، پژوهش‌های چندفرهنگی، تحلیل روایت و زبان‌شناسی اجتماعی انواع بافت‌های مربوط به سلامت بررسی شده است.

هانگی بای (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با عنوان «مبارزه با کووید ۱۹ با داستان‌های کوتاه مغولی» به بررسی نقش ادبیات شفاهی مغولی در شیوع کووید ۱۹ پرداخته است. پژوهشگر در این اثر با تأکید بر مفهوم بینامتنیت^۲، نشانه‌های کلامی و تصویری را در ۹۴ فیلم ویدیویی که براساس داستان‌های کوتاه مغولی ساخته شده‌اند، بررسی کرده است. این امر نشان می‌دهد که مشارکت مغول‌ها در گفتمان‌های جهانی و ملی غالب، بسیار کم است اما در عین حال، احساس مغولی بودن در پیوند هنر کلامی مغولی با پیام‌های بهداشتی برای مبارزه با کووید ۱۹ بروز یافته است. به عبارتی، مغول‌ها هویت چندلایه خود را به‌عنوان یک اقلیت در سپهر جهانی با داستان‌های کوتاه نشان می‌دهند. این مطالعه روشن ساخت که چگونه نشانه‌ها و گونه‌های سنتی که از بطن فرهنگ مردم برخاسته‌اند، می‌توانند در زمان بروز دنیاگیری بیماری بروز و کارکرد یابند.

1. Folklife

2. intertextuality

۳. مفاهیم نظری

در این بخش به مفاهیم اصلی مقاله مانند اسطوره، افسانه، پزشکی عامه و لطیفه پرداخته می‌شود.

– اسطوره

اسطوره را از قدیمی‌ترین انواع داستانی به شمار می‌آورند. «اسطوره در برداشتی کلی، نگرش پیش‌علمی و بخشی از میراث فرهنگی انسان است که ساختار آن با میزان رشد فرهنگ مادی و معنوی انسان در دوران‌های مختلف زندگانی وی پیوند دارد». (باجلان فرخی، ۱۳۸۸، ج ۱: ۴۷۲)

اسطوره «در لغت‌نامه‌های فارسی به معنی افسانه، قصه، سخن‌پریشان، اباطیل، اکاذیب و داستان‌های بی‌سامان آمده است. در زبان یونانی نیز کم و بیش چنین مفهومی رایج بوده است. ... اما امروزه به مدد مطالعات اسطوره‌شناسی، انسان‌شناسی و قوم‌شناسی، بویژه مطالعاتی که در جوامع بدوی یعنی جوامعی که اسطوره‌هایشان زنده است، صورت گرفته درک متفاوتی از اسطوره ایجاد شده است.» (جعفری (قنواتی)، ۲۶۵:۱۳۹۴)

مهم‌ترین ویژگی‌های اسطوره عبارت‌اند از:

۱. اسطوره راوی رویدادی است که در زمان آغازین یا ناشناخته و یا زمان فرجام شکل گرفته است.
۲. روایت اسطوره‌ای سرگذشتی قدسی و مینوی است.
۳. نمودهای طبیعی همچون ستارگان، زمین، کوه، دریا و... عناصر اصلی اسطوره‌اند.
۴. انسان اسطوره‌گرا به واقعی بودن آن معتقد است.
۵. اسطوره با گذر زمان همیشه زنده است و مردم با آن زندگی می‌کنند. (همان:

۴۷۳-۴۷۲)

اسطوره‌ها به انواع زیر تقسیم‌بندی می‌شوند:

۱. اسطوره آیینی^۱: این گونه اسطوره‌ها گویای راه و آیینی هستند که کاهنان معابد کارگزار آن بوده‌اند؛ کارهای آیینی که از سوی این کاهنان انجام می‌شد با کلام و اوراد همراه بود.

۲. اسطوره خاستگاهی^۲ علت‌شناختی^۳: شکلی دیگر از اسطوره و کارکرد آن بیان خاستگاه یا سبب هر چیزی است. مانند داستان پیدایش پرندگان، گل‌ها و ساختارهای فیزیکی.

۳. اسطوره اعتبار و شخصیت^۴: کارکرد این نوع اسطوره ایجاد اعتبار برای قهرمانان و مکان‌هاست.

۴. اسطوره فرجام^۵: این نوع اسطوره‌ها با روایت‌های اسطوره‌ای اوضاع و احوال جهان پس از مرگ و پایان جهان پیوند دارند. (همان: ۴۷۸-۴۷۷)

جعفری (قنواتی) مهم‌ترین منبع اسطوره‌های ایرانی را کتاب اوستا و سرودهایی که خطاب به ایزدان مختلف است، بیان می‌کند و از منابع پهلوی مانند دینکرد و بندهش، منابع مانوی و منابع عربی که در سده‌های نخستین اسلامی تالیف شده‌اند، مانند تاریخ طبری در ترجمه تاریخ بلعمی، اخبار الطوال و کتاب حمزه اصفهانی نام می‌برد. وی شاهنامه را منبع اصلی روایت‌های اساطیری و حماسی ایران معرفی می‌کند. به این ترتیب، ایزدان و دیوان، رستم و سهراب، سیمرغ، سیاوش و کیخسرو و... از جمله اسطوره‌های ایرانی هستند. (جعفری (قنواتی) ۱۳۹۴: ۲۶۶-۲۶۵)

در رویکردهای نشانه‌شناختی نیز از منظری دیگر به اسطوره پرداخته می‌شود. طبیعی‌سازی فرایندی است که از طریق آن ساخت‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی به گونه‌ای عرضه می‌شوند که گویی اموری طبیعی هستند. طبیعی‌سازی به شکل ضمنی کارکرد ایدئولوژیک دارد. بارت^۶ سازوکار اسطوره را طبیعی جلوه دادن امور تاریخی

1. ritual myth
2. original myth
3. aetiological myth
4. prestige myth
5. eschatological myth
6. R. Barthes

کارکردهای فرهنگ مردم در زمان شیوع بیماری‌ها؛ مطالعه موردی: کرونا ❖ ۸۳

معرفی می‌کند. «اسطوره تاریخ را به طبیعت بدل می‌کند ... اسطوره گفتاری است که به شیوه مفرط موجه جلوه داده می‌شود». (بارت، ۱۳۸۰:۱۰۵)

- افسانه

«انسان از پیش از تاریخ، با افسانه‌سرایی اوقات خویش را پر می‌کرده است. او حتی با افسانه‌گویی و افسانه‌پردازی، به خواب می‌رفته است. افسون‌کنندگی افسانه‌ها، در بسیاری از داستان‌ها و اشعار شاعران ما نیز بازتاب یافته است.» (جعفری (قنواتی)، ۱۳۹۴:۱۹۰)

در جلد یک دانش‌نامه فرهنگ مردم ایران افسانه یکی از گونه‌های روایی بسیار کهن و مشهور ادبیات عامه یا شفاهی تعریف شده و اضافه شده است که افسانه‌های ایرانی اغلب به صورت نثر و گاهی به شکل نظم روایت می‌شوند (جعفری (قنواتی)، ۱۳۸۸، ج ۱: ۵۳۷). در میان مردم مفهوم افسانه با واژه‌های دیگری همچون «اوسانه»، «اوسنه» و «اوسنه» نیز بیان می‌شود. (همان: ۵۳۸)

«افسانه از گونه‌های مهم داستانی در حوزه ادب شفاهی است که از دیرباز گروه‌های متفاوت اجتماعی، سنی و جنسی به آن علاقه‌مند بوده‌اند.» (جعفری (قنواتی)، ۱۳۹۴:۱۹۰)

از ویژگی‌های افسانه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- جعل اغراق‌آمیز واقعیت (بخشی از آن در ناتوانی انسان از غلبه بر مشکلات طبیعی و اجتماعی ریشه دارد؛

- سرگرم‌کنندگی (از افسانه‌گویی به عنوان یکی از معمول‌ترین شکل‌های سرگرمی برای عده زیادی از زنان و کودکان یاد می‌شود)؛

- نقش تعلیمی و آموزشی؛

- تسکین دردها و آلام انسان‌ها؛

- ساختار افسانه از سه بخش: ابتدا، گزارش متن و پایان‌بندی تشکیل شده است.

(همان: ۱۹۸-۱۹۵)

افسانه‌های ایرانی را به ۵ دسته زیر تقسیم می‌کنند:

۱. تمثیلی: افسانه‌های تمثیلی (که افسانه‌های حیوانات نیز به آنها گفته می‌شود) از کهن‌ترین و رایج‌ترین گونه‌های افسانه هستند. این نوع از افسانه‌ها با شمار محدود شخصیت‌ها، نسبت به دیگر گونه‌ها، جنبهٔ تعلیمی و تربیتی برجسته‌تر و نمایان‌تری دارند. در میان افسانه‌های تمثیلی ایرانی، بیشترین روایت‌ها به روباه و پس از آن به گرگ، شیر و انواع مختلف پرنده اختصاص دارد.
۲. افسانه‌های سحرآمیز^۱: در ایران به این نوع افسانه‌ها که از شایع‌ترین افسانه‌های جهان هستند، افسانه‌های جادویی، پری‌وار، جن‌پری و پریان نیز گفته می‌شود. تحریف جدی واقعیت، مشکلات پی‌درپی و به ظاهر حل‌ناشدنی، ارتباط تخلیاتی این افسانه‌ها با آرزوهای دورودراز انسان و پایان توأم با پاداش از ویژگی‌های آنهاست. دیوان و پریان شخصیت‌های اصلی افسانه‌های سحرآمیز ایرانی هستند.
۳. افسانه‌های عاشقانه: افسانه‌ای که مبنای آن عشق دو دل‌داده باشد، افسانهٔ عاشقانه است. این نوع، از انواع مهم افسانه‌های ایرانی است. وجود افسانهٔ عاشقانه‌ای مانند «زال و رودابه» در حماسه ملی ایران زمین؛ مؤید دیرینگی این نوع افسانه‌هاست. عاشق شدن غیابی، نقش فعال و پرتحرک قهرمان، فاصلهٔ جغرافیایی عاشق و معشوق، شعرخوانی فراوان و وجود شخصیت دایه یا پیرزن به‌عنوان واسطه میان عاشق و معشوق، از ویژگی‌های افسانه‌های عاشقانه ایرانی است.
۴. افسانه‌های واقع‌گرا: جمع دو واژهٔ افسانه و واقعیت تناقض دارد و این اصطلاح با تسامح پذیرفته می‌شود. افسانه‌هایی که به زندگی مردم نزدیک‌ترند، در این دسته قرار می‌گیرند. (جعفری (قنواتی)، ج ۱: ۵۴۸-۵۴۲)
۵. افسانه‌های خنده‌آور (فکاهی): این گونه از افسانه‌ها به لطیفه شبیه‌اند و از این‌رو، برخی از پژوهشگران، آنها را با افسانه واقع‌گرا در یک دسته قرار می‌دهند. تنها پژوهش صورت گرفته در فارسی دربارهٔ این نوع افسانه، متعلق به دادجان عابدی، فولکلوریست تاجیک است. افسانه‌های خنده‌آور به جای تکیه بر گفت‌وگو بر کنش‌های افراد استوارند. (جعفری (قنواتی)، ۲۴۵: ۱۳۹۴)

کارکردهای فرهنگ مردم در زمان شیوع بیماری‌ها؛ مطالعه موردی: کرونا ❖ ۸۵

دیفنزو و بوردیا^۱ در مقاله‌ای با عنوان «شایعه، سخن‌پراکنی و افسانه‌های محلی^۲» درباره تفاوت افسانه و شایعه بیان می‌دارند که شایعات کوتاه‌تر، اطلاعات فاقد شکل داستانی و بدون طرح داستان هستند؛ درحالی‌که افسانه‌ها بلندتر، با حاوی موقعیت داستان، پی‌رنگ و نقطه فراز و فرودند. (به نقل از داتچ، ۲۰۲۰)^۳

– پزشکی عامه

«پزشکی عامه یا طب مردمی، شیوه‌های تشخیص بیماری‌ها و عارضه‌ها و درمان آنها بر پایه شفاهی میراث نسل‌های متمادی خرده‌فرهنگ‌ها در بستری از تجربه‌ها، اعتقادهای باورها و جادوهاست. پزشکی در حوزه خرده‌فرهنگ‌ها به دو بخش پزشکی عامه و طب قدیم تقسیم می‌شود. پزشکی عامه، همراه با داروشناسی مردمی اساساً مبنی بر فرهنگ جامعه و نظام تشخیص و درمان ویژه‌ای منطبق است که با ساختار اجتماعی - اقتصادی و دینی و با کهن‌ترین صورت نگرش عامه مردم به بیماری‌ها و روش درمان بیماری‌ها همخوانی دارد.» (جانب‌اللهی، ۱۳۹۰، ج ۱: ۴۰۰)

شیوه‌های درمان در پزشکی عامه، دو تقسیم‌بندی کلی گیاهی و غیرگیاهی دارد. درمان نوع دوم از تنوع زیادی برخوردار است (درمان با منشأ انسانی و حیوانی، حشره‌درمانی، رگ‌درمانی، مایه‌کوبی، سنگ‌درمانی، دعادرمانی، آب‌درمانی، دزدی‌درمانی^۴، گناه‌درمانی^۵، جادو درمانی و...). (همان: ۴۰۴)

بخشی از فرهنگ مردم که به باورها مربوط می‌شود، در حوزه طب عامه کارایی دارد. براتی (۱۳۹۸) باورهایی را که مردم برای رفع بیماری، کسالت و غیره به آن متوسل می‌شوند، در این دسته قرار می‌دهد. ناشناختگی علل بیماری و راه‌های درمان، در کنار رنج ناشی از بیماری، موجب شده است که به برخی از خیال‌ها اولویت داده شود.

1. N. DiFonzo and P. Bordia

2. Rumor, Gossip, and Urban Legends

3. <http://dolkdife.si.edu/magazine/chisis-valuls-dongers-ay-folklore-global-pandemic>.

۴. از جمله دزدیدن خروس آدم خسیس برای درمان

۵. از جمله اذان بی‌وقت گفتن و گرو برداشتن در مسجد و نظایر آن

شفیعی (۱۳۹۵: ۶۳) درباره جایگاه باورهای عامیانه در حفظ سلامت در دوره قاجار می‌نویسد: «استخاره و اعتقاد به نتیجه در موقع مصرف دارو و انجام درمان فراگیر بود. این امر در دربار نیز مهم شمرده می‌شد. عین السلطنه آورده است: «پایم الحمدالله بهتر شده بود. اما باز درد داشت. باز خاکستر گرم گذاشتم. بعد از آب گرم پایم را شستم. بعد ناظر آمد. چون که دو سه دوا بود استخاره کردیم، ناظر استخاره کرد. دوا شیر و تریاک خوب آمد. از آن مالیدم.» (عین السلطنه، ۱۳۷۳، ج ۱: ۶۳)

- لطیفه

«لطیفه از گونه‌های بسیار رایج ادب شفاهی است. برخلاف گونه‌های دیگر ادب شفاهی که امروزه، نسبت به گذشته، رواج کمتری دارند، لطیفه‌ها در میان مردم همچنان رواج فراوان دارند. وسایل ارتباطی جدید مانند تلفن همراه امکان نقل و انتقال بیشتر و سریع‌تر لطیفه‌ها را فراهم آورده است.» (جعفری قنواتی، ۱۳۹۴: ۲۴۶)

توکلی راد و غفاری (۱۳۹۵) لطیفه‌ها یا جوک‌ها را به لحاظ محتوایی به سه دسته سفید (جوک‌های سفید یا شیرین با بزرگ‌نمایی زشتی‌ها و بدی‌ها که علاوه بر خندانند مخاطب وی را آگاه می‌سازند)، خاکستری (شبیبه دسته اول هستند اما نقش اصلاح‌گرایانه و هشداردهند ندارند) و سیاه (جوک‌هایی با زبان گزنده که هدفشان تمسخر فرد، گروه یا افراد خاصی است) تقسیم می‌کنند.

نقدی‌پور (۲۰۱۴) در مقاله «لطیفه‌ها در ایران»، با ایجاد پیکره‌ای تصادفی از هزار لطیفه و پرسش از ۲۰۰ دانشجو در سراسر ایران، کارکردهای اصلی لطیفه‌ها در ایران را بررسی کرده است. براساس پژوهش وی ۶۲ درصد از شرکت‌کنندگان در پیمایش اعلام کرده‌اند که نبود آزادی بیان در جامعه به تولید لطیفه‌های سیاسی منجر می‌شود. ۷۲ درصد نیز باور داشته‌اند که لطیفه‌های قومیتی مهم‌ترین موضوع لطیفه‌ای ایرانی هستند.

برخی از ویژگی‌های لطیفه‌ها عبارت‌اند از: کوتاه بودن، خنده‌دار بودن و نامشخص بودن سازنده آنها. (جعفری قنواتی، ۱۳۹۴: ۲۴۶)

کارکردهای فرهنگ مردم در زمان شیوع بیماری‌ها؛ مطالعه موردی: کرونا ❖ ۸۷

خیرآبادی (۱۳۹۲) از منظر زبان‌شناسی، نقش تخطی از اصول گرایس را در نسل جدید جوک‌های ایرانی بررسی کرده و نتیجه گرفته است که نقض اصول همکاری گفتمانی خنده‌دار شدن و مسخره شدن یک تعامل گفتمانی را در پی دارد.

۴. بحث و بررسی

۴-۱. توسل به اسطوره یا افسانه و کرونا

در این بخش نگاهی به کاربرد اسطوره و افسانه در زمان گسترش کرونا در دنیا انداخته‌ایم. ژاپنی‌ها برای مبارزه با کووید ۱۹، ضمن اتخاذ تدابیر بهداشتی، از اسطوره‌هایشان بهره گرفتند، به این ترتیب که در دوران شیوع کرونا، تصویر موجودی دریایی به نام «آمابی»^۱ را میم اینترنتی^۲ کردند. این موجود با سری شبیه پرنده، بدنی شبیه ماهی و گیسوانی شبیه انسان، اسطوره‌ای است که به قرن ۱۹ ژاپن بازمی‌گردد. وزارت بهداشت ژاپن پیام‌های سلامت خود را مانند: «مانع از گسترش ویروس شویم» به همراه تصویر زیر که تصویر آمابی است، منتشر کرد.



تصویر ۱. اسطوره ژاپنی آمابی

۱. Amabie: تلفظ این واژه در ژاپنی آمابی‌یه است.

۲. Internet Meme: اصطلاحی است برای توصیف موضوعات و عقیده‌هایی که به وسیله اینترنت گسترش و شهرت پیدا می‌کند.

کازوهیکو کوماتسو^۱ استاد مرکز مطالعات بین‌المللی مطالعات ژاپن در کیوتو در این خصوص می‌گوید: در سال ۱۸۴۶، آمابی از اقیانوس سربرآورد و با مردم به زبان آدمیزاد سخن گفت و از ۶ سال رونق محصول و به دنبال آن گسترش بیماری‌ها خبر داد.^۲ این موجود به مردم توصیه کرد که برای خلاصی از بیماری، عکسش را بکشند و به دیگران نشان دهند. (کوهن، ۲۰۲۰)^۳

اولین تصاویر آمابی در خبرنگارانه‌ای با نام کاوارابان^۴ در سال ۱۸۴۶ روی صفحات گلی و چوبی منتشر شد. کوماتسو ریشه آمابی را موجودی اسطوره‌ای به نام یوکای^۵ معرفی می‌کند که قدمت آن به حدود ۱۲۰۰ سال قبل باز می‌گردد. ژاپنی‌ها در مراسمی مذهبی آن را می‌کشیدند تا از ناخودآگاه افراد، ترس و امید را بر روی کاغذ آورند. این مراسم همزمان با همه‌گیری بیماری‌ها بود. مردم در طول سال‌ها به تدریج دریافته‌اند که این ماجرا واقعی نیست و خالقش انسان است؛ به همین دلیل جنبه تفریحی یافت و به شکل آمابی که جذابیت بیشتری داشت، تغییر کرد.

در سال ۲۰۲۰ و همزمان با شیوع کووید-۱۹، آمابی بار دیگر در نقاشی‌های پاستل و طراحی‌های گرافیکی پدیدار شد. به تدریج تی‌شرت‌ها، کارتونها و شیرینی‌هایی با شکل این اسطوره تولید شدند. حتی قاب‌های تلفن همراه آمابی روانه بازار شد (همان) و در نهایت وزارت بهداشت ژاپن نیز برای انتقال پیام‌های سلامت خود از آن استفاده کرد. بررسی پیام‌های سلامت مربوط به بیماری کرونا در ایران نشان می‌دهد که استفاده بارزی از عناصر فرهنگی در این پیام‌ها نمی‌شود. تنها در یک مورد، کاربرد تصویر «حاجی فیروز» اسطوره‌ای در پویش «در خانه بمانیم» در نوروز ۱۳۹۹ مشاهده شد.

1. Kazuhiko Komatsu

۲. شباهت این اسطوره و داستان واقعی حضرت یوسف (ع) قابل تأمل است. (نگارنده)

3. <http://www.npr.org/sections/coronavirus-live-updates/2020/04>

4. kawaraban

5. Yokai



تصویر ۲. استفاده از اسطورهٔ حاجی فیروز در پوسترهای سلامت در ایران
(منبع پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت بهداشت)

دکتر بهار در کتاب «از اسطوره تا تاریخ» حاجی فیروز را وابسته به جشن‌های سیاوش دانسته است. به باور وی، این چهره می‌تواند برگرفته از یکی از اسطوره‌های تموز، ایزد کشاورزی و چارپایان، در میان‌رودان باستان باشد.

البته کاربرد تصاویر حاجی فیروز به دلیل همزمانی بحران کرونا در ایران و ایام سال نو بوده و موردی از احیای اسطوره‌های ایرانی در ایام کرونا در پیام‌های سلامت مشاهده نشده است. درحالی‌که می‌توان از رویین‌تنان، قهرمانان اساطیری، مانند اسفندیار، تنها قهرمان رویین‌تن حماسه‌های ایرانی استفاده کرد. «در میان پهلوانانی که با صفت رویین‌تنی یاد شده‌اند، اسفندیار تنها کسی است که از همهٔ صفات و ویژگی‌های رویین‌تنان اساطیری برخوردار است.» (گشتاسب، ۱۳۹۵، ج ۴: ۶۳۸)

ازسوی دیگر، جیمز داتچ (همان ۲۰۲۰) از بازآفرینی منفی یکی از افسانه‌های غربی در بحران ویروس کرونا نام می‌برد. وی به احیای افسانهٔ جدید «اغوا با صندلی ماشین

۹۰. فصلنامه فرهنگ مردم ایران

بچه^۱ اشاره می‌کند که گروه‌های تبهکار با فرستادن بچه گریان به محل سرقت از آن استفاده می‌کرده‌اند. آنها بچه گریان را به خانه‌ها می‌فرستادند؛ اگر در باز می‌شد (چه کسی می‌تواند در برابر کودکی گریان مقاومت کند؟)، سارقان به سرعت وارد منزل می‌شدند. به اعتقاد متخصصان فرهنگ عامه این ماجرا به افسانه‌ای اشاره دارد که در آن گروه‌های تبهکار برای اغوای مردم بویژه زنان، صندلی ماشین بچه‌ای را که روی آن پتو کشیده شده بود، کنار خیابان رها می‌کردند تا قربانیان را به دام اندازند. البته این افسانه هم در نهایت پندآموزی دارد و به نوعی هشداردهنده است.

در میان افسانه‌های ایرانی می‌توان از سیمرغ به‌عنوان پرنده یاریگر در اسطوره‌ها و افسانه‌های ایرانی اشاره کرد. در شاهنامه فردوسی و منظومه‌های پهلوانی کهن، همچنین طومارهای نقالی، سیمرغ یاریگر و یاور پهلوانان سیستان است. در شاهنامه سیمرغ یاریگر خاندان زال و دارای نقش منفی برای اسفندیار است. سیمرغ در گرشاسب‌نامه هم پهلوانی دلیر و دادگر و در فرامرنامه راهنمای گمشدگان است. افسانه‌های تمثیلی و سحرآمیز قابلیت زیادی دارند که برای ارسال پیام‌های سلامت بویژه در حوزه کودکان به کار روند.

۴-۲. پزشکی عامه و کرونا

هرچند از رونق باورهای عامیانه مرتبط با سلامت کاسته شده است، همچنان پزشکی عامه یکی از مرتبط‌ترین بخش‌های فرهنگ عامه با شیوع ویروس کروناست. و البته با ناکارآمدی پزشکی نوین، کارایی پزشکی عامه در این حوزه بیشتر می‌شود. انتشار مطلبی در نیویورک پست و نیویورک تایمز مبنی بر غرغره با آب نمک گرم و سرکه برای از بین بردن ویروس کرونا، نمونه‌ای از این دست است. حتی در یکی از قسمت‌های یک مسابقه تلویزیونی امریکایی نمونه‌ای از این توصیه به این شکل ارائه شده است که غرغره با آب داغ، ویروس را به زور روانه معده می‌کند و اسید معده آن

کارکردهای فرهنگ مردم در زمان شیوع بیماری‌ها؛ مطالعه موردی: کرونا ❖ ۹۱

را می‌کشد. البته باید گفت که غرغره با آب نمک گرم ضرری ندارد اما از ابتلا به ویروس پیشگیری نمی‌کند. (داتچ، ۲۰۲۰)

در ایران نیز در کنار توصیه‌های مشابه، توصیه‌های عجیبی مانند دودکردن عنبرنسارا و کاربرد روغن بنفشه مشاهده شد که واکنش‌های جدی حوزه پزشکی را به دنبال داشت. در عین حال، متخصصان طب ایرانی و پزشکان طب نوین، به دنبال تأثیر مثبت درمان ترکیبی طب سنتی و طب رایج در درمان مبتلایان به کرونا هستند که این امر نیاز به زمان و آزمایش‌های بیشتر دارد.

۳-۴. لطیفه و کرونا

اگر لطیفه‌گویی را پدیده‌ای اجتماعی در نظر بگیریم، این کنش حاوی معانی اجتماعی است. کنشگران لطیفه‌گو با سه نیت شاد کردن جمع، برقراری روابط اجتماعی و دستیابی به منزلت، اقدام به لطیفه‌گویی می‌کنند (آقابابایی ۱۳۹۳: ۴۰۵). می‌توان گفت که شوخی نقش کلیدی در تعاملات اجتماعی بازی می‌کند. امروزه در حوزه علوم شناختی نیز موضوع طنز، شوخ‌طبعی و زیرفرآیندهای شناختی و عاطفی آن، از جمله موضوعات مورد بررسی است.

آلن داندز^۱، فولکلوریست، معتقد است: «فجایع، لطیفه تولید می‌کنند» (داتچ، ۲۰۲۰). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که در زمان اضطراب، لطیفه‌ها بیشتر می‌شوند. از این امر به‌عنوان «جوک‌درمانی در بحران» نیز می‌توان یاد کرد. البته یکی از دلایل آن عادی‌سازی مسائل است.

در موضوع کرونا، با توجه به گسترش کاربرد فضای مجازی، تولید لطیفه برای فرار از ترس این بیماری شیوع قابل توجهی در سراسر دنیا داشت.

رضا روحی، روانکاو و طنزنویس درباره خنده‌ها و ساخت لطیفه‌های لحظه‌ای در ایران می‌گوید: «مردم ایران از روحیه طنز بالایی برخوردارند؛ یعنی حالا چه با توجه به شرایط و اقتضائات اجتماعی باشد و چه به دلایل ژنتیک، در طنز موقعیت، کارشان

1. Alan Dundes

۹۲ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

درخشان است، برای همین در حرفه طنز، خندانند مردم ایران نسبت به دیگر نقاط جهان کار ساده‌ای نیست. ... این دکتر روانکاو دربارهٔ اینکه لطیفه‌ها کجا و از سوی چه کسانی ساخته می‌شوند، معتقد است: «لطیفه‌ها دهان به دهان می‌چرخند. زمانی که تلگرام و اینترنت نبود، یک آدم خوش‌ذوق چیزی به ذهنش می‌رسید و مثل حکایت تعریف می‌کرد، شنونده برای همکارانش در یک اداره تعریف می‌کرد و شب هر کس به خانه برمی‌گشت، جوک را به خانه‌اش می‌برد و در مدت کوتاهی این طنز در سراسر کشور پخش می‌شد.» (خادم‌المله: ۱۳۹۹)

البته ساختن لطیفه در بحران، ویژه ایرانی‌ها نیست. در غرب نیز در زمان انفجار فضاپیما چلنجر^۱ در سال ۱۹۸۶ و یا شیوع ایدز در دههٔ ۱۹۸۰، لطیفه‌های فراوانی ساخته شد. داندز معتقد است؛ لطیفه‌های مربوط به ایدز، حاوی دو موضوع همجنس‌گرایی و بیماری مرگباری بودند که در آن زمان هردو تابو بود. ساخت لطیفه‌ها در واکنش به ترس ناشی از گسترش بیماری و در عین حال، احتمال ارتباط آن با همجنس‌گرایی اتفاق افتاد. بنابراین، در زمان شیوع ویروس کرونا نیز با وجود مرگبار بودن این بیماری، ساخت جوک دربارهٔ آن، از اضطراب ناشی از ابتلا می‌کاهد و ضمن ایجاد همبستگی، سرگرمی را که یکی از کارکردهای لطیفه است به همراه می‌آورد به هر حال شوخی بهترین درمان است. (داتیچ، ۲۰۲۰)

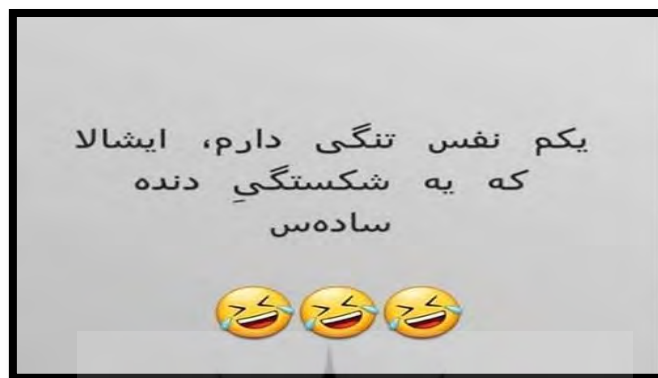
در ایران با شیوع کرونا، لطیفه‌های کرونایی تولید شدند و به دلیل همزمانی با ایام عید و وقوع زلزله، محتوای آنها برحسب موقعیت تغییر کرد. لطیفه‌های زیر نمونه‌هایی از این دست هستند:

۱. بلایای طبیعی طی جلسه‌ای کرونا را دعوت کردند. در پایان این جلسه قرار شد، زلزله مردم را بیرون بکشد، کرونا آنها را بگیرد، سیل آنها را ببرد و سرانجام ملخ‌ها آنها را بخورند.

- بابام می‌گه دو تا پیشنهاد برات دارم! (۱) یا تو خونه تکونی کمک می‌کنی (۲) یا زنگ می‌زنم وزارت بهداشت یه مورد مشکوک به کرونا رو اطلاع می‌دم.

کارکردهای فرهنگ مردم در زمان شیوع بیماری‌ها؛ مطالعه موردی: کرونا ❖ ۹۳

- ای کسانی که با خیال راحت ماسک فیلتردار استفاده می‌کنید، بدانید و آگاه باشید که کرونا در ایران مجهز به فیلترشکن است.



تصویر ۳. لطیفهٔ کرونایی (برگرفته از همشهری آنلاین)^۱

بررسی لطیفه‌های تولیدشده در ایام شیوع کرونا نشان می‌دهد که ایرانی‌ها از لطیفه به‌عنوان یکی از انواع ادبیات شفاهی بسیار بهره برده‌اند.

۵. جمع‌بندی

در طول تاریخ، سلامت و بیماری از جمله دغدغه‌های همیشگی بشر بوده است. به احتمال، بشر قرن بیست و یکم تصور نمی‌کرد با بیماری دنیاگیری مانند کرونا مواجه شود. ماهیت بی‌سابقه بحران کووید ۱۹ اندیشمندان رشته‌های مختلف را برآن داشته است که برای مقابله با این بیماری و تبعات ناشی از آن به کمک آیند. در کنار پیامدهای پزشکی، اقتصادی و سیاسی این بحران، از نقش فرهنگ و بویژه فرهنگ مردم نباید غافل شد. یونسکو (سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد) نیز برای هماهنگ ساختن تلاش کشورهای مختلف به گردآوری اطلاعات گسترده کشورهای عضو و تحلیل آنها اقدام کرده است. آنچه در یک سال و نیم گذشته رخ داد، نشان می‌دهد که با

1. <http://www.homshahrionline.ir/news/487523>

وجود گسترش فناوری و افزایش دانش بشر، ترس از بیماری موجب شده است شایعات گسترده‌ای از طریق فضای مجازی در این مورد منتقل شود. گویی بسیاری از آنچه پیش از این درباره نگرانی‌های بشر در زمان شیوع بیماری‌ها شنیده بودیم، بار دیگر محقق شده است و به احتمال، در آینده هم محقق خواهد شد. بنابراین، از این منظر، فرهنگ عامه همواره می‌تواند مورد توجه قرار گیرد.

در مقاله حاضر، تلاش شده است به کارکرد بخش‌هایی از فرهنگ مردم در زمان دنیاگیری کرونا پرداخته شود. همان‌گونه که داتچ (۲۰۲۰) نشان داد، فرهنگ مردم در مورد کرونا هم می‌تواند کارکردهای مثبت و هم منفی داشته باشد. اما آنچه اهمیت دارد، شناخت و تقویت کارکردهای مثبت فرهنگ مردم در این حوزه است. در عصری که بشر به واسطه غلبه فناوری از ادبیات رسمی و شفاهی فاصله گرفته است، می‌توان از ظرفیت ادبیات شفاهی بویژه در حوزه کودک بهره برد. رضوی طوسی و همکاران (۱۳۹۲) نشان داده‌اند که قالب کارتون و برنامه‌های عروسکی، یکی از قالب‌های مؤثر برای ارائه پیام‌های سلامت است. این قالب ظرفیت بالایی دارد تا از ادب شفاهی در آن بهره برده شود.

همان‌گونه که در این مقاله نشان داده شد، از ظرفیت لطیفه به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی در همه بحران‌ها در ایران به‌خوبی استفاده می‌شود. در مورد کرونا نیز با وجود ترس و اضطراب از گسترش آن، ساخت لطیفه ادامه داشته است.

در مورد پزشکی عامه نیز با وجود گسترش علم پزشکی نوین، دانش بومی و شیوه‌های درمانی آن و استفاده از داروهای سنتی با خاستگاه گیاهی، همچنان به‌عنوان کمک در کنار پزشکی نوین کارایی دارد و نمی‌توان منکر افزایش کیفیت زندگی به کمک داروهای سنتی شد، اما آنچه نکوهیده است باورهای غلطی است که متأسفانه همزمان گسترش می‌یابد (مانند مواردی که ذکر شد).

پیشنهاد می‌شود که همزمان با ادامه حضور کرونا در کشور، با توجه به ظرفیت واحد فرهنگ مردم صداوسیما، در مناطق مختلف کشور پژوهشی درباره کاربرد عناصر فرهنگ مردمی در ایام کرونا انجام گیرد. بی‌تردید اطلاعات ارزشمندی حاصل خواهد شد.

منابع

- آقابابایی، احسان (۱۳۹۳). «تحلیل تفسیری کنش جوک‌گویی». فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران. دوره سوم، ش سوم. صص ۴۳۱-۴۰۵.
- باجلان فرخی، محمدحسین (۱۳۸۸). «اسطوره». دانشنامه فرهنگ مردم ایران، ج ۱، صص ۴۷۸-۴۷۲، تهران: دایرةالمعارف بزرگ اسلامی.
- بارت، رولان (۱۳۸۰). «اسطوره در زمانه حاضر». ترجمه یوسف اباذری. فصلنامه ارغنون. ش ۱۸، صص ۱۳۵-۸۵.
- براتی، عبدالعلی (۱۳۹۸). «فولکلور و نقش آن در ارتقا قوام فرهنگی». روزنامه اعتماد ۲۱ اردیبهشت ۱۳۹۸. ش ۴۳۶۳.
- بهار، مهرداد (۱۳۷۷). از اسطوره تا تاریخ. چ هفتم. تهران: چشمه.
- توکلی‌راد، مهرداد؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۹۵). «جوک‌های سیاه، تعاملات اجتماعی و پدیده‌های غیرسازنده آن». فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران. دوره ۵، ش ۴. صص ۶۱۵-۵۹۳.
- جانب‌اللهی، محمدسعید (۱۳۹۰). «پزشکی عامه»، دانشنامه فرهنگ مردم ایران، تهران: دایرةالمعارف بزرگ اسلامی، صص ۴۰۶-۴۰۰.
- جعفری (قنواتی)، محمد (۱۳۸۸). «افسانه». دانشنامه فرهنگ مردم ایران، ج ۱، صص ۵۵۱-۵۳۷، تهران: دایرةالمعارف بزرگ اسلامی.
- جعفری (قنواتی)، محمد (۱۳۹۴). درآمدی بر فولکلور ایران. ج ۱. تهران: جامی.
- خادم‌المله، مهسا (۱۳۹۹). «جوک‌درمانی در بحران». روزنامه اقتصاد برتر. ۲۱ اردیبهشت ۱۳۹۹.
- خیرآبادی، رضا (۱۳۹۲). «نقش تخطی از اصول گرایس در ایجاد نسل جدید لطیفه‌های ایرانی». جستارهای زبانی. ش ۱۵. ۳۹-۵۴.
- رضوی طوسی، سیدمجتبی؛ آذرهمایون، رمضان؛ یاهک، سجاده؛ غلامی‌پور، اسماعیل (۱۳۹۲). «برساخت پیام‌های سلامت و پزشکی در رسانه و تأثیر آن بر آگاهی مردم». فصلنامه اخلاق زیستی. س سوم، ش هشتم، صص ۷۷-۴۳.

۹۶ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

- شفیعی، سمیه (۱۳۹۵). «سلامت و باورهای عامیانه در عصر قاجار». *پژوهشنامه تاریخ اجتماعی و اقتصادی*. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. س پنجم، ش اول، بهار و تابستان، صص ۷۵-۵۷.
- صداقت پیشه، مهین (۱۳۸۱). *جان عادت فرهنگ عامه، برنامه‌های ادبی مردم‌شناسی، سید ابوالقاسم انجوی شیرازی (نجوا)*. تهران: نشر و پژوهش.
- عین‌السلطنه، قهرمان‌میرزا (۱۳۷۳). *روزنامه خاطرات عین‌السلطنه*. تهران: اساطیر.
- فیاضی، عمادالدین (۱۳۹۰). «تأثیر خرافات و عقاید انحرافی بر گسترش بیماری‌ها در عصر قاجار». *فصلنامه مسکویه*. س ۶. ش ۱۹. صص ۹۸-۷۳.
- گشتاسب، فرزانه (۱۳۹۵). «رویی‌تنی». *دانشنامه فرهنگ مردم ایران*، صص ۶۳۸-۶۳۹. تهران: دایرةالمعارف بزرگ اسلامی.

- Demjén, z. (2020). **Applying Linguistics in illness and health care contexts**. Edited by zsÓfi Demjén a , Bloomsbury.

- Deutsch, J (2020). "The Values — and Dangers — of Folklore during a Global Pandemic". **Folklife**. www.folklife.si.edu.

- Hongye Bai, G. (2020). **Fighting COVID-19 with Mongolian fiddle stories**. Published by De Gruyter Mouton July 27, 2020. <https://doi.org/10.1515/multi-2020-0087>.

- Kuhen, A. (2020). "In Japan, Mythical 'Amabie' Emerges From 19th Century Folklore To Fight COVID-19". **Latest news and updates on the pandemic in:** www.npr.org.

- Naghdipour, B. (2014). "Jokes in Iran". **Folklore online**. 14.59.