



طنز رادیویی؛ کارکرد و وضعیت آن

✦ مریم قاسمی

نویسنده، بازیگر و تهیه‌کننده نمایش‌های رادیویی

خنده چیست؟

فیلسوفان مشهور در باره خنده نظرهای مختلفی داده‌اند که البته منظور آنها خنده فیزیولوژیک؛ یعنی حالت ظاهری خنده، بالا کشیده شدن دو گوشه لب و یا پیدا شدن دندان‌ها نبوده است، بلکه خنده روان‌شناسی بوده است که واکنشی بسیار مهم در انسان و بر چند نوع است: خنده خوشحالی از پیشامدی موردانتظار، خنده خوشحالی از موفقیت، خنده خوشحالی از غلبه بر دشمن و انواع دیگر. اما همه این خنده‌ها که واکنش روان‌شناسی هستند به دو گروه تقسیم می‌شوند:

- گروه اول؛ حالتی روانی که به شکل خنده بروز می‌کند و در ضمیر آنکه می‌خندد نوع احساس برتری است که نسبت به اشخاص و اشیا به وجود می‌آید؛

- گروه دوم؛ خنده ناشی از کمیک که عبارت است از یک ناسازگاری و تضاد میان حالات طبیعی! تاباس هوبس، فیلسوف انگلیسی قرن ۱۶ و ۱۷ میلادی که طرفدار نظریه گروه اول است، می‌گوید: «خنده عبارت است از یک غرور ناگهانی ناشی از یک برداشت ناگهانی از «خود» در سنجش با ناتوانی دیگران، یا در سنجش با ضعف درونی خویش».

کانت، فیلسوف آلمانی قرن ۱۸ میلادی می‌گوید: «خنده ناشی از انتظارهایی است که به هیچ می‌گراید» و به نظر هربرت اسپنسر انگلیسی، «خنده، علامت تلاشی است که ناگهان با خلأ مواجه می‌شود.» شوپنهاور معتقد است که «خنده دلیلی ندارد مگر فقدان تساوی ناگهان پدیدآمده میان یک برداشت غیرواقعی از اشیا

واقعی که از جهاتی در این برداشت جا گرفته‌اند و این خنده چیزی نیست، مگر بیان این فقدان تساوی.» زیگموند فروید معتقد است: «خنده عبارت است از احساس کودکی در کهولت» و مک روگال روان‌شناس انگلیسی ثابت کرده است که خنده باعث تسریع جریان خون می‌شود که آثارش در صورت شخص خنده‌رو نمایان می‌شود. آرنو کلاس هم می‌گوید: «خنده داروی آرام‌بخشی است بدون عوارض جانبی»، اما واقعاً خنده چیست و در عمق چیزهای خنده‌دار چه وجه مشترکی وجود دارد؟ چه وجه مشترکی بین شکل یک دلک، بازی با کلمات، یک اشتباه فکاهی و صحنه‌ای از یک نمایش ظریف کمدی وجود دارد؟

بزرگ‌ترین اندیشمندان به این مسئله کوچک پرداخته‌اند. مسئله‌ای که همیشه در برابر هر

تلاشی، رو پنهان می‌کند، خود را نشان نمی‌دهد، می‌گریزد و باز سر برمی‌کشد؛ مسئله‌ای که ستیزه‌جویی گستاخ، در برابر نظریه‌پردازی فلسفی است. آنچه مسلم است غیر از آنچه خصوصاً انسانی است، خنده و کمیکی وجود ندارد. ممکن است یک حیوان ما را بخنداند، ولی این به آن دلیل است که در او اتفاقاً رفتار یا حالتی انسانی دیده‌ایم؛ یا یک لباس تنها به این دلیل می‌تواند خنده‌دار باشد که شکلی است که انسان به او معنا و مفهوم داده است.

اما در تعریف خنده گفته‌اند: «خنده پدیده‌ای است عضلانی شامل انقباض و انبساط متناوب عضلات صورت به همراه حرکات متقابل دیافراگم، انقباضات مرتبط حنجره و دریچه‌های نای، که الگوی منظم تنفس را به هم می‌ریزد و صدا تولید می‌شود» یا «خنده عبارت از به‌جوش آمدن خون است بر اثر اینکه انسان چیزی را می‌بیند یا می‌شنود که او را سرگرم ساخته، از جا می‌پراند و یا حرکت می‌دهد و اگر او بی‌درنگ نتواند توانایی خود را جهت ارتباط آن وضع با اندیشه‌های خود به کار اندازد، خنده بر وی غالب می‌شود». اما خنده در سه حالت ایجاد می‌شود: شکل‌های کمیک، حالت‌های کمیک و حرکات‌های کمیک. اما آنچه پیشتر مدنظر است، کمیکی است که در گفتار شکل می‌گیرد؛ یعنی شوخی.

شوخی

شوخی اغلب عبارت است از ادامه فکر مخاطب تا آنجا که خلاف اندیشه او بر زبان آورده شود و او به اصطلاح در دام گفتار خویش افتد. در زبان و ادبیات فارسی واژگانی وجود دارد که وجه مشترک همه آنها عنصر خنده و شوخ‌طبعی است و همگی به طنز و طنزپردازی نظر دارند؛ واژگانی مانند طنز، طنزازی، شوخ‌طبعی، مزاح، هزل، هجو، مطایبه، کنایه، طعنه، نقیصه، جوک، لطیفه، فکاهی، استهزاء، افسوس کردن، بذله، مسخرگی، سخریه، شوخی، تماشا، تقلید، مسرت، مضحک، لاغ، اوده، گواژه، دلفک و ترکیبات خنده....

ارسطو رفتار انسان را به دو بخش تراژیک و کمیک تقسیم کرده است.

عبید زاکانی نیز در دیباچه رساله دلگشا آن را به دو بخش «جدی» و «غیرجدی» تقسیم می‌کند.

آنچه انواع شوخ‌طبعی را از هم جدا می‌کند، در نگاه نخست هدف از «خنداندن» است که

ممکن است ایجاد لذت و تفریح، انتقام‌گیری، ویران ساختن شخصیت فرد یا افراد و یا اصلاح و سازندگی باشد که همگی از «الفاظ» ساخته می‌شوند.

طنز

طنز کلمه‌ای عربی است و در اصل به معنی فسوس کردن و بر کسی خندیدن است. در قدیم بیشتر معنای طعنه و سخن به رموز گفتن و ناز را از آن استخراج می‌کردند.

استعمال این کلمه در معنا و اصطلاح امروزی آن، کاربرد جدیدی است و به فارسی معاصر مربوط می‌شود. از دوره مشروطیت که شعرا و نویسندگان به اجتماع و اصلاح و ارشاد مردم روی آوردند، طنزنویسی با شکل و معنای جدید از اسباب این کار شد. اما برخی نیز اعتقاد دارند که «شروع رایج شدن لفظ طنز به معنای امروزی، مربوط به دهه بیست است که بعضی بزرگان ادب به‌خاطر تفکیک و تمیز طنز از هجویه‌های زشت رایج در مطبوعات اصطلاح طنز را باب کردند».

اما در کل طنز به تمامی آثاری اطلاق می‌شود که در آنها با استفاده از انواع فنون رایج ادبی و هنری، معایب و مفاسد اجتماعی به طعن و تمسخر گرفته شود. در طنز برخلاف کمدی که غایت و هدف آن خنده است، خندیدن وسیله‌ای برای بیان مطلب است.

از نظر ایرج پزشکزاد «طنز دامنه گسترده‌ای دارد و هر موضوعی را می‌تواند شامل شود و اگر وجه اجتماعی طنز و شوخ‌طبعی را در نظر بگیریم، شرایط اجتماعی و سیاسی جامعه بر نحوه بیان آن تأثیر فراوانی دارد».

شوخی‌طبعی انواع گوناگون دارد که برای ارائه یک طنز خوب باید آنها را شناخت و برای بهره‌گیری از آنها در رادیو باید به آنها احاطه داشت.

فکاهی (Humor): عبارت است از توانایی و قابلیت اشخاص، اشیا و موقعیت‌ها برای برانگیختن احساس سرگرمی، خنده و شادی در دیگران.

Humor تفاوت عمده‌ای با Satire دارد و بهترین آن این است که Humor مخاطبان عام دارد و Satire مخاطبان خاص. این است که ما Humor را معادل کلمه «فکاهی» و Satire را معادل کلمه «طنز» می‌گیریم. ضمن اینکه روال ساخت و تکنیک‌های شوخ‌طبعی بسیار شبیه و نزدیک به هم است؛ اما در به‌کاربردن

این تکنیک‌ها مهم است که خالق اثر چگونه تناقض و تضاد را برقرار کند. طبیعی است اثری که از تکنیک بیشتری مانند استعاره، کنایه، نماد، رمز و خُده‌رمز استفاده کند، به دستاوردهای قدرتمندتری می‌رسد و مخاطبان خاص‌تری دارد.

آنتی هومور (Anti humor): در این نوع از شوخ‌طبعی، شونده یا خواننده گمان می‌کند که می‌خواهد موضوع یا مطلبی فکاهی، خنده‌دار یا طنز را گوش دهد یا ببیند یا بخواند، اما بعد از دیدن و شنیدن و خواندن درمی‌یابد که شوخی نبوده است. در آنتی هومور کلمات و جمله‌ها معنی دقیق خود را دارند، اما در کل با انتظار مخاطب در تناقض‌اند. شوخی‌های بی‌مزه، دست‌انداختن و شوخی‌های فریبنده از جمله حالت‌های ضدفکاهی یا آنتی هومور هستند.

لطیفه یا جک (Joke): لطیفه نوعی داستان کوتاه است که با کلمات کوتاه شنیداری یا نوشتاری برای ایجاد خنده ترکیب شده است. لطیفه می‌تواند در حد چند کلمه یا چند جمله باشد، اما بهترین لطیفه‌ها، لطیفه‌هایی هستند که با کمترین جملات، غافلگیرکننده‌ترین نتیجه را به‌دست دهد. تضاد، تناقض، ناهماهنگی، ناهنجاری و فقدان تجانس از کلیات تشکیل‌دهنده لطیفه‌ها هستند.

برای تأثیرگذاری یک لطیفه باید میان گوینده و مخاطب یک درگاه مشترک، یک فرهنگ مشترک و یا یک سابقه ذهنی مشترک وجود داشته باشد.

در ادبیات ایران کاربرد کلمات و تعبیرات مختلف و مشابهت آرایی برخی از کلمات، لطیفه‌های زیبایی را می‌سازد.

فکاهی سوررئالیستی: این فکاهی که در ایران کمتر از آن سخن به‌میان آمده و کمتر روی آن کار شده است، گونه‌ای از طنز با ویژگی آفرینش حالت‌های عجیب و غریب، غیرمأنوس خیالی، هوسبازانه و غیرمنطقی است که در نوع برداشت‌های تلخ با کاربرد واژه‌هایی مثل Absurd به معنای «پوچ» همراه است. در ساخت این نوع فکاهی جمله نهاد می‌تواند کاملاً مغایر، متضاد یا بی‌ربط با جمله اصلی باشد.

در این زمینه می‌توان به بخش‌هایی از کتاب **آیسی در سرزمین عجایب** نوشته چارلز لودویک دودگسون اشاره کرد.

آیرونی (Irony): آیرونی روشی است

برای آفرینش شوخ‌طبعی؛ فرمی از بیان است که در آن مفهومی مجازی و پنهان نهفته است و شیوه‌ای در ایجاد هویتی مجازی به‌وسیله کلمات و جملاتی که متناقض و متغیر با معانی خود به کار می‌روند، تعریف شده‌اند. تا آنجا که این تکنیک باعث می‌شود خواننده یا شنونده، مفهوم، حالت و احساسی را درک کند که مطابق آنچه گفته و نوشته شده، نباشد؛ مثل «گل بود به سبزه نیز آراسته شد» که نته‌ها احساس خوبی را به شنونده القا نمی‌کند، بلکه حکایت از خبری ناخوشایند دارد.

آیرونی شکل‌های مختلفی دارد:

- آیرونی رومی؛ ایجاد مفاهیم مجازی جدید و دستیابی به هویت جدیدی از کلمات با ترکیب کلمات و جملات.

- آیرونی لفظی یا شفاهی؛ استفاده از کلام به‌صورت مجازی درمقابل واقع‌های خاص.

- آیرونی موقعیت؛ حد میان دو احتمال و تناقض در آن.

- آیرونی تراژیک؛ وضعیتی دراماتیک که یک نفر برحق و دیگران مقابل او هستند.

پارودی: پارودی یک تقلید است؛ تقلید در سبک یا در موضوع. منظور از این که گاهی نویسنده‌ای سوژه‌ای ناب را می‌بیند که در جایی بنا به ضرورت، بسیار ساده از آن گذشته‌اند، این است که همان سوژه را با همان هدف در قالبی گسترده‌تر می‌ریزد و آن را با فضاسازی تازه‌ای بیان می‌کند.

در طنز و فکاهی ایران، از این شیوه چه در نثر و چه در نظم بسیار استفاده شده است.

بورلسک (Burlesque): بورلسک روشی است که با استفاده از تقلید، به ادوات شوخ‌طبعی اعم از لطیفه، شوخی و فکاهی... دست می‌یابد. این روش معمولاً با آفرینش شوخی و هجو بیشتر سروکار دارد. به این جهت شیوه بورلسک‌پردازی معمولاً با روش تقلید مسخره همراه است و بورلسک‌پرداز قهرمانان خود را از میان آدم‌های بی‌خانمان، تهیدستان، افراد پرمدعا و رندان انتخاب می‌کند.

رادیو، رسانه‌ای طنز

رادیو قدرتی شگرف و جادویی دارد که به آن امکان می‌دهد قوی‌ترین رسانه ارتباطی باشد که تاکنون اختراع شده است. همان‌طور که می‌دانیم دو عامل مهم در کنار هم، از رادیو یک رسانه

قدرتمند می‌سازند: اول آنکه می‌توانیم رادیو را حتی در زمانی که به انجام کاری مشغول هستیم، گوش کنیم و دوم، فناوری رساننده‌آن بر شنونده که کاملاً نامرئی است. از این دو مقوله می‌توان برای جذب مخاطب بیشتر و تأثیرگذاری افزون‌تر استفاده کرد.

یکی از ویژگی‌های دیگر رادیو سرگرم‌کنندگی آن است. سرگرم‌کنندگی به‌واسطه عامل برتری جویی، تحریک و ارضا و فقدان تجانس بروز می‌کند که همگی در طنز وجود دارند و طنز به‌خاطر همین عنصر سرگرم‌کنندگی از محبوبیتی خاص نزد شنوندگان برخوردار است.

اما یکی دیگر از ویژگی‌های رادیو ساخت تصویر ذهنی توسط شنونده است که می‌تواند با ارائه خوب یک برنامه نمایش رادیویی از ذهنیت شنونده در جهت ساختن تصاویر مختلف استفاده کند؛ به‌شرطی که متن برنامه متنی جان‌دار و غنی باشد. سپس بهتر است برای ساخت یک برنامه طنز رادیویی مؤثر بدانیم شوخی کلامی چیست.

هر شوخی کلامی در هر قالب از چهار بخش تشکیل می‌شود:

۱. مقدمه (Setup)؛

۲. تناقض (Paradox)؛

۳. گره‌گشایی (Denaiement)؛

۴. نتیجه یا راه‌سازی (Velease).

برنامه رادیویی طنز

با همه آنچه درباره شوخ‌طبعی و طنز می‌دانیم، باید دید برای ساخت یک برنامه طنز چه موضوعاتی باید در نظر گرفته شود. اگرچه متغیر بودن و وسعت دامنه‌های طنز می‌تواند دامنه فعالیت و انتخاب موضوع را در این زمینه بازتر کند، اما توجه به این نکات نیز خالی از تأثیر نیست؛ چراکه این عوامل می‌توانند اشتیاق شنیدن یک برنامه طنز را در مخاطبش بیشتر یا کمتر کند و یا حتی او را به بروز واکنش وادارد:

- موضوعات روز (بایدها و نبایدها و سیاست‌های روز رسانه)؛

- فرهنگ بومی، ملی، مذهبی؛

- ترجیحات شنونده؛

- خیرها؛

- موفقیت‌ها و ناکامی‌ها.

برای ساخت یک برنامه طنز قبل از هر چیز لازم است که اهداف آن برنامه تعیین شود. سپس روش مطلوب برنامه‌ریزی شناسایی و انتخاب

آنچه انواع شوخ‌طبعی را از هم جدا می‌کند، در نگاه نخست هدف از «خندانند» است که ممکن است ایجاد لذت و تفریح، انتقام‌گیری، ویران ساختن شخصیت فرد یا افراد و یا اصلاح و سازندگی باشد که همگی از «الفاظ» ساخته می‌شوند.



■

برای تأثیرگذاری
یک لطیفه باید
میان گوینده
و مخاطب یک
درگاه مشترک،
یک فرهنگ
مشترک و یا یک
سابقه ذهنی
مشترک وجود
داشته باشد.

■

برای داشتن
شنوندگان
بیشتر و
حرفه‌ای‌تر،
خود نویسنده
باید شنونده
خوبی باشد
و کوچک‌ترین
واکنش‌ها را
با دقت در نظر
بگیرد و آنها را
در برنامه خود
لحاظ کند.

■

شده، با توجه به موضوعات قابل طرح در برنامه،
زمان مفید هر برنامه مشخص شود.

روان‌شناسی زمان در ارائه یک طنز خوب
بسیار مؤثر است، چراکه شنونده همیشه آماده
شنیدن طنز نیست. به‌طور حتم، طنزی که در
صبح ارائه می‌شود با طنزی که در یک برنامه
عصرگاهی ارائه می‌شود باید متفاوت باشد.
به‌عنوان مثال، هرگز برای بیان مفهومی که
می‌توان با استفاده از یک لطیفه کوتاه آن را بیان
کرد زیاده‌گویی نکنیم؛ چراکه طنز-مگر در موارد
خاص-همان‌طور که اشاره کردیم هرچه کوتاه‌تر
باشد، تأثیر بیشتری خواهد داشت. بنابراین آنچه
در اینجا تأثیر بیشتری در موفقیت برنامه دارد،
مصالح اولیه یا همان متن برنامه است.

متن برنامه طنز پایه اصلی آن است

نویسنده یک برنامه طنز باید ادبیات کتبی و
شفاهی کشور خود و جهان را بشناسد و همین‌طور
با مقولاتی مثل جناس، کنایه، تضاد، اغراق،
ایجاد تجانس و فقدان تجانس، با ترکیب دو
امر متجانس، دو حالت یا دو پدیده، بزرگ‌نمایی،
کوچک‌نمایی و... آشنا باشد.

خوشبختانه شعر و نظم و نثر فارسی مملو
از این هنرنمایی‌هاست و همه این صنایع در
ادبیات و فرهنگ کلامی ما با ظرافت نهفته
است. نمایش‌های شاد ایرانی مثل صندوق
کابلی، کچلک‌بازی، بقال‌بازی، و روحوضی
ضرب‌المثل‌ها و کنایات و مثل‌ها، منابع خوبی
برای طنزپردازی هستند.

برای نوشتن یک برنامه طنز موفق می‌توان از
این شیوه‌ها بهره برد:

- شخصیت‌پردازی و ساخت شخصیت‌های
قابل‌باور که در اطراف مردم دیده می‌شوند (با
بزرگ‌نمایی معقول عیوب آنها)؛

- برجسته‌کردن عیوب انسانی در یک
شخصیت؛

- به‌کارگیری شخصیت‌های خاص مثل
ساده‌لوحان، خیالپردازان و افراد هیجان‌زده؛

- ایجاد فضایی غیرعادی، بیش‌ازحد آرام یا
شلوغ یا بی‌انعطاف؛

- استفاده از تکیه‌کلام‌های خاص برای برخی
از نقش‌ها؛

- تازه‌کردن ماجراهای کهنه و یافتن ماجراهای
جدید؛

- بهره‌گیری از شیوه نگارش نظم و نثر غنی
فارسی؛

- استفاده از ادبیات کهن ایران و جهان.
اما نباید فراموش کرد که هر یک از این
راهکارها و نوشته‌ها قلم خاص خود را می‌طلبند
و برای بهره‌گیری از ادبیات ایران و جهان باید
احاطه لازم بر آنها داشت؛ چراکه استفاده بجا از
آن بسیار نافع و درغیراین‌صورت ضربه بر بدنه
ادبیات و طنز خواهد بود.

برای ساخت و پرداخت یک طنز خوب باید
حالت‌ها و حرکت‌های کمیک را شناخت. وضعیت
کمیک و سخن کمیک زیربنای یک طنز موفق
را می‌سازند که البته نقش شخصیت کمیک را
هم نباید از نظر دور داشت. استفاده از موسیقی و
افکت بجا، به‌طور قطع می‌تواند کار را تأثیرگذارتر
و مطلوب‌تر کند.

طنز خوب، طنز به‌روز

موفقیت یک طنز رادیویی تا زمانی است که
خلاقیت در آن حفظ شود و برای این کار باید
تحقیق کرد. تحقیق یکی از پایه‌های ساخت
برنامه‌های رادیویی موفق است. باید طنزهای
موفق جهان را بررسی کرد و شاخص‌ها و عوامل
مؤثر و قابل توجه آنها نزد شنوندگان را مدنظر
داشت. به‌خصوص طنزی که بیشتر با مسائل
روزمره سیاسی و اجتماعی مردم ارتباط دارد،
ملزم به انجام تحقیقات روزمره در زمینه خبرهای
مختلف و مسائل و مشکلات مردم و علاقه‌مندی
آنهاست.

ارتباط دوسویه با شنوندگان و استفاده از
نقد کارشناسان بی‌غرض می‌تواند به تولید
برنامه‌هایی مطلوب‌تر کمک شایانی کند. برای
داشتن شنوندگان بیشتر و حرفه‌ای‌تر، خود
نویسنده، باید شنونده خوبی باشد و کوچک‌ترین
واکنش‌ها را با دقت در نظر بگیرد و آنها را در
برنامه خود لحاظ کند.

چرند و پرند دهخدا: روش‌های ایجاد طنز
و شوخ‌طبعی؛ یعنی ایجاد احساس تعجب و
غافلگیری، مهم‌ترین عاملی است که در انواع
شوخ‌طبعی، مخاطب بر اثر آن به خنده می‌افتد.
بنابراین هر طنزپردازی که نتواند این احساس
را در مخاطب به‌وجود آورد، اثرش مؤثر نخواهد
بود. شیوه‌ها و روش‌های مختلفی برای ایجاد
خنده وجود دارد که به علت گستردگی حوزه
طنز و شوخ‌طبعی در ادبیات شفاهی و کتبی
و زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی متعدد آنها
نمی‌توان روش‌های خاصی را معین کرد و هرچه
بیشتر طنزها و لطیفه‌ها را بررسی کنیم علاوه‌بر

برخی شگردهای مشترک، به روش‌های جدیدی پی خواهیم برد اما عمده این روش‌ها عبارتند از:

- کوچک کردن (تحقیق کردن)؛
- تشبیه به حیوانات (استفاده از داستان‌هایی که از زبان حیوانات نقل شده یا تشبیه انسان به حیوان)؛

- دشنام و نفرین؛

- بلاهت و تحامق؛

- نقل قول مستقیم؛

- ابهام؛

- هجو شبیه به مدح؛

- ادمان؛

- کنایه؛

- اغراق و مبالغه؛

- استفاده از زبان و فرهنگ عامیانه؛

- مقایسه بین دو امر؛

- قلب اشیا و الفاظ و بازی‌های لفظی؛

- تقلیدهای مضحک؛

- استعاره و ریشخند؛

- معکوس بیان کردن معانی و وارونه تعریف کردن مفاهیم.

برای موفقیت یک طنز باید عناصر آن همراه و همگام باشند؛ این عناصر عبارتند از: طنزنویس، شنونده و موضوع. طنزنویس هنرمندی است معترض، منتقد، طالب اصلاح و آرمان‌خواه که نگرش او به مسائل، تأثیر مهمی در موفقیت و مؤثر بودن طنزش دارد. یحیی آراین‌پور معتقد است: «قلم طنزنویس کارد جراحی است، نه چاقوی سلاخی». اما در مقابل طنزپرداز، خواننده است که نباید حس درک طنز را داشته باشد. برخی این حس را از ویژگی‌های اساسی انسان بافرهنگ می‌دانند. موضوع یا مضمون در طنز محدودیتی ندارد و سخن طنزآمیز سخنی است عام و رندانه که از زمین تا آسمان همه‌جا را می‌کاود و به هرکسی که لازم باشد، نیش می‌زند.

طنز؛ هنری سهل و ممتنع

طنز مقوله‌ای است سهل و ممتنع و اگر خوب بدان پرداخته شود، شنونده هرگز متوجه عمد در موضوع آن نخواهد شد. اما باید دقت کرد که هدف ما از طنز چیست؟ آیا می‌خواهیم خنده اولین واکنش شنونده ما باشد یا ترجیح می‌دهیم شنونده اول به لایه‌های درونی اثر پی‌برد و پیام ظاهری جمله‌ها را بفهمد و سپس بخندد.

یادمان باشد ایران مردمی دارد که با **گلستان** سعدی، طنزهای رندانه حافظ شیرین سخن، **موش**

و گربه عبید زاکانی، **چرند و پرند** دهخدا و **لطایف نغز** مولانا آشنا هستند و اینگونه است که خندانن شنونده‌هایی که طعم طنز آن هم از نوع استادانه آن را چشیده و همیشه در خاطر دارند و خود مردمی طنزانند، بسیار سخت است. ضمن اینکه پشت همه این طنزپردازی‌ها، خرد و بینشی عمیق نهفته است.

شنونده‌ای که طنز را می‌شناسد، وقت خود را برای یک طنز کم‌ارزش هدر نمی‌دهد و اگر حاضر باشد برای یک برنامه طنز نامطلوب، چند دقیقه‌ای وقت بگذارد، در نهایت عصبانی شده، واکنش نشان می‌دهد.

هر برنامه‌ای می‌تواند در قالب طنز قرار بگیرد، بدون آنکه شنونده احساس کند که در آن قالب نمی‌گنجد از میزگرد گرفته تا نمایش؛ اما نباید فراموش کرد که شیوه ارائه مطلب و ساخت برنامه است که موفقیت یک طنز را تعیین می‌کند. فراموش نکنیم که خداوند تبارک و تعالی مردم را به شادی فراخوانده و در سوره بونس آیه ۵۸ فرموده است: «ای پیغمبر! به مردم بگو به فضل و رحمت خداوند شادی کنند. خنده ویژگی خاص انسان و وسیله اصلاح و راهی به مقصد آرامش است».

همچنان که حافظ می‌فرماید:

چون غمت را نتوان یافت مگر در دل شاد

ما به امید غمت خاطر شادی طلبیم
اما نگرشی دوباره بر خندیدن و البته طنز،

پی‌مورد نیست که مولانا می‌فرماید:

گرچه از روز ازل خرم و شادام زادن
عشق آموخت مرا نوع دگر خندیدن

منابع و مأخذ

- اخوت، احمد (۱۳۷۱). نشانه‌شناسی مطایبه.

- جنتی عطایی، ابوالقاسم (۱۳۳۳). بنیاد نمایش در

ایران.

- سالنامه گل‌آقا (سال‌های ۱۳۷۳ تا ۱۳۷۶).

- صدر، رؤیا (۱۳۸۱). بیست سال با طنز.

- ضیایی، رفیع (۱۳۸۵). کتاب طنز.

- کریجلی، سایمون. در باب طنز، ترجمه سُهی سُمی.

- لویی برگسون، هنری (۱۳۷۹). خنده، ترجمه دکتر عباس باقری.

- نجف‌زاده، باقر (۱۳۷۶). طنز نویسندگان ایران از مشروطه تا امروز.

- نوربرگ، اریک (۱۳۸۳). خط‌مشی‌های

برنامه‌سازی در رادیو، ترجمه دکتر ناصر بلیغ، تهران: اداره کل پژوهش‌های رادیو.