



## هویت فردی و زندگی ایرانی در قاب تصویر (نگاہے به کمدی سازی و وجود سریال های طنز ایرانی) محمدشکیبا

## سخنی در رسالت و اهمیت طنز

یکی از مهم‌ترین وظایف رسانه آگاهی‌بخشی، فرهنگ‌سازی، ایجاد سرگرمی و پاسخ‌گویی به نیازهای مخاطبان است. نیاز به دور کردن مخاطب از نوعی روزمرگی، نیاز به همراهی با او در مسائل اجتماعی و سیاسی و امکان نقد آن با نگاهی طنزگونه را چه از وظایف تلویزیون بدانیم و چه اقتضای زندگی شهری و شهرنشینی؛ این مسأله در جامعه امروزی ایران، ضرورتی دوچندان یافته است.

هر جامعه و فرهنگ نه تنها به نوعی از شوخ طبعی و خنده برای ایجاد روحیه نشاط و تعادل در جامعه نیاز دارد؛ بلکه پرداخت طنزگونه، آسیب‌ها و نقد مسائل اخلاقی و اجتماعی جوامع در دست طنزپرداز، ابزاری سالم و اطمینان‌بخش برای اصلاح کاستی‌ها و نقب‌زدن به لایه‌های زیرین فرهنگ به شمار می‌آید. در واقع مضامینی که با داستان‌های طنز و کمدی آمیخته است، بیانی کنایی است تا طنزپرداز از این رهگذر، ریشه‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه خویش را بررسی کند.

از سوی دیگر رسانه تلویزیون در چشم تماشاگران، مرجعی است که با حفظ حریم‌های اخلاقی،

دینی و عرفی قادر به پاسخ‌گویی به

نیازهای جامعه است؛ از این‌رو

مخاطب با احساس امنیت،

آرامش و خیالی آسوده به

تماشای تلویزیون می‌نشیند.

در مقابل، تلویزیون نیز باید

به علایق و حریم‌های

مخاطبان احترام بگذارد،

آنها را به ارزش‌ها، زیبایی‌ها،

اصلاح امور و آسیب‌های اجتماعی فرا خواند. همچنین طنز، رسالت خود را در حساسیت‌زایی و ایجاد انگیزه تغییر و تحول به گونه‌ای نامحسوس در مخاطبانش می‌داند. بنابراین طنزپرداز نه تنها در مقام یک هنرمند؛ بلکه باید از جایگاه فردی متفکر، جامعه‌شناس و فیلسوف به مسائل زندگی و جامعه خود بیندیشد و زیربناهای آن را بررسی و برجسته سازد.

حال آنکه پژوهشگران و محققان حوزه رسانه، کمدی‌های تلویزیونی را یکی از کاربردی‌ترین ابزارها برای حل معضلات اجتماعی و با راه‌کاری برای فرهنگ‌پذیری مردم و تطبیق آنها با واقعیت‌های اجتماعی برمی‌شمارند؛ زیرا اگر کمدی‌های موقعیتی تلویزیونی را با دقت تحلیل کنیم، در می‌یابیم که سازندگان با دو رویکرد به تولید آنها پرداخته‌اند: دسته‌ای از آنها قرار است ارزش‌ها، باورها، انتظارات و حتی تعصبات بیننده را استحکام بخشند و دسته‌ای دیگر مخاطب را به مبارزه و چالش دعوت کرده، ذهنیت‌های وی را در معرض سؤال و یورش قرار می‌دهند.

در این راستا نگرش مسئولان رسانه ملی از سال ۷۲ به این سو، آن بوده است که با تولید و پخش سریال‌های طنز، گرایش بیشتری را به شادی‌آفرینی، ایجاد زمینه‌هایی برای تخلیه انرژی منفی جامعه و بالا بردن آستانه تحمل مردم نشان دهند. به نظر می‌رسد

این تلقی وجود دارد که سریال‌های طنز به ایجاد فضای تعاملی بین فرد و جامعه و حتی خانواده‌های مخاطبان کمک می‌کند.

### پژوهشگران

### و محققان حوزه

رسانه، کمدی‌های تلویزیونی

را یکی از کاربردی‌ترین ابزارها

برای حل معضلات اجتماعی و با

راه‌کاری برای فرهنگ‌پذیری مردم

و تطبیق آنها با واقعیت‌های

اجتماعی برمی‌شمارند



هر چند باید اذعان کرد جذب مخاطب بیشتر و رقابت شبکه‌ها در این امر، اقدام به ساخت چنین برنامه‌هایی را در اولویت‌های مسئولان تلویزیون قرار داده است؛ اما متأسفانه نبود نظارت و کارشناسی‌های دقیق در شیوه تولید این برنامه‌ها باعث شده که تولیدکنندگان کمدی‌های تلویزیونی نه تنها در محتوا و مضامین، که حتی در قالب و ساختار آثار تولیدی‌شان به پایین‌ترین دستاویزهای ممکن، چنگ بزنند؛ در حالی که نگاهی به سابقه طنز در متون ادبی این مرز و بوم، پیشینه‌های درخشان و طلایی را پیش روی ما تصویر می‌کند. از رندی‌ها و تلنگرهای بزرگانی همچون سعدی، فردوسی و مولانا گرفته تا نگاشته‌های عبیدزاکانی، جلال آل احمد و حتی نسیم شمال و دهخدا، همه نمونه‌هایی از کسانی



سرخوردگی‌های اوست. از سوی دیگر ایجاد نوعی همبستگی اجتماعی را با مشارکت افراد در روابطی فراتر از روابط خویشاوندی و خانوادگی نیز برای وی در پی دارد.

در ایران اسلامی نیز تأکید بر نقش فرهنگ‌سازی و اشاعه فرهنگ اسلامی، جلوگیری از ترویج خصلت‌های تخریبی و ضد اسلامی و همچنین پاسخ‌گویی به نیازهای تفریحی و آرام‌سازی جامعه در قانون مورد تأکید قرار گرفته است؛ از این‌رو اجرای برنامه‌های تفریحی سالم و شادی‌آفرین، جزو محورهای اصلی برنامه‌های سازمان صدا و سیما قرار گرفته است.<sup>۱</sup>

از سوی دیگر چنین رویکردی در بیانات مقام معظم رهبری بارها مورد تأکید قرار گرفته است. ایشان وظیفه صدا و سیما را آرامش‌بخشی به ذهن مردم و دوری از ایجاد فضای تشنج‌آور

آنجا پیش می‌رود که هر نوع آموزه‌ای در این رسانه به پدیده‌ای در دگرگونی‌های اجتماعی بدل خواهد شد.

وسایل ارتباط جمعی و به‌ویژه تلویزیون نه‌تنها باعث رهاسازی و تخلیه فشارهای روانی فرد می‌شود؛ بلکه نقش آموزشی و تبلیغی و همچنین شکل‌دهی به زندگی افراد را نیز به عهده دارد. رژه کلاس استاد ارتباطات جمعی؛ وظایف تلویزیون را به دو دسته وظایف ارتباطات فکری و وظایف روانی اجتماعی تقسیم می‌کند. وی معتقد است که تلویزیون نقش نوعی درمان روانی را نیز بازی می‌کند. تلویزیون از یک سو با ایجاد سرگرمی و مشغول کردن مخاطب، تمرکز وی را از دردها و رنج‌هایش بر می‌دارد و او را در خلسه فراموشی و رهایی از دلهره‌ها غوطه‌ور می‌کند. همچنین جایگزینی برای ناکامی‌ها، آرزوها و جبران

است که همواره ناظر بر فرهنگ و منتقد راستین آن بوده‌اند. با چنین گذشته‌ای، انتظار می‌رفت وجه انتقادی آثار سینمای کمدی و تلویزیون نیز نه‌تنها با رویکردی انتقادی، اجتماعی و سیاسی شکل گیرد که بستر جریان‌های دیگر فرهنگی در هنرهای نمایشی نیز باشد؛ اما بررسی تاریخ سینمای ایران نشان می‌دهد که این جنبه در کمدی‌های نمایشی - تصویری ایرانی، آن‌چنان که بایسته و شایسته است، شکل نگرفته است. تمرکز فیلم‌سازان بر موضوعات سطحی و سخیف و استفاده از لودگی، هجو و هزل‌گرایی به جای خلاقیت در خلق موقعیت‌های کمدیک، رویه تازه‌ای نیست، و هر چه از آغاز انقلاب اسلامی گذشته است، این فضا بیشتر رونق گرفته است. باید اذعان کرد که سینمای کمدی در ایران بیشتر با لودگی، هجو و هزل‌گرایی پیوند خورده است تا فیلم کمدی به معنای انتقادی و سازنده آن. آثاری که در آنها خلاقیت سازندگان برای خندانیدن مخاطب از جر و بحث‌های زن و شوهری و جدال‌های مسخره کودکانه شروع می‌شود و تا خط قرمزهایی چون شوخی‌های جنسی، باد معده، فحش‌های رکیک، رقص و آواز و... ادامه پیدا می‌کند. اوج این رویه را می‌توان در فیلم‌هایی چون اخراجی‌ها (مسعود ده‌نمکی ۱۳۸۶ و ۱۳۸۹)، شش و بش (بهمن گودرزی ۱۳۸۹) و شیر و عسل (آرش معیریان ۱۳۸۸) در سینما و همچنین سریال‌های ۹۰ شبی تلویزیون مشاهده کرد.

از طنزپردازی تا هجو تلویزیونی

نظریه‌پردازان و اندیشمندان رسانه بر این باورند که اساساً فرآیند اجتماعی شدن، امروزه از طریق رسانه‌ها و به‌ویژه تلویزیون شکل می‌گیرد؛ از این‌رو تأکید آنها بر نقش فرهنگ‌سازی تلویزیون به عنوان ابزار تکمیلی تربیت تا به

موضوع‌گیری‌های غیرشخصی به‌نوعی مبادی آداب بوده و حاضر نیستند که حریم اخلاقی و اجتماعی یکدیگر را بشکنند. به همین دلیل اگرچه ممکن است گاهی به لودگی‌ها و پیامک‌های سخیف، لیخندی هم بزنند و یا در خلوت خود به حرکات و بازی‌های هزل‌گونه بازیگران سریال‌های تلویزیونی، از شدت بهت و حیرت بخندند؛ اما همواره شکستن مرزهای اخلاقی را آسیبی جدی برای جامعه خود می‌دانند.

جالب است که امروزه در چنین جامعه‌ای، شکستن حریم‌های اخلاقی و اجتماعی و یا حتی دینی و فرهنگی در میان هنرمندان به نوعی هنجارشکنی و ژست هنرمندانه تبدیل شده است؛ از این‌رو باید توجه داشت که فروش زیاد گیشه در سینما یا آمارهای ارائه شده در تلویزیون، نمی‌تواند دلیلی برای مقبولیت یا مطلوب بودن پرداختن به این مفاهیم و مواجه‌بودن شکستن چنین حریم‌هایی به حساب آید.

### دست‌مایه‌های کلیشه‌ای و معضل خلاقیت

نکته دیگر اینکه در سالیان اخیر بسیار دیده شده که طنزپردازان تلویزیونی، از مجموعه‌های طنز مشابه در رسانه‌های خارج کشور تقلید می‌کنند. جالب‌تر آنکه در نشست‌های مطبوعاتی خود با کمال افتخار، آن را برگ برنده خویش اعلام می‌دارند.<sup>۴</sup> همچنین نویسندگان این عرصه، خود را بی‌رقیب می‌دانند و جایگاه ثابتی در تولیدات تلویزیونی برای خویش تصور می‌کنند؛ در نتیجه، دغدغه خلاقیت و نوآوری در این عرصه را ندارند و پس از مدتی به شوخی‌ها و داستان‌های تکراری مبتلا می‌شوند و مدام در نوشته‌های خود به بازتولید آثار اولیه خود می‌پردازند. نمونه آن را می‌توان در آثار بسیاری از جمله زیر آسمان شهر یا مجموعه پایتخت رصد کرد.



تلاش برای خوشایند بودن اثرش، عنان از کف می‌دهد و به تمسخر و یا لودگی در اثر مبتلا می‌شود.

از سوی دیگر رویکرد محتاطانه در رعایت موازین ارزشی یا اخلاقی افراد و اصناف، و یا ترس از برخورد یا مشکل‌تراشی برای تولید اثر، ممکن است نویسنده را به سوی طنز خنثی و بی‌خاصیت سوق دهد که موارد آن در صدا و سیما ما کم نیستند. باید توجه داشت که بی‌محتوایی برنامه‌ها و سریال‌های طنز، نه تنها رویکرد برنامه‌سازی را به سمت و سوی لودگی، هزل و هجو هدایت می‌کند که در نهایت منجر به رواج نوعی سطحی‌گری در ذهن بینندگان تلویزیون خواهد شد.

جامعه ایرانی، جامعه‌ای است که همواره ریشه‌های کهن فرهنگی و اخلاقی در آن اهمیت بسزایی دارند؛ از این‌رو مردم در مناسبات رسمی و

برای اذهان برمی‌شمرند و این مهم را با ساخت فیلم‌ها و برنامه‌های طنز، عملی می‌دانند.<sup>۲</sup> جالب آنکه ایشان به‌درستی بر ساخت برنامه‌های طنز والا، با معنا و اخلاقی تأکید می‌کنند و از اشاعه مفاهیم نادرست، عادات و اخلاق ناپسند و حتی محاورات عامیانه و سخیف در برنامه‌های طنز و سرگرم‌کننده مسئولان صدا و سیما را پرهیز می‌دهند. ایشان تأکید می‌کنند که شادی مردم نباید با لودگی، ابتذال و بی‌بندوباری همراه شود.<sup>۳</sup> اما در دو دهه گذشته، موج عامه‌پسندی و خندیدن بدون تفکر در تلویزیون برای بسیاری از برنامه‌سازان و کمدی‌سازان به‌نوعی هدف غالب و غایی تبدیل شده است. طنزپرداز باید اثری مبتنی بر نوعی تعلیم و آموزش اخلاق و فرهنگ بیافریند؛ از این‌رو خود نباید ابزاری برای سرزنش، عیب‌جویی، اهانت به ویژگی فردی یا فرهنگ و گروه خاصی باشد. هجو یا هزل، جایی است که نویسنده در



در چنین فضایی، وقتی زندگی شهری و روابط شهرنشینان تصویر می‌شود، باز هم کارگردان و نویسندگان، دغدغه‌ای برای تصویر زندگی آدم‌های پایین شهری یا دغدغه‌های آنها ندارند و تماشاگر این سال‌ها، بیشتر شاهد اتاق‌های مبله شیک، آدم‌های اطو کشیده، زن‌های هفت‌قلم آرایش کرده و چهره‌های بزک‌کرده جوانانی است که در خانه‌های بزرگ، زندگی می‌کنند، سوار

دغدغه مدیران صدا و سیما یا جزو اولویت‌های هنرمندان و برنامه‌سازان نیست؛ زیرا جز موارد اندکی در طول دو دهه گذشته، تمامی موضوعات و دست‌مایه‌های ارائه شده در سریال‌های این دوران، تکراری و یکسان بوده است؛ یعنی موضوعاتی از قبیل خانواده، عشق، زندگی آپارتمانی، ازدواج و مفاهیمی از این دست که همه به روابط خاص و نوع زندگی خاص شهرنشینانی اشاره می‌کنند.

با نگاهی به مجموعه‌های تلویزیونی، به‌ویژه سریال‌های طنز در طول سال‌های پس از انقلاب، می‌توان فهرست محدودی از موضوعات را به عنوان محورهای قصه‌گویی و سوژه‌های مطلوب تلویزیون تهیه کرد. این نکته نه تنها نبود خلاقیت و انگیزه سوژه‌یابی و یافتن ایده‌هایی جذاب‌تر را در داستان‌ها و فیلم‌نامه‌ها گوشزد می‌کند؛ بلکه نشان می‌دهد این مسأله اساساً

ماشین‌های مدل بالا می‌شوند و در خیابان‌های بدون دود و ترافیک، تفریح می‌کنند. اگر چه برای فیلم‌ساز، بسیار ساده‌تر است که در فضایی خلوت‌تر و با آدم‌هایی حرفه‌ای و بدون دردسر به تولید مجموعه‌اش مشغول شود؛ اما تمام قصه، همین نیست. نکته آن است که نگرش فیلم‌ساز، هنرمندان و حتی مدیران در ساخت چنین مجموعه‌هایی، خواسته یا ناخواسته، توجه به قشر محدودی از جامعه است که حداکثر، سی درصد افراد جامعه را شامل می‌شوند و علاقه‌ای به اقصای دیگر و یا صنف‌های دیگر اجتماعی ندارند. حتی اگر به صورت استثنایی، مجموعه‌سازی به سمت تولید چنین آثاری برود، در نهایت، فقط دکور خانه تا اندازه‌ای تغییر کرده، شبیه خانه‌های معمولی‌تر می‌شود؛ اما آدم‌ها همان آدم‌های اطوکشیده، بزک کرده و خوش‌لباس‌اند. جالب آنکه در برخی صحنه‌های روستایی، جبهه و جنگ، بحران‌ها، آسیب‌ها و حتی بیماری شخصیت‌ها، باز هم هیچ تغییری در چهره و قیافه بزک کرده افراد رخ نمی‌دهد؛ مگر آنکه قرار باشد بدبختی و بیچارگی اقصای تهی‌دست تصویر شود که در آن صورت باز هم منجی و حلال مشکلات، اقصای مرفه جامعه و همان مدرن‌نشینان بالاشهری هستند؛ به تعبیر دقیق‌تر باید گفت: تفاوت آن‌چنانی بین زندگی افراد مرفه جامعه با کارمندان و طبقه متوسط جامعه در سریال‌های تلویزیونی دیده نمی‌شود.

دشوارتر آنکه حتی وقتی در سریال‌های مناسبی، قرار است منطقه‌ای فقیرنشین و هیئت‌های مذهبی و مسجد و تکیه‌ها دیده شوند، بانی خیر آنها، حاجی و بزرگی است که در خانه‌های کاملاً اشرافی زندگی می‌کند؛ اما صرفاً طراحی و دکوری سنتی دارد و یا شخصیت‌ها حالا مجبورند روی



فرش بنشینند یا روی تخت فلزی کنار حوض پر از ماهی حیاط تا حس نوستالژیک (خاطره‌گرایی) از دست رفتن زیبایی‌های زندگی آبا و اجدادی از سوی برخی مخاطبان بالا شهری هم به این ضیافت افزوده شود.

از طرف دیگر مسائل و مشکلاتی که در این مجموعه‌ها ارائه می‌شود، به اختلافات و سوءتفاهم‌های خانوادگی، خواستگاری، ازدواج، عقیم‌بودن زنی در داستان یا اعتیاد و در نهایت، مشکلات اقتصادی در خانواده محدود می‌شود. این مشکلات یکسان را می‌توان در تمامی سریال‌های طنز و حتی درام و ملودرام تلویزیونی جستجو کرد. راه‌حلی هم که ارائه می‌شود در اکثر موارد راه‌کارهایی اخلاقی و روان‌شناختی‌اند و به محض اینکه شخصیت بد داستان، اخلاق خود را تغییر دهد، ناگهان معجزه می‌شود و همه مشکلات به خوبی و خوشی حل می‌شود؛ حتی طبیعت نیز به کمک نویسنده و کارگردان می‌آید تا زن عقیم داستان، بچه‌دار شود. در چنین فضایی هر کس به اندازه تلاش خود بهره می‌برد و رنگ و بویی از خدا یا دین در این مجموعه‌ها نمی‌توان پیدا کرد. در عوض می‌توان رد پای آخرین نظریه‌های روان‌شناسی خانواده یا آسیب‌شناسی اجتماعی را در سریال‌ها جستجو کرد. اغلب مشکلات با راه‌حل‌های فردی به راه‌کارهایی تبدیل می‌شوند

که فرد را به رستگاری نیز می‌رسانند. بر خلاف آنچه در این‌گونه سریال‌ها تصویر می‌شود، انسان در فرهنگ دینی ما، گرچه مختار و مسئول به حساب می‌آید؛ اما همواره با محدودیت‌ها و مشکلاتی درگیر است که بخشی از آنها ممکن است به خود فرد بازگشت کند و بخشی دیگر در اختیار او نیست. به همین دلیل، فرد با همه تلاش و توان خود هم ممکن است در موارد زیادی به آنچه می‌خواهد نرسد که البته این خود مطابق آموزه‌های فرهنگ دینی اسلام، راهی برای تربیت و رشد معنویات در زندگی افراد به حساب می‌آید.

از سوی دیگر مناسبات و روابطی که در این فضا و خانواده‌های مدرن مطرح می‌شود، همواره به‌گونه‌ای است که شخصیت منفی داستان، مردی است که خیانت‌کار، بداخلاق یا معتاد است و اساساً اخلاق مردانه منشأ پلیدی به شمار می‌آید؛ ولی زنان؛ خوش‌اخلاق، باتدبیر و علاقه‌مند به زندگی تصویر می‌شوند. در پایان، این زنان هستند که باعث هدایت مردان بد قصه می‌شوند و الگوی مرد خوب، مردی با هویت زنانه است؛ در حالی که الگوی زن خوب، زنی با هویت مردانه است. زنانی که چون مدیران مرد به همه جزئیات دقت می‌کنند و برای هر مشکلی، راه‌کاری منطقی ارائه می‌کنند و ایثار و فداکاری جزو خصایصشان به شمار می‌آید، مردانی را هدایت می‌کنند که در بحران‌ها اشک می‌ریزند و حتی برای خطاهای نکرده خود از همسر و فرزندان‌شان عذر می‌خواهند و همواره شرمگین‌اند که چرا زندگی خوبی برای آنها فراهم نکرده‌اند. نکته دیگری که قابل تأمل می‌نماید بازگشت مشکلات فرد به پدر و مادر وی است. در این مجموعه‌ها نوعاً مشکلاتی که فرد با آنها

تحقیر نقش و جایگاه پدر در ارتباط با همسر و فرزندان؛ جسارت و بی‌شرمی در گفتگوها به‌منزله نمادی برای قدرت، شجاعت و یا به بهانه خستگی از زندگی؛ تغییر نقش‌های هویتی مردان و زنان در جامعه؛ روابط غیراخلاقی میان دختر و پسر و شیوه برقراری ارتباط و گفتگوهای میان آن دو؛ ترویج اباحی‌گری و چشم‌چرانی در پرداخت شخصیت‌های چشم‌چران؛ ترویج نوعی ادبیات نامطلوب عامیانه و زیبا تصویر کردن آن تا آنجا که به الگویی برای گفتگوها در سطح جامعه تبدیل شود؛ بزرگنمایی کاذب درباره مسائل و مشکلات فرهنگی، اجتماعی و....

### طنز تلویزیونی و مشکلات رسانه عمومی

به هر روی، کم‌دی‌سازی و به‌ویژه ساخت سریال‌ها و مجموعه‌های طنز در جامعه ایرانی، همچنان از دشوارترین عرصه‌های تولید به حساب می‌آید. محدودیت‌های سوژه و موضوع، دشواری خندانند مخاطب ایرانی، کمبود نویسنده فیلم‌نامه و طنزنویس حرفه‌ای، نبود بازیگر و عوامل آگاه به کار طنز، نیاز به جسارت بالا برای بیان دیدگاهی در نقد اجتماعی و همچنین نیاز به صبر، توان و حوصله در برخورد با پیامدهای احتمالی پس از پخش و نمایش اثر تولید شده، همه بر دشواری این عرصه گواهی می‌دهند. رسانه تلویزیون نیز باید در این میان، تعیین‌کننده نهایی باشد و حال آنکه صدا و سیما به عنوان سازمان این رسانه، صرفاً یک سر این ماجرا است و به‌تنهایی نمی‌تواند در برابر فرهنگی که نیازمند بازسازی و صیقل خوردن است یا هنرمندانی که به جای خلاقیت، به تقلید از آثار دیگران می‌پردازند، قد علم کند.

افزون بر اینها باید پذیرفت که جامعه ایرانی از حساسیت‌ها و ویژگی‌های خاصی برای طنزپردازی



عرصه‌ها و مسائل قابل نقد، خود به کارشناسی و پژوهش پیش از نگارش نیاز دارد. در غیر این صورت، سریال‌های تلویزیونی دچار همین تکرار و بازتولید آزاردهنده و کسالت‌آور می‌شوند. همچنین شکل و شیوه پرداخت باید به‌گونه‌ای باشد که تلقی نقد و بازبینی را در مخاطب، زنده کند؛ نه آنکه شیوه طرح آن، مسأله را در رسانه، عادی‌سازی کند.

برخی از مضامین فرهنگی و اجتماعی - که در مجموعه‌هایی از این دست، خود به معضلی تبدیل شده است و همچنان ادامه دارد - عبارت‌اند از: پرداختن به مسأله خانواده به عنوان کانونی برای دور هم جمع شدن آدم‌ها البته نه به‌منزله محل آرامش و هویت افراد آن؛ پرداختن به مفهوم زن‌سالاری به عنوان هویتی جدید برای خانواده ایرانی؛ بی‌احترامی و توهین به مردها با هدف تخریب جایگاه شوهری در روابط زناشویی؛

دست به گریبان است، به سبب ندانم‌کاری‌ها و ضعف‌های تربیتی است که پدر یا مادر او مسئول آن هستند و خود فرد به‌گونه‌ای تصویر می‌شود که یک قربانی به حساب می‌آید.<sup>۵</sup> حال آنکه چنین رویکردی تماشاگر تلویزیون را در وضعیتی قرار می‌دهد که به نوعی از خود سلب مسئولیت کند و دلیل گرایش خود به هر عرصه‌ای را بر عهده دیگران بدانند.

از همین جا می‌توان به این نکته پی برد که طرح مسائل اجتماعی در رسانه به‌ویژه در مجموعه‌های طنز به‌سادگی و با سهل‌انگاری، نه‌تنها ممکن نیست که خود به نوعی آسیب تبدیل خواهد شد. در ساختار کم‌دی و طنز از عناصری چون اغراق، جابه‌جایی و وارونگی، کنایه و... استفاده می‌شود تا به مسائل اجتماعی و فرهنگی از نظر پدیدآورندگان بتوان نقد و انتقادی را وارد کرد؛ اما نکته آنجاست که در گام اول، یافتن



برخوردار است؛ از این رو رسانه، کمدی‌سازان و طنزپردازان باید عرصه‌های حساسیت‌زا و آستانه‌های موضع‌گیری جامعه در برابر فرهنگ و دغدغه‌های مردمان کشور خود را با احترام و ارزشی درخور بازشناسند. این وظیفه برعهده تمامی نهادها، سازمان‌ها، اقشار و افراد جامعه سنگینی می‌کند؛ اما بی‌تردید کمدی‌سازان، طنزپردازان و البته رسانه تلویزیون در این باره، مسئولیتی خطیرتر بر عهده دارند. همین نکته باعث می‌شود که تلویزیون با دشواری‌های بسیاری در ارائه برنامه‌های طنز روبه‌رو باشد؛ زیرا از یک سو باید به حفظ تنوع و نشاط در برنامه‌ها، متناسب با سلیقه‌های گسترده مخاطبان‌ش همت گمارد و از یک سو حفظ و دقت در ردنشدن از مرزهای ممنوعه و خط قرمزهای فرهنگی و اجتماعی جامعه ایرانی، سختی کار را دو چندان می‌کند.

چه بسیار ممکن است که با اعمال دقت‌ها و نظارت‌های حرفه‌ای، به‌سادگی، تماشاگر ایرانی، طنز و مجموعه کارشده را نپذیرد و آن را کنار بزند و یا مثلاً نوع شوخی‌ها و لطیفه‌ها، یک قشر و صنف خاص را حساس کند و این خود، آغاز چالشی عظیم است.

با این همه باید ذوق و سلیقه برخی دست اندرکاران، نویسندگان و کارگردانان تلویزیونی را در پرداخت درست مضامینی چون مسائل خانوادگی و اجتماعی - که جای نقد و کنایه را می‌طلبد - ستود. پرداختن به مضامینی چون جابه‌جایی نقش‌ها و انتظارات جنسیتی مثل عمل زیبایی و خاله زنک بازی‌های مردان در مجموعه چارخونه (سروش صحت) یا پرداختن به موضوعات و مشکلات ورزش فوتبال، در زیر آسمان شهرها (مهران غفوریان)، همچنین توجه به پرداخت مناسب روابط بی‌منطق و خشک اداری یا کم‌توجهی به شایستگی افراد در محیط اداری در مجموعه پاورچین (مهران مدیری)، نشان‌دادن کم‌توجهی به پدر و مادر، یا وابستگی فرزندان در تأمین نیازها به والدین و یا شتابزدگی و بی‌توجهی جوانان به مسائل مورد نیاز در امر ازدواج یا نقد روابط ناسالم پیش از ازدواج در آثار چون: مجموعه شمس العماره (سامان مقدم) و البته پرداخت زیبا و کم‌نظیر مشکلات و معضلات سربازان در قرارگاه مسکونی (جواد رضویان) یا پرداختن به زندگی اقشار پایین جامعه در آثار رضا عطاران؛ اما باید توجه کرد که این مجموعه‌ها اگرچه مجموعه‌های کامل و بی‌نقصی نیستند؛ اما در برآیند کلی اثر و در مقایسه با آثار پیش و پس از آنها از استانداردهای قابل قبولی اگر نه در تمامی قسمت‌ها در بخش قابل توجهی از قسمت‌های مجموعه برخوردار بوده‌اند.

### پی‌نوشت:

۱. محسن اسماعیلی، طنز مطلوب ضرورت و ویژگی‌ها، رسانه، سال دهم، شماره ۴۰، شماره چهار.
  ۲. بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار رئیس و مدیران سازمان صدا و سیما، ۸۳/۹/۱۱ و سخنان بهاربه ایشان در نوروز ۱۳۹۳.
  ۳. ساختمان پزشکان چگونه بینندگان را می‌خنداند، کمدی سبک متکی بر لودگی، رجا نیوز، ۱ مرداد ۹۰.
  ۴. شیدا عارف، گزارش نقد و بررسی سریال ساختمان پزشکان در فرهنگسرای رسانه، کافه سینما.
  ۵. رضازاده محمدی، دین فردی و پروپاگاندا، توسعه‌یافتگی: نگاه انتقادی به سریال‌های سیمای جمهوری اسلامی، مجله سوره، شماره ۳، مرداد ۸۲.
- منبع**
- اسماعیلی، محسن، طنز مطلوب ضرورت و ویژگی‌ها، فصل‌نامه رسانه، سال دهم، شماره ۴.
- بهدادی مهر، نیما، بررسی علت‌های چرخش مجدد سیما به سمت کمدی، مصائب کمدی خواهی، فیلم نیوز.
- چارخونه چهارخونه است، رواق هنر و اندیشه، شماره ۱۵.
- خمسه، علیرضا، طنز تلویزیونی هجو یا هزل، نشریه سینما، شماره ۴۲۶.
- رضازاده، محمد، دین فردی و پروپاگاندا توسعه یافتگی: نگاه انتقادی به سریال‌های سیمای جمهوری اسلامی، مجله سوره، شماره ۳، مرداد ۸۲.
- ساختمان پزشکان چگونه بینندگان را می‌خنداند، کمدی سبک متکی بر لودگی، رجا نیوز، ۱ مرداد ۹۰.
- طنز تلویزیونی یا لودگی تلویزیونی، گزارش، شماره ۸۵ و ۸۶، اسفند ۷۶ و فروردین ۷۷.
- عارف، شیدا، گزارش نقد و بررسی سریال ساختمان پزشکان در فرهنگسرای رسانه، کافه سینما.
- عظیم‌پور، فاطمه، تنها یک تغییر چاره‌ساز است، نگاهی به برنامه‌های طنز تلویزیون، نشریه اخبار، ۷۷/۱۴.
- کرمانی، حسین، نگاهی گذرا به سریال‌های طنز تلویزیونی، سیمایی از آن خودشان، مجله گزارش، شماره ۱۹۳.
- معیری‌نژاد، هادی، بحران کمدی در تلویزیون ایران، همشهری آنلاین.
- معیری‌نژاد، هادی، گام معلق کمدی روی لبه ابتذال و سقوط، همشهری آنلاین.
- معیری‌نژاد، هادی، نگاهی به مجموعه طنز چارخونه: هر چه پیش آید، نقد سینما، ش ۴۷.
- نگاهی به ژانر کمدی در ایران: کمدی در پای‌بست موفقیت، نقد سینما، ش ۵۵.