



● عباس نعمتی

اجرای آنها و... نمی پردازیم، بلکه تکیه فقط بر روی نوشتار خواهد بود. اما دلیل تکیه بر متن این است که متن در برنامه‌هایی که اساسش بر شوخ طبعی نهاده شده است، همچون نقشه برای ساختمان است؛ با یک نقشه اشتباه حتی با بهترین مهندسی هم نمی‌توان

شوخی طبیعی و دیگری به عنوان شاخه‌ای از شوخ طبعی. لذا برای پرهیز از به-کاربردن یک لفظ در دو معنی، متنی را که باعث انبساط خاطر شود، شوخ طبعی می‌نامیم. نکته دیگر در این تعریف، دقت روی کلمه «متن» است. در این نوشتار، به مباحثی چون موسیقی برنامه‌ها،

هر متنی که در انسان انبساط خاطر ایجاد کند، «شوخی طبیعی» است. این انبساط خاطر یا به صورت لبخند و قهقهه ظهور می‌یابد و یا در حد همان انبساط درون، باقی می‌ماند.

در بسیاری از کتاب‌ها و نوشته‌ها با دو نوع طنز مواجهیم: یکی طنز مساوی

ساختمانی درست، بنا کرد. یک برنامه، زمانی برنامه خوبی خواهد شد، که متن خوبی داشته باشد. با یک متن قوی و اجرایی ضعیف می‌توان برنامه‌ای متوسط ساخت، اما این کار با یک متن ضعیف با بهترین اجراها هم امکان‌پذیر نیست. شاید اهمیت متن به این دلیل به چشم نمی‌آید که گاهی «کلمات صرف» به نظر می‌رسد. اما باید به خاطر داشت این کلمات «ساختار» را می‌سازند و ساختار، بیش از عناصر دیگر در روند برنامه‌سازی تعیین می‌کند که آیا برنامه، فقط توالی پوچ کلمات، صداها و موسیقی است، یا اثری منسجم است که دیدگاه خلق‌کنندگان آن را به نمایش می‌گذارد. البته نمی‌خواهیم هنر لطیفه‌گویی را دست‌کم بگیریم، بلکه می‌خواهیم جایگاه نوشتار را مشخص کنیم. هنر لطیفه‌گویی می‌تواند به همان میزان که خود رویداد خنده‌دار اهمیت دارد، برای بیان آن رویداد در کمدی اهمیت داشته باشد. افراد بسیاری را دیده‌ایم که یک جوک بی‌مزه را آن‌قدر زیبا تعریف می‌کنند که انسان روده‌بر می‌شود.

در یک کلام: متن، علت‌العلل، محرک اولی و سنگ بنای شوخ‌طبعی در رادیو است.

### انواع شوخ‌طبعی

شاخه‌های شوخ‌طبعی را معمولاً چنین ذکر می‌کنند: «طنز، هزل، هجو و فکاهه».

### طنز

معنی **طنز** از جهت لغوی: طنز را مساوی Humour یا Satire و یا Mockery، آورده‌اند.

طنز در لغت به معنی: سخریه،

فسوس کردن، سخن به رمز گفتن، تهمت‌زدن، ریشخندکردن، سرزنش (به کنایه)، بر کسی خندیدن، عیب کردن و... به کار رفته است.

**بررسی واژه طنز در آثار کهن پارسی:** در **تاریخ سیستان** آمده است: «...و کس به زبان پارسی شعر یاد نکرده بود الا ابونواس، میان شعر خویش سخن پارسی طنز را یاد کرده بود.» در اینجا طنز به معنی «تلمیح و ظرافت» آمده است.

در **تاریخ بیهقی** آمده است: «و اگر این مرد بر این هنر نبود، کی زهره داشتی متنی، که وی را چنین سخن گفتمی که بزرگان «طنز» فرانسند و بر آن گردن زنند».

در جای دیگر آمده: «آنچه دیده و شنیده از احوال نوخاستگان و حرکات ایشان و سخنان با «طنز» که می‌گفتند، بازراند.» که واژه طنز، در مثال اول به معنی «عشو و فریب» و در مثال دوم به صورت صفت و به معنی «مسخره‌آمیز» به کار رفته است. ملک‌الشعرای بهار، نظامی، حافظ، خاقانی، ظهیر فاریابی، عبیدزاکانی و سعدی، طنز را به معنی «طعن» به کار برده‌اند.

**طنز در اصطلاح اهل ادب:** تعریف امروزی ما از طنز، مربوط به بعد از سال ۱۳۲۰ است. طنز شیوه خاصی از شوخ‌طبعی است که حقایق تلخ اجتماعی و سیاسی و فرهنگی را با نگاه انتقادی، به قصد اصلاح و در قالب نیشخند بیان می‌کند. خنده طنز، خنده‌ای جدی و دردناک است که طنزنویس از روی دلسوزی و به قصد ایجاد تفکر به آن دست زده است. مرحوم دکتر شریعتی می‌گوید: «امروز به گونه‌ای دیگر هم می‌خندیم. این

گونه خندیدن یکی از عزیزترین کشف‌های انسانیت معاصر است و آن نه سخن گفتن از آنچه خنده‌ناک است، بلکه خنده‌ناک سخن گفتن است از آنچه سخت غم‌انگیز است».

بنابراین خنده‌ناکی در شیوه بیان است نه در مسائلی که بیان می‌شود. از این روست که آن را باید هنر واقعی نامید. این جمله کاملاً معنی طنز است. از همین جهت، طنز را آئینه حقیقت نامیده‌اند.

### هزل

«هزل» کلمه‌ای عربی است و آن را مقابل «جد» دانسته، به معنی: «مزاح-کردن، بیهوده گفتن، لاغ و سخن بیهوده، مسخرگی. دروغ و خلاف واقع و باطل، سخنان زشت و شرم‌آور به قصد خندیدن و...» آورده‌اند. نصرالله منشی، مترجم فارسی **کلیده و دمنه** و همچنین بزرگمهر حکیم در مقدمه‌ای که به خواهش برزویه طبیب بر کلیده نوشته‌اند، کاربرد هزل را برای بیان مسائل جدی تصریح کرده‌اند و کتاب عظیمی چون **کلیده و دمنه** را از کتب هزل شمرده‌اند.

### هجو

هجو یعنی «برشمردن» و هجوکردن به معنی «عیب کسی را شمردن» است. از جهت لغوی، هجو به معنی دشنام‌دادن و بدگفتن، زشت‌شمردن، سرزنش، مسخره، مضحکه، بیهوده-گویی و یاوه‌پردازی آمده است.

### فکاهه

در لغت، فکاهت و فکاهی (Cheerful-Being) به معنی شوخ‌بودن، خوش‌طبعی و مزاح است (غیاث و لسان العرب) و الفکاهه (Ajest) حدیث ذوی الأُنس یا فکاهت، گفت‌وگوی ارباب انس است.

این اصطلاح در ادبیات ایران، قدمت چندانی ندارد و آن را مزاح، مطایبه، شوخ طبعی و گفت‌وگوی خنده‌آور میان دوستان هم خوانده‌اند.

### ویژگی‌های شوخ طبعی شوخ طبعی و کشف

این مثال در ادبیات بسیار به کار می‌رود: «یک نوشته مثل کوه یخ است. همه آن روی آب نیست، مقداری از آن زیر آب است و چیزی برای کشف کردن وجود دارد که مخاطب از کشف آن لذت می‌برد». حتماً تا به حال، بارها دیده‌اید که پدر و مادرها در هنگام بازی با کودک خود، اسباب‌بازی را طوری پنهان می‌کنند که کودک بتواند آن را بیابد. کودک به محض یافتن آن، چنان به شغف می‌آید که گویی فقط اوست که می‌تواند آن را بیابد. دقیقاً در نوشته هم، این بازی وجود دارد. قانون این بازی این است که نکته موردنظر را چنان پنهان کن که مخاطب با تأمل، آن را درک کند. شوخ طبعی‌هایی که برای کودکان است، پر از بازی‌های زبانی است. فرد بر حسب اشتباه کلمه‌ای را غلط تلفظ می‌کند و کودک به این بازی زبانی می‌خندد.

این شوخ طبعی کاملاً رواست. هرچه سن فرد بیشتر می‌شود و عقل انسان بیشتر رشد می‌کند، از شوخ طبعی‌هایی لذت می‌برد که چیزی برای کشف کردن دارند. کروچه معتقد است: «هنر این خاصیت را دارد که دریافت یا احساس زیبایی آن بیشتر از راه شهود و مکاشفه (Intuition) امکان‌پذیر است تا از طریق فکر و استدلال».

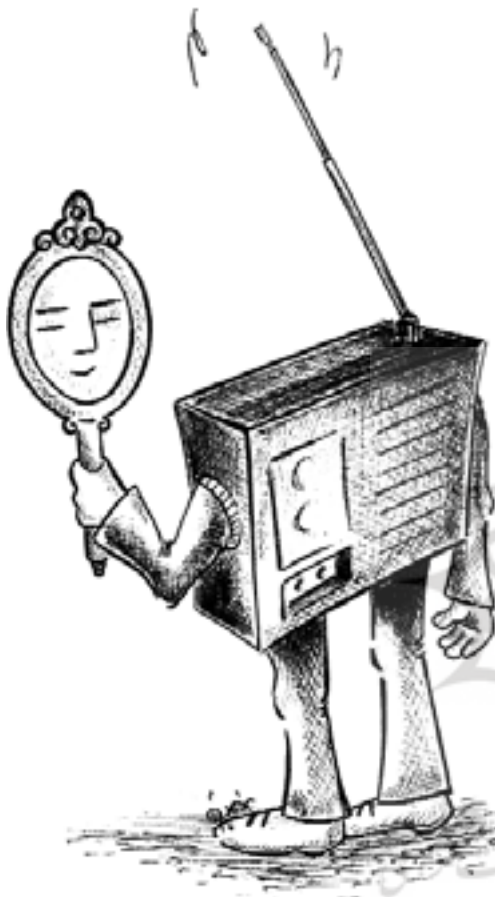
حتماً دیده‌اید که در سیرک‌ها، یک نفر را پای دیواری می‌گذارند و شخص

دیگر ده‌ها چاقو را به سمتش پرت می‌کند. هنر پرتاب کننده چاقو در چیست؟ در این است که به فرد پای دیوار نزند، بلکه اطراف او را بزند. هنر

سمت سوژه می‌رود.

### شوخ طبعی و ایجاز

طنز همواره مستلزم ایجاز در نکته‌پردازی است. طنز بر ایجاز و پرهیز



طنز شیوه خاصی از شوخ طبعی است که حقایق تلخ اجتماعی و سیاسی و فرهنگی را با نگاه انتقادی، به قصد اصلاح و در قالب نیشخند بیان می‌کند.

طنزنویس هم همین است.

در مقابل این‌گونه طنزنویسی، نمونه دیگری هم هست. اتفاقاً در جامعه، طرفدار بیشتری هم دارد. قطعاً این جمله را که درباره شوخ طبعی گفته‌اند زیاد شنیده‌اید: «عجب چیزی بود، دقیقاً زد تو خال!» طنز عریان، خشن، انتقادی و انتقامی، این روزها خواهان بیشتری دارد. در این‌گونه مطالب، نویسنده مستقیماً به

از اطناب استوار است. هرچه ایجاز بیشتر رعایت شود، ضرباهنگ متن تندتر، ضربه طنز شدیدتر و خنده ناشی از تأثیر آن، بیشتر می‌شود.

هرچه جلوتر می‌رویم، این فشرده‌گویی بیشتر خود را نشان می‌دهد. اگر به جوک‌هایی که می‌شنویم دقت کنیم و آن‌را با جوک‌های قدیمی‌تر مقایسه کنیم، می‌بینیم که کوتاه‌تر شده‌اند.



دیگر دو صفحه برای شما تعریف نمی کنند تا آخرش نکته ای را بگویند؛ از همان اول می روند سراصل مطلب. در این میان، رادیو وضعیت خاصی دارد. به خاطر تعدد شبکه های رادیویی، یکی، دو دقیقه اول برنامه، بسیار مهم است. باید چیزی گفت که شنونده جذب شود. در غیر این صورت موج را عوض خواهد کرد. مخاطب امروز، مخاطب ۵۰ سال پیش نیست. او آن قدر مطلب خنده دار خوانده و شنیده که دیگر گوش و چشمش پر شده است. بسیاری از کسانی که دستی در شوخ طبعی و رادیو دارند، فکر می کنند چون می خواهند یک موضوع بامزه ای را بگویند، حق دارند چند دقیقه ای درباره

می رفت و می گفت که این برنامه، برنامه جذاب و خنده داری است. بعد از هر یکی دو جمله، مکث می کرد و موسیقی پخش می شد. همان پنج دقیقه اول خسته شدم و رادیو را قطع کردم، طوری که به مطالب خنده دارش نرسیدم. باید در مورد متن خود بی رحم بود. بعد از اتمام، آن را یکبار خواند و هر کلمه ای که حذف آن، صدمه ای به کار نمی زند را حذف کرد.

**شوخی طبیعی و علت و معلول فانتری**

در طبیعت، ما با علت و معلول مواجهیم. در وجود ما نوع دیگری از علت و معلول هم وجود دارد: علت و معلول فانتری. برنامه ها پر هستند از وضعیتی

مخاطب امروز، مخاطب ۵۰ سال پیش نیست. او آن قدر مطلب خنده دار خوانده و شنیده که دیگر گوش و چشمش پر شده است. از طرفی به دلیل تعدد شبکه های رادیویی، یکی، دو دقیقه اول برنامه، بسیار مهم است. باید چیزی گفت که شنونده جذب شود. در غیر این صورت موج را عوض خواهد کرد.

که کسی زیر تخته سنگ بزرگی قرار گرفته و در آخر مثل کاغذ، صاف و نازک می شود. علت و معلول فانتری می گوید، اگر کسی زیر سنگ له شود، صاف می شود و حتی می شود آن را مثل نامه از زیر در به داخل خانه انداخت، اما هنوز او زنده است.

شوخی طبیعی فاقد علت و معلول نیست، بلکه جنس علت و معلولش فرق می کند. اینکه کمدی است، شوخی است، جدی نیست، پس می شود هر کاری کرد غلط است. هر کاری می شود کرد، به شرط آنکه در

سیستم علت و معلول فانتری جای بگیرد. حالا بار دیگر به دنیا نگاه کنیم. این بار نه با علت و معلول، که برای کشف علت و معلول فانتری. تمام کائنات و روابط بین اشیاء آن را، این بار فانتری ببایم. خود را از تمام این عالم خارج کنیم و با این نگاه بنگریم و برخورداری طنز آمیز داشته باشیم.

می گویند اگر یک بار دیگر تاریخ را بخوانیم، این بار تراژدی هایش، کمدی خواهد بود؛ مانند آنچه در کتاب **چنین کنند بزرگان** ترجمه نجف دریا بندری رخ داده است. در حقیقت اینجا به تاریخ نگریسته ایم، اما با این تفاوت که این بار به خاطر فاصله ای که داشتیم و در بطن حوادث نبوده ایم، رگه های خنده دار ماجرا، پررنگ تر از ماجراها و علت و معلول های دیگر، به نظر آمده است. گروهی همین کار را با اسطوره ها و افسانه ها کرده اند و معتقدند از اسطوره ها و افسانه ها، شوخی طبیعی برمی خیزد.

**شوخی طبیعی و نوآوری**

جری پالمر در بحثی که درباره شیرین - کاری و لطیفه دارد، خاطر نشان می کند که وقایع غیرمنتظره خنده دار، از دو اصل بنیادی پیروی می کنند:

- انتظارات نابهنگام و تناقض آمیزی در متن داستانشان وجود دارد
- تصویری بازگونه از دنیای بیرون و ارزش ها و متعلقات اندیشه گون آن عرضه می کنند که با تجربه زندگی روزمره مخاطب در تضاد است.

در کنه این دو اصل، عنصر خلاقیت و نوآوری وجود دارد. اگر عنصر نوآوری نباشد و موضوع به ورطه تکرار بیفتد، هر چند دنیایی که ترسیم می کنیم با تجربه روزمره مخاطب در تضاد

باشد، جذابیت واقعی را ندارد. مادون نوع شوخ طبعی داریم: آنهایی که پایانش را مخاطب از همان ابتدا می‌داند و آنهایی که پایانش را مخاطب نمی‌داند. نمونه شوخ طبعی نوع اول، زمانی است که فردی را به جای فرد دیگری دستگیر می‌کنند. ما می‌دانیم آخرش می‌فهمند که او، آن فرد مورد نظر نیست. آنچه اینجا برای مخاطب مهم است این است که در طول این مسیر چه می‌شود. چگونه آنها می‌فهمند که او آن فرد مورد نظر نیست. در اینجا نوآوری، سیر ماجرا و توالی آنها است.

اگر شوخ طبعی ما از نوعی است که مبنایش این است که مخاطب منتظر بماند تا ببیند آخرش چه می‌شود، پس باید آن قدر نو باشد که مخاطب دست ما را نخواند (که ما او را به کجا می‌خواهیم ببریم).

در کتب بلاغی، نکته‌ای است به نام «مستهمیم» و «ارصاد»، که وقتی صاحب طبعی قسمتی از مصراع شعری را بشنود، بداند که مصراع بعد چه می‌تواند باشد. بسیاری از شوخ طبعی‌های رادیو، همین وضعیت را دارند. هر که اولش را بشنود، تا آخرش را حدس می‌زند. در شوخ طبعی، مخاطب، زمانی غافلگیر می‌شود و به خنده می‌افتد که توقع موضوعی را ندارد و در عین حال، آن را می‌شنود. غافلگیری با خلاقیت و نوآوری، رابطه مستقیم دارد و اگر یک موضوع غافلگیرکننده را، بارها تکرار کنیم، دیگر آن خاصیت را ندارد و شنونده از ابتدا حدس می‌زند که پایان کار، چه می‌شود. ریپکا می‌گوید: «مفهوم ابداع و خلاقیت در شرق و غرب یکسان نیست. در ادب غرب، اصل و یک نوع ضرورت حتمی، تازگی و بکر بودن معانی است؛

ولی در شرق، تغییر شیوه بیان، غور بیشتر در مضامین کهنه، تلطیف تصور و بیان و نظایر آن کافی است. شرق بیشتر به چگونگی معطوف است تا به ماهیت، تلطیف مورد نظر است نه تنوع». این سخن، مؤید این گفته ابن خلدون است که: «هر نگارش (به نظم و یا نثر) بر مبنای الفاظ استوار است نه معانی».

### شوخ طبعی و پایان خوش

پایان خوش، جزء جدا نشدنی

است. پایان شوخ طبعی عمدتاً با سه ویژگی همراه است:  
- پایان خوش  
- عنصر غافلگیرکننده  
- قرار گرفتن در اوج

### شوخ طبعی، شخصیت و تیپ

شخصیت طنز از استقلال محدودی برخوردار است. او بیش از هر شخصیت داستانی دیگر، ساخته ذهن نویسنده خویش است. اگر در درام و تراژدی



نویسنده، شخصیت‌ها را تعریف می‌کند، این شخصیت‌ها هستند که در ذهن نویسنده می‌نشینند و قصه را پیش می‌برند و از زبان نویسنده حرف می‌زنند. در شوخ طبعی همه چیز حول خندانند می‌گذرد. به همین دلیل شخصیت‌ها در طنز، آن انسجام شخصیتی تراژدی و درام را ندارند. گاه می‌بینیم که شخصیتی نه با هیچ کسی که می‌شناسیم رابطه مشخصی دارد، نه به خودی خود دارای هویت است. ممکن است او صرفاً سخنگوی نویسنده باشد.

شوخ طبعی است. گروهی پایان خوش را در کمدی، یکی از دو عامل اساسی در کنار ایجاد خنده می‌دانند. در لغت‌نامه آکسفورد هم در مقابل واژه کمدی آمده است: «نمایش صحنه‌های سبک و سرگرم‌کننده با شخصیت‌های مضحک که به ویژه وقایع روزمره زندگی را نشان می‌دهد و سرانجام هم با پایان خوش خاتمه می‌یابد (مخالف تراژدی)».

البته پایان خوش مختص نمایش‌های داستانی است، اما طنز و شوخ طبعی با پایان «رضایت‌آمیز» همراه



این وضعیت در نوشته‌های اسکار وایدل فراوان است. برگسون معتقد است: «اختلاف اصلی بین کمدی و درام... دقیقاً همین جاست، درام حتی هنگامی که عاطفه‌ها و عیب‌هایی را که هر یک نامی دارند به توصیف می‌آورد،



عام دارند؛ مانند: خسیس، قمارباز و از این قبیل. اگر از شما بخواهیم نمایشنامه‌ای را به تصویر آورید که بتوان آنرا مثلاً حسود نامید، مسلماً اسگانارل (نام شخصیتی در چندین نمایشنامه مولیر) یا ژرژ داندن (مولیر) به

### بسیاری از کسانی که دستی

در شوخ طبعی و رادیو دارند، فکر می‌کنند چون می‌خواهند یک موضوع بامزه‌ای را بگویند، حق دارند چند دقیقه‌ای درباره موضوعات دیگر حرف بزنند و یا قضیه را طولانی کنند. این کار جز اینکه مخاطب را خسته و تأثیر شوخ طبعی را کم کند، سود دیگری ندارد؛ زیرا، شنونده مجبور نیست مطلب ما را گوش کند.

ذهن شما می‌رسد، نه اتللو (شکسپیر). حسود تنها می‌تواند عنوان یک نمایشنامه کمدی باشد.»

در کمدی و شوخ طبعی از عواطف پیچیده، ظریف و عمیق خبری نیست و حتی المقدور از زهر آن کاسته می‌شود. در فیلم حقیقت مهیب، وقتی کری گرانت از آیرن دون جدا می‌شود و صیغه طلاق جاری می‌شود، یک قطره

اشک هم از چشمانشان سرازیر نمی‌شود.

شخصیت در شوخ طبعی، همیشه دارای یک ضعف شخصیتی است و معمولاً در جایی خنده‌دار است که خودش آگاه به وضعیتش نیست. ما به شخصیت‌هایی که ترحم، مهر و محبت ما را برانگیزند، نمی‌خندیم و اگر قرار است به آنها بخندیم، باید وضعیتی پیش آید تا ما برای لحظه‌ای احساس ترحم را فراموش کنیم.

طنزنویس، یک ضعف شخصیتی در فرد مورد نظر خود قرار می‌دهد و با تأکید و اغراق در آن خصوصیت، ما را به خنده می‌اندازد. یکی از مواردی که جایش در رادیو خالی است، ساختن تیپ‌هایی با همین فرمول است. بهترین نمونه تیپ در رادیو، به «ملون» باز می‌گردد. ساخت این شخصیت‌ها و تیپ‌ها همیشه برای مخاطب جذاب بوده است. وقتی مخاطب مثلاً با شخصیت «مسترین» آشنا شد و رابطه برقرار کرد، خندانند این مخاطب چندان دشوار نیست. آن وقت، بی‌مزه‌ترین حرکات و جملات این تیپ‌ها و شخصیت‌ها هم، جذاب به نظر می‌رسند. ما در طنز مکتوب خود، شخصیت‌هایی تثبیت شده داریم. (همچون حاجی آقا، گل آقا، جحا، ملانصرالدین و...) اما رادیو از داشتن چنین تیپ‌ها و شخصیت‌هایی، محروم است.

این شخصیت‌ها معمولاً تکه-کلام‌های خاص و رفتارهای مختص به خود دارند. تکرار همین تکه کلام‌ها و رفتارها، کم‌کم برای مخاطب جذاب می‌شود.

در اینجا به چند نمونه از تیپ‌هایی

آنها را چنان جزئی از شخصیت می‌کند که حتی نام آنها هم فراموش می‌شود، ویژگی عمومی آنها از بین می‌رود و ما دیگر مطلقاً به آنها نمی‌اندیشیم، بلکه تنها به شخصیتی فکر می‌کنیم که آن عیب‌ها یا عاطفه‌ها را دارد. به همین دلیل عنوان درام نمی‌تواند جزء اسم خاص (نام یک شخص) باشد، برخلاف بسیاری از کمدی‌ها که اسم

که در ادبیات و سینما و تلویزیون و رادیو رایج بوده‌اند، اشاره می‌شود:

**حاجی آقا:** این تیپ از ابتدا در تئاتر کمدی (بقال بازی) دیده می‌شود. در آثار مکتوب هم، در حاجی بابای اصفهانی (جیمز موریه)، حاجی ریایی خان یا تارتوف شرقی (کمال الوزاره محمدی) دیده می‌شود. در سینما هم، اولین بار در فیلم **حاجی آقا، آکتور** سینما دیده شد. در سال‌های اخیر در رادیو با نام «آمیرز عبدالطمع» ظاهر شد. خصوصیات او چنین است: خساست و لثامت طبع، حساب‌گری بسیار زیاد، جاه‌طلبی و رندی. معمولاً حاجی آقا آن قدر خسیس است که اطرافیان از او دل پرخونی دارند. او حتی روی افراد خانواده‌اش معامله می‌کند و به آنها به چشم کالا می‌نگرد. آدم بدقلق و گوش تلخی است. او معمولاً برای دیگران خسیس است، اما نسبت به نفس خود خسیس نیست. در آخر هم معمولاً با یک ضربه عاطفی دست و دل‌باز می‌شود.

**روستایی ساده دل و ساده لوح:** اولین بار در فیلم **حاکم یک روزه** دیده شد. در سال‌های اخیر با نام‌های مختلف از جمله «جان علی» در رادیو ظاهر شده است.

این شخصیت به دلیل سادگی و خرافاتی بودن، اغلب فریب می‌خورد. نجابت درونی، معصومیت، مأخوذ به حیا بودن، شیطنت کودکانه، ندانم‌کاری و مزه‌پرانی به ظاهر ساده‌لوحانه، از مشخصات دیگر اوست. مایل به زندگی آزاد است و برخلاف ظاهرش از زیرکی و هوش بی‌بهره نیست و اغلب زیرکی او در آخر بروز می‌کند.

در این دو تیپ معمولاً آنچه پیداست، تأکید بر رفتارها و حرکت‌های

ظاهری و گفتار و لحن است، نه لایه‌های پنهان‌تر شخصیت او. اما بینیم وضع شخصیت‌های شوخ‌طبعی ما چگونه است. به دو دلیل شخصیت‌های شوخ‌طبعی‌ها سطحی و کاریکاتور گونه‌اند:

- نویسنده برای اینکه بتواند امرار معاش کند، باید زیاد بنویسد و فرصت پرداخت کافی به شخصیت‌ها را نمی‌یابد. مسئولان رادیو هم مجبورند برنامه پخش کنند. به همین دلیل کارها به تکرار می‌افتد و معمولاً ما به جای شخصیت، با تیپ مواجهیم و چون سری‌دوزی می‌شود، نقش‌ها کاریکاتوری و بدون گوشت و پوست درمی‌آیند.

افراد آن صنف یا کسی که حالا آن پست را دارد، معترض می‌شوند که «می‌خواهند زحمات ما را نادیده بگیرند، در صنف ما یا دستگاه ما چنین موردی تا حالا پیش نیامده و...» و حالا هر چه نویسنده‌ها توضیح بدهند که منظورشان شخص خاصی نبوده و این یک برنامه است (و واقعی نیست و به هر حال افراد یک داستان باید یک شغلی داشته باشند)، کسی گوش نمی‌دهد. به همین دلیل نویسنده‌ها، از اشخاص شناور درون جامعه، لمپن‌ها، افراد بی‌صنف یا از صنوف ضعیف، افراد آس و پاس و ولگرد استفاده می‌کنند تا از دردسرهای احتمالی بگریزند. مثلاً در سال ۱۳۵۴ در میزگرد سینمای ایران شماره ۱۸ امان

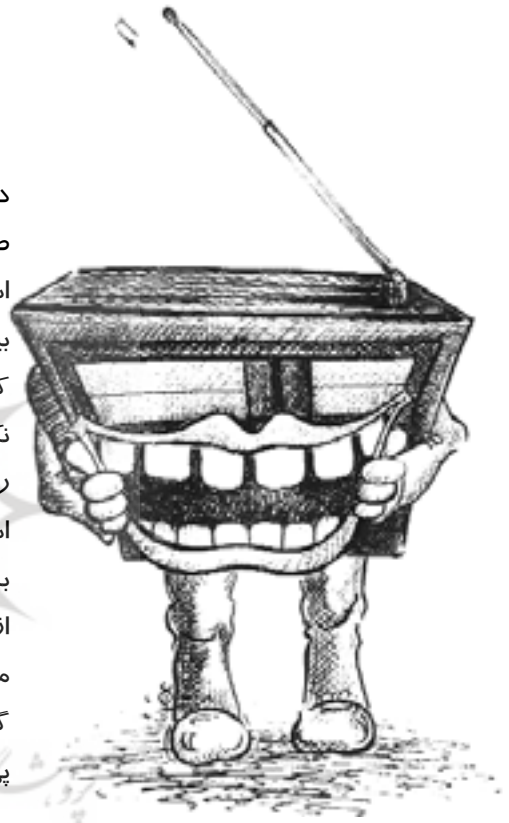
**در شوخ‌طبعی، مخاطب زمانی غافلگیر می‌شود و به خنده می‌افتد که توقع موضوعی را ندارد و در عین حال آن را می‌شنود. اگر یک موضوع غافلگیر کننده را، بارها تکرار کنیم، شنونده از ابتدا حدس می‌زند که پایان کار، چه می‌شود. بسیاری از شوخ‌طبعی‌های رادیو، همین وضعیت را دارند.**

- دومین دلیل به نوع نگاه جامعه و مسئولان برمی‌گردد. آیا دقت کرده‌اید که در **صبح جمعه با شما**، معلوم نیست گران‌فروش چه شغلی دارد؟ فقط پیداست گران‌فروش است. از آنجا که اگر فردی که انتخاب می‌شود دارای موقعیت و مقام مشخصی باشد و با آن شوخی شود، کسانی که در آن موقعیت و مقام هستند فکر می‌کنند به ایشان توهین شده است، نویسنده‌ها به شخصیت‌های فاقد موقعیت و مقام رومی آورند. اگر در طنزی، شخصیت مورد انتقاد فلان پست را داشته باشد یا متعلق به صنف خاصی باشد، بلافاصله،

منطقی چنین می‌گوید: «در کار سینما، ما به هیچ عنوان نمی‌توانیم فردی را لحاظ کنیم که وابسته به دستگاهی باشد. یعنی زندگی واقعی او را نشان بدهیم. زندگی واقعی یک معلم، یک افسر، یک کارآگاه و حتی کسانی که در یکی از سندیکاهای مقتدر عضو هستند. من ۱۵ سال است فیلم می‌سازم و تا به حال ششصد فیلم کوتاه و بلند ساخته‌ام، اما نمی‌توانم زندگی خود را نشان دهم. بنابراین تنها صنفی که صنف نیست و سندیکا ندارد فواحش و جاهل‌ها هستند؛ کسانی که مدعی برای آنها نیست و برای همین، بیشتر فیلم‌ها

درباره این مردم است.»

گره عجیبی است. انتقاد از مختصات طنز است و نبود آن یعنی نبود طنز. حالا از صنف و کسی هم انتقاد نشود! در چنین وضعی فکاهی و هزل رواج می‌یابد و از مقدار طنز کاسته می‌شود. این نتیجه طبیعی این نگرش



است.

### شوخی طبیعی و زبان

طنزسرایان برای ساختن طنزهای خود، بیانی را برمی‌گزینند، که برای عموم مردم آشنا باشد. به قول ادیبان، مالا یکن عامیاً سوقیاً و لاعربیاً وحشیاً. زبان طنز ساده است و نزدیک به زبان مردم و از الفاظی استفاده می‌کند که عموم مردم استفاده می‌کنند، چون مخاطبشان عموم مردمند. ولتر می‌گوید: «هرگز یک کلمه تازه را

استعمال نکن، مگر آنکه دارای این ۳

صفت باشد:

- لازم باشد

- قابل فهم باشد

- خوش‌آهنگ باشد.»

در طنز رادیویی، جلوه و ظهور طنز، در کلمه و زبان گفتار است. اگر این

### در طنز رادیویی، جلوه و ظهور

طنز، در کلمه و زبان گفتار

است. اگر این سخن را

بپذیریم که هیچ‌کس تاکنون تا

کنه مفهوم، کلمه‌ای را درک

نکرده است و می‌شود کلمه‌ای

را که بارها استفاده شده،

استفاده کرد و حس جدیدی

به مخاطب داد و مخاطب پس

از شنیدن گویی کلمه برایش

مجدداً تعریف شده است، آن

گاه به ارزش و بهای کلمه

پی می‌بریم.

سخن را بپذیریم که هیچ‌کس تاکنون تا

کنه مفهوم کلمه‌ای را درک نکرده است

و می‌شود کلمه‌ای را که بارها استفاده

شده، استفاده کرد و حس جدیدی به

مخاطب داد و مخاطب پس از شنیدن،

گویی کلمه مجدداً برایش تعریف شده

است، آن گاه به ارزش و بهای کلمه

پی می‌بریم.

### ویژگی‌هایی از رادیو که بر

شوخی طبیعی تأثیر دارند

فردی بودن گوش دادن به رادیو: گوش -

دادن به رادیو، اغلب کاری فردی است

و این در حالی است که در سینما و تئاتر

یک جمعیت با هم برنامه‌ای را می‌بینند

و از آنجا که خنده، خنده می‌آورد، تأثیر

شوخی طبیعی در نمونه‌های اخیر، روی

مخاطب بیشتر است. آنهایی که در کار

تئاتر و نمایشنامه‌های کم‌دی‌اند، این

جمله را زیاد شنیده‌اند: «هرچقدر

جمعیت تالار بیشتر باشد، تماشاچی‌ها

بیشتر می‌خندند»، برای چیره شدن بر

این مشکل، در رادیو معمولاً از دو شیوه

استفاده می‌کنند: یکی پخش خنده

ضبط شده و دیگری انجام برنامه در

حضور جمع؛ البته در شیوه دوم اگر

شنونده احساس کند که خنده حضار

برای متن و نمایش نیست، بلکه برای

رفتار و قیافه و ادای خاصی است که

بازیگر انجام می‌دهد و او نمی‌بیند،

رابطه او با برنامه قطع می‌شود.

شنیداری بودن رادیو: به این معنی که

مخاطب فقط یک بار می‌تواند آن را

بشنود و قابلیت مراجعه مجدد را ندارد.

یک متن را می‌توان چند بار خواند، اما

برنامه رادیویی را نمی‌توان چند بار

شنید. این ویژگی چندین نتیجه به

همراه دارد:

- درک متن باید راحت باشد. برای

همین زبان شما باید این ویژگی‌ها را

داشته باشد و جملات کوتاه باشند.

جملات بلند را بشکنید و از آن چند

جمله درست کنید.

- جملات واضح باشند.

- جملات حتماً ساده باشند و از به-

کاربردن استعارات و صنایع ادبی که

فقط به درک شنونده لطمه وارد می‌کند،

خودداری کنید.

- از دادن انبوهی از اطلاعات در



یک جمله خودداری کنید. اطلاعات را با فاصله و سرفرصت به شنونده بدهید و در آخر خودتان یک بار تمام متن را از ابتدا تا انتها برای خود بخوانید. بسیاری از جملات روی کاغذ روان و زیبا هستند، اما در گفتن روان نیستند.

- شنونده ممکن است در حین گوش دادن به رادیو، کارهای دیگری هم بکند؛ پس باید کاری کرد تا متوجه برنامه شما باشد. در لابه لای نوشتن، از خود پرسید: او چرا باید الان گوش بدهد؟

- یک متن، برای شنیدن (برای گوش) نوشته می شود نه برای دیدن (برای چشم)؛ به همین دلیل موقعیت را شرح دهید. باید فضا و مکان را از طریق گفت و گو مشخص کنید. نگوید: «لیوان را بده به من»، بگوید: «لیوان را از روی میز بده به من». فضایی که در آن ماجرا اتفاق می افتد را توضیح دهید. به جای استفاده از ضمائر، از نام استفاده کنید. نگوییم «این را بده»، بگوییم «لیوان را بده».

- برای اینکه شخصیت ها در شنیدن تمیز داده شوند، در حد امکان گفت و گوهای بین یک زن و مرد، پیر و جوان، باد و لهجه متفاوت باشد. **فقدان تصویر:** نبودن تصویر باعث می شود تا شوخ طبعی هایی که بر پایه رفتار و قیافه و ادای بازیگر هستند، حذف شوند. اما اگر به همین ویژگی (نبود تصویر) توجه شود، به یک ویژگی مثبت مبدل می شود و یک فرصت ناب به رادیو می دهد.

نبود تصویر به شما کمک می کند تا «به سرعت» از جایی به جای دیگر تغییر مکان بدهید. فقط کافی است بگویید: «اصفهان سال ۸۱». شنونده بلافاصله در ذهن، اصفهان سال ۸۱ را تجسم می کند و

اگر بلافاصله بعد از اصفهان بگویید: «شیراز»، شما به شیراز رفته اید. همچنین می توانید به جاهایی بروید که یاد در بودن تصویر نمی شد آنها را به تصویر کشید و یا برای باورپذیر کردن تصویر آنها، با مشکل مواجهیم؛ مثل سفر به یکی از سیارات یا کف اقیانوس و... .

نبود تصویر، هر غیرممکنی را ممکن می سازد. شما بگویید «گردنش را کشید و دراز شد»، شنونده آن را تجسم می کند. در رادیو حتی می شود آنچه تصویر ندارد را هم تجسم کرد.

بسیاری از شوخ طبعی ها نیاز به تصویر ندارند و بودن تصویر به ارزش آن لطمه وارد می کند. بسیاری از جوک ها و طنزهای شفاهی همین گونه اند. تأثیر

در لغت نامه آکسفورد در برابر واژه کمدی آمده: «نمایش صحنه های سبک و سرگرم کننده با شخصیت های مضحک که به ویژه وقایع روزمره زندگی را نشان می دهد و سرانجام هم با پایان خوش خاتمه می یابد (مخالف تراژدی)». در اینجا جمله «به ویژه وقایع روزمره را نشان می دهد»، مورد توجه ماست. موضوع شوخ طبعی در هر شاخه ای همین است. جوونال هم به همین نکته اشاره می کند و می گوید: «هر آنچه مردمان کنند از سوگند و ترس و خشم و تفریح و لذت و خدمت، موضوع از همه رنگ دفترچه ماست».

سارتر معتقد بود، «زبان، چشم سومی است که در باطن هم نوع ما می نگرد و هر

**در صداوسیما، با توجه به حجم بالای برنامه هایی که سعی می شود در زمینه شوخ طبعی ساخته شود، متولی مشخص و همچنین واحدی مستقل برای طنز و شوخ طبعی وجود ندارد تا هدایت و ساخت این گونه برنامه ها را در دست بگیرد.**

واژه، حاصل آن نگرش است». طنزنویس هم باید دارای آن چشم سوم باشد و صادقانه مشکلات روزمره مردم را بگوید. مخاطب هم که زمینه های فرهنگی آن سخن را می داند و بانویسنده تجربه های مشترکی دارد، ظرافت ها و نکات را درک می کند و بانویسنده همراه می شود که: «من لم یزق، لم یدر». اگر طنزنویس، آگاه به جامعه خود و وجدان عمومی جامعه نباشد، گاه چیزی می گوید که مخاطب به جای خندیدن به طنز او، به خود او می خندد.

برای طنزنویس شدن شناختن جامعه و هنجارهای آن بسیار مهم است.

بسیاری از جوک هایی که می شنویم، بیشتر از زمانی است که مکتوب آنها می خوانیم و از طرفی، مکتوب آنها خنده دارتر از تصویر شده آنها است. اجرای بسیاری از جوک ها در تلویزیون مثبت نبوده است. جوک ها بیشتر ارزش تعریف کردن دارند، نه ارزش اجرای تصویری.

در نبود تصویر، نه تنها می شود زمان و مکان را به سرعت عوض کرد، حتی می توان قوانین فیزیکی را هم تغییر داد.

## شوخ طبعی و موضوع

مایاکوفسکی معتقد است: «اثر طنزپرداز بر اثر سفارش اجتماعی یا درد و نیاز اجتماعی به وجود آمده است؛ یعنی طنزنویس باید فریاد خاموش اجتماع زمان خود را بشنود و با آن رابطه برقرار کند.»

طنز اساساً بومی است نه وارداتی. مثلاً در کشور انگلستان، شوخی با

سیاست.

بیشتر شوخ طبعی هایی که در مقوله مذهب شده است، در مورد زهد ریایی و مغایرت حرف و عمل است. در کتاب **دکامرون** مثال های فراوانی در این مورد وجود دارد.

مسائل جنسی هم از موضوعاتی است که فراوان درباره اش نوشته اند.



**برای طنزنویس -**  
شدن، شناختن جامعه و هنجارهای آن، بسیار مهم است. اگر طنزنویس، آگاه به جامعه خود و وجدان عمومی جامعه نباشد، گاه چیزی می گوید که مخاطب به جای خندیدن به طنز او، به خود او می خندد.

بردن مطالب خلاف ادب و اخلاق پرهیز می کند (هرچند می داند گفتن و نوشتن این موضوعات خنده دار است). سیاست هم از موضوعاتی است که همیشه بدان توجه شده است. طنز سیاسی در سال های اخیر با افت مواجه شده است. در گذشته از آنجا که بسیاری از مطالب اصلاً به سطح جامعه سوق داده نمی شد، طنزنویس این فرصت را می یافت که در لفافه و پرده، (با ابهام و کنایه) به آن موضوع اشاره کند. اما در سال های اخیر با آمدن

بحث های سیاسی و اخبار سیاسی به سطح جامعه، طنزنویس این مسائل را خیلی پوست کنده و صریح می گوید، که اشاره طنزنویس، دیگر آن شیرینی را ندارد. در چنین وضعیتی دو گرایش پیش می آید: یکسری طنزهایی رواج می یابند که بیشتر شبیه بیانیه احزاب هستند و دارای طرفداران زیادی هم هستند. گروه دیگری هم پیدا می شوند که وقتی می بینند گرایش به طنز کم شده، به طرح معضلات اجتماعی و فکاهی نویسی و دور شدن از طنز سیاسی می پردازند.

خلاصه کلام اینکه، شوخ طبعی و طنز عمدتاً با نگرش انسان به هر موضوع سروکار دارد نه با ماهیت موضوعات. به همین دلیل هرگاه به نظر نویسنده، درک ما از موضوعی خطا باشد، آن موضوع می شود موضوع نویسنده.

### شوخ طبعی و شکستن قالب های متداول

شوخ طبعی، همه چیز را به بازی می گیرد؛ از معانی آشنا و یا تثبیت شده گرفته تا مناسبات مرسوم در نمایش و از قواعد زمانی و رفتاری گرفته تا اسلوب های داستان گویی. اگر در

گروهی معتقدند، اساس محرومیت ما از هر نوعی که باشد، شوخی های ما هم از آن نوع خواهند بود و از آنجا که در کشورمان محرومیت جنسی در طول تاریخ وجود داشته است، پس شوخی هایمان هم به این سمت سوق پیدا کرده اند. اما می بینیم در غرب هم که بی بندوباری و آزادی جنسی فراوان است، فیلم ها و قصه ها و نوشته های خنده دارشان مملو از این مسائل است. البته از آنجا که طنزنویس عقیف و نجیب به اصولی متعهد است، از به کار

خانواده سلطنتی و شوخی با مسائل جنگ جهانی دوم برای مردم بسیار جذاب است، در حالی که ما با آن شوخی ها، همراهی نمی کنیم. به خاطر آنکه ما حافظه تاریخی آنها را نداریم؛ همچنان که واکنش یک انگلیسی در برخورد با شوخی هایی درباره ترک، اصفهانی، آبادانی و... با واکنش ما متفاوت است.

روی هم رفته سه موضوع در شوخ طبعی بیش از موضوعات دیگر مورد توجه بوده اند: مذهب، جنسیت و

داستان‌ها و برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی، سعی بر این است تا حد امکان داستان، باورپذیر باشد و تا آنجا که می‌شود، مخاطب فراموش کند که با یک فیلم و یک برنامه مواجه است، در شوخ طبعی، سازنده می‌تواند پا را از گلیم چارچوب داستانی درازتر کند و پی در پی برای مخاطب توضیح دهد که با یک برنامه و نمایش مواجه است که واقعی نیست؛ دقیقاً برخلاف تراژدی و ملودرام که سعی می‌کنند آدم را چنان در اثر غرق کنند که فراموش کند برنامه است.

در داستان‌نویسی، سعی بر این است تا حد ممکن ردپایی از نویسنده در متن نباشد. اما در اینجا نویسنده با جمله‌های داخل [ ] مخاطب را بی‌واسطه مورد خطاب قرار می‌دهد و جریان طبیعی افسانه را قطع می‌کند. این ساختار شکنی در شوخ طبعی ایجاد انبساط خاطر می‌کند.

در آثار مکتوب هم با این شیوه مواجهیم، تذکره المقامات به تقلید از تذکره الاولیا ساخته شد و یکی از موارد خوب در این باره، **خارستان حکیم قاسمی کرمانی** است که به تقلید از **گلستان سعدی** است.

در شعر هم، شوخی کردن با اشعار جدی (Parody) وجود دارد. روشی که در آن، نویسنده، یک اثر مهم را برمی‌دارد و در چارچوب آن می‌نویسد، اما در چارچوب نمی‌ماند. نویسنده در اینجا ادای اصل را درمی‌آورد. در این کار اندکی اغراق هم صورت می‌گیرد. ممکن است نویسنده به فرم اثر اصلی پایبند باشد، اما موضوعی مضحک به کار ببرد و یا ممکن است از همان موضوع با اندکی تغییر در لفظ یا نحو استفاده کند. برخورد شوخ طبعی با حماسه، یا از

روش تحقیر مستقیم است و یا از طریق تمجید مسخره‌آمیز. در شیوه حماسه مضحک (Moke - epic)، لحن حماسی با اندک آرایش به کار می‌رود و در عین حال، عنصر تحقیر بی‌پروا را با این لحن می‌آمیزند. بعضی اوقات هم با یک کلمه یا عبارت نهایی به منظور تحقیر، مبالغه می‌کنند. برای مثال رجوع کنید به جنگ رستم و اسفندیار عبید زاکانی به تقلید از رستم و اسفندیار فردوسی.

### اهمیت و جایگاه شوخ طبعی در رادیو

برای شکافتن موضوع می‌توان از نیاز انسان به شوخ طبعی سخن گفت یا از منظر قابلیت شوخ طبعی در انتقال پیام،

رادیو و فقط ۱۳/۵ درصد علاقه‌نداشتن به طنز را از جمله دلایل خود ذکر نموده‌اند. طبق همان نظرسنجی، بالاترین درصد بیننده متعلق به برنامه‌های مسابقه و سرگرمی بوده است. در همین گروه بالاترین امتیاز را مسابقاتی کسب کرده‌اند که از شوخ طبعی در اجرای آن استفاده شده است.

یونسکو در سال ۱۹۸۵، کتابی با عنوان **جریان بین‌المللی برنامه‌های تلویزیونی** (International flow of television programmes) منتشر کرد و در آن برنامه‌های تلویزیونی ۵۲ کشور جهان را به شکل تطبیقی بررسی نمود. طبق آمار ارائه شده در این کتاب، بیش از ۳۰ درصد تولیدات تلویزیونی این کشورها-

در شیوه حماسه مضحک (Moke - epic)، لحن حماسی با اندک آرایش به کار می‌رود و در عین حال، عنصر تحقیر بی‌پروا را با این لحن می‌آمیزند. بعضی اوقات هم با یک کلمه یا عبارت نهایی به منظور تحقیر، مبالغه می‌کنند.

که شامل دو بلوک شمال و جنوب و مجموعه کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است- به برنامه‌های طنز، شوخ طبعی و سرگرم‌کننده اختصاص دارد.

در صداوسیما، با توجه به حجم بالای برنامه‌هایی که سعی می‌شود در زمینه شوخ طبعی ساخته شود، متولی مشخص و همچنین واحدی مستقل برای طنز و شوخ طبعی وجود ندارد تا هدایت و ساخت این‌گونه برنامه‌ها را برعهده بگیرد.

در صورتی که تغییر نگرشی در مدیران و مسئولان صداوسیما درباره شوخ طبعی صورت نگیرد و

به موضوع نگرست. اما بهتر است از دید مخاطب به این موضوع نگاه کنیم، نه از دید یک برنامه‌ساز؛ از آن جهت که به قول آلوین تافلر در کتاب **موج سوم**: «در آینده رادیو و تلویزیون، فردی می‌شود و این مخاطب است که تعیین می‌کند چه چیزی می‌بیند.» ببینیم مخاطب چه می‌خواهد و چه چیزی پسندیده است. در یک نظرسنجی که در آذرماه ۱۳۷۶ در سطح تهران درباره شوخ طبعی در رادیو انجام شده است، ۴۷ درصد پاس‌خگویان، برنامه‌های طنز و شوخ طبعی رادیو را گوش می‌دهند. از ۵۳ درصد باقیمانده، ۵۵/۵ درصد فرصت نداشتن و ۲۵ درصد علاقه نداشتن به

شوخی طبیعی جدی گرفته نشود، تغییر در محتوای برنامه‌ها به صورت کلان بروز نخواهد یافت و هرچه پیش آید حرکتی است فردی و خودجوش، که به مرحله جریان‌سازی نمی‌رسد و در طی زمان، منحرف شده، به تکرار می‌افتد و یا نیمه‌کاره رها می‌شود.

در اینجا این سؤال پیش می‌آید که «کدام شوخی طبیعی، مذموم و کدام یک، ممدوح است؟»

برای یافتن پاسخ اینکه شوخی طبیعی ممدوح و مذموم کدام است، به گفتار

مواجهیم و این دو بینش دو منش پدید می‌آورند: یکی آن که هدفش خندانندن به هر قیمت است. کسی که به این بینش معتقد است، از هر فرصت و امکاناتی سود می‌جوید تا بخنداند. طبیعی هم هست، چون هدفش همین است. دیگری هم طنزنویس متعهد است؛ او به اندازه تعهدش، دستش بسته است و خیلی از چیزها را نمی‌تواند بگوید، نه اینکه نمی‌داند یا ممنوعش کرده‌اند، بلکه خودش به‌خاطر تعهدی که دارد، نمی‌گوید. او دو چندان سعی می‌کند و

زشت نمی‌آفریند. در نامه‌ای هم به نگارنده چنین می‌نویسد:

«در طنزنویسی، با سوز، دل صاف کنید. طنز را به مهر و عطفوت بنویسید. من همیشه وقتی دارم انتقادی می‌نویسم، در جای جای کار به هنگام نوشتن به خود می‌گویم «اینکه اکنون مورد انتقاد تو است، از تو به خدا نزدیک‌تر است» (به قدری این عمل را تمرین کرده‌ام که به گمانم برای «شمر» هم بخواهم طنز بنویسم همین فکر را می‌کنم!)... این وصیت من است به شما



شوخی طبیعی، همه چیز را به بازی می‌گیرد؛ از معانی آشنا و یا تثبیت شده گرفته تا مناسبات مرسوم در نمایش و از قواعد زمانی و رفتاری گرفته تا اسلوب‌های داستان‌گویی.

(و همه جوانان) که مادر کار طنزنویسی محور حق نیستیم و آن‌که مورد انتقاد ماست، آفریده خداست. خدایی باشید. طنزنویس متعهد، طنز عقیف و نجیب می‌نویسد و طنز عقیف بیش از آنکه آدم را به قهقهه بیندازد به تفکر وامی‌دارد؛ جراحی می‌کند نه سلاخی.»

دو برابر انرژی صرف می‌نماید و عرق ریزان روحش دو برابر خواهد بود تا بتواند طنزی بنویسد که جز حق نباشد و مبنایش محبت باشد و خنده‌ای که ایجاد می‌کند از روی سنگدلی نباشد. بگذارید در اینجا دو نمونه ذکر کنم. بارها از کیومرث صابری شنیده‌ام و به دفعات دست نوشته‌های او را دیده‌ام که به کاریکاتور نیست‌های مجله گل آقا یادآور می‌شدند، تصویر افراد را زشت نکشند؛ چه افراد مشخص و معین و چه افراد غیرمعین؛ زیرا همه، آفریده خدا هستند و خدا هیچ چیز و هیچ‌کس را

علامه محمدتقی جعفری رجوع می‌کنیم؛ ایشان می‌گویند:

«ادخال سرور مؤمن خیلی خوب است، ولی نه به (قیمت) از بین رفتن آبرو و حیثیت دیگران و نه به قیمت اهانت به شخصیت دیگران و نه آن قدر افراط بشود که خدای نکرده داخل لهُو و لعب باشد. خوشی خوب است، تنوع خوب است و یک مقدار زندگی را تلطیف کردن، خوب است؛ ولی آیا آدمی عمرش را در این بگذارد که صبح تا شام تمام کلماتش طنز باشد؟»

ما در شوخی طبیعی با دو بینش

