

روی موج طنز

طنز رادیویی در بستر نقد و نظر



پیش‌درآمد

شاید زمانی که نخستین هم‌اندیشی طنز رادیویی به همت و همیاری اهالی **رادیو فرهنگ**، در اردیبهشت‌ماه سال جاری (۱۳۸۹) برگزار شد، تصور آن بود که فرصتی مغتنم دست داده است تا طی ساعاتی، در فضایی سرشار از عطر دوستی و همدلی، تلاش و کوشش شبانه‌روزی جمعی از دست‌اندرکاران به‌بار نشست و مجلسی در بزرگداشت و تقدیر گروهی از هنرمندان و برنامه‌سازان رادیو فراهم آمده است.

نکوداشت‌ آنهایی که طی یک عمر، در به‌روی قصه‌شاید پرغصه‌ زندگی خویش فرو بستند و با ذوق و هنر خلاقانه‌شان، زوایای آشکار و پنهان حیات اجتماعی را در معرض ذره‌بین طنز نهادند و با واگویی معضلات و مشکلات در قالب و شکلی که همیشه از پرمخاطب‌ترین برنامه‌های رسانه رادیو بوده است، **نیش و نوش** را چون شیر و شکر به‌هم آمیختند و نهایت، هم‌بدی‌ها و کژی‌ها را به‌سخره گرفتند و هم‌خنده معرفت و آگاهی را بر لبان و چهره شنوندگان رادیو نشاندهند، تا صدق این سخن نغز را به اثبات رسانند که:

گر چو فرهادم به تلخی جان برآید باک نیست
بس حکایت‌های شیرین باز میماند زمن
آری، یادکرد هنرمندان عرصه طنز رادیو، چه آنها که رخت از این دیار فانی به آن جهان باقی کشیدند و چه کسانی که این قافله را با همه اصالت‌ها و ارزش‌هایش حفظ کردند و به پیش میرانند تا به دست آیندگان و نامدگان بسپارند، امری است همیشه درخور سپاس و ستایش. از این جهت دستم‌یزادی نثار ایشان باد و توفیق الهی همیشه و همه‌وقت، همراهشان.

اما به‌طور حتم در این حد و مرحله ماندن و حال و آینده را در گذشته محصور ساختن، حکمش به‌قول معروف در جازدن است و سرانجام از راه ماندن. هم از این روی برای جستن از این قید، که گاه و بیگاه دست‌وپاگیر میشود، مدیران و مسئولان رسانه را به چاره‌جویی فراخوانده، به برکت آن مجلس نکوداشت و آن شب خاطره برانگیز ذوق و معرفت مسئولان و اربابان فکر و نظر به‌بار نشست و «کانون طنز رادیو» تأسیس شد و با تصویب آیین‌نامه‌ای در چهار فصل و هشت ماده، بنا به دستور معاون محترم فعالیت خود را از پانزدهم تیرماه ۱۳۸۹ آغاز کرد.

از مهم‌ترین اهداف کانون طنز رادیو، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- تمرکز، تجمع و تبادل افکار دست‌اندرکاران عرصه طنز؛
- کمک به تولید برنامه‌های طنز رادیو و بررسی و ارائه الگوهای مناسب؛
- استفاده راهبردی و کاربردی از فرهنگ غنی و متنوع اسلامی و ایرانی در جهت اعتلای ادبیات طنز ایران؛
- برنامه‌ریزی و فعالیت در جهت صیانت از طنز فاخر؛
- نقد و بررسی برنامه‌های طنز رادیو؛
- پژوهش و آموزش برای تربیت و به‌کارگیری نیروی انسانی کارآمد و مناسب و ایجاد نوآوری در این عرصه.

بی‌تردید دستیابی به بخشی از این اهداف مستلزم بررسی و مطالعه مقوله طنز رادیویی است؛ طنز رادیویی به‌عنوان قالبی مستقل از دیگر شکل‌های طنز در عین ارتباط ماهوی با آنها و نیز ارزیابی وضع موجود، آسیب‌شناسی برنامه‌های طنز و... و این همه فرادست نمی‌آید، مگر با همکاری و همفکری اربابان فن که در داخل و خارج از رادیو حضور دارند، آن هم طی برگزاری مستمر نشست‌های علمی، جلسات سخنرانی و کلاس و کارگاه‌های آموزشی و...

از آنجا که طنز رادیویی، شکل و موضوع جدیدی در عرصه گسترده طنزنویسی و طنزپردازی به‌شمار می‌رود، کتاب‌ها و مقالات تحقیقی و پژوهشی و آموزشی در این زمینه، حداقل در کشور ما به‌ندرت یافت می‌شود. بدین جهت، بدیهی است که زیاد مورد مطالعه و بررسی قرار نگرفته باشد و تعابیر و ویژگی‌ها، شکل‌های ارائه، موضوع‌ها، مختصات و چارچوب‌های آن و... به‌گونه‌های معین و مشخص، تبیین نشده باشد.

همین فقدان اطلاعات همراه با نبود آثار مکتوب در این زمینه، جز آنکه مجهولات بسیاری را در پایه‌ها و بنیان‌های نظری اینگونه طنزپردازی به‌وجود آورده، گاه موجب تعاریف و تعابیر غلط همچون تداخل مرزهای طنز با کمدی... را نیز فراهم کرده است. از این‌رو، یکی از فعالیت‌های مهم کانون طنز، برگزاری جلسات و نشست‌هایی با حضور محققان و صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران و تولیدکنندگان برنامه‌های طنز رادیوست تا با هم‌اندیشی و تبادل آرا و افکار، ضمن مطالعه و بررسی این نوع برنامه‌ها، به‌عنوان یکی از اشکال ارائه طنز، ویژگی‌ها، معیارها، مشخصات و گستره موضوعی و قالب‌های عرصه آن را در حد مقدور و ضرورت، معین و مشخص سازد؛ البته با این توجه که درگیر مباحث نظری محض و تئوری‌پردازی‌های بی‌نتیجه نشود.

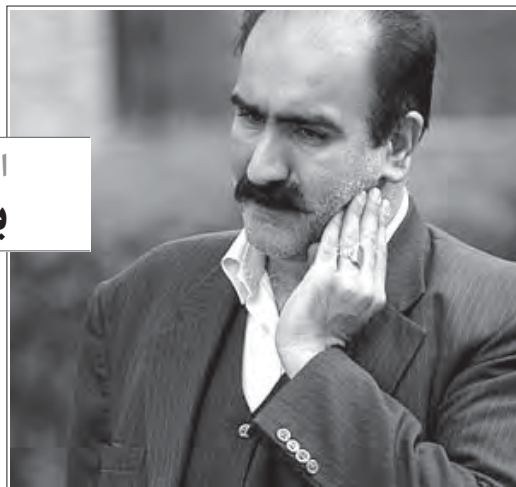
در جهت رسیدن به این هدف، یکی از برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته در کانون طنز، برگزاری نشست‌هایی علمی است که قرار است به‌صورت ادواری و با حضور صاحب‌نظران و طنزپردازان مطرح کشور و نیز برنامه‌سازان ایستگاه‌های مختلف رادیویی برگزار شود، و در نهایت حاصل گفت‌وگوهای این نشست به صورت مکتوب و به‌عنوان جزوه‌هایی حتی‌الامکان کاربردی در اختیار دست‌اندرکاران و برنامه‌سازان و علاقه‌مندان قرار خواهد گرفت.

اولین جلسه این نشست‌ها با عنوان «طنز رسانه» در دوم آذرماه ۱۳۸۹ و با حضور اعضای کمیته علمی کانون طنز - که از طنزپردازان و صاحب‌نظران این رشته به‌شمار می‌آیند- و نیز جمعی از برنامه‌سازان، در سالن کنفرانس ساختمان شهادی رادیو برگزار شد.

در اینجا لازم می‌داند از کلیه عزیزانی که در این نشست حضور یافتند؛ به‌ویژه محققان و نویسندگان بزرگوار آقایان ابوالفضل زرویی، رضا رفیع، سیدعلی میرفتاح و دکتر محمدرضا ترکی که در این جلسه به ایراد سخن پرداختند و طنز رادیویی را از زوایای گوناگون مورد بررسی و ارزیابی قرار دادند، تشکر و سپاسگزاری کند. چه بسا در آنچه طی نشست مزبور ارائه شد، در طرح کلیات و ذکر جزئیات موضوع، کمی‌ها و کاستی‌هایی در نظر آید و نکاتی در ذهن خوانندگان نقش بندد که مورد غفلت واقع شده است؛ البته همانگونه که ذکر شد، بیشتر می‌تواند ناشی از جدیدبودن موضوع باشد که متأسفانه آثار تحقیقی و پژوهشی در این باره خیلی قلیل و در عین حال پراکنده است و نیز اینکه همیشه اولین قدم‌ها مسائل و مشکلات خاص خود را به‌همراه دارند.

و آخر اینکه قصه اصلی اولین نشست بیشتر طرح مسئله و موضوع بود، تا این حد که بتواند فکر و توجه برنامه‌سازان و نیز محققان و پژوهشگران را به خود معطوف سازد. از این‌رو، چنانچه همین مقدار از برگزاری این نشست صمیمانه در ذهن مخاطب نقش بسته باشد، تحصیل حاصل است. امیدواریم در نشست‌های بعدی که به‌طور مستمر ادامه خواهد یافت، هم، شکل برگزاری منظم‌تر و منسجم‌تر و بهره‌مندی از آن کامل‌تر شود و هم موضوعات و مباحث در عرصه‌هایی جدید و بدیع و گسترده‌تر مورد بررسی قرار گیرد.

نکته مهم دیگر حضور افراد شرکت‌کننده در نشست است که بخشی، برنامه‌سازان خود رادیو هستند و گروهی دیگر علاوه بر اینکه نویسنده و محقق و پژوهشگرند، خود از مخاطبان و شنوندگان برنامه‌های طنز رادیویی به‌شمار می‌روند. اینچنین تجمعی می‌تواند هم برای برنامه‌سازان عرصه طنز رادیو راهگشا و مفید باشد تا در مقابل صاحب‌نظران، ایده‌ها و نظرها و تولیدات خود را به محک نقد و ارزیابی گذارند و هم پژوهشگران و نویسندگان و طنزپردازانی را که در خارج از حوزه رادیو و بیشتر در عرصه طنز مکتوب فعالیت دارند، با فرم و شکل ارائه این نوع طنز از نزدیک آشنا می‌سازد تا در آثار و مکتوبات خود، این موضوع را مورد مطالعه و ارزیابی قرار دهند. متن کامل سخنان صاحب‌نظران اکنون در پیش روی شماست:



ابوالفضل زرویی نصر آباد: به کیفیت همپای کمیّت بیندیشیم

تلویزیونی یا یک متن پژوهشی، حتی گاه برایتان ممکن نیست که بتوانید به آن استناد کنید. این مسئله‌ای است که باید مورد توجه واقع شود و به این نتیجه که به گمانم جزء تعریف خود Media یا رسانه باشد، برسیم که رسانه جای آگاهی به معنای اتمّ کلمه نیست، جای آگاهی است و جای شعر و شعور نیست، جای شعار است. فکر می‌کنم این یک تعریف ماهیتی از کاری است که رسانه انجام می‌دهد، ولو آنکه خیلی نقص داشته باشد، ولی می‌توان به‌عنوان یک پایه روشن آن را بررسی کرد.

مسئله مهم دیگر، فراگیر بودن رسانه است. شما لطیفه‌ای را با دوستان زیرگوشی طرح می‌کنید و با هم می‌خندید، فارغ از تمام خط قرمزها و مرزها. اگر نفر سومی به شما اضافه شود، شما در طرح آن لطیفه محدودتر می‌شوید. نمی‌توانید لطیفه خود را در یک تاکسی که پنج سرنشین دارد، مطرح کنید؛ در اتوبوس شاید خیلی سخت‌تر باشد و در یک مهمانی خانوادگی در حضور ۶۰-۷۰ نفر جمع حاضر، دیگر از بیان لطیف‌ترین و ظریف‌ترین اشارات هم شرم می‌کنید.

حالا فکر کنید شما با رسانه گسترده‌ای مواجه هستید که از همه طبقات و طیف‌ها، شنونده آن هستند. به خاطر دارم زمانی مطلبی نوشته بودم و در آن با یکی از صنف‌ها شوخی کرده بودم، یادم نیست قصاب یا بقال. خدا رحمت کند آقای صابری را، که استاد ما بودند و حق بسیار بر گردن طنز دارند، کلمه «قصاب» را خط زده بودند و نوشته بودند «کاسبی»، یا کلمه دیگری مثل بقال، قناد و....

پرسیدم: حالا این یعنی چه؟ مثلاً همه قصاب‌ها منصف هستند که شما آن را عوض کردید؟ ایشان گفتند: ببین تو خودت را به آب و آتش میزنی، کلسی وقت می‌گذاری، به خودت زحمت می‌دهی تا بتوانی یک نفر مثلاً در خراسان را به خواننده‌های اضافه کنی، که این موجب خوشحالی تو می‌شود. وقتی اینجا به قصابی توهین می‌کنی یا صنفی را مورد تمسخر یا انتقاد قرار می‌دهی، تصور بکن چند نفر از کسانی که کارهای تو را حالا می‌پسندیدند، ممکن است از وابستگان آنها باشند. دل پسر قصابی که تا دیروز خواننده آثار تو بوده و تو را تشویق می‌کرده است، می‌شکند و دیگر آن ارادت قبلی را نسبت به تو و کارت ندارد.

حالا فکرش را بکنید شما وقتی در رسانه‌ای کار می‌کنید که نه فقط صنف قصاب و بقال و فروشنده، بلکه هر قشری که بخواهید اشاره کوچکی به آن بکنید، جبهه‌گیری می‌کنند و طبیعی است چون اساساً تصور این است که در واقع رسانه‌های معاصر، رسانه‌های حکومتی هستند، ممکن است ایشان تصور کنند که این حکومت یا نظام حکومتی است که آنها را مورد انتقاد قرار داده، بنابراین جبهه‌گیری سخت‌تری می‌کنند.

روز دوستان عزیز بخیر. خیلی خوشحالم که در جمع دوستان برنامه‌ساز رادیو هستم. پیش‌زمینه‌ای برای صحبت امروز نداشتم، ولی به امر دوستان، و فقط برای عرض ادب خدمت رسیدم. صحبت‌های اساسی‌تر را به دوستان واگذار می‌کنم که از هر جهت هم از من صاحب‌نظرترند و هم پیش‌زمینه و آگاهی لازم را برای بحث امروز دارند. آنچه به ذهنم می‌رسد مربوط به ماهیت خود رسانه است و ارتباط طنز با رسانه‌ای مانند رادیو یا هر رسانه فراگیر دیگر. تصور من آن است که رسانه جای طرح مباحث جدی نیست؛ حال این رسانه چه رسانه مکتوب باشد، چه رسانه تصویری یا چه رسانه صوتی؛ چه رادیو و تلویزیون و چه مطبوعات. رسانه از جهاتی قابلیت استناد هم ندارد؛ یعنی شما نمی‌توانید با استناد به یک برنامه رادیویی یا تلویزیونی یا یک متن در یک روزنامه - مگر آنکه تنها جنبه خبری داشته باشد - آن را مبنای یک کار علمی قرار بدهید. از نظر روانی هم حتی تصور می‌کنم این احساس میان همه ما مشترک است.

شما شعری را که در دیوان یا کتاب حافظ، به تصحیح هر یک از بزرگوارانی که این کار را انجام داده‌اند، می‌خوانید، می‌توانید به آن چنین استناد کنید که این بیت از **دیوان حافظ** طبع مرحوم غنی و قزوینی است. اگر همان بیت در فال حافظ روزنامه **همشهری** یا روزنامه‌های دیگر چاپ شده باشد، طبیعی است که دیگر می‌گویید قابلیت استناد ندارد. حتی شما دقت کنید همه نشریات ما یک حدیث روز چاپ می‌کنند. از نظر روانی وقتی ما روزنامه دو ماه پیش را نگاه می‌کنیم و این حدیث را در صفحه اول یا دیگر صفحات آن می‌بینیم، تصویر ذهنی آن است که این حدیث نیز مشمول مرور زمان شده و دیگر مناسب امروز نیست و سندیت ندارد.

اینها بازمی‌گردد به حس روانی همه ما نسبت به رسانه‌ها؛ اعم از مکتوب یا تصویری. در میان رسانه‌های مکتوب، ما کتاب را داریم که قابلیت استناد دارد و در رسانه‌های تصویری، تصور می‌کنم که فیلم‌های سینمایی قابلیت استناد بیشتری دارند؛ یعنی شما می‌توانید به یکی از فیلم‌های اورسون ولز، یا جمله‌ای از متن یکی از فیلمنامه‌هایش استناد کنید؛ اما به یک سریال



رضا رفیع:

تنها به گرفتن «خنده» نیندیشیم

به نام خداوند طنز آفرین. عرض سلام و ادب و احترام به جمعیت حاضر. شاید من بیشتر به طنز جام جمی منسوب و منتسب شده‌ام. در این سال‌ها که در حاشیه، طنز رسانه‌ای مطرح است، ولی خُب، دورادور، دستی هم بر آتش طنز حداقل شنیداری داشته‌ام. آقای زرویی نکات ارزنده‌ای را مطرح کردند که قرار بود جمع‌بندی باشد و این هم به‌رحال شیوه قابل توجهی است که اول جمع‌بندی باشد و بعد من و آقای میرفتاح صحبت کنیم. تمام فرمایشات متین ما (!) ذیل و ظل نکاتی که آقای زرویی فرمودند قابل طرح است. به‌رحال ما سوء سابقه زیادی در زمینه طنز مکتوب داریم و خود من و اعزه و اجله اهل طنزی که شرف حضور دارند، پرونده کلانی در حوزه طنز مکتوب داریم، ولی این دلیل نمی‌شود که حتماً در حوزه طنز رسانه آمده‌ایم و می‌خواهیم از قله مشرف به طنزی که الان موجود است به اصطلاح صحبت کنیم و رهنمود و نظر بدهیم و درآشانی کنیم. طنز در رسانه، علاوه بر وجه اطلاع‌رسانی، دارای وجه آرامش‌بخشی است که از لوازم و ضروریات اصلی و از ارکان مهم رسانه است. «اطلاع‌رسانی، آرامش‌بخشی و اصلاح‌گری»؛ اگر ما بتوانیم دارای این سه مؤلفه در طنز رسانه‌ای باشیم، به نظر من موفق به ارائه طنزی حداقل سالم و سازنده شده‌ایم.

در حوزه طنز رسانه از زوایای مختلفی می‌توان صحبت کرد و مباحث متفاوتی هم مطرح است. من درباره رادیو بحث می‌کنم که مصداقی‌تر بشود. چون بالاخره در حوزه نظری طنز ما، الحمدلله کتاب‌های زیادی موجود است که به همت همایشی هم که **رادیو فرهنگ** در اردیبهشت ماه انجام داد، کتاب‌ها و فصلنامه‌های خوبی هم چاپ شده است که مقالات تئوریک و نظری زیادی در آنهاست. من قصد صحبت‌های نظری ندارم. دوست دارم مقداری ملموس‌تر، مصداقی‌تر و عینی‌تر صحبت کنم که به یک نتیجه‌گیری منتج و منجر بشود.

یکی از مایعی که در طنز فعلی ما در عرصه رادیو و حتی تلویزیون وجود دارد، نبود مرزهای جداکننده انواع زیرمجموعه‌های شوخ‌طبعی در ادبیات ماست؛ یعنی امروز شما هر برنامه‌ای را در رادیو یا تلویزیون می‌بینید و

فکر کنید چاپ یک لطیفه کوچک و شاید هم بی‌مزه، در یک نشریه، چه غوغایی به‌پا میکند. پس این به ماهیت رسانه برمی‌گردد. ممکن است رسانه دست شما را در طرح برخی مسائل ببندد، اما از جهت دیگر این حس را دارد که به همان میزان که دست شما را می‌بندد با به‌کارگیری ظریف‌ترین اشارات، باعث ایجاد نشاط در مخاطب شود.

محسّم کنید، از بچه کوچک شما، وقتی خودتان باشید و همسران، حرکتی بی‌ادبانه سر بزنند؛ سریع گارد می‌گیرید و او را تنبیه می‌کنید؛ اما اگر آن حرکت بی‌ادبانه در یک مهمانی چندنفره از این بچه صادر بشود، جمع را به‌خنده خواهد انداخت. دلیل بر این نیست که کاری که بچه کرده، کار طنزآمیزی است، ولی خود گستردگی مخاطبان باعث تشدید موج انفجار خنده می‌شود. کاری را که اگر من در خانه‌ام انجام بدهم کار بی‌نمک و بی‌ادبانه‌ای باشد، اگر پشت تریبون در یک جمع ۲۰ تا ۵۰ نفره انجام بدهم، باعث خنده شما می‌شود. گاهی اوقات فکر می‌کنم برنامه‌سازان رسانه‌ای ما این نوع خنده‌گرفتن را با خنده‌گرفتن طنز اشتباه می‌گیرند، چون در برنامه‌های رادیویی که خود دوستان حتماً نظارت می‌کنند یا شنونده آن هستند، گاهی اوقات سخیف‌ترین یا شوخی‌ترین یا بی‌نمک‌ترین و بی‌رمق‌ترین حرف‌ها گفته می‌شود و صرف اینکه احساس می‌کنند مخاطب به این شوخی‌ها می‌خندد، این تصور پیش می‌آید که خب، احتمالاً طنزی قوی رخ داده است، حال آنکه آن عین همان حرکتی است که از بچه در جمع سر می‌زند و ایجاد خنده می‌کند.

در نهایت باید بگویم کار کردن در رسانه به همان اندازه که سخت است، به همان اندازه هم می‌تواند لذت‌بخش باشد؛ چون خالق اثر، میبندد تعداد زیادی از مخاطبان درباره به‌نوشته یا اثر او اظهار نظر میکنند و کار او دیده یا شنیده می‌شود. به همان میزان طبیعی است که مشکل هم باشد، از آن جهت که به همان تعداد مخاطبان، در واقع شما، نسبت به کاری که انجام داده‌اید، قاضی دارید که به‌صورت طبیعی کار شما را هم مشکل می‌کند. تصور می‌کنم باوجود حمایت‌ها یا درواقع تشویق‌هایی که گاه در صداوسیما از کارهای طنزآمیز شده است و همه‌جا گفته‌اند که طالب کارهای طنز هستند، شاید هنوز آن‌طور که باید و شاید به صورت نظام‌مند یا زیربنایی، در صداوسیما به مقوله طنز نپرداخته‌اند. اگر اقرار کنیم کیفیت کارها افزایش پیدا کرده، متأسفانه از نظر کیفی با رشد چندان در برنامه‌های طنز رسانه مواجه نبوده‌ایم.

حالا حداقل این هست که چون مردم ما مردم شفاهی و مکتوب هستند؛ یعنی حتی اگر در برنامه‌های تلویزیونی مان هم تصویر نداشته باشید، صدا کاربرد بیشتری برایتان دارد؛ یعنی حتی لطیفه‌هایی که در برنامه‌های تلویزیونی احتمال کمتری دارد که جنبه تصویری داشته باشد و شما اگر تصویر را نبینید -مثل کارهای روان اتلینکون و آقای مستربین که تصویر محووند- باز موقعیت‌های تصویری باعث خنده می‌شوند. ولی در کارهای طنز ایرانی متأسفانه حتی طنز تصویری هم از جنبه‌های شوخی تصویری خالی است؛ یعنی بیشتر شوخی کلامی است. پس رادیو از این امکان برخوردار است که حتی از نوع کارهای تلویزیونی یا از توانی که در تلویزیون مصرف می‌شود، استفاده کند و همان نیروها یا قالب‌های به‌کاررفته در تلویزیون را هم در رادیو به‌کار گیرد.

می‌شنوید؛ چه در طرح ارائه شده به تهیه‌کننده و چه در تعریفی که از آن می‌شود و به‌عنوان برنامه طنز، موردنظر و معرفی قرار می‌گیرد؛ در صورتیکه اگر در مباحث طنز و در بخش‌هایی که سازنده این برنامه به اصطلاح طنز هست، دقیق بشویم، می‌بینیم که در بردارنده گونه‌های مختلف شوخ‌طبعی است. جایی فکاهه، گاهی حتی وارد هزل می‌شود و به‌صورت اندک نیز گاهی ممکن است به هجو پهلو بزند که حالا به‌هرحال کمتر است و این مقدارش به‌خاطر این وجه اصلاحی رسانه است که قصد ندارد تخریبی عمل کند. چه بسا اصلاً طنزی که مخرب باشد، طنز نیست و هجو است. جز این هم هیچ برچسب دیگری نمی‌شود بر آن زد؛ طنز قصد تخریب ندارد. خودم از اوایل دهه ۱۳۸۰ جلسات مختلفی در **رادیو جوان** داشتم.



اطلاع‌رسانی، آرامش‌بخشی و اصلاحگری.
اگر ما بتوانیم دارای این سه مؤلفه در طنز
رسانه‌ای باشیم، موفق به ارائه طنزی
حداقل سالم و سازنده شده‌ایم.

جلساتی بود که تعدادی از دوستان کارشناس و کارشناس (!) مثل خود حقیر، حاضر می‌شدیم و بخشی را من طرح می‌کردم. آن زمان که ما هنوز کماکان و کمافی‌السابق روی یک نوع طنز کلیشه‌ای خاص، بدون انجام یک آشنایی‌زدایی در عرصه طنز، پیش برویم؛ یعنی ما کماکان به برنامه‌هایی عادت کرده‌ایم که به ضریخنده‌های مصنوعی مجری یا بازیگر، قصد گرفتن خنده یا وجه کمتر آن تبسم را دارد، تا کی می‌خواهیم اینطور کلیشه‌ای کار کنیم. نباید یک فتح بابی بشود و یک نگرش متفاوت در حوزه طنز رادیو ایجاد شود؟! همه مخاطبان رادیو که عامه مردم نیستند که تنها دنبال فکاهه باشند. فکاهه‌نویسی خودش کار بسیار سختی است. ما در

عرصه طنز نویسی مرحوم عمران صلاحی را داشتیم که آن چربی اصلی کارهایش میشود تقریباً فکاهه، و واقعاً کار سختی است. این فکاهه‌سازی برای همین است که خیلی از فکاهه را اصلاً اهل طنز نمی‌سازند؛ یعنی ما چند قدم از مردم عقب‌تریم و از آنها می‌گیریم و حالا ممکن است با آنها شوخی کنیم؛ نظیرش را بسازیم یا در طنزمان حتی استفاده کنیم. این نشان می‌دهد که فکاهه در میان فرهنگ و فولکلور مردم ما که در زمینه شعر و طنز شفاهی معروف هستند، نسبت به عملکرد ما طنزپردازان، گوی سبقت را ربوده است.

چه اصراری است که ما کماکان کلیشه‌ای برخورد کنیم. چرا رویکردی نداشته باشیم به عناصر و ابزار، و شیوه‌ها و شگردهایی که در ادبیات ما در طنزهای متون کلاسیک و کهن ما نهفته است و می‌توانیم با استناد به آنها طنزهایی فاخر ارائه بدهیم؟!

متن‌هایی می‌تواند نوشته شود که به لحاظ مضمون و محتوا، و نیز به لحاظ تعلیقی که در آن هست، ایجاد تبسم همراه با تفکر در مخاطب بکند و سطح طنز را مقداری در رسانه رادیو ارتقا ببخشد. خود من از جمله کسانی بودم که خیلی بی‌گیر این‌گونه طنزها بودم؛ البته با تأیید آن گونه‌های طنز دیگر هم که از سابق بوده، و وجودش هم لازم است.

ما به فکاهه هم در رادیو نیاز داریم؛ چون بخش اعظم مخاطبان رادیو، عامه مردم هستند به انواع دیگر طنز هم نیاز مبرم داریم. همه اینها باید باشد؛ منتها با تعریف خودش و با شناختی که از آن داریم. مثلاً یکی از دوستان از من پرسید: چرا ما رادیویی به نام **رادیو آوا** داریم که مخصوص موسیقی است، اما رادیو طنز اختصاصی نداریم؟

تا این اندازه از سطوح بالا بگیر تا سطوح میانی اجرایی و متولیان فرهنگی و رسانه‌ای ما، تأکید روی طنز دارند تا حدی که معتقدند هیچ خطوط قرمزی هم در طنز وجود ندارد. تا این حد مصر به نقش طنز هستند و برای آن اهمیت قائلند. چرا مثلاً منتج به شکل‌گیری رادیو نمی‌شود؟ چرا منتج و منجر به تشکیل یک دفتر پژوهش و آموزش و تحقیقات طنز در صداوسیما نمی‌شود؟

آنچه نیاز داریم، در حوزه مصداقی عملکرد، عینی عملکرد و ارائه کار به‌صورت علمی است، که وقتی داریم طنز را از فکاهه جدا می‌کنیم، طرحی ارائه بدهیم که بگوییم این «طنز» است. وقتی نقد و نظری می‌دهیم، بتوانیم بخش طنز آن را از بخش فکاهه، هزل و هجو آن جدا کنیم...

چرا به طنز نگاهی خطرناک می‌شود؟ واقعاً خطر طنز در کجاست؟ مقداری از آن عدم شناخت مردم و مسئولان ما از حوزه طنز است. من می‌گویم که در طنز خط قرمز هست؛ شرعاً، عرفاً، عقلاً و عیناً، چیزی که می‌بینیم و لازم هم هست، مختص ما نیست. در هر کشوری خط قرمزهای قانونی و عرفی وجود دارد که باید رعایت شود و این وظیفه طنزنویس است که اینها را بشناسد و بداند که با ظرافت و رندی چنان بنویسد که گزک دست دوست و دشمن ندهد و به‌قول زنده‌یاد استاد «احترامی» سال‌ها روی خط قرمز بنشیند، طنز بنویسد، ولی رنگی نشود. حُب اینها خصوصیات اختصاصات اهل طنز هستند.

به‌رحال امیدوارم این حرکت جدی‌تر گرفته شود و ادامه این نشست‌ها به تولید برنامه‌هایی منجر شود که سنگ بنای آن؛ یعنی همین جلسات تحقیقی و پژوهشی و آموزشی، بتواند آغازگر این چرخه باشد!



سیدعلی میرفتاح:

«چگونه» گفتن را مانند «چه» گفتن در نظر آوریم

روزنامه‌هایی را پیدا کنند که در آن از فلان مسئول مملکتی و فلان مقام عالی‌رتبه، حرفی آمده باشد که گزکی دست طنزپرداز بدهد تا به واسطه آن گزک، او بتواند کار طنزی ارائه بدهد.

اینها البته خوب است، اما واقعیت آن است که طنز بیش از آنکه وابسته به مضمون باشد وابسته به فرم است. فرم است که کار را شکل می‌دهد. فرم است که به اصطلاح کار ما را زیبا می‌کند، کار ما را زشت می‌کند، کار ما را خوب می‌کند و اگر فرم به اصطلاح بدی انتخاب کنیم، کار را زمین می‌زند. اتفاقاً در کار شما، فرم فاصله طولانی‌تری دارد. مراحل طولانی‌تری طی می‌کند. در کار روزنامه فرم محدود می‌شود به اینکه من در نهایت قالب نثری پیدا کنم و بعد در روزنامه در یک ترکیب خاصی ارائه شود؛ به همین چیزها محدود می‌شود. یک طنز را ممکن است مخاطب، اول صبح بخواند، حس دیگری داشته باشد. یعنی شما در رادیو قطعاً این تجربه‌ها را داشته‌اید، اما فرمی که در کار شما صورت می‌گیرد، فرم طولانی‌تری است. یعنی بعد از اینکه آن مضمون را پیدا کردید، این فرم تازه نوع نوشتن، اینکه کدام مطلب را کدام مجری بخواند، چه موسیقی‌ای برایش انتخاب بشود، اگر شرایطی، احتیاج به بازی دارد چه کسانی بازی بکنند و... نکات خیلی ظریفی است. به قول معروف هزار نکته باریکتر از مو اینجاست. کار بسیار بسیار دشواری که رساندن به مرحله اجرای خوب است، گاهی دیگر دست نویسنده نیست؛ یعنی نویسنده متنی را بسیار عالی نوشته، یکی می‌خواند و خیلی خوشش می‌آید، ولی یک مجری آن را بد می‌خواند، بد اجرا می‌کند و اصلاً تمام زحمت هدر می‌رود.

برخی از مجری‌های رادیو مطالب را می‌خوانند، ستون‌های روزنامه‌ها را انتخاب می‌کنند و در برنامه‌هایشان برای اینکه تایم را پر کنند یا با هر حسن نیتی که دارند، می‌خوانند؛ گاهی حتی من متن خودم را هم شنیده‌ام که می‌خوانند و متأسفانه آنقدر بد می‌خوانند که با خودم می‌گویم: همین که ملت گریه نمی‌کنند یا زنگ نمی‌زنند فحش بدهند، خدا امواتشان را بیامرزد؛ چون خواننده هیچگونه ارتباطی با آن متن یا طنز برقرار نکرده است؛ یعنی زحمت کشیده شده، ولی اجرای بد مجری آن را خراب کرده است. به‌یاد دارم که قبل از انقلاب مجری یکی از همین قصه‌های مجید،

چقدر خوب می‌شد که به‌جای تریبون و سن، دوستان دست‌اندرکار شرایطی فراهم می‌کردند که ما جور دیگری دور هم می‌نشستیم و صحبت میکردیم؛ با همدیگر گپ می‌زدیم؛ خُب شاید هم اینطوری بهتر باشد. چون شما چیزهایی را از رادیو می‌دانید و از نزدیک دستی بر آتش دارید که بنده ندارم. البته تا حدودی محدودیت‌های کار شما، گرفتاری‌های کار شما و مشکلاتی را که وجود دارد می‌دانم و درک میکنم؛ ولی به هر حال دستی بر آتش ندارم.

یکی از مشکلاتی که آقای رفیع هم اشاره کردند، این است که گاهی چیزهایی به ذهن برخی رسوخ کرده که اصلاح آن خیلی سخت‌تر از کاری است که آدم باید انجام بدهد. یعنی مثلاً یک واحد نظارت را مجاب کردن، خیلی دشوارتر است تا اینکه گاهی مخاطب کار طنز در رسانه گم می‌شود؛ یعنی ما نمی‌دانیم برای مردم داریم کار می‌کنیم، برای مسئولان داریم کار می‌کنیم یا برای مدیران. وقتی داریم به اصطلاح می‌نویسیم یا اجرا می‌کنیم، دست و دلمان می‌لرزد که ای وای...

قدیم، شرایط تا حدودی بهتر بود. یعنی هر کسی نمی‌توانست به اربابان قدرت نزدیک شود و مراجعان اول باید از حاجیان یا دربانان ایشان می‌گذشتند تا به محضر ایشان برسند. اما الآن وقتی من در روزنامه کار می‌کنم، هر یک از اربابان قدرت، بی‌واسطه این روزنامه را دستشان می‌گیرند و به خلوت خود می‌روند و ممکن است خوشحال بشوند یا غمگین یا عصبانی، و حکمی صادر بکنند که اوضاع کارم را خیلی خراب بکند یا برعکس ممکن است شاد شوند و....

بارها خودتان شنیده‌اید که برخی از مسئولان گفته‌اند بچه ما، خانم ما، خانواده ما، این طنز و این مطلب را شنیدند و خیلی خوششان آمده. پاداشی می‌دهند و شرایط بهتری هم فراهم می‌کنند...

نکته‌ای که به نظر من خیلی مهم است اینکه نه فقط در طنز رادیو، بلکه در کل طنز، نسبت فرم و محتواست. در این کار گاهی دچار این اشتباه می‌شویم که فکر می‌کنیم برای اینکه طنزی را شکل بدهیم، باید بگردیم یک سوژه خیلی بکر پیدا کنیم و آن مضمون را کوک کنیم تا خوب از کار دریاید. حالا کسانی که کار طنز روزنامه کرده‌اند، می‌دانند که بعضی وقت‌ها

شخصی بود به نام آقای «بهادر». اینقدر این قصه‌ها را خوب اجرا می‌کرد که واقعاً چیزی از فیلمی که آقای پورا حمد ساخت، کم نداشت. قصه‌ای بسیار بسیار خوب و دلنشین که در بهترین شرایط اجرایش می‌کرد و موسیقی بسیار خوب، حالتی نوستالژیک به قصه می‌داد. صدای خوبی که آن مجری داشت، و ساعت خوب پخش آن برنامه، همه باعث شده که بعد از سی و چند سال، هنوز از ذهن من پاک نشده است و هنوز هم با یادش، احساس خوشایندی به من دست می‌دهد. در نهایت اینکه اگر ما بخواهیم مضمون‌نگرا بشویم، مضامین، ما را به جایی نمی‌برند، ما را به جایی رهنمون نمی‌شوند و کمکی به حال نمی‌کنند.

واقعیات دیگری که وجود دارند این که ما در مقام نظر می‌توانیم درباره فرم و محتوا بحث کنیم؛ یعنی در مقام نظر است که می‌توانیم این دو را از هم تفکیک کنیم؛ در عالم واقع این دو، یکی‌اند و قابل تفکیک از هم نیستند. در اثر هنری، مهم همان فرم است. مثالی بزنم برای اینکه ذهنتان روشن بشود. نقاشی‌های دوران رنسانس را به صورت عمده می‌گویند نقاشی‌های امانیستی هستند. نقاشی‌های انسان‌گرایانه. حال آنکه تمامی این نقاشی‌ها، اعم از نقاشی‌های رافائل، نقاشی‌های داوینچی و... روایتگر داستان‌های **کتاب مقدس** یا **انجیل** هستند؛ یعنی داستان‌های مذهبی را روایت می‌کنند، ولی هیچ‌گونه فرم مذهبی ندارند. فرم است که اینها را تقسیم‌بندی می‌کند. حال آنکه برخی از نگارگری‌های ما، که اتفاقاً داستان‌های اسطوره‌ای دارند، قصه‌های مربوط به **شاهنامه** و داستان‌های مربوط به دوران پیش از اسلام را روایت می‌کنند. اما اینها را در تقسیم‌بندی‌ها، نقاشی‌های مذهبی یا هنر دینی می‌گوییم؛ چون در فرمی که به کار برده از هندسه مقدس بهره برده است. نوع چیدمان آدم‌ها، نوع رنگ و همه این چیزها را که وقتی فهرست می‌کنیم، به آن تقسیم‌بندی می‌رسیم که ما آنها را هنر دینی می‌گوییم. اگر این فرم و این نوع چیدمان کلماتی که با استادی کنار هم آمده‌اند را مضمون در نظر بگیریم، در نهایت وضعی کسالت‌بار خواهیم داشت.

دوست طنزپردازی داشتم که کارش گرفته و خیلی رونق پیدا کرده بود. این شخص بر امواج سیاسی کشور سوار می‌شد و طنزش را به آن شکل در روزنامه‌ها شاخ‌وبرگ می‌داد که مثلاً اشتباهاتی را که مسئولان می‌کنند را خیلی اغراق‌آمیز می‌کرد یا گزک‌هایی را که آنها دستش می‌دادند، با آن مضامین کار می‌کرد. اینجا اتفاق بدی که می‌افتد این است که اگر این امواج پایین بیاید و سکون پیدا کند، آن وقت کار او سخت می‌شود. او برای اینکه ادامه بدهد و همچنان مشتری‌های خودش را نگه دارد و بتواند آنها را بخنداند، آن وقت به جایی می‌رسد که مجبور به ادا آوردن می‌شود. اگر هم اینها نخندند، ممکن است حتی دست به کارهای دیگری هم بزند؛ یعنی آدم انتها ندارد. وقتی در جریان کاری می‌افتد برای آنکه دیگران را بخنداند؛ مثل خیلی از این طنزپردازانی که از ایران رفتند، بعضی وقت‌ها چیزهایی می‌نویسد و بیان می‌کند که آدم حیرت می‌کند که آیا او همان آدم نابغه و هنرمند توانمند است؟! چه بلایی سرش آمده است؟!

به نظر من اگر بخواهیم آسیب‌شناسی کنیم، همین، مضمون‌زدگی و توجه کمتری به فرم است؛ حال آنکه اگر می‌آمدند روی فرم کار می‌کردند، قطعاً کارشان شکل هنرمندانه‌ای پیدا می‌کرد و بهتر از این می‌شد. امیدوارم که در جلساتی دیگر دور هم بنشینیم و گپی بزنیم، شاید از میان این بحث‌ها موضوع مناسبی مطرح شود که به کار شما بیاید!

میرفتاح:

واقعیت آن است که طنز بیش از آنکه وابسته به مضمون باشد وابسته به فرم است. فرم است که کار را شکل می‌دهد. فرم است که به اصطلاح کار ما را زیبا می‌کند، کار ما را زشت می‌کند، کار ما را خوب می‌کند و اگر فرم به اصطلاح بدی انتخاب کنیم، کار را زمین می‌زند.