

طنز

رادیویی و ظرفیت‌های آن

✦ فرزانه مصیبی
پژوهشگر و روزنامه‌نگار ادبی

چکیده

تاریخ پیدایش طنز احتمالاً از آغاز خلقت بشر بوده است. طنز، مقوله‌ای است که با آدم نخستین پا به دنیا گذاشته و تاکنون ادامه یافته است. معمولاً در اکثر آثار ادبی، طنز وجود دارد. حال این طنز گاهی روشن و گاهی پوشیده است.

«طنز بیانی است شیرین از واقعیتی تلخ». طنز این هنر را دارد که ناهنجاری‌های اجتماعی، سیاسی، رفتاری و اخلاقی را با پوششی زیبا و جذاب به مردم عرضه کند و تلنگری باشد برای ذهن‌هایی که به دلیل گرفتاری‌های روزمره، از کنار این مسائل به‌سادگی عبور می‌کنند. انتقاد موجود در طنز نه تنها زنده و مستقیم نیست، بلکه به‌گونه‌ای است که فرد موردانتقاد را نیز به فکر وامی‌دارد.

رادیو رسانه‌ای عمومی است که از نظر اشاعه شاخص‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در بُعدی وسیع کاربرد دارد. ایجاد، بازنمایی و حتی تغییر در خرده‌فرهنگ‌های موجود در جامعه و گاه بازآفرینی خرده‌فرهنگ‌های گذشته قومیت‌های مختلف از طریق رادیو، عملی اجتناب‌ناپذیر است.

گستره بی‌حد و حصر مخاطبان رادیو این فرصت را برای مسئولان رادیو فراهم می‌آورد که بتوانند با تولید برنامه‌های مفید در فرهنگ‌سازی میان قشرهای مختلف جامعه مفید و مؤثر واقع شوند. در این میان وظیفه طنز نویسندگان و سازندگان برنامه‌های طنز رادیو این است که با فرهنگ‌ها و آداب و رسوم موجود در جامعه کاملاً آشنا باشند.

طنز از دیدگاه‌های مختلف

از نظر نشانه‌شناسی، طنز بیگانه کردن نشانه‌ای (یک کلمه یا مجموعه‌ای از نشانه‌ها، مانند جمله) با بافت مألوف و معمول خود است. در طنز، نشانه، مدلول همیشگی و عادی خود را از دست می‌دهد. در این حالت، مخاطب با نوعی پارادوکس سروکار دارد. گفتنی است که این سریچی از قانون (ضدقانونی) تنها منحصر به طنز، لطیفه و متون مطایبه‌آمیز نیست؛ بلکه مجاز، استعاره و جناس را نیز دربرمی‌گیرد. امبرتو اِکو، نویسنده و نشانه‌شناس، در مورد طنز چنین می‌گوید: «هر فرد براساس پیشینه فرهنگی خود قواعد و هنجارهایی را می‌پذیرد و در زندگی، برای ارتباط با دیگران از نشانه استفاده می‌کند. نشانه‌ها دارای نظامی مخصوص به خود هستند و کسانی که اینها را به کار می‌برند، نشانه‌ها را دارای نظام می‌دانند و انتظارات مألوفی از آنها دارند». حال اگر فرد یا متنی این نظام را برهم بزند، ممکن است با متنی طنزآمیز روبه‌رو شویم.

دکتر سیدعلی موسوی گرمارودی^۱ کمدی را در آثار گوناگون به سه دسته تقسیم می‌کند: الف- **طنز**: قلقلک دادن ارواح اعیان و والا (=فرزانه و فرهیخته) به قصد آگاه کردن شادمانه آنها از یک موضوع است و لطیفه، طریقه، مطایبه، بذله، شوخی، تعریض، تجاهل‌العارف سقراطی و نقیضه‌گویی زیرمجموعه‌های آنند.

ب- **هزل**: قلقلک ارواح اشخاص معمول و میانه، برای آگاه کردن شادمانه یا تنها برای خندانند آنهاست که گاهی از حد قلقلک درمی‌گذرد و نیشگون می‌شود و پوست را می‌آزارد و حتی کبود می‌کند. ذم شبیه به مدح، مدح شبیه به ذم، مزاح، سخریه، تحکم، اشلتم، ریشخند، کنایه، طعنه، بیغاره یا سرزنش، استهزا و نقیضه هزل، زیرمجموعه‌های آنند.

درباره هزل در دیوان ناصرخسرو چنین آمده است: «دروغ و کذب و باطل و خلاف واقع». و در حدیقه سنایی آمده: «سخنان زشت و شرم‌آور».

دکتر علی اصغر حلبی^۲ می‌گوید: «در واقع می‌شود گفت، هزل به معنی گستاخی در گفتن و نوشتن سخنانی است که معمولاً طبقه محافظه‌کار از یادکردن و شنیدن آنها شرم دارند.»

به عقیده وی «هزل و هجونویسان جنایت را رسوا و حماقت را مسخره می‌کنند، حال آنکه طنزنویس وحشتناک‌ترین و دردناک‌ترین وقایع را با سخنی شیرین به جان و دل شونده می‌رساند».

ج- **هجو**: تازبانه است و فقط «پوست کلفت‌ها» از آن احساس قلقلک می‌کنند. ژاژ، فحش، دشنام، سقط، تقبیح، بیهوده‌گویی، ذم، بدگویی، بدزبانی، بددهانی، تزهات و خزعبلات، سبکساری، فضولی، قذف، چرند و پرند، لاغ، گستاخی، لودگی، لعن و طعن، هرزه‌لاخی، هرزه‌رایی، استهجال و نقیضه هجو زیرمجموعه‌های آنند.

هوراس در مورد هجو می‌گوید: «هجوگوی، کسی است که هنگام سخن گفتن، حقیقت را با خنده



می‌گوید: «هجونویس زندگی را نه غم‌انگیز می‌بیند نه خنده‌آور، بلکه آن را مسخره‌ای خوار می‌بیند که نفرت‌آور و تهوع‌انگیز است؛ و کار او در واقع یادآوری، نیشخند زدن و گذشتن است.»
برنامه‌های رادیویی به فراخور حال برنامه و مخاطب می‌توانند از انواع طنز، هزل، هجو و زیرگروه‌های آن استفاده کنند. استفاده از متون طنز کلاسیک گذشته، به کارگیری قالب‌های کهن و الهام‌گرفتن از ایده‌های این متون می‌تواند به نویسنده برنامه‌های طنز رادیو کمک زیادی کند. شناخت پیشینه ادبی طنز، باعث عمق‌بخشیدن به برنامه‌های طنز رادیویی می‌شود.
باید توجه داشت که طنز واقعی سرشار از خلاقیت است و طنزنویس امروزی می‌تواند متون کهن را به شیوه‌ای امروزی قابل‌عرضه کند.

لذت در برنامه‌های رادیویی؛ گسترش تخیل، امکان تخیل آزاد

لذت و درد براساس قدرت درک به عقلی، وهمی، حسی و خیالی تقسیم می‌شود.
اخوان‌الصفاء در این مورد می‌گوید: «لذت و الم دو نوع‌اند: جسمانی و روحانی.»
و به گفته خواجه طوس: «لذت‌بردن بر دو قسم است: لذت فعلی و لذت افعالی.»
لذت‌بردن از طنز، نوعی لذت «عقلی» و «خیالی» است که در نمایش‌های خوب رادیویی می‌تواند به لذت «حسی» نیز تبدیل شود.

منطق استفاده از طنز در رادیو بیشتر شبیه متن است. در تلویزیون امکان استفاده از تصویر برای ارائه طنزی قوی‌تر کمک بزرگی است؛ ظاهر شخصیت‌های کمدی، حرکات دوربین، فضا و صحنه، همه به پردازش طنز کمک می‌کند. اما در نمایش‌های رادیویی طنز، همانطور که در داستان‌های طنز، فضا، نوشتاری توصیف می‌شود، باید فضاسازی (تصویرها) به‌گونه‌ای کلامی (قابل‌بیان در دیالوگ) ترسیم شود، آن هم با جزئیاتی ساده و آشنا، تا شنونده بتواند در حین شنیدن نمایش رادیویی، تمامی تصاویر را در ذهن خود مجسم کند و با دیالوگ‌ها و صداهایی که می‌شنود، نهایت لذت را از نمایش طنز ببرد؛ در واقع دیالوگ حرف اصلی را می‌زند.

باید توجه داشت که وظیفه نویسنده متن خیلی مهم است. او باید در ایجاد صحنه علاوه بر حفظ فضاهای خالی برای تخیل شنونده، متن را طوری بنویسد که صحنه به‌طور آشکار در دیالوگ‌های اجراکنندگان توصیف شود.

مخاطب با دیدن یک فیلم طنز در تلویزیون، تنها اجازه دارد صحنه‌های ساخته‌شده، طبق نظر کارگردان و طراح صحنه را ببیند و از امکانات معنایی و زیبایی‌شناسی آن لذت ببرد. اما هنگام شنیدن نمایش طنز رادیویی، مخاطب این اجازه را دارد که صحنه نمایش را طبق ذوق و سلیقه و خواست خود در ذهن بسازد؛ این امر در گسترش و توانمندی ایجاد تخیل امری مهم است. حال آن که به تعداد شنونده‌ها می‌تواند فضای یک نمایش طنز رادیویی در ذهن آنها متفاوت باشد؛ همانگونه که لذت‌بردن از شنیدن آن برنامه در بین افراد مختلف، متفاوت است.

برتری طنز رادیویی نسبت به سایر رسانه‌ها
طیف وسیع مخاطبان رادیو نسبت به رسانه‌های دیگر، می‌تواند که در رادیو، برنامه‌های گوناگون و البته جذاب تولید شود که طنز یکی از مهم‌ترین آنهاست.

شنونده‌های رادیو این امکان را دارند که با استفاده از یکی از حواس پنجگانه خود از این رسانه عمومی استفاده کنند. حال آن که در مورد استفاده از رسانه‌های دیگر به حواس گوناگون، مهارت‌های خاص، و فهم و درک مطالب نیاز است که این امر به‌خودی‌خود باعث کاهش مخاطبان رسانه‌های دیگر می‌شود.

داشتن سواد و درک مفاهیم مطالب روزنامه و نشریاتی از این دست، همچنین نیاز به داشتن مهارت‌های استفاده از اینترنت از طیف مخاطبان می‌کاهد. حتی رسانه‌های عمومی و پرمخاطب مثل تلویزیون نیز به دلیل نیاز به استفاده از حس بینایی و شنوایی، و داشتن تمرکز موجب اتلاف وقت زیادی از بیننده (مخاطب) می‌شود؛ اما رادیو علاوه بر فقدان نیاز به مهارت‌های خاص برای استفاده از آن، وقت مخاطب را هم جهت استفاده نمی‌گیرد.

رادیو در مواردی به مونس و همراهی همیشگی برای مخاطب خود تبدیل می‌شود. کارمندان، کارگرها، نگهبانان، افراد در حین رانندگی، رانندگان تاکسی و اتوبوس و مسافران، پرستارها، مشاغل مختلف در شیفت‌های شب و... با استفاده از رادیو می‌توانند زمان خود را مفیدتر و مؤثرتر بگذرانند و در حین انجام وظیفه و فعالیت روزانه، بر داشته‌های خود بیفزایند. همچنین با توجه به وجود برنامه‌های پرمخاطب طنز در رادیو، می‌توانند لحظات سخت کار و فعالیت را با آرامش سپری کنند. اینگونه است که وظیفه فعالان در این عرصه، سنگین‌تر از هم‌صنفان آنها در سایر رسانه‌هاست.

استفاده از
زمینه مناسب
و مساعد طنز و
شناخت درست
مخاطب باعث
می‌شود شنیدن
یک برنامه طنز
رادیویی علاوه بر
آوردن خنده
بر لب شنونده،
باعث اغنای
روحی و فکری او
نیز بشود.

رادیو به دلیل نوع فعالیت خود و با توجه به اینکه فقط صدا در آن کاربرد دارد نه تصویر، می‌تواند سریع‌الانتقال‌تر از تلویزیون باشد. تلویزیون یا سینما برای ساخت یک برنامه طنز باید مدت‌ها وقت صرف کند؛ بنابراین نمی‌تواند مسائل روز را، به‌خوبی و به‌موقع به‌صورت طنز به نمایش بگذارد. اما رادیو این امکان را دارد که در صورت وجود متنی مناسب و قوی، آن را خیلی سریع‌تر پخش کند. گوینده‌ها و بازیگران توانای رادیو می‌توانند به نمایش‌های رادیویی حس و حال خوبی بخشیده و بر شیرینی آن برای شنونده بیفزایند. این سرعت در تولید و پخش برنامه‌های رادیویی باعث می‌شود رادیو همیشه نسبت به رسانه‌های دیگر چون تلویزیون و سینما به‌روزتر باشد.

با توجه به اینکه آدمی موجودی است ذاتاً راحت‌طلب، ترجیح می‌دهد در حین مثلاً نجاری، رانندگی، استراحت، چای‌نوشیدن و... یک نمایش طنز رادیویی را بشنود و خشنود شود، تا اینکه مثلاً عینک به چشم بزند، بنشیند، کار و زندگی را تعطیل کند و بخش طنز مجله یا روزنامه‌ای را بخواند که دست آخر هم ممکن است به دلیل فقدان تمرکز، اصل مطلب را نگیرد، بعد به جای اینکه شاد شود یا خنده‌ای در گوشه لبش نمودار گردد، اعصابش به هم بریزد و احتمالاً چون مطلب را درک نکرده خود را مقصر بداند.

از آنجایی که در میان مردم ما شنیدن جوک‌های مختلف رایج است و ناخودآگاه علاقه به شنیدن یک مطلب طنز، خیلی بیشتر است تا خواندن آن، رادیو می‌تواند برای آنها جذاب‌تر باشد.

طنزنویس می‌تواند به مسائل گوناگونی بپردازد و بسته به موقعیت زمانی و مکانی و نیز روحی و اجتماعی، از زمینه مناسب و خاص آن استفاده کند. مثلاً، گاهی که مردم (مخاطبان) درگیر جنبه‌های سیاسی یا اجتماعی‌اند، باید طنزی در این باب بنویسد. اجرای برنامه‌های طنز رادیویی برای گروه‌های مختلف سنی، جنسی، مکانی و حتی زمانی باید متفاوت باشد.

استفاده از زمینه مناسب و مساعد طنز و شناخت درست مخاطب باعث می‌شود شنیدن یک برنامه طنز رادیویی علاوه بر آوردن خنده بر لب شنونده، باعث اغنای روحی و فکری او نیز بشود.

وظیفه طنز رادیویی و درک آن

به گفته ارسطو «تنها آدمیزاد، از میان همه جانوران قادر به خنده است.» این سخن برآمده از همان ناطق بودن بشر است. بشری که عقل دارد و می‌اندیشد، تناسب‌ها و تفاوت‌ها را درک می‌کند، معنای غلو، غافلگیری، نکته‌سنجی، پارودی، تحامق، اغراق و بیان متفاوت را می‌فهمد و... از این رو قادر به خندیدن است. پس بخش جدانشدنی طنز، همانا خنده است. این خنده گاه همراه با تغییر و انقباض در عضلات صورت اتفاق می‌افتد و گاه خنده‌ای است ذهنی و آرامشی است فکری که گشودگی درونی و عمیق ایجاد می‌کند.

وظیفه طنز رادیویی درواقع این است که موجب انبساط‌خاطر در سطح وسیعی از شنونده‌های خود شود. فروید^۱ می‌گوید: «لطیفه، نوعی سازوکار دفاعی بخش ناخودآگاه ذهن است. اثر روانی لطیفه (طنز) از این رو اهمیت دارد که می‌تواند انرژی روانی سرکوب‌شده ذهن را دوباره آزاد کند و ارضای روانی - ذهنی به ارمغان آورد.»

جدا از برنامه‌های تخصصی که برای گروهی خاص تدارک دیده می‌شود، از آنجایی که رادیو رسانه‌ای عمومی است، بهتر است نویسندگان این رسانه به این نکته توجه داشته باشند که مطالب آنها باید برای سطح وسیعی از جامعه قابل‌درک باشد. البته این به آن معنا نیست که مخاطب خود را دست کم بگیرند و هر محتوایی خنده‌دار را به‌عنوان طنز به‌خورد شنونده بدهند.

به عقیده فروید، «طنز اجتماعی‌ترین فعالیت روانی است. این نوع از ادب همیشه محتاج وجود شخص ثالث است تا آن را درک کند؛ چون هیچکس آن را برای خود به‌وجود نمی‌آورد. طنز باید معترض باشد و فقط در صورتی به نتیجه می‌رسد که با تمایلات مخاطب تصادف کند.» اینگونه است که وظیفه اصلی طنزنویس شناخت مردمی است که برای آنها می‌نویسد، به طریقی که برای مخاطبانش قابل‌فهم باشد.

طنزنویس رادیویی و کلاً طنزنویس، باید توجه داشته باشد که چه چیز را سوژه طنز قرار می‌دهد. برای حمله و دستاویز قراردادن یک موضوع یا یک شخص، نویسنده یا شنونده [هر دو] باید در نامطلوب‌بودن آن موضوع یا آن شخص هم‌اندیشه باشند.

به همین دلیل است که محتوای بسیاری از هجوها و طنزهایی که مبتنی بر تعصب، تفاخر و خودفروشی یا هیجان و رنجش شخصی طنزکننده از طنزشونده است، خیلی زود رنگ کهنگی به خود می‌گیرد.

گاه وجود فضای انتقادپذیر و محدود اجتماعی سبب می‌شود هزل که نوع حضيض‌تری از طنز است

در جامعه گسترش پیدا کند؛ زیرا آنهایی که نمی‌توانند به طور صریح انتقاد خود را اعلام کنند از راه سخنان دوپهلوی، غیرصریح و خنده‌آور، و گاهی گزنده، آن را اظهار می‌کنند. هوشمندی طنزنویسان و اجراکنندگان رادیویی باید مانع از ایجاد متن‌های هزل‌آمیز شود. رعایت قالب مناسب و تیزهوشی در نوع ارائه و طرح یک موضوع، می‌تواند در تولید طنزهای فاخر به نویسنده و اجراکننده کمک کند.

محدودیت‌های طنز رادیویی

در اجرای تلویزیونی برنامه‌های طنز، «کلام» عنصری تکمیل‌کننده است که در کنار عوامل بصری، اعم از حالات بدنی و چهره کم‌دین تا متغیرهای دیگری چون دکور، چهره بازیگر و... قرار می‌گیرد. تماشاگر در هر صورت مجبور است کار کم‌دین را حتی زمانی که قرار است ما را با کلام به خنده بیندازد، ببیند؛ زیرا اجرای او ترکیبی از حرّافی و شیرین‌کاری‌های کلامی، توأم با حالت‌های بیانی چهره و بدن است که در جای خود به همان میزان اهمیت و تأثیرگذاری کلام اوست.

اما در رادیو هیچیک از این مؤلفه‌ها به اجراکننده برنامه طنز کمک نمی‌کند. اجراکننده یک نمایش یا برنامه طنز رادیویی تنها باید با استفاده از کلام خود برنامه را پیش ببرد. استفاده از آواهای مختلف، تغییر صدا، موسیقی و صحنه‌پردازی‌های مناسب کلامی است (در خلال دیالوگ‌ها) که کار طنز رادیویی را جلا می‌بخشد. باید از نوعی دقت نظر در متن‌های رادیویی که خلأهای صحنه را بپوشاند، استفاده شود. برگسون می‌گوید: «هر تضاد غیرمنتظره یا تناقض متنازل، تولید خنده می‌کند» و مثال او چیزی شبیه فیل و فتجان است. همچنین می‌گوید: «اگر شخص فریه و عظیم‌الجثه‌ای بلافاصله کنار یا در برابر شخص ضعیف و نحیف ظاهر شود، این منظره بی‌اختیار انسان را به خنده می‌اندازد.»

امکان استفاده از تصاویر خنده‌دار در رادیو وجود ندارد.

فقدان تناسب، یکی از عوامل ایجاد طنز و البته خنده است که در رادیو این فقدان تناسب باید به شکل کلام (دیالوگ یا توصیف کلامی) درآید. محدودیت وجود تصویر، ارائه طنز رادیویی مطلوب و جذاب را نسبت به طنزهای تلویزیونی یا سینما مشکل‌تر می‌کند.

توجه به این نکته که شنونده رادیو برخلاف بیننده تلویزیون یا خواننده روزنامه یا سایت اینترنتی، فقط از شنوایی خود استفاده می‌کند، باعث خطیرتر شدن وظیفه طنزنویس و اجراکنندگان می‌شود. در واقع ایجاد برنامه طنز خوب در رادیو، مثل حرکت بر لبه تیغ است. باید توجه داشت که خط‌قرمزها رعایت شود و به قول زنده‌یاد استاد «منوچهر احترامی»، روی خط قرمز نشست و رنگی نشد؛ درعین حال جان کلام گفته شود. همچنین شیرینی و حلاوت آن حفظ شود. به‌روز یا متناسب با مسائل افراد جامعه باشد و مهم‌تر اینکه جذاب بماند تا شنونده حواسش پرت مسائل دیگر نشود و بتواند نکته پنهان در دل برنامه طنز را- که همانا جزء واجب آن است- کشف کند و از آن لذت ببرد.

به عقیده مک لوهان، نظریه‌پرداز معروف ارتباطی، «روابط افراد جامعه براساس پیام‌های ارتباطی استوار است.» این پیام‌ها باید در چارچوب تعریف‌های درک‌شده و محدودیت‌ها، به بهترین شکل بیان شود. با وجود تمامی این موارد، مهم‌ترین خلأ موجود در رادیو، نبود متن‌های خوب برای یک اجرای رادیویی است که می‌تواند باعث آزرده‌خاطر شدن مخاطبان و گاهی از دست‌دادن شنوندگان شود.

با توجه به اینکه در عصر سرعت و فناوری زندگی می‌کنیم، حجم فعالیت، استرس و فشارهای روانی- روحی باعث می‌شود انسان امروزی نیاز به مفزیه جهت تسکین آلام داشته باشد و این وظیفه برعهده طنز است؛ طنزی که علاوه بر ایجاد شادی عمیق در مخاطب خود، بتواند به نرمی و شیرینی تلخ‌ترین مسائل زندگی بشر امروزی، و نیز بحران‌ها و مشکلات اجتماعی را بیان کند؛ چنانکه مخاطب بتواند از طریق همذات‌پنداری با اجراکنندگان برنامه‌های رادیویی یا بازیگران نمایش‌های طنز، همدلی کند و آرام گیرد. این عرصه فرصت مناسبی است برای ایجاد وفاق ملی و برقراری آرامش عمومی که جامعه امروزی نیازمند آن است.

پی‌نوشت‌ها:

۱. ابوالفضل زرویی نصرآباد.
۲. رساله سفرهایی در ورای حقیقت.
۳. کتاب دگر خند (درآمدی کوتاه بر طنز و هزل و هجو در تاریخ و تاریخ معاصر) ۱۳۸۰، مؤسسه فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر.
۴. دکتر علی‌اصغر حلبی، مقدمه‌ای بر طنز طبیعی در ایران، چاپ اول، ۱۳۶۴: پیک.
۵. کتاب لطیفه و ارتباط آن با ناخودآگاه.

