

# طنز در رادیو

## و

### طنز در سایر رسانه‌ها



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

✦ علیرضا لیش  
کارشناس ارشد جامعه‌شناسی

#### چکیده

رادیو از جمله مهم‌ترین وسایل ارتباط جمعی است که می‌تواند دارای بیشترین اثرگذاری بر افکار عمومی باشد.

طنز هم از اثرگذارترین و اجتماعی‌ترین گونه‌های ادبی محسوب می‌شود. ترکیب این دو مقوله؛ یعنی «طنز رادیویی» می‌تواند بسیار مؤثر باشد و در اصلاح و بهبود فرهنگ عمومی جامعه نقشی حیاتی بازی کند.

بخش اول این مقاله به تعریف طنز و حدود و ثغور آن می‌پردازد. سپس مختصات طنز رادیویی و اجزای آن را مورد تحلیل و بررسی قرار می‌دهد.

بخش دوم، به شناخت وسایل ارتباط جمعی که رادیو اصلی‌ترین آنهاست، می‌پردازد و تأثیرات رسانه‌های جمعی در زندگی اجتماعی را بررسی می‌کند.

در پایان، ظرفیت‌های طنز رادیویی و کاستی‌های آن را در مقایسه با سایر رسانه‌های جمعی بررسی می‌کند و به نتیجه‌گیری می‌پردازد که طنز رادیویی پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های فراوانی برای اثرگذاری بر افکار عمومی و ساخت فرهنگ جامعه داراست.

## طنز چیست؟

پاسخ‌های بسیاری تا به حال به این پرسش داده شده است، اما برای پرداختن به «طنز» ناچار از آن هستیم تا حدود و ثغور این کلمه را مشخص کنیم. در فرهنگ معین می‌خوانیم: «طنز شیوه بیان ادبی است، اعم از شعر و نثر که در آن عیب‌های فردی و اجتماعی مورد تمسخر قرار می‌گیرد و هدف آن اصلاح رفتارهای بشری است.»

در کتاب **فرهنگ اصطلاحات طنز** می‌خوانیم که «طنز در اصطلاح ادبی به نوع خاصی از آثار منظوم و منثور گفته می‌شود که اشتباهات یا جنبه‌های نامطلوب رفتار بشری، فسادهای اجتماعی، سیاسی یا حتی تفکرات فلسفی را به شیوه‌ای خنده‌دار به چالش می‌کشد.» در کتاب **مقدمه مک گراهیل در ادبیات** در تعریف طنز آمده است: «اثری است ادبی که با استفاده از بذله، وارونه‌سازی، خشم و نقیضه، ضعف‌ها و تعلیمات اجتماعی جوامع بشری را به نقد می‌کشد.»

اسماعیل امینی در کتاب **خندمین‌ترین افسانه** اعتقاد دارد برای شکل‌گیری طنز باید سه عامل وجود داشته باشد: شوخی، انتقاد و اصلاح. همچنین بهاء‌الدین خرمشاهی می‌گوید: «اصلاً من فکر می‌کنم که در تعریف طنز این هست که به قهقهه نمی‌رسد یا نمی‌رساند. خوش‌باشی و خوش‌طبعی و ظرافت و ادب، نکته در آن است که اگر به حد قهقهه رسید بدانید احتمالاً لطفه است.»

فروید در تبیین نظریه‌های خود درباره طنز می‌گوید: «طنز، اجتماعی‌ترین فعالیت روانی است. این نوع ادبی همیشه محتاج وجود شخص سوم است تا آن را درک کند؛ چون هیچ‌کس آن را برای خود به‌وجود نمی‌آورد. طنز باید معترض نیز باشد و فقط در صورتی به نتیجه می‌رسد که با تمایلات مخالف تصادف کند.»

ملویل کلارک اعتقاد دارد: «جهان طنز روی یک بیضی به دور دو کانون در نوسان است. افشای بلاهت و تنبیه رذالت. مقولات شوخی و جدی، مبتذل و آموزنده را در بر می‌گیرد.» همچنین سارتر می‌گوید: «طنز با نیش‌خندی کنایی و استهزاآمیز که آمیخته با ابهامی از جنبه‌های مضحک و غیرعادی زندگی است، پای را از جاده شرم و تملک نفس بیرون نمی‌نهد و

همین نکته مرز امتیاز طنز از هزل و هجو است و از همین روست که در شعر و ادب کلاسیک، طنز با هزل و هجو سر مویی فاصله ندارد.» درآیدن، نهایت طنز را «اصلاح و تصحیح عیوب و نواقص» می‌داند و دیفو سرانجام طنز را «تهذیب و اصلاح» می‌شمرد.

طنز عبارت از روش ویژه‌ای در نویسندگی است که ضمن دادن تصویر هجوآمیزی از جهات منفی و ناجور زندگی، معایب و مفاسد جامعه و حقایق تلخ اجتماعی را به‌صورتی اغراق‌آمیز - یعنی زشت‌تر و بدترکیب‌تر از آنچه هست - نمایش می‌دهد تا صفات و مشخصات آن روشن‌تر و نمایان‌تر جلوه کند و تضاد عمیق وضع موجود، با اندیشه یک زندگی عالی و مألوف آشکار شود. بدین ترتیب قلم طنزنویس با هرچه که مرده و کهنه و واپس‌مانده است و با هرچه که زندگی را از ترقی و پیشرفت بازمی‌دارد، بی‌گذشت و بی‌اغماض مبارزه می‌کند. مبنای طنز بر شوخی و خنده است. این خنده، خنده شوخی و شادمانی نیست؛ اشاره و تنبیه اجتماعی است که هدف آن اصلاح و تزکیه است، نه ذم و مردم‌آزاری. پس هرچه مخالفت نویسنده و بغض و کینه او نسبت به حوادث زندگی شدیدتر و قوی‌تر باشد، به همان نسبت طنز کاری‌تر و دردناک‌تر می‌شود. برخی مانند فریدون تنکابنی، تا بدانجا پیش رفته‌اند که ارزش طنز و هزل و هجو را با شاخص طرح مسائل سیاسی و اجتماعی سنجیده‌اند و بر همین اساس، طنز را به دلیل طرح انتقادی ابتلائات جامعه بشری، در والاترین مرتبه، و هزل را به‌خاطر بی‌مایگی از نظر مفهومی در پایین‌ترین مرتبه گونه‌های شوخ‌طبعی نشانده‌اند. اینجاست که به‌نظر می‌رسد تأکید بر قالب و مضمون، جدا از تمایزبخشی میان آثاری که رسالت اجتماعی و یا فردی برای خود قائل‌اند، می‌تواند ما را به شناخت واقع‌بینانه‌تری از گونه‌های شوخ‌طبعی رهنمون شود.

جیمز تربر می‌گوید: «طنز نتیجه گونه‌ای آشفتگی عاطفی است که روایت آن با فاصله‌گرفتن از وضعیت آرام و عاری از هیجان بیان می‌شود.»

بیشتر تعاریفی که تاکنون از طنز ارائه شده، ناظر بر نگاه اجتماعی به طنز و رسالت اصلاح‌گرانه یا حتی انقلابی آن است. یعنی به‌طور خلاصه، گفته‌اند که طنز از صناعات ادبی و بدیعی، اعم از ایهام، مراعات نظیر، کنایه، جناس، سجع،

پارودی (نقیضه‌گویی) و تجاهل‌العارف (طنز سقراطی) استفاده می‌کند تا نیش‌خند بزند، آگاه کند، حرکت بیافریند و مخاطب را بیدار سازد و در نهایت، برخلاف فکاهه و هزل که خنده سرخوشانه مخاطب را برمی‌انگیزد او را به وضع خویشتن بگرداند.

## طنز و اجتماع

زندگی به‌خودی‌خود، نه تراژیک است نه کمدیک، نه احساسات‌مدار است و نه طنزآمیز. زندگی سلسله‌ای است از حس‌ها، کنش‌ها، افکار و رخدادهایی که می‌کوشیم با زبان رامشان کنیم. هر زمان که کلمه‌ای درباره هستی‌مان بر زبان می‌آوریم، به این عمل دست یازیده‌ایم. هنر، آن هم هنر طنزنویسی، روش بسیار پیشرفته دست‌آموز کردن است که گذشته از دست‌آموز کردن زندگی، از آن می‌خواهد تا شیرین‌کاری هم بکند.

این شیرین‌کاری‌ها اگر خوب اجرا شوند، به‌نحوی بسیار پیچیده خوشایند ما خواهند بود. خوشایند می‌افتند، چون اولاً منظم و قابل‌درک‌بودنشان فرصت مغتنمی است تا از آشفتگی‌ها و فشارهای زندگی روزمره برهیم؛ دوم، آن که می‌توانیم بر این نظم مصنوع انسان کاملاً مسلط شویم و از آن کمک بگیریم تا از تجربه خود سر در بیاوریم.

وقتی آثار «صلاحی» و «احترامی» را می‌خوانیم، کم‌کم متوجه می‌شویم که برخی موقعیت‌ها در هستی ما آنچنان شبیه موقعیت‌هایی‌اند که در صفحات آثار ایشان با آنها روبه‌رو شده‌ایم که گویی از یک خانواده‌اند.

طنز، مفری از زندگی در اختیارمان می‌گذارد، اما در ضمن ما را در بازگشت‌مان به تجهیزات تازه‌ای مجهز می‌کند؛ تقلید زندگی را در اختیارمان می‌نهد، کمک‌مان می‌کند تا زندگی را درک کنیم و جنبه‌هایی از خودمان و موقعیت‌ها مان را در مناظر بسامان‌تر طنز بازشناسیم. ضمناً نهایت کمال و نیز پستی زندگی را می‌بینیم و چیزهایی را می‌نگریم که به‌خودی‌خود جالب‌اند و به‌گونه‌ای جالب‌تر با تجربه خود ما تفاوت دارند. طنز ما را مجذوب می‌کند؛ چون به طرّقی پیچیده و درعین‌حال هم شبیه به زندگی هست و هم نیست؛ پس تجربه طنز برای ما هم متضمن لذت است و هم درک.

حال می‌خواهیم به چند موضوع مشترک در میان همه این تعاریف از طنز بپردازیم:

**اجتماعی بودن طنز:** طنز اجتماعی ترین مقوله ادبی است. طنز خارج از فرهنگ و اجتماع شکل نمی گیرد و اگر کسی ادعا کند که طنزی نوشته که هنری است و هنر فقط برای هنر است و نیازی به توجه به مقولات اجتماعی ندارد و نیازی هم به خواننده اجتماعی ندارد و این مسخره بازی هایی که چندصباحی است در هنر و ادبیات ما مُد شده و معناگریزی و معنازدایی را هنر می دانند و بی معنایی و بی ربطی را ادبیات، من می توانم به صراحت به آنها اعلام کنم که صاحب ادعای فوق از عقل، سهمی نبرده است. بگذارید سخن را تصحیح کنم: طنز به شدت اجتماعی است.

**طنز وظیفه اجتماعی دارد:** نه تنها طنز مقوله ای اجتماعی است، بلکه رسالت و وظیفه ای هم بر دوش دارد. طنز باید بدی ها و زشتی های رفتاری، گفتاری و پنداری بشر را دریابد، آنگاه مانند آینه های تمام قد و تمام نما این کژی ها و زشتی ها را به بشر نشان دهد و او را از مکنونات خود مطلع سازد و سپس دست به اصلاح بزند. مانند یک استاد سلمانی که آینه های در برابر مشتری خود می گذارد و سپس رفته رفته موهای زائد و اضافی را برمی چیند و در پایان، چهره اصلاح شده و متفاوت مشتری را به او نشان می دهد و با لبخندی پیروزمندانه به او می گوید: حالا بهتر شد.

**طنز آینه است، نه شانه:** طنز عیبها و ایرادهای بشر و جامعه بشری را روبه رو و چشم در چشم بیان می کند؛ به امید اصلاح جامعه بشری؛ به امید اینکه جامعه جای بهتری برای زندگی شود و انسان، موجود انسان تری! طنز مانند شانه پشت سر و موبه مو به عیبجویی نمی پردازد. امیدش ویرانی و کارش عیبجویی نیست. طنز مانند دوستی است که از بدی ها و زشتی های ظاهری و باطنی دوست خود رنج می برد و انتظار دارد دوستش آراسته و پیراسته باشد.

**توصیه هایش از سر دلسوزی است، نه شرارت:** طنزپرداز طبیب و پزشک جامعه است؛ طبیب و پزشک خوب، پزشکی است که بعد از معاینه بیمار خود، بیماری او را طوری برای بیمار توضیح دهد که او نترسد و درعین حال که قوت قلب به بیمار می دهد، واقعیت بیماری را هم منتقل کند تا بیمار آمادگی خوردن داروهای تلخ یا تحمل یک عمل جراحی سنگین برای یافتن بهبودی و سلامتی خود را بیابد. جمع

این دو، وظیفه سنگینی را برعهده پزشک معالج می گذارد.

وظیفه طنزپرداز در قبال جامعه هم همین است. طنزپرداز از طرفی باید در یافتن و بیان بیماری های جامعه صادق باشد و از طرفی بیماری را طوری بیان کند که جامعه و اولیای آن، ناراحت و غمگین نشوند و از طرف دیگر خود را برای یک داروی تلخ و یک عمل جراحی سنگین آماده کند و در نهایت به سلامت و بهبود جامعه بیمار خود ببیند.

**طنزپرداز باید جامعه شناس باشد:** حال برای اینکه طنزپرداز، همان پزشک مجرب و جراح زبردست شود، باید از فیزیولوژی بدن بیمار خود آگاه باشد. باید رفتار طبیعی و مرض بدن بیمار خود را بشناسد و درعین حال به تمام وسایل و ابزارهای درمانی و جراحی آشنایی کامل داشته باشد و دست و دلش موقع معاینه و عمل نلرزد. پس طنزپرداز باید جامعه شناس باشد و زیر و بم جامعه خود را به طور کامل بشناسد. باید ادیب باشد و از ابزارهای ادب و هنر سررشته داشته باشد و بتواند به بهترین نحو از آن ابزارها استفاده کند. باید شجاع باشد و شجاعت گفتن واقعیتها و اصلاح آنها را داشته باشد.

### ساختار طنز رادیویی

طنز رادیویی همان طنز مکتوب است که با هنر صدایشگی مخلوط شده و اصولاً ساختار آن به صورت نمایشنامه ای است که توسط صدا اجرا می شود که این صداها می توانند شخصیت و کاراکتر خاصی را خلق کنند.

اما طنز رادیویی از چه عناصری تشکیل شده است؟!

**جغرافیای طنز آمیز:** اصولاً کشمکش و جدال در متن نمایشنامه رادیویی به چند دسته تقسیم می شود:

- جدال انسان با خود؛

- جدال انسان با دیگری که این دیگری می تواند انسان های دیگر باشند؛

- جدال با طبیعت و عناصر آن یا موجودات خیالی و ماوراءطبیعی.

این کشمکشها جغرافیای طنز را می سازند که شامل فضا و موقعیت است. فضا و موقعیت در احاطه دو عنصر زمان و مکان شکل می گیرند. فضا و موقعیت طنز آمیز از هم نشینی و جانشینی عناصر نامأنوس و متضاد شکل می گیرند و اصولاً

جابه جایی و قرارنگرفتن عناصر در جای مألوف و معهود خود که خواننده و شنونده انتظار دارد باعث ایجاد موقعیت و فضای طنز آمیز می شود.

**گفت و گوی طنز آمیز:** گفت و گو شامل گفت و گوی انسان با خود (گفت و گوی درونی) و گفت و گوی انسان با دیگران است که این گفت و گو با دیگران شامل گفت و گو با انسان های دیگر، گفت و گو با اشیای بی جان و گفت و گو با طبیعت و عناصر طبیعی جاندار و بی جان می شود و به دو طریق می تواند باعث ایجاد طنز شود:

۱. گفت و گویی که سؤال و جواب های دو طرف در ظاهر بی ربط ولی در باطن دارای ربط و معنای عمیق و رندانه است.

۲. گفت و گویی که میان دو موجود نامأنوس صورت می گیرد و مخاطب را به تعجب و شگفتی وامی دارد و برای خواننده یا شنونده غیرمنتظره است.

**شخصیت پردازی طنز آمیز:** شخصیت طنز آمیز می تواند به چند صورت ترسیم شود:

- شخصیت ابله گون که در جهان بسامان نقش بازی می کند که سعودی کمیک را نشانمان می دهد که با تأیید و لذت به تماشایش می نشینیم. اما اذن ورود به جهان زشتی و نابسامانی مترادف فساد و تباهی است، صعود طنز آمیز است برای نیل به آنچه میلتون آن را «بالا ترین مقامات شر» نامیده است که با عدم تأیید و دلزدگی به آن واکنش نشان می دهیم.

- در یک انگاره دیگر انطباق برعکس است و ما را با تغییری از نوع دیگر روبه رو می کند: شخصیتی که در ابتدا با جهانش هماهنگ است، اما سرانجام همان جهان، طرد و نابودش می کند و در اینجا نیز واکنش ما بسته به تلقی مان از جهان مقابل مان، متفاوت خواهد بود. قهرمانی که به سبب نقیصی در سرشتش از مقامش در جهان بسامان سقوط می کند، شخصیتی تراژیک است. موجود فرودستی که فرجام شومش نتیجه فضیلت و آسیب پذیری نامیومن اوست، شخصیتی است رقت انگیز. سقوط او به گونه ای طنز آمیز، نوعی صعود است.

صعود کمیک و سقوط تراژیک، هر دو شخصیت های طنز آمیز می سازند. طنز جهان را پست و فرومایه می کند تا بتواند از آن انتقاد کند.

**لحن و زبان:** لحن و زبان را بسیاری دو موضوع مجزا و متفاوت دانسته اند. اما درهم تنیدگی این دو باعث شد که در یک گفتار آنها را مجبور

به همنشینی کنیم. لحن نمایشنامه در زبان اتفاق می‌افتد و زبان هم در جهت به‌وجودآوردن لحن به‌کار می‌رود.

- لحن حالت بیان ناشی از استنباط نویسنده یا راوی از موضوع است. هرچند انتخاب نوع لحن به خلاقیت نویسنده مربوط است، اما این انتخاب به‌شدت به درونمایه و موضوع اثر وابسته است.

- زبان، شیوه سخن‌گفتن نویسنده در داستان یا نمایشنامه است. این شیوه می‌تواند از سوی راوی یا خود نویسنده اختیار شود. عناصری که به زبان هویت می‌دهند طیف گسترده‌ای را تشکیل می‌دهند که در یکسوی آن قواعد دستوری یا صرف و نحو زبان قرار دارد، در میانه آن ارائه‌های زبانی نظیر استعاره، تمثیل، تشبیه، نماد، اسطوره، کنایه، قیاس، اطناب و ایجاز و در انتهای آن کارکردهایی نظیر توصیف، تصویر و گفت‌وگوست. پیداست که با این همه مصالح امکان خلق گونه‌های مختلف زبانی وجود دارد.

**تکنیک:** به مجموعه روش‌هایی گفته می‌شود که در صورت‌بندی روایت مورد استفاده قرار می‌گیرد. تأکید بر این نکته ضروری است که اولاً تکنیک روش است و ثانیاً این روش تنها در فرم روایت به‌کار می‌رود و نه در معنای آن. به عبارت دیگر تکنیک ابزاری است در خدمت «چگونه گفتن» و نه «چه گفتن». چگونگی انتخاب شروع اثر - با گفت‌وگو یا توصیف یا حادثه یا شخصیت‌پردازی - انتخاب نوع زمان داستان یا نمایشنامه - حال یا گذشته یا ترکیبی از آنها - ثابت یا متغیر بودن زاویه دید در طول روایت، استفاده از نقل قول مستقیم و غیرمستقیم در گفت‌وگوها، کاربرد تونازی در روایت بخش‌های اثر، چگونگی تزریق اطلاعات به اثر و هزاران نکته ریز و درشت دیگر، نمونه‌هایی از تکنیک‌های چگونه گفتن هستند.

### ارتباط اجتماعی

برای بررسی طنز رادیویی ابتدا باید ارتباط اجتماعی و وسایل ارتباط جمعی را بشناسیم:

### ارتباط اجتماعی چیست؟

در تعریفی کوتاه، ارتباط عبارت است از «انتقال معانی با پیام از طریق نمادهایی چند که به تأثیر بر یکدیگر می‌پردازند و در پیوند با یکدیگر قرار گرفته‌اند.» همین تعبیر، با کاربرد مفهوم پیام، معنایی مشخص به جای نماد در تعریف زیر، در ارتباط آمده است: «ارتباط را می‌توان جریانی

دانست که در طی آن، دو نفر یا بیشتر به تبادل افکار، نظرات، احساسات و عقاید خود می‌پردازند و از طریق به‌کاربردن پیام‌هایی که معنایش برای کلیه آنها یکسان است، به انجام این امر مبادرت می‌ورزند.» از جانب دیگر، چارلز کولی به‌عنوان یکی از معتبرترین محققان این رشته، ارتباط را سازوکاری می‌داند که از خلال آن روابط انسان‌ها برقرار می‌شود و بسط می‌یابد. تمامی نمادهای ذهن، به همراه وسایل انتقال آنان در فضا و حراست از آنان در زمان در محدوده ارتباط اجتماعی چیست؟ ارتباط اجتماعی به ارتباطی اطلاق می‌شود که موجبات انتقال معانی یا پیام‌هایی در بین گروهی را فراهم می‌سازد. پس ارتباط اجتماعی مستلزم وجود چند عنصر است:

۱. وجود بیش از یک نفر در جریان ارتباط از هر سو (فرستنده یا گیرنده پیام).  
۲. وجود نشانه‌ها یا نمادهایی که حامل پیام هستند. در این میان زبان یکی از مهم‌ترین ابزار ارتباط اجتماعی است که در ادبیات و طنز محملی است که ادبیات روی آن سوار است و اصولاً طنز در بستر زبان اتفاق می‌افتد و شکل می‌گیرد. همچنین زبان در اجرای برنامه‌های رادیویی و انتقال مفاهیم و پیام‌ها به مخاطب، نقش اساسی و کلیدی ایفا می‌کند.

ژرژ میل در کتابش **زبان و ارتباط چهار** هدف برای ارتباط اجتماعی برمی‌شمارد:

الف - یکسان کردن اطلاعات؛

ب - یکسان کردن افکار عمومی؛

ج - دگرگونی سلسله‌مراتب گروهی؛

د - اظهار و انتقال حالات عاطفی.

لیکن باید گفت، تنها اهداف ارتباط اجتماعی اینها نیستند. ارتباط اجتماعی، سرآغاز پیدایی و عامل اساسی در تداوم جامعه است، که با آن فرایند اجتماعی شدن، امکان‌پذیر است؛ موجب پیدایی فرهنگ می‌شود و انتقال آن را از نسلی به نسل دیگر می‌سازد.

در فرایند ارتباط، پنج عنصر یا رکن قابل تشخیص است:

- فرستنده پیام؛

- گیرنده پیام؛

- پیام (محتوا)؛

- وسیله ارتباط؛

- اثر ارتباط.

در اندیشه‌های جدید، فرستنده پیام را تنها عنصر تأثیربخش در گردونه ارتباط نمی‌دانند، بلکه

مبنای طنز بر شوخی و خنده است، این خنده، خنده شوخی و شادمانی نیست؛ اشاره و تنبیه اجتماعی است که هدف آن اصلاح و تزکیه است، نه ذم و مردم‌آزاری.

بر این عقیده‌اند که دیگر ارکان ارتباط (گیرنده و وسیله ارتباط) خود دارای تأثیری ویژه‌اند. همه این عناصر به‌نحوی با هم در ارتباط هستند و یک کل منسجم را می‌سازند. در ساختن طنز رادیویی گیرنده پیام بر روی فرستنده پیام و خود پیام تأثیر می‌گذارد. این شنونده است که در دنیای رسانه‌های متنوع و فراوان و ایستگاه‌ها و کانال‌های فراوان رادیویی و تلویزیونی، یک برنامه خاص را برای ساعتی خاص انتخاب می‌کند؛ پس پیام و فرستنده توسط گیرنده پیام انتخاب می‌شوند. بنابراین، این دو عنصر باید بتوانند احتیاجات و نیازهای مخاطب و گیرنده پیام را تأمین کنند. همچنین فرستنده و پیام - در اینجا طنز رادیویی - می‌توانند بر مخاطب خود تأثیرگذار باشند و سلیقه و ذائقه مخاطب را طبق چیزی که دلخواهشان است، تغییر دهند.

### وسایل ارتباط جمعی

کاربرد گسترده مجراها در انتقال پیام و ایجاد ارتباط اجتماعی، یکی از ابعاد ارتباط، به‌ویژه در جامعه جدید است. هر چند مجراها در همه زمان‌ها وجود داشته‌اند، نظیر چارچی‌ها، چاووش‌ها در گذشته‌های دور؛ اما پیدایی عصر ارتباطات با اختراع وسایل ارتباط جمعی نظیر رادیو، تلویزیون و مطبوعات امکان‌پذیر شده است و در آن، ارتباط از صورت مستقیم و چهره‌به‌چهره درآمد و در صورت جمعی، همه‌جایی کاربردی بی‌سابقه یافت.

وسایل ارتباط جمعی، خود بر گردونه ارتباطی تأثیری شگرف بر جای می‌گذارند. این وسایل برخلاف انتظار، پدیده‌هایی خنثی و تنها کاتالیزور نیستند، خود عصری نو پدید می‌آورند و بر تمامی ارکان جامعه مؤثرند. از میان دیگر وسایل ارتباط، امروزه بیشتر، سخن از وسایل ارتباط جمعی به میان می‌آید. وسایل شگرفی که مظهر ارتقای تکنولوژیک انسانند، دارای بیشترین تأثیر فرهنگی از میان تمامی ابزار و فنون جدیدند و بالاخره بعد از ورود جامعه بشری به هزاره سوم میلادی، وسایل ارتباط جمعی پرتاب جوامع را به‌سوی آینده موجب شده‌اند. این وسایل در پیدایی عادات تازه، تکوین فرهنگی جهانی، تغییر در خلق و خوی انسان‌ها و بالاخره، کوچک‌شدن کره زمین و همسایگی ملل دوردست، سهمی شگرف بر عهده دارند؛ آنچنان که برخی عصر نو را «عصر ارتباطات» می‌خوانند و میزان پیوند

یک جامعه را با افق شگرف تغییرات نوین، میزان تحرک آن در زمینه ارتباطات می‌دانند.

### وسایل ارتباطی گرم و سرد

مک لوهان وسایل ارتباطی را به دو گروه سرد و گرم تقسیم می‌کند. به‌نظر او، وسایل ارتباطی سرد شامل آن ابزار یا وسایلی است که موجبات مشارکت بیشتر انسانی را فراهم می‌کند. به‌عنوان مثال، یک سمینار یا جلسات گفت‌وگو و بحث، وسیله ارتباطی سرد تلقی می‌شوند، و حال آن‌که سخنرانی که در جریان آن فقط یک یا چند نفر اندیشه خود را به دیگران منتقل می‌سازند، بدون اینکه درصدد پیدایی نوعی تبادل فکر برآیند، یک وسیله ارتباطی گرم محسوب می‌شود. بدینسان و براساس همین طرز فکر، مک لوهان، رادیو، سینما و کتاب را در زمره وسایل ارتباطی گرم می‌خواند، درحالی‌که تلویزیون یک وسیله

طنز رادیویی همان‌طور که می‌تواند احساس تعلق اجتماعی و مشارکت را بالا ببرد، همان‌گونه هم باید در انجام این وظیفه خود، مراقب باشد تا موجبات سردی و بی‌اعتمادی عمومی را نسبت به خود فراهم نیاورد.

اشاره دارد. به‌زعم وی وسایل ارتباط جمعی مجموعه‌ای به‌هم‌پیوسته را تشکیل می‌دهند و با هم تنسيق می‌شوند. این مجموعه که با نام الگوی لسول معروف است دارای پنج عنصر بدین‌قرار است:

- کی؟
- چه می‌گوید؟
- از کدام مجرا؟
- با کی؟
- با کدام نتیجه؟

این عناصر با عناصر تشکیل‌دهنده ارتباط که پیش از این بدان پرداختیم، همسویی دارند.

### رسالت‌ها و وظایف طنز رادیویی

هر سازمانی که در متن جامعه پدید می‌آید، باید دارای کارکردهایی در خدمت جمع و جامعه باشد و چنان تنظیم شود که بتواند همانند یک تن،

به‌صورتی هماهنگ، خدمات خود را به جامعه که منشأ و موجد آن است، عرضه دارد. سازمان‌های ارتباطی، به‌ویژه رادیو نیز از این قاعده مستثنی نیستند و تقریباً همه محققان و دست‌اندرکاران مسائل و نیازهای جامعه، مخصوصاً صاحب‌نظران وسایل ارتباطی بدان اندیشیده‌اند. لسول وظایفی چند، نظیر مراقبت از محیط و ایجاد همبستگی میان اجزای گوناگون جامعه را، در پاسخ به محیطی که در آن انتقال میراث فرهنگی از نسلی به نسل دیگر صورت می‌گیرد، به‌عنوان وی وظایف دیگری برای وسایل ارتباط جمعی برمی‌شمارد؛ به‌نظر او این وسایل باید به: حراست از محیط، همبستگی میان اجزای جامعه در پاسخ به نیازهای محیطی و انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر، کمک کنند.

نقش‌ها و وظایف طنز رادیویی را می‌توان به قرار زیر برشمرد:

ارتباطی سرد به‌شمار می‌آید.

به‌نظر مک لوهان یکی از تفاوت‌های رادیو با سایر رسانه‌ها مانند تلویزیون تنوع ارتباط و گفتمان رادیو با مخاطبان است که به‌صورت یکسویه به انتقال افکار و اندیشه‌های خود می‌پردازد.

وسایل ارتباط جمعی، مولود و محصول اندیشه انسانند. از این‌رو منبعث از جامعه و متأثر از آنند، اما بعد از آنکه پیدا شدند و به‌کار رفتند، برحسب نوع استفاده از آنان، می‌توانند سالم، مضر و یا انحراف‌انگیز باشند. حال که این وسایل وسعت یافته‌اند و آنطور که گفته شد، پدیده‌هایی بی‌جان و منفعل نیز نیستند، پس می‌توانند ساخت و سازمان‌پذیرند که با هر ساخت و سازمان، میزان تأثیرشان متفاوت خواهد بود.

لسول در اثرش ساخت و کارکرد ارتباط در جامعه به ساخت‌پذیری ارتباطات و حتی تشابه جامعه انسانی از این دیدگاه با دیگر موجودات

**نقش تفریحی:** وسایل ارتباط جمعی به‌طور معمول با زمان فراغت انسان‌ها برخورد می‌کنند. از این‌رو در مواردی چند، باید موجبات جدایی موقت از واقعیت، فراموشی لحظات دشوار زندگی، تمدد اعصاب و سرگرمی انسان‌ها را فراهم سازند. بنابراین جزئی از کارکرد وسایل ارتباطی تنها تفریح و تفنن انسان‌هاست تا از آنها موجوداتی توانا و خلاق برای کار به‌بار آورد. اما این نحوه گذران اوقات فراغت نیز جنبه اخلاقی دارد؛ زیرا وسیله ارتباطی، نه باید و نه می‌تواند به هر ترتیب هم موجبات خندیدن و تفریح را فراهم سازد و هم جنبه فرهنگی را؛ زیرا فراغتی که با این وسایل صورت می‌پذیرد، گذران زمان است با استفاده از مقولات فرهنگی.

**نقش‌های همگن‌سازی:** وسایل ارتباط جمعی نزدیکی سلیقه‌ها، خواسته‌ها و انتظارات تمامی ساکنان یک جامعه را موجب می‌شوند. وسایل ارتباط جمعی خروج جوامع از عصر محدوده‌های جدا یا تک‌افتاده را موجب می‌شوند.

ژان کازنو و بسیاری دیگر از این روند با عنوان «توده‌سازی» یاد می‌کنند؛ بدین معنا که با ورود وسایل ارتباط جمعی به جامعه، خرده‌فرهنگ‌ها، فرهنگ‌های خاص و مجزا، ناپدید می‌شوند و به‌نوعی تمامی ساکنان یک جامعه تشابه می‌پذیرند و در سبک زندگی، علایق و خواسته‌ها، از الگوی مشابهی که وسایل ارتباط جمعی به آنها می‌دهند، پیروی می‌کنند. این نقش گاهی تأثیری منفی و مخرب در از بین بردن فرهنگ‌های قومی دارد که طنزپردازان رادیویی علاوه بر اینکه باید بیشتر به آداب و رسوم و نحوه زندگی قومیت‌های مختلف و ترویج آنها بپردازند، باید مراقب باشند که به‌کارگیری آداب و رسوم و لهجه‌های مختلف قومی در نوشته‌های طنز، موجب توهین و ایجاد دلزدگی در نحوه برخورد قومیت‌ها با یکدیگر نشوند و روند همگن‌سازی و به اصطلاح تهرانی‌سازی جامعه و به‌سخره‌گرفتن گویش‌های مختلف ایرانی در رسانه‌ها از جمله رادیو و به‌خصوص طنزهای رادیویی، رفته‌رفته باعث نابودی گویش‌ها نشود.

**آگاه‌سازی:** وظیفه دیگر وسایل ارتباط جمعی نه‌تنها انتقال خبر و اطلاع، بلکه تحلیل درست اخبار و تشریح آنهاست. تحلیل علی‌پدیده‌های خبری با زبان طنز و آگاه‌سازی

انسان‌ها از این علل، موجبات تغییر در جهان‌بینی انسان‌ها را فراهم می‌کند. بدینسان تنها وظیفه این وسایل، پخش خبر نیست، بلکه باید به تحلیل وقایع و تشریح آن و آگاه‌سازی انسان‌ها از ضروریات زندگی بپردازند و این اتفاق اگر با نگاه و زبان طنزآمیز همراه شود، تأثیر شگرف و دوچندانی بر مخاطب می‌گذارد.

**احساس تعلق اجتماعی وسایل ارتباط جمعی:** در جوامع جدید که در آن با امحای نسبی سلک‌ها و جماعت‌ها مواجهیم، با افرادی برخورد می‌کنیم که در انبوه وسیع شهرها و با کاستی روابط سنتی، در تنهایی بی‌سابقه‌ای به‌سر می‌برند، حال صدای رادیو، یا تصویر تلویزیون یا نوشته‌های روزنامه‌ها ابزاری است در راه احساس تعلق اجتماعی.

با شنیدن صدای رادیو احساس می‌کنیم ما هم حلقه‌ای از زنجیر جامعه‌ایم. ما هم مانند هزاران نفر این وسیله را گوش می‌دهیم. پس احساس اشتراک تعلق و پیوند متقابل خواهیم داشت. با گوش دادن به رادیو از حوادث محیط پیرامون خود مطلع می‌شویم؛ حادثی که از آن ماست. پس وسیله ارتباطی همچون پلی میان افراد جامعه عمل می‌کند و آنان را از تعلقشان به یک کل آگاه می‌سازد.

مطالعات نشان داده‌اند که هر قدر مطالعه روزنامه، شنیدن رادیو و تلویزیون کاهش پذیرد، به همان نسبت نیز مشارکت اجتماعی به‌عنوان شاخصی از احساس تعلق به جامعه کاستی می‌یابد. فرایند همبستگی مثبت میان مشارکت اجتماعی و استفاده از وسایل ارتباط جمعی و بازیابی هویت فردی در حوادث اجتماعی به‌عنوان نمادهای مشترک و تقویت احساس تعلق اجتماعی را برخی چون لرنر در مباحث دیگری چون احساس مشترک تحلیل نموده‌اند. به‌نظر آنها، وظیفه اساسی وسایل ارتباط جمعی تقویت احساس مشترک میان افراد جامعه است. پس طنز رادیویی همان‌طور که می‌تواند احساس تعلق اجتماعی و مشارکت را بالا ببرد، همان‌گونه هم باید در انجام این وظیفه خود، مراقب باشد تا موجبات سردی و بی‌اعتمادی عمومی را نسبت به خود فراهم نیاورد.

**نتیجه‌گیری و پیشنهاد**  
طنز رادیویی در مقایسه با سایر رسانه‌ها دارای مزیت‌ها و کاستی‌هایی است. مزیت‌های طنز

رادیویی در مقابل طنز مکتوب به قدرت اجرا توسط صدا و صدای پیشگان برمی‌گردد. عنصر صدا در طنز رادیویی بر عنصر کتبی سوار می‌شود و یک بُعد به ابعاد طنز اضافه می‌کند. اجرای نمایشنامه رادیویی توسط صداهای متفاوت، یک امکان جدید به مخاطب و ظرفیت‌های فکری و تخیلی او اضافه می‌کند. همچنین وجودنداشتن تصویر در رادیو در مقایسه با تلویزیون به فضای تخیلی و پرورش تخیل مخاطب کمک می‌کند. اما کاستی‌های آن نسبت به تلویزیون این است که تلویزیون با قدرت مهارنشده و استفاده از حس بینایی انسان و قدرت رنگ و تصویر، انسان‌ها را محصور می‌کند و به سمت خود می‌کشاند و مجال کمتری برای تأمل مخاطبان باقی می‌گذارد. به همین خاطر سریال‌های کمدی تلویزیونی به‌شدت مورد استقبال مخاطبان قرار می‌گیرد و روی آنها تأثیر شگفتی می‌گذارد که رادیو از این قدرت بی‌بهره است. پس می‌توان با تقویت طنزهای رادیویی در زمینه نمایشنامه‌های طنز و صدای پیشگان بر جذابیت‌های شنیداری خاص این برنامه‌ها افزود و مخاطبان خاص طنز رادیویی را پرورش داد.

#### منابع و مأخذ

- (۱۳۸۲)، فرهنگ معین (تک‌جلدی)، تهران: زرین.
- اسکولز، رابرت. (۱۳۷۷)، عناصر داستان، ترجمه فرزانه طاهری، تهران: مرکز.
- اصلانی، محمدرضا. (۱۳۸۵)، فرهنگ اصطلاحات طنز، تهران: کاروان.
- امینی، اسماعیل. (۱۳۸۵)، خندمین تر افسانه، تهران: سوره مهر.
- پولارد، آرتور. (۱۳۸۱)، طنز، ترجمه سعید سعیدپور، تهران: مرکز.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۷۵) جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران: اطلاعات.
- صدر، رؤیا. (۱۳۸۱)، بیست‌سال با طنز، تهران: هرمس.
- کازنو، ژان. (۱۳۶۵)، جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران: اطلاعات.
- مستور، مصطفی. (۱۳۷۹)، مبانی داستان کوتاه، تهران: مرکز.