

# تپسازی و شخصیت‌پردازی در برنامه‌های طنز رادیو

محمد کامران نصیری ارجمان  
پژوهشگر اداره کل پژوهش‌های رادیو

آر نه‌ایم، پژوهشگر نامی قرن بیستم در کتاب مشهور خود، **رادیو** به این مسئله می‌پردازد که چگونه در نتیجه اختراع رادیو، شکل جدیدی از هنر پدید آمده است. آر نه‌ایم با رد نظریه کسانی که معتقدند «ارجحیت حس بینایی بر شنوایی در زندگی آنقدر شدید است که نمی‌توان جهان شنیداری را چیزی فراتر از انتقال به جهان دیداری دانست»، به عصر طلایی رادیو در آمریکا یعنی دهه ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ اشاره می‌کند و با تأکید ویژه به پدید آمدن شکلی نوین از «طنز» و «کمدی» در برنامه‌های رادیویی درخشان این دوران که بعدها تأثیر مستقیم و مشهود خود را بر کمدی‌سازهای مشهوری چون «پرستن استرجس» و کمدین‌های صاحب‌نامی چون «برادران مارکس» در عرصه سینما نشان داد، به این نکته ظریف اشاره می‌کند که با وجود محدودیت‌های بارز و مشهودی که رسانه شنیداری رادیو در مقایسه با رسانه‌های دیداری چون کتاب و فیلم دارد، اما دارای مزایا و ویژگی‌های خاص خود است که در صورت استفاده صحیح از آنها می‌توان به ابعاد جدید و تأثیرگذاری افزون‌تر بر مخاطبان دست یافت.

پیش از هر چیز بهتر است با اشاره‌ای کوتاه به اهمیت عنصر «شخصیت» در نمایش بپردازیم. در نمایش، اهمیت شخصیت از هر عنصر دیگر بیشتر است. عامل شخصیت، محوری است که تمامیت ماجرا بر مدار آن می‌چرخد. دلیل آن هم بسیار ساده و بدیهی است؛ شخصیت‌ها با هم در تعامل و مقابله هستند. این امر ایجاد کشمکش می‌کند و کشمکش نیز بُن‌مایه در پی‌رنگ است که شالوده نمایش را رقم می‌زند. البته باید در نظر داشت که منظور از شخصیت لزوماً شخصیت انسانی نیست؛ به‌ویژه در نمایش‌های فانتزی و طنز می‌توان از درخت، حیوان یا یک شیء به‌عنوان شخصیت نمایشی بهره‌مند شد. ما در بحث شخصیت با دو مقوله روبه‌رو هستیم: یکی «خلق شخصیت»، و دیگری «پردازش شخصیت».

طنز‌نویس در خلق شخصیت می‌تواند:

۱. شخصیت را بر اساس یکی از نمونه‌های واقعی موجود در جامعه و پیرامون خود بسازد؛
۲. براساس شخصیت و ذهنیات خود آن را خلق کند؛
۳. شخصیت را صرفاً براساس قوه تخیل خود خلق کند. (این مورد درباره خلق موجودات فانتزی مثل دیو و غول و پری کاربرد دارد).

اما مسئله‌ای مهم که در خلق شخصیت وجود دارد، «پرورش شخصیت» است. در رسانه رادیو، پردازش شخصیت با استفاده از دیالوگ‌های مناسب و هوشمندانه آسان‌تر از خلق شخصیت است. با این همه در منظر عمومی، پردازش شخصیت کاری بسیار ظریف و حساس است؛ چون در طول یک نمایش، طرز رفتار شخصیت‌ها باید تا پایان ثابت باقی بماند. باید برای تمامی رفتارها و اعمال شخصیت‌ها دلیلی محکم وجود داشته باشد؛ ضمن اینکه شخصیت‌ها باید ملموس و واقعی باشند. در پردازش شخصیت در یک نمایش طنز رادیویی می‌توانیم از دو شیوه استفاده کنیم:



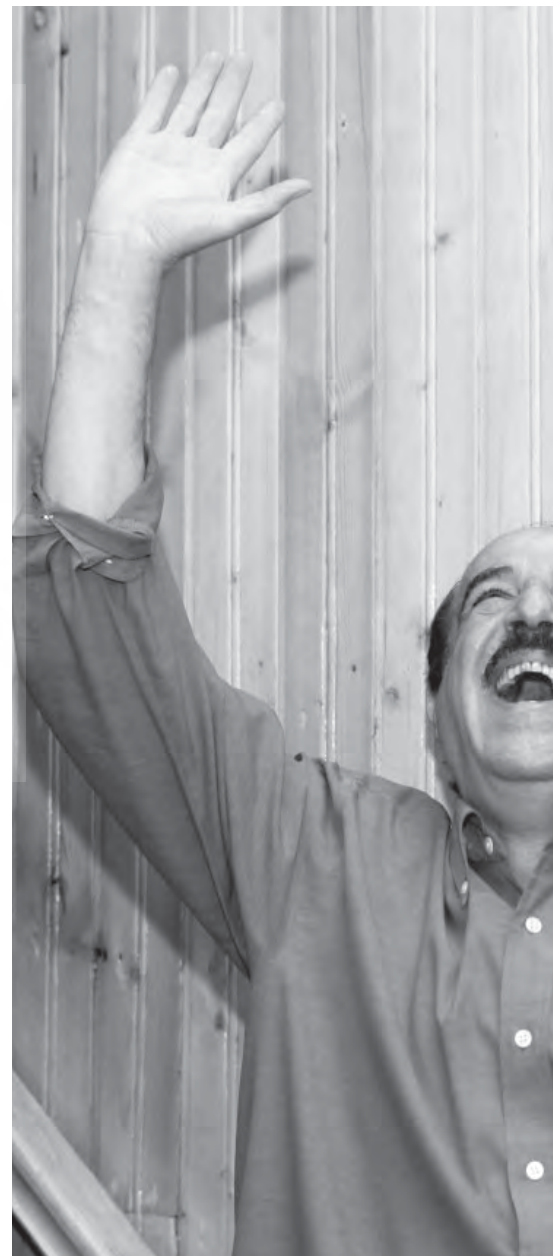
- شیوه اول، «پردازش مستقیم» شخصیت است که در آن رک و صریح با شرح و یا با تجزیه و تحلیل تعریف می‌کنیم که شخصیت نمایشی ما چه نوع آدمی است. معمولاً در شیوه مستقیم از تکنیک‌های طنزی چون Irony (وارونه‌گویی)، wisecrack (توصیف‌های طنزآمیز از چهره و هیبت فیزیکی شخصیت) و catchtale (داستان‌ها و خاطره‌های کوتاهی که خصوصیات رفتاری و اخلاقی شخصیت را توصیف می‌کنند) استفاده می‌شود. مزیت عمده این روش نسبت به پرداخت غیرمستقیم، واضح و مختصر بودن آن است، اما هیچ‌وقت نمی‌توان به‌تنهایی از این روش استفاده کرد. اگر در نمایش طنز رادیویی، معرفی مستقیم شخصیت همراه با معرفی غیرمستقیم نباشد، جنبه طنز آن نمی‌تواند با مخاطب ارتباط برقرار کند، بنابراین خیلی زود باعث کسالت وی خواهد شد؛ چون طبیعی است که شنونده پس از گذشت چند دقیقه خواهد گفت که این شخصیت نیست که تو به من معرفی می‌کنی، بلکه شرحی راجع به اوست.

- اما «پردازش غیرمستقیم» شخصیت که بار مستقیم آن در یک نمایش طنز رادیویی درجه اول وابسته به محتوا و لحن گفت‌وگوی شخصیت‌ها و پس از آن موسیقی همراه و سایر افکت‌های صوتی است، توجهی ویژه می‌طلبد. همان‌گونه که می‌دانید، قسمت اعظم زندگی ما از «گفت‌وگو» تشکیل شده است.

گفت‌وگو با اعضای خانواده، همکاران، فروشندگان و... در نمایش نیز گفت‌وگو در عین پیشبرد خط داستانی، باید در خلال خود موارد مهمی چون سن، جنس، وضعیت روحی و اخلاقی و حتی وضعیت فیزیکی شخصیت نمایش را برای شنونده آشکار کند. باید در نظر داشت همان‌طور که در جامعه یک پیرمرد شبیه یک بچه صحبت می‌کند، در نمایش نیز اینگونه تفاوت باید کاملاً روشن باشد؛ با لحاظ این تفاوت که در یک نمایش رادیویی طنز یا فانتزی، امکان چنین قاعده‌شکنی‌هایی به شکل اصولی و با رعایت منطق داستانی امکان‌پذیر است. در روش پردازش غیرمستقیم، شخصیت به جای آنکه راوی با صدای یکنواخت شخصیت را توصیف کند، این کار را بر عهده دیگر شخصیت‌های نمایش می‌گذارد تا آنها در گفت‌وگوهای خود دست به پردازش شخصیت موردنظر بزنند.

اما در مورد تیپ یا به‌عبارت دیگر شخصیت‌های نوعی، اگر در جریان نمایش، شخصیتی نماینده قشر خاصی از افراد باشد، آن شخصیت «نوعی» است و «تیپ» نامیده می‌شود. از مشهورترین و موفق‌ترین تیپ‌های نمایش‌های طنز رادیویی می‌توان به شخصیت «ملون» با صدای زنده‌یاد منوچهر نوذری و «میرزا عبدالطمع» که بعدها به «میرزاعبدالیزینس» تغییر یافت، اشاره کرد. گویش خاص، ویژگی‌های مشخص گفتاری و رفتاری و همچنین نبود فراز و نشیب شخصیتی، از جمله خصوصیات شخصیت‌های نوعی یا تیپ است. شخصیت‌های نوعی به‌راحتی قابل پیش‌بینی‌اند، زیرا تک‌بُعدی هستند و از لایه‌های مختلف شخصیتی به‌دورند. خالق این‌گونه شخصیت‌ها در اثر خود به ویژگی‌های جزئی آنها نمی‌پردازند و مشخصه‌های رفتاری خاصی را در نظر نمی‌گیرند. صفاتی که به این نوع شخصیت تعمیم می‌دهند، صفات کلی است. در این نوع شخصیت‌پردازی معمولاً با شخصیت‌های سیاه مطلق یا سفید مطلق سروکار داریم و کمتر نشانی از شخصیت‌های خاکستری می‌بینیم.

نوشتن متون طنز رادیویی چه در قالب نمایش بلند و چه در قطعات کوتاه، کاری به‌نسبت آسان است. نویسنده تنها باید موقعیت‌های مختلف را در نظر بگیرد و تیپ‌هایی را که خلق کرده، در آن موقعیت‌ها قرار دهد. متون نمایش «روحوضی» از جمله مشهورترین متون نمایشی تیپ‌محور هستند که تمامی وقایع در آنها حول محور شخصیتی حاجی‌بازاری، پیر و طماع، سیاه و زیرک و لوده و نیز پسر و دختر جوانی رخ می‌دهد که سر آخر به وصال یکدیگر می‌رسند. استفاده از لهجه‌های اجتماعی، گونه‌های زبانی جغرافیایی، تکیه کلام‌های خاص و شوخی‌های روز و عامه‌پسند، از جمله معمول‌ترین تکنیک‌های نویسندگان نمایش‌های طنز



رادیویی تیپ‌محور است.

در کنار شخصیت‌های نوعی باید به شخصیت‌های «قالبی» و «قراردادی» نیز اشاره کرد که نوشتن متن طنز رادیویی برای آنها کم‌وبیش از همان الگوی نمایش‌های تیپ‌محور پیروی می‌کند. شخصیت «قالبی» ظاهرش آشنا و صحبت‌هایش قابل‌پیش‌بینی است. کارآگاه زیرک، کارگر تنبل و کلاهبردار خوش‌سروزیان، از جمله مشهورترین شخصیت‌های قالبی هستند. شخصیت «قراردادی» نیز کم‌وبیش مشابه شخصیت قالبی است؛ افرادی شناخته‌شده که به‌طور مرتب در نمایشنامه‌ها و داستان‌ها ظاهر می‌شوند و خصوصیات محدود و مشخصی دارند. شاید بتوان گفت که اصلی‌ترین تفاوت شخصیت قراردادی با شخصیت قالبی در این است که رفتار اولی در پاره‌ای موارد قابل‌پیش‌بینی نیست. شخصیت‌های قالبی و قراردادی اغلب مکمل تیپ‌ها هستند. در مثالی که در مورد نمایش‌های روح‌حسی آوردیم، شخصیت پسر و دختر جوان که قرار است جنبه رمانتیک نمایش را پوشش دهند، شخصیت‌های قالبی محسوب می‌شوند. نویسنده متون طنز رادیویی اغلب چندان دغدغه خلق لهجه و گویش خاص را برای شخصیت قالبی ندارد. شخصیت‌های قالبی برای شکل‌گیری، بیش از هر چیز محتاج نوشتن دیالوگ‌های کلیشه‌ای مناسب هستند.

بدیهی است که با تیپ‌ها و شخصیت‌های قالبی و قراردادی در بهترین شکل ممکن، تنها می‌توان یک کمدی رادیویی «هوراسی»<sup>۱</sup> موفق تهیه کرد. استفاده از نوع و شیوه‌های خاص ادای جملات، کشیدن برخی کلمات، کاربرد لحن و لهجه‌های بامزه و استفاده از موسیقی و جلوه‌های مناسب، نمی‌توانند در کنار هم یک نمایش طنز رادیویی فاخر تولید کنند. نویسنده‌ای که قصد دارد اثری متفاوت در حوزه طنز رادیویی خلق کند، باید در کنار استفاده از تیپ‌ها و شخصیت‌های قالبی و قراردادی، شخصیت‌پردازی فردی را نیز مدنظر داشته باشد. شخصیت فردی برخلاف شخصیت نوعی، چندبعدی است؛ لایه‌لایه است و فکر می‌کند. وقتی با شخصیت فردی سروکار داریم، تنها یک نفر را مدنظر داریم نه نماینده هزاران هزار نفر را. از نمونه‌های به‌کارگیری موفق شخصیت فردی و نوعی در کنار هم باید به نمایش زندگی پنهانی والترمیتی (برگرفته از داستان کوتاهی به همین نام از جیمز تربر) اشاره کنیم که در آن یک شخصیت شکست‌خورده و فاقد اعتمادبه‌نفس به نام «والترمیتی» در خیالبافی‌های روزمره‌اش، خود را در قالب تیپ‌هایی چون قهرمان جنگ، جاسوس بین‌المللی و نجیب‌زاده‌ای دون‌ژوان مسلک می‌بیند.

به‌طور خلاصه می‌توان گفت که در یک نمایش طنز رادیویی موفق هم به تیپ نیاز داریم و هم به شخصیت، ضمن آنکه نمایش ویژگی‌های شخصیتی و تیبی، با استفاده از گفت‌وگوها و افکت‌های صوتی / موسیقی مناسب، باید به‌قدری قوی باشد که موقعیت‌های نمایشی شنیداری، فقدان موقعیت‌های بصری را پوشش دهد. همچنین رعایت اصول چهارگانه را در روند شخصیت‌پردازی اینگونه نمایش‌ها می‌توان چنین تعمیم داد:

- **کیفیت:** نویسنده، نمایشی در مورد شخصیتی که هیچ شناختی از شغل و ویژگی‌های حرفه‌ای او ندارد، بنویسد.

- **کمیت:** نویسنده باید در حد نیاز اطلاعات شنیداری را در مورد ویژگی‌های فیزیکی و شخصیتی قهرمان داستان خود در اختیار شنونده قرار دهد.

- **ارتباط:** مطالب مطرح‌شده از سوی شخصیت‌ها باید در ارتباط با ویژگی‌های اجتماعی و فردی آنها باشند.

- **روش:** اجتناب از ابهام در شخصیت‌پردازی و التقاط ویژگی‌های شخصیتی و تیبی متفاوت با یکدیگر.

**پی‌نوشت:**

۱. کمدی هوراسی، نوعی کمدی است که در آن صرفاً خنده و تفریح مخاطب مدنظر است و اندیشه و فلسفه خاصی در ورای آن قرار ندارد.