

طنز

و بر نامه‌های کودک و نوجوان رادیو

❖ فرح غنی‌زاده سیدلر

دانشجوی کارشناسی‌ارشد تهیه‌کنندگی رادیویی و تهیه‌کننده رادیو اردبیل



پژوهش‌های علم انسانی و مطالعات فرهنگی دیباچه

بود که خودم خواسته‌ام؛ موجودی بی‌هیچ نگرانی و غم و درد و نالایمی؛ موجودی که می‌تواند از ته دل بخندد. با این ترتیب می‌بینیم که هدف همه بازی‌های کودکانه آن است که کودک احساس کند که دیگر نگرانی وجود ندارد و از هر بلایی در امان است و آن وقت آزادانه بخندد. در زندگی پرهیجان امروزی با همه سر و صدا و گرفتاری‌هایی که ماشین و ابزار ماشینی برای مردم فراهم آورده است، ارزش خندیدن و شاد کردن از همیشه بیشتر است. بزرگی گفته است «اگر بتوانیم با هم بخندیم، می‌توانیم با هم زندگی کنیم.» کسی که از شوخ طبعی - نه مسخرگی - بهره‌ای دارد انسان مفیدتر و سالم‌تری

روان‌شناسان یکی از نیازهای معنوی کودکان را «بازی، شادی و نیاز به تغییر» می‌دانند. «یکنواختی، کسالت‌آور است و زندگی یکنواخت، کسل‌کننده. کودکان با بازی‌هایشان به ما نشان می‌دهند که چقدر مشتاق هستند که چیزی جز آنچه هستند، باشند. کودک وانمود می‌کند که پدر است، مادر است، معلم است و حتی روباه یا راسو یا خرگوش است؛ چون می‌خواهد برای چند لحظه هم که شده تغییری در آنچه همیشگی است، به وجود آورد. اگر من این نباشم که هستم، غصه‌ها و نگرانی‌های من نیز آنهایی نخواهند بود که هستند. در این صورت من آن خواهم

چکیده

ایستگاه‌های مختلف رادیویی، متناسب با اهداف خود تلاش می‌کنند تا کودکان را جذب برنامه‌های خود کنند. از جمله مهم‌ترین اهداف ایستگاه در جذب مخاطبان کودک، القای فرهنگ گوش‌دادن به رادیو و از رهگذر آن، افزایش مخاطبان رادیوست. براساس نظریه‌های «استفاده و رضامندی» و «وابستگی به رسانه» هرچه رسانه بهتر پاسخگوی نیاز مخاطبان باشد، وابستگی مخاطبان به آن بیشتر می‌شود. از دیدگاه روان‌شناسان، یکی از نیازهای معنوی کودکان و نوجوانان «نیاز به شادی» و یکی از کارکردهای اصلی رادیو نیز کارکرد «تفریحی و سرگرمی» است.

پس می‌توان گفت: رادیو می‌تواند با تهیه و تولید برنامه‌های طنز، نیاز به شادی کودکان و نوجوانان را پاسخ دهد و با بالابردن احساس رضامندی آنها بر تعداد مخاطبان خود بیفزاید. طنز کودک و نوجوان از یک سو باید طنز بودن خود را ثابت کند و از سوی دیگر طنزی برای کودکان و نوجوانان باشد.

این مقاله برای دستیابی به ویژگی‌های طنز در برنامه‌های کودک و نوجوان رادیو، به دنبال پاسخگویی به دو سؤال اساسی زیر است:

- طنز چیست؟

- کودک و نوجوان کیست؟

برای یافتن پاسخ پرسش اول، مروری بر تعریف‌های ارائه‌شده گونه‌های شوخ‌طبعی شده که طنز یکی از این گونه‌هاست و در پاسخ به پرسش دوم نیز از دیدگاه روان‌شناسی، ویژگی‌های کودکان و نوجوانان بررسی شده است. گونه‌های شوخ‌طبعی در ادبیات کودکان، متناسب طنز رادیویی با مخاطبان کودک و نوجوان و تأثیر آن در جذب این گروه از مخاطبان از مباحث دیگری است که در ادامه مقاله آمده است. در خاتمه با توجه به آنچه گفته‌ایم، در بخش نتیجه‌گیری به ویژگی‌های طنز رادیویی در برنامه‌های کودک و نوجوان پرداخته‌ایم.

روش‌گاه‌های علم از روش‌های فلسفی

بیان مسئله

کودکان، همواره از جمله مهم‌ترین گروه‌های مورد توجه در ایستگاه‌های مختلف هستند. ایستگاه‌های مختلف رادیویی متناسب با اهداف خود تلاش می‌کنند تا کودکان را جذب برنامه‌های خود کنند. «برای نمونه ایستگاه کلاسیک FM در طول پخش برنامه‌های صبح و عصر خود، بخش‌هایی ویژه کودکان دارد. در پاسخ به این نیاز، رادیو ۳ در اکتبر سال ۲۰۰۰، برنامه ویژه موسیقی کودکان را با شرکت دو مجری مشهور، سایمون تامس و مت بیکر، برای شنیدن در راه برگشت از مدرسه به خانه راه‌اندازی کرد. در همین حال رادیو ۴ تصمیمی را که در سال

شادکردن کودکان، نشانه کمبود آشنایی و توجه‌نداشتن به آنها نیست. این امر از نظر تعلیم و تربیت نوعی نیاز است، نوعی وسیله است و نوعی ضمانت در مقابله با خطر. بچه با جدی بودن پزمرده می‌شود و در او عنادی سخت نسبت به هر موضوع جدید پدید می‌آید.» (حجازی، ۱۳۸۰: ۱۵۳)

طنز، ضمن شادکردن کودکان، می‌تواند تمامی مسائل مربوط به زندگی را دربرگیرد و کودکان را در همه شئون زندگی راهنمایی کند و با آمیزه‌ای از لبخند، رفتارهای غلط و ناصحیح را از صحیح بازشناساند.

است.» (حکیمی و کاموس، ۱۳۸۲: ۱۷۷) طنزی که در این میان بتواند کودک را به‌راستی شاد کند و بخنداند ارزشی بی‌حساب دارد؛ چرا که هم توانسته است کودک را از زحمت وانمودکردن و در نقش دیگران رفتن رهایی بخشد و به او در برابر غصه‌ها، نگرانی‌ها و تنهایی‌هایش ایمنی دهد و هم زیباترین موضوع‌ها را به نحوی سرگرم‌کننده و لذت‌بخش به کودکان ارائه دهد. «بهترین افکار و قشنگ‌ترین موضوع‌ها اگر به نحو سرگرم‌کننده و لذت‌بخش به کودکان و نوجوانان ارائه نشوند هرگز نفوذ کلامی را نخواهند داشت.» (حجازی، ۱۳۸۰: ۲۱) «گورکی معتقد است که تمایل به

۱۹۹۸ درباره برنامه‌های گفتارمحور برای کودکان گرفته بود، با پخش یک برنامه جدید برای کودکان در بهار سال ۲۰۰۱ نقض کرد و با اختصاص هشت ساعت از برنامه‌های خود به خواندن داستان هری پاتر و سنگ جادو نوشته جی. کی رولینگ، نام خود را در تاریخ پخش برنامه ثبت کرد. **رادیو و بر جین هم** برای آنکه از قافله عقب نماند، با پخش یک برنامه تلفنی ویژه کودکان زیر یازده سال به نام برنامه **پیت و جف** در برنامه‌های شبانه، با موضوعاتی چون دیشب چه خوابی دیدم و بدترین غذای مدرسه سعی کرد مخاطبان جوان‌تر را جذب خود کند. (فلمینگ، ۱۳۸۴: ۲۴۰)

مطالعاتی اساسی و عمیق در چند دهه اخیر، در حوزه ارتباطات و رسانه انجام شده که نتیجه آن نظریه‌های مختلفی است که هر یک از آنها سعی کرده به تبیین و تفسیر ارتباط مخاطب با رسانه ارتباطی بپردازد. «از میان نظریه‌های مختلف، دو نظریه ارتباطی تنگاتنگ و مرتبط با یکدیگر دارند، که عبارتند از: نظریه استفاده و رضامندی و نظریه وابستگی به رسانه. چگونگی بهره‌برداری از این نظریه‌ها می‌تواند نحوه شناخت ما را از رسانه‌ها دگرگون کند و راه‌هایی جدید را در پیش روی ما قرار دهد. برای نخستین بار الیهو کاتز در توجیه اینکه مردم از رسانه‌ها برای منافع خودشان استفاده می‌کنند، نظریه استفاده و رضامندی را مطرح کرد. این نظریه که در سال‌های دهه ۱۹۷۰ میلادی مطرح بود، برخلاف نظریه‌های قبلی که مخاطبان را منفعل و کنش‌پذیر می‌دانستند، مخاطبان رسانه را فعال می‌داند و معتقد است که مخاطبان در پی رسانه خاصی هستند که سبب رضایت خاطر آنهاست و با نیازهای شخصی آنها مطابقت دارد. در سال ۱۹۷۵ میلادی ملوین دفلور و ساندرال بال روکیچ با استفاده از نظریه استفاده و رضامندی، تئوری وابستگی به رسانه‌ها را مطرح کردند. مطابق این نظریه در

دنیای امروز به‌ویژه در جوامع صنعتی یا شهرهای بزرگ، مردم برای خرید تولیدات و خدمات، پیداکردن محیط مناسب و درک مسائل و حوادث جامعه و اجتماع به اطلاعاتی زیاد نیازمندند. ارتباطات سنتی به تنهایی قادر نیست به این نیازها پاسخ دهد، اما سیستم‌های رسانه‌ای مانند چاپ، سینما، رادیو و تلویزیون و شبکه‌های رایانه‌ای، تأمین‌کننده این نیاز هستند و مردم برای رفع نیازهایشان به رسانه‌ها وابسته شده‌اند. هر چه این رسانه بهتر پاسخگوی نیازها باشد، وابستگی به آن بیشتر می‌شود.» (خجسته، ۱۳۸۵: ۱)

به گفته روان‌شناسان، یکی از نیازهای کودکان و نوجوانان «نیاز به شادی» و یکی از کارکردهای اصلی رادیو «کارکرد تفریحی و سرگرمی» آن است. می‌توان گفت که رادیو با تهیه برنامه‌های طنز می‌تواند کارکرد تفریحی و سرگرمی خود را در کنار سایر کارکردها به کار گرفته، نیاز به شادی کودکان و نوجوانان را پاسخ دهد و به این ترتیب با بالابردن حس رضامندی آنها بر تعداد مخاطبان خود بیفزاید. در این میان، بر برنامه‌سازان رادیو فرض است که ویژگی‌های طنز رادیویی مناسب کودکان و نوجوانان را شناسایی کنند و با تهیه برنامه‌های طنز مطلوب این گروه از مخاطبان، در مسیر افزایش مخاطبان رادیو گام بردارند.

تعریف طنز کودک و نوجوان

تعریف طنز کودک و نوجوان همانند تعریف خود کودک و نوجوان پیچیده و دشوار است. ولی آنچه مسلم است آنکه:

• طنز کودک و نوجوان پیش از هر چیز باید طنز باشد و طنز بودن خود را اثبات کند.

• طنز کودک و نوجوان، طنزی برای کودکان و نوجوانان است که بر اساس نوع مخاطب خود موجودیت می‌یابد و به عنوان شاخه‌ای از طنز به رسمیت شناخته می‌شود. در سراسر این نوع طنز می‌توان از روساخت و ژرف‌ساخت آن پشتوانه معتبر علمی آن در ترسیم مفهوم و ساخت

شخصیت کودک و نوجوان پی برد. • طنزی که با استفاده از راوی و شخصیت کودک و یا نوجوان و یا با زبانی کودکانه، تنها روساختی کودکانه و نوجوانانه دارد، اما در ژرف‌ساخت برای بزرگسالان و یا ارائه مفاهیم بزرگسالانه است، طنز کودک و نوجوان نیست.

برای رسیدن به تعریفی درست از طنز کودک و نوجوان باید به دو پرسش اساسی پاسخ داد:

- طنز چیست؟

- کودک و نوجوان کیست؟

پرسش اول: طنز چیست؟

تارکوفسکی می‌گوید: «هنرمند به جای همه کسانی حرف می‌زند که خود قادر به سخن گفتن نیستند» و هنر وقتی قالب شوخ‌طبعی به خود گیرد، در عرصه‌ای به فراخی دنیای انسان‌ها ناگفته را وامی‌گیرد و در قالب‌های گوناگون به تناسب شرایط موجود و نوع نگاه هنرمند، گونه‌های متفاوت به خود می‌گیرد. بر این اساس، بسیاری تلاش کرده‌اند که شوخ‌طبعی را به تناسب عمق و معنا، قالب و زبان، یا موضوع تقسیم‌بندی و تعریفی مشخص از شاخه‌های گوناگون آن ارائه کنند. این تقسیم‌بندی‌ها، در طول زمان شکل گرفته و دگرگون شده است... این مرزبندی‌ها از سویی نزد همگان یکسان نیست و از سوی دیگر به‌طور معمول تقسیم‌بندی دقیقی را برای جداکردن شاخه‌های گوناگون شوخ‌طبعی به دست نمی‌دهد.

ولی در نگاهی گذرا می‌توان گفت شاخه‌های شوخ‌طبعی را هجو، هزل، طنز، فکاهه و لطیفه دانسته‌اند. در این میان، از مطایبه- شوخ‌طبعی و بذله‌گویی به حد اعتدال- نیز یاد شده است. (صدر، ۱۳۸۱: ۲)

بذله یا لطیفه: بذله یا لطیفه «در لغت به معنای گفتاری نغز، مطلبی باریک و نیکو، بذله، شوخی، نکته باریک، دقیقه و نیز اشارات دقیقی است که از آن معنایی در ذهن‌خطور کند که آن را نتوان تعبیر کرد.

عیب را برشمردن، به منظور تمسخر و انتقاد به کار می‌رود.

ماتیو هوگارت در فرهنگ وبستر می‌گوید: «هجو یا هجا (satire) یک کار ادبی است از نوعی که در آن زشتی‌ها، دیوانگی‌ها و دشنام‌ها گرد هم می‌آیند تا به وسیله آن کسی یا گروهی را تحقیر یا تمسخر کنند.» (همان: ۵)

طنز: «طنز در لغت به معنای افسوس کردن، مسخره کردن، طعنه زدن، سرزنش کردن، بر کسی خندیدن، عیب کردن، لقب کردن، سخن به رموز گفتن، به استهزا از کسی سخن گفتن و ناز کردن آمده است.» (همان: ۶)

«درآیدن نهایت طنز را اصلاح و تصحیح عیوب و نواقص و دیفو سرانجام طنز را تهذیب و اصلاح می‌داند. بیشتر تعریف‌هایی که تاکنون از طنز در ادبیات فارسی ارائه شده نیز 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 خویش بگریاند. تعریف یحیی آربین‌پور در کتاب از صبا تا نیما ناظر بر همین نگاه انقلابی و دست کم اصلاح‌طلبانه به طنز است: «طنز عبارت از روشی ویژه در نویسندگی است که ضمن دادن تصویری هجوآمیز از جهات منفی و ناجور زندگی، معایب و مفاسد جامعه و حقایق تلخ اجتماعی را به صورتی اغراق‌آمیز یعنی زشت‌تر و بدتر کیب‌تر 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 هر چه زندگی را از ترقی و پیشرفت باز می‌دارد،



طنز، ضمن شادکردن
کودکان، می‌تواند تمامی
مسائل مربوط به
زندگی را دربرگیرد و
آنها را در همه شئون
زندگی راهنمایی کند
و با آمیزه‌ای از لبخند،
رفتارهای غلط و
ناصحیح را از صحیح
بازشناساند.

لطیفه در اصطلاح ادبی، روایت طیبیت‌آمیز داستان‌وار کوتاهی است که بر پیوند حلقه‌های واقعی و تصادفی استوار است و پایان‌بندی آن توأم با اوج، کمال و غافلگیری است. لطیفه رایج‌ترین و عامیانه‌ترین اشکال شوخ‌طبعی است که با وجود سادگی و کوتاهی و همه‌گیر بودن، پر از رمز و راز و جلوه‌گاه اندیشه و فرهنگ ملت‌هاست و سازندگان آن، اغلب از میان عوام گمنام برخاسته‌اند.» (همان: ۳)

هزل: «به معنای لاغ، سخن بیهوده، مسخرگی و لودگی، شوخی و ظرافت کردن با دیگران است. آن را به معنای دروغ و خلاف واقع و باطل، سخنان زشت و شرم‌آور به قصد شوخی، تفریح و نشاط نیز به کار برده‌اند.» (همان: ۳)

فکاهه: «اگر هزل به دور از زشت‌گویی بیان شود و تنها هدفش خندانیدن مخاطب باشد، به فکاهه بدل می‌شود. فکاهه صورت تکامل‌یافته و عمیق هزل است که از جنبه شخصی درآمد و مخاطب عام یافته است و به همین دلیل، در همه‌جا قابل استفاده است و بیشتر بر عنصر طیبیت و خنده تأکید دارد. بر همین اساس، برخی فکاهه را معادل Humour به معنای مزاح به کار برده‌اند. قدما تا حدودی اصطلاح مطایبه (wit) را به همان معنا استفاده می‌کردند و هر سخن خنده‌دار و ملازم با مزاح، بذله‌گویی و شوخ‌طبعی را مطایبه

می‌نامیدند. بنابراین می‌توان مطایبه را مترادف با فکاهه دانست، با این تفاوت که مطایبه معمولاً شوخی‌های لفظی را دربر می‌گرفت در حالی که فکاهه معنای عام‌تری داشت و به عرصه اعمال و حرکات نیز کشیده می‌شد.» (همان: ۴)

هجو: «هجو را مقابل مدح دانسته‌اند. هجو در لغت به معنای عیب کسی را شمردن، نکوهیدن، کسی را به شعر دشنام‌دادن، سرزنش، نکوهش، فحش، سخن بیهوده و پوچ است، و به مفهوم

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.» (همان: ۷)

پرسش دوم: کودک و نوجوان کیست؟ این پرسش به ظاهر پرسشی ساده است؛ چراکه هر یک از ما کودکی و نوجوانی را تجربه کرده‌ایم و کم‌وبیش آن‌را به خاطر می‌آوریم. احتمالاً برای سؤال «کودک و نوجوان کیست؟» به تعداد انسان‌ها پاسخ وجود دارد، ولی بهتر آن است که برای کشف حقیقت وجود کودک و شناخت امیال، نیازها و استعدادهای او سری به علم روان‌شناسی بزنیم. از نظر روان‌شناسی، مراحل مختلف کودکی و نوجوانی به شرح زیر تقسیم می‌شود:

- الف) سال‌های قبل از دبستان یعنی تا ۶ سالگی؛
- ب) سال‌های اول دبستان یعنی ۶ تا ۷ سالگی؛
- ج) سال‌های میانه دبستان یعنی ۸ و ۹ سالگی؛
- د) سال‌های آخر دبستان یعنی ۱۰ و ۱۱ سالگی؛
- ه) سال‌های نوجوانی یعنی ۱۲ تا ۱۵ سالگی.

سال‌های قبل از دبستان، یعنی تا ۶ سالگی

- سریع‌ترین مرحله رشد جسمی و روانی کودک است.
- کودک زمینه‌هایی تازه برای رشد و اکتشاف به دست می‌آورد.
- به شدت کنجکاو است.

«تخیل‌پروری رادیو» و

«تخیل‌پردازی کودکان»

دو ویژگی هم‌راستا

میان رسانه رادیو و

این گروه از مخاطبان

(کودکان) است. «طنز»

ظرفیت فراوانی برای

تخیل‌پروری دارد و رادیو

می‌تواند با تهیه گونه‌های

مناسب شوخ‌طبعی برای

کودکان و نوجوانان در

مسیر تخیل‌پردازی آنان

قدم بردارد و به جایگاهی

عالی در جمع این گروه از

مخاطبان دست یابد.

- مدت زمان تمرکز و توجهش کوتاه است و هنوز میان تخیل و واقعیت در نوسان است.
- در روابطش با دیگران ضمن اینکه خود را مرکز کلیه فعالیت‌ها می‌بیند، به امنیت خاطر و پشتیبانی بزرگ‌ترها نیز احتیاج دارد.

به همین دلایل است که از کلام آهنگ‌دار و از قصه‌هایی که قطعات تکراری دارند، لذت می‌برد. داستان‌هایی می‌خواهد که در یک نشست کوتاه تمام شود. کتاب‌هایی می‌خواهد که در آن صحبت از اشیای محیط اطراف او، جانداران و گیاهان آشنا باشد. در تصاویر و جزئیات آن دقیق می‌شود و هر قدر نزدیک‌تر به طبیعت باشند، نکاتی تازه و بیشتر را کشف می‌کند. سخن‌گفتن حیوانات و گیاهان و اشیاء را می‌پذیرد و از عوامل تخیلی دلنشین لذت می‌برد. دوست دارد خود قهرمان کتاب باشد و یا قهرمان طوری باشد که یکی شدن با او دشوار نباشد. (ناظمی، ۱۳۸۵: ۷۳)

سال‌های اول دبستان، یعنی ۶ تا ۷ سالگی

- سنین تقلید، خیال‌بافی و داستان‌پردازی، سنین کسب استقلال و تظاهر، احساس عدالت‌طلبی و تکوین ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی به صورت پیشرفته‌تر است.

- سن انواع چراها و کنجکاوای شدید نسبت به همه گونه مسائل محیط است.
- جنسیت برای کودک مطرح می‌شود.
- از شوخی و طنز لذت می‌برد و حتی خودش نمونه‌هایی می‌سازد.
- گرچه قدرت تمرکز و توجهش بیش از دوره قبلی است، اما محدود است.
- وابستگی خانوادگی‌اش شدید است. (همان: ۷۴)

در این سن باید مراقب بود «شوخ‌طبعی و لذت از طنز به لذت از نکات آزردهنده، تحقیر و تمسخر سوق نیابد.» (همان: ۷۵)

«سال‌های میانه دبستان، یعنی ۸ و ۹



سالگی

• مدت زمان تمرکز و توجهش افزایش می‌یابد، به طوری که اگر به کاری علاقه‌مند باشد قادر است از یک تا دو ساعت با آن کار سرگرم شود و نیروی خود را بر آن متمرکز کند.

• در زمینه‌های متعدد علم و فن، علاقه‌مندی‌های خاص پیدا می‌کند. این زمینه‌ها در این سن میان دختران و پسران فرق می‌کند.

• گروه همسالان نقش مهمی در زندگی کودک ایفا می‌کند و سلیقه‌ها، رفتارها و فعالیت‌های او را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

• حس استقلال‌طلبی نسبت به بزرگ‌ترها و رفتار با نظر شخصی علائمی تازه از خود بروز می‌دهد.

• لذت از شنیدن، خواندن و دیدن ماجراها شروع می‌شود، ولی هنوز به اوج شدت خود نرسیده است.

• هشت و نه سالگی، سن تهیه مجموعه‌ها (کلکسیون) و سن پیگیری برای یافتن اطلاعات خاص در زمینه‌های مورد علاقه است.

• تحرک، بازی و ورزش قسمت بزرگی از اوقات فراغت این سنین را اشغال می‌کند. (همان: ۷۵)

سال‌های آخر دبستان، یعنی ۱۰ و ۱۱ سالگی

• اختلاف سرعت رشد میان دختران و پسران، نخستین مسئله‌ای است که باید در این سنین به آن توجه کرد.

• دختران در حدود دو سال زودتر از پسران بالغ می‌شوند و به همین جهت تغییرات جسمی دوران بلوغ در آنها زودتر ظاهر می‌شود. بیشتر رشد می‌کنند و به دنیای درونی گروه همسالان بیشتر توجه پیدا می‌کنند. به پسران هم‌سن خود کمتر توجه دارند و به معاشرت با پسران بزرگ‌تر بیشتر راغب هستند.

• برای یافتن استقلال بیشتر از خانواده دور می‌شوند و نمونه‌ها و دوستان خود را در گروه همسالان می‌جویند و هر دو جنس برای خود قهرمانان خاص انتخاب

می‌کنند.

• تخیل در زمینه‌های علمی و فلسفی برایشان جالب است. در غیر این صورت، واقعیات و زندگی اجتماعی، کششی بی‌سابقه برایشان دارد.

ماجراهای واقعی گذشته و به‌خصوص حال دنیای خودشان، ساعت‌ها آنها را سرگرم می‌کند. خواندن شرح حال‌ها، داستان‌های واقعی طولانی، کتاب‌های ماجراجویی و قهرمانی، داستان‌های عشقی و عاطفی به تدریج شروع می‌شود. در این دوران به افسانه کم توجه می‌شود؛ مگر اینکه نکته‌ای خاص دربر داشته باشد. (همان: ۷۷)

دوران نوجوانی، یعنی ۱۲ و ۱۵ سالگی

• تغییرات جسمانی دختران و پسران در این سنین بسیار سریع است و به همین میزان نیز غلیان عواطف که به اشکال مختلف سرگردانی‌ها و تقلید بروز می‌کند، تند است.

• نوجوانان نسبت به دنیای بزرگ‌ترها معترض می‌شوند و به جست‌وجوی جهان‌بینی و فلسفه خاص زندگی برای خود برمی‌خیزند.

• افکار تند و تصاویر مبالغه‌آمیزی از قهرمانان مورد علاقه، آنها را جذب می‌کند و به همین طریق نیز به نوعی دیگر از واقعیات دور می‌شود و تصاویری ایده‌آل و یا شاید تخیلی از زندگی در ذهن خود منسجم می‌کند.

• تأثیر گروه سنی همسالان به شدیدترین درجه خود می‌رسد. پدر، مادر، معلم و مدرسه در مقام دوم اهمیت قرار می‌گیرند.

• تجربه لحظات عاطفی و نخستین عشق‌ها در همین سنین است. (همان: ۷۸)

گونه‌های شوخ‌طبعی در ادبیات

کودکان

۱. داستانی: الف) داستان‌های واقعی فکاهی وطنز

ب) افسانه‌های فکاهی و طنزآمیز لطیفه

۳. شعرهای شوخی‌آمیز

داستان‌های واقعی فکاهی و طنز: کودک از سنین ۱۰ سالگی به بعد دیگر با افسانه‌ها ارضا نمی‌شود. نسبت به محیط خارج کنجکاو می‌شود و به سراغ داستان‌هایی می‌رود که بتواند روابط انسان‌ها را تعبیر و تفسیر کند. در این مرحله است که مسئولیت خطیر داستان‌های واقعی در جهت سازندگی شخصیت کودک و نوجوان شروع می‌شود. (جعفرقلیان، ۱۳۸۴: ۲۹)

«این داستان‌ها مسائل زندگی روزمره را با دیدی خاص و با شوخ‌طبعی مورد بحث قرار می‌دهند. درک طنز و نکات فکاهی یک مطلب، مهارتی است که طفل به تدریج به دست می‌آورد. داستان‌های فکاهی خوب به اطفال و نوآموزان یاد می‌دهند که از خفیف‌کردن و زجر دادن و مسخره کردن دیگران لذت نبرند و به آنها نهند، بلکه خنده آنها بیشتر به موقعیت‌ها و حوادثی باشد که خنده‌دار است. شل بودن، لکنت زبان داشتن، به‌کاربردن کلمات رکیک، وسیله خنداندن یک کتاب خوب فکاهی نیست بلکه اغلب، تیزهوشی قهرمان داستان و نکته‌سنجی اوست که لبخند بر لبان خواننده داستان می‌آورد. داستان‌های طنزآمیز انتقادی نیز به شرطی که مبتذل نباشد روشی تازه در برخورد با مسائل به خواننده جوان می‌نمایاند؛ مانند مجموعه طنز تلخ مرادی کرمانی به نام داستان‌های مجید.» (حجازی، ۱۳۸۰: ۱۴۱)

افسانه‌های فکاهی و طنزآمیز: «در بسیاری از افسانه‌های عامیانه، شوخ‌طبعی خاص ملل هویداست. نکته خنده‌دار گاه در حماقت‌های قهرمانان داستان و گاه در ذکاوت و سرعت انتقال اوست، ولی هرگز از ظاهر معیوب شخصی برای خنداندن خواننده یا شنونده استفاده نمی‌شود. از افسانه‌های معروف فکاهی ایران خاله گردن‌دراز و خاله خدیجه را می‌توان نام برد.» (حجازی، ۱۳۸۰: ۱۵۳)

«در افسانه خر و گرگ، خر از گرگ می‌خواهد که پیش از دریدن او، شمس را ببیند. گرگ اینچنین می‌کند و به

سزای نادانی خود لگدی جانانه می خورد. در روایتی دیگر، دختری با شمع روشن، می رود که از جایی دور آتش بیاورد یا مردی که انجیر و آلو و بادنجان را از هم تمیز نمی دهد و خیال می کند انجیر که بزرگ تر شود آلو و بادنجان خواهد شد. او هر سه را به نوبت می چشد. انجیر شیرین، آلوی ترش و بادنجان تلخ را و پس از خوردن بادنجان می گوید: تو هر چه چاق تر می شوی بدمزه تر می شوی.»

رادیو با تهیه برنامه های طنز می تواند کارکرد تفریحی و سرگرمی خود را در کنار سایر کارکردها به کار گرفته، نیاز به شادی کودکان و نوجوانان را پاسخ دهد و به این ترتیب با بالابردن حس رضامندی آنها بر تعداد مخاطبان خود بیفزاید.

(محمدی و قایینی، ۱۳۸۰، ج ۱: ۸۸)
لطیفه: «لطیفه ها از کوتاه ترین گونه های ادبی با دیرینه ای بلند هستند که در ردیف طنز جای می گیرند. این گونه شاید از همان هنگام که انسان از نیروی جادویی زبان آگاه شد، پدید آمده باشد. لطیفه ها نیاز انسان را به خنده برآورده می سازند. در ادبیات مردمی، لطیفه های ملانصرالدین و بهلول دانای دیوانه از همه پرآوازه ترند.

کودکان و نوجوانان این داستان های کوتاه خنده دار را دوست دارند. (محمدی و قایینی، ۱۳۸۰: ۶۷)

شعرهای شوخی آمیز: «کودک در دنیایی خیال انگیز زندگی می کند و دارای قدرت تخیل بالایی است. همچنین بسیاری از حرکات و حرف هایش را با موسیقی خاص ادا می کند ... شعر کلامی است موزون و مقفی و خیال انگیز که این وجوه با ویژگی های کودک اشتراک دارد.» (جعفرقلیان، ۱۳۸۴: ۴۶)

شعر وسیله تفریحی و سرگرمی و به شادی گذراندن اوقات فراغت است. شعرهایی که بر شوخی و طنز بنا نهاده شده اند مورد علاقه کودکان هستند. «این نوع اشعار بیشتر بر اساس وقایع، پیش آمده ها و اتفاقاتی که برای کودکان پیش می آید سروده می شود که بیشتر بی معنی و عجیب و غریب است؛ مانند اشعاری که بچه های کودکان می خوانند. در ادبیات عامیانه بسیاری از این اشعار، گاهی عجیب و غریب و بی معنی به نظر می رسند.

مثلاً:
محمود بالا بالا
وقتی میری به بازی
نکنی زبون درازی

یا
هاجستم و واجستم
تو حوض نقره جستم
نقره نمکدو نم شد
حاجیه به قریونم شد» (همان: ۵۸)

طنز رادیویی و مخاطب کودک و نوجوان

اگرچه «اولین نمایش نامه های کمدی، از رادیو به صورت رله از اجرای زنده برنامه ها در سالن های نمایش و موسیقی پخش می شد» (کریسل، ۲۸۳۱: ۶۶۲)، ولی رادیو توانست خیلی زود با تکیه بر ویژگی های خاص خود حرفی متفاوت بزند و «به خلق و تولید شکل های مختلف هنری که از انواع مشابه آن در تئاتر سنتی به مراتب فراتر بود، بپردازد.» (همان: ۲۷۱)
برخی بر این عقیده بودند که کمدی

پدیده ای بصری و تصویری است و باید از طریق نشان دادن حرکات صورت، گرفتن ژست و قیافه، ادا درآوردن و سایر اطوار بدنی آن را نشان داد و چون رادیو فاقد این بعد تصویری است، نمی تواند در پرداخت به این مقوله موفقیتی کسب کند. اما همین تصویری نبودن رادیو «مزیت های واقعی را برای رادیو نسبت به سایر رسانه های جمعی به وجود آورده است. معروف ترین این مزایا جاذبه قدرت تخیل رادیوست. از آنجا که رادیو به جای صدا و تصویر تنها صدا می فرستد، شنونده ناگزیر است اطلاعات دیداری را خود برای خود بسازد. جزئیات توصیف می شوند و یا آنکه از طریق صدا، خود را مجسم می کنند؛ ولی این اطلاعات، برای شنونده به تصویر کشیده نشده اند. او باید آنها را خود به تصویر بکشد و البته احتمال دارد از آنها به عنوان مبنایی برای تصاویر پیشرفته تر از جزئیاتی که توصیف نمی شود، استفاده کند. به علاوه همان طور که می دانیم، دامنه تخیل در عمل بی پایان است، بنابراین نه تنها می توانیم تصویر اشیای زنده را بسازیم، بلکه قادریم از صحنه های ناممکن و خیالی یک بازی تجربی، تصویری داشته باشیم.» (همان: ۷)

رادیو در اجرای طنز، از این شیوه خاص و بی همتای خود به خوبی بهره می برد؛ چراکه «به هر شنونده این امکان را می دهد که مطابق تخیل خود از آن برداشت کند؛ در حالی که رسانه تصویری فقط می تواند یک صورت و یک شکل واحد، معین و محدود از آن را عرضه کند.» (همان: ۲۸۱)

اگر به ویژگی های کودکان نیز نگاهی بیندازیم، درمی یابیم که «تخیل پروری رادیو» و «تخیل پردازی کودکان» دو ویژگی هم راستا میان رسانه رادیو و این گروه از مخاطبان است. «طنز» ظرفیت فراوانی برای تخیل پروری دارد و رادیو می تواند با تهیه گونه های مناسب شوخ طبعی برای کودکان و نوجوانان در

مسیر تخیل‌پردازی آنان قدم بردارد و به جایگاهی خوب در جمع این گروه از مخاطبان دست یابد.

از سوی دیگر، «برای درک و فهم طنز یک قضیه و گرفتن نکته‌های ظریف آن، شنونده نوعی خلاقیت درونی به کار می‌بندد و همین مسئله او را خوشحال می‌کند و به او این احساس را می‌دهد که این اوست که هم استعداد و هم ارزش درک مطلب را داشته است. به این ترتیب برنامه‌های کم‌دی، شنونده را دعوت می‌کند که به خودش به شیوه‌ای تازه بنگرد و در جرگه اشخاص همفکر خودش هویت پیدا کند.» (کرایسل، ۱۳۸۲: ۲۹۷)

اگر این مورد را نیز با ویژگی گرایش به گروه‌بندی کودکان و نوجوانان در کنار هم قرار دهیم، درمی‌یابیم که رادیو می‌تواند با تهیه برنامه‌های طنز، نه تنها وارد گروه‌بندی آنها شود، بلکه با ایجاد گروه‌بندی جدید در میان کودکان و نوجوانان، موقعیت خود را نزد آنها تحکیم بخشد.

نتیجه‌گیری

مطالب گفته‌شده نشان‌دهنده آن است که طنز رادیویی، کاملاً با ویژگی‌های مخاطب کودک و نوجوان متناسب است. چرا که:

- یکی از نیازهای معنوی کودکان و نوجوانان، نیاز به شادی و یکی از کارکردهای اصلی رادیو نیز کارکرد تفریحی و سرگرمی آن است.

- یکی از خصلت‌های کودکان، خیال‌پردازی است و طنز رادیویی چه در قالبی ساده و چه در قالبی پیچیده مانند «نمایش» تخیل‌پرور است.

- یکی از ویژگی‌های کودکان و نوجوانان، گرایش به گروه‌بندی است و طنز رادیویی با ایجاد حس درک نکته‌های ظریف و نهفته طنز در این گروه از مخاطبان، آنها را در جرگه اشخاص همفکر گروه‌بندی می‌کند.

در پرداخت طنز برای مخاطبان کودک و نوجوان باید به نکات زیر توجه کرد:

- کودکان از سال‌های اول دبستان، به

تدریج با طنز و شوخی آشنا می‌شوند. به یاد داشته باشیم که درک طنز و شناخت نمادهای به‌کاررفته در آن مهارتی است که به یکباره حاصل نمی‌شود. از این‌رو در این سن، می‌توان با گفتن لطیفه‌های ساده کودکانه، آرام‌آرام آنها را وارد دنیای طنز کرد.

- کودکان تا سال‌های آخر دبستان، یعنی تا ۱۱ سالگی به افسانه علاقه‌مندند. از این‌رو تا این سن بهتر است طنز را در قالب افسانه به آنها ارائه داد.

- کودکان با دنیای حیوانات رابطه‌ای بهتر دارند، بخشی از طنز آنها را می‌توان در داستان‌هایی با شخصیت‌های حیوانی بیان کرد.

- نوجوانان به دنیای واقعی علاقه‌مندترند. آنها دروغ‌ها، ریاکاری‌ها و رفتارهای زشت را به خوبی تشخیص می‌دهند و از افشای آن با زبان طنز لذت می‌برند. از این‌رو طنز اگر برگرفته از دنیای واقعی باشد، برای آنها جذابیتی بیشتر دارد.

- به سبب قدرت تخیل کودکان، طنز کودک باید تصویری‌تر و ملموس‌تر باشد، و لسی در طنز نوجوان بر کلام و بازی با واژگان هم می‌توان حساب کرد.

- طنزهای داستانی با تنظیم رادیویی صحیح می‌توانند به یک نمایش رادیویی خوب تبدیل شوند.

- اشعار طنز می‌توانند با همراهی موسیقی در رادیو ظهور پیدا کرده و کودکان را جذب رادیو کنند.

- به یاد داشته باشیم که کودکان مراحل رشد خود را می‌گذرانند. پس دقت کنیم که لذت از طنز، به لذت از تحقیر، تمسخر و آزار دیگران تبدیل نشود.

- هدف نهایی طنز را که راهنمایی، اصلاح و تربیت است، هرگز فراموش نکنیم.

منابع و مأخذ

جعفرقلیان، طاهره (۱۳۷۷). ادبیات کودکان، تهران: دانشگاه پیام نور.
حجازی، بنفشه (۱۳۸۸). ادبیات کودکان و نوجوانان، تهران: روشنگران و مطالعات زنان.

حکیمی، محمود و کاموس، مهدی (۱۳۸۲). مبانی ادبیات کودکان و نوجوانان، تهران: آرون. خجسته، حسن (۱۳۸۵). مطالعاتی جامعه‌شناختی درباره رادیو، تهران: اداره کل پژوهش‌های رادیو.

صدر، رؤیا (۱۳۸۱). بیست سال با طنز، تهران: هرمس.

فل‌مینگ، کارول (۱۳۸۴). دستینه رادیو، ترجمه دکتر ناصر بلیغ، تهران: تحقیق و توسعه صدا.

کرایسل، اندرو (۱۳۸۱). درک رادیو، ترجمه معصومه عصام، تهران: تحقیق و توسعه صدا.

محمدی، هادی و قایینی، زهره (۱۳۷۹). تاریخ ادبیات کودکان ایران، تهران: چیستا.

ناظمی، یحیی (۱۳۸۵). ادبیات کودکان، تهران: چاپار.