

معیارهای بنیادین طنزپردازی در سریال‌های تلویزیونی

مهدی داودآبادی فراهانی^۱

تاریخ ارسال: ۱۴۰۰/۷/۷، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۸/۱۹

چکیده

این پژوهش کیفی با استفاده از روش تبیینی تحلیلی، به صورت استنتاجی و اکتشافی درصدد پاسخ به این پرسش است که چه معیارهای بنیادینی جهت طنزپردازی در سریال‌های تلویزیونی باید مبنای عمل قرار گیرند؟ برای پاسخ به این پرسش مبنای تبیین معیارها، مدل «فرانزیه» بوده است تا با نگاه کلان از طریق «روش مثلث‌سازی» میان مبانی اندیشه اسلامی، معارف عقلی و نظریه‌های طنزپردازی در ادبیات نمایشی، معیارهای بنیادین تبیین شوند. نتایج چنین نشان می‌دهد که معیارهای طنزپردازی عام و خاص هستند. معیارهای عام مبتنی بر نظریه توحیدی شادکامی، سعادت‌طلبی، اصلاح‌طلبی و معرفت‌بخشی است که باید مبنای عمل قرار گیرند و معیارهای خاص که بیشتر در ساخت جهان داستان و تحقق شرایط مفروض آن نقش دارند، عبارتند از صدق و حقیقت در انتخاب موضوع، نصیح و خیرخواهی در ایجاد موقعیت‌های دراماتیک و پایبندی به هنجارهایی چون حفظ کرامت انسانی، احترام به حریم خصوصی، پرهیز از توهین به افراد و مقدسات در شخصیت‌پردازی و نگارش دیالوگ‌های دراماتیک.

واژه‌های کلیدی

طنزپردازی، طنز تلویزیونی، سریال تلویزیونی، معیارها و نظریه‌های طنز.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

۱. دکتری حکمت هنر دینی، دانشکده ادیان، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران. (نویسنده مسئول)

Film.nevis@gmail.com

مقدمه

مجموعه‌های طنز تلویزیون همواره با اقبال عمومی همراه بوده و از پرمخاطب‌ترین و محبوب‌ترین قالب‌های تلویزیونی به شمار می‌روند. جذابیت این برنامه‌ها از یک سو و رسالت تلویزیون به عنوان نهاد تأثیرگذار فرهنگی از سوی دیگر، ایجاب می‌کند تا در ساخت برنامه‌های نمایشی طنز، علاوه بر سرگرمی‌سازی و نقش تفریحی این برنامه‌ها، مخاطبان را با واقعیات زندگی، آسیب‌های فرهنگی و تهدیدهای اجتماعی و اعتقادی آشنا سازد. استفاده از طنز در هنرهای نمایشی برای بیان اندیشه و دیدگاه انتقادی نسبت به مسائل اجتماعی، ناهنجاری‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی از دیرباز در ایران و جهان مرسوم بوده است. منظور از طنز در این جستار، مفهوم پذیرفته شده‌ای است که برابر نهاد واژه «sitire» قرار دارد و «به معنای طنز هدفمند اجتماعی و سیاسی است که از ادبیات و لحن سطح بالاتری برخوردار است». (موریل، ۱۳۹۲: ۱۷۲). دلیل انتخاب این تعریف هم قرابت آن با تعریفی است که ارسطو از کمدی ارائه می‌دهد. یعنی «تقلید از اطوار و اخلاق زشت که موجب ریشخند و استهزاء می‌شود. البته در این کار، گزند یا آسیبی متوجه کسی نمی‌شود». (Aristotle, 1898, 21). طنز به عنوان نوع شاخص کمدی، ناظر به تعریف ارسطو به جهت اصلاح جامعه، با انتقاد از ناهنجاری‌ها، پلیدی‌ها و زشتی‌های فردی و اجتماعی با شوخ طبعی و ظرافت، بدون آزار دیگران به کار گرفته می‌شود. مجموعه‌های طنز داستانی در میان برنامه‌های نمایشی تلویزیون به جهت درگیر کردن مخاطب در دوره‌های زمانی طولانی از اهمیت زیادی برخوردارند. این قالب نمایشی به دلیل جذابیت و ظرافت‌هایی که دارد از حساسیت جدی برخوردار است. سریال‌ها و مجموعه‌های نمایشی در جهت ترویج سیاست‌های رسانه‌ای و تلویزیونی می‌توانند تصویر روشنی از مسائل اجتماعی و فرهنگی ارائه نمایند. کما اینکه می‌تواند تاثیرات مخرب فرهنگی، اجتماعی و اعتقادی را در پی داشته باشند. تاثیر این نوع از برنامه‌های تلویزیونی و نحوه مواجهه مخاطبان به آنها، جایگاه و نقش تعیین کننده این قالب نمایشی در تلویزیون را برجسته می‌نماید. علاوه بر جنبه سرگرمی‌سازی و لذت‌آفرینی و فرح‌بخشی این برنامه‌های طنز، محتوای تلویزیونی، معناسازی و هویت فرهنگی که به صورت مستقیم و غیر مستقیم در آنها ارائه می‌شود نیز در مصرف رسانه‌ای دارای اهمیت است. این اهمیت اگر چه از

سمت قرائت و روایت خاص حاکم بر رسانه ملی اشرا ب می‌شود که در تولید سایر برنامه‌های تلویزیون نیز حاکم است، اما به دلیل فراوانی مخاطب و حساسیت مجموعه‌های نمایشی طنز، کارکرد ویژه‌تری به خود می‌گیرند. چه به عنوان ظرفیت آموزشی که فراهم می‌آورند و چه به عنوان ابزاری در جهت قاعده‌مندی هویت جمعی و اشاعه جهان‌بینی غالب در فضای اجتماعی. این قالب نمایشی می‌تواند برای به تصویر کشیدن واقعیت‌های تلخ جامعه، زشتی‌ها و کاستی‌های اخلاقی در رفتار افراد و گروه‌ها اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد. طنز جهت اصلاح وضع موجود می‌کوشد مخاطب را نسبت به کجی‌ها و ناهنجاری‌ها آگاه سازد و از این طریق او را به سمت وضعیت مطلوب سوق دهد؛ یا حداقل کارکردی بازدارنده داشته باشد. این خاصیت طنز قرار نیست با روشی استنتاجی و ردیف کردن دلائل عقلی مخاطبش را به تفکر وا دارد. اگر چه بازنمایی رفتارهای ناهنجار اجتماعی و خصلت‌های ناپسند انسانی در قالب موقعیت‌های نمایشی طنزآمیز، موجب برانگیختن احساسات مخاطب و نزدیک شدن به خواست عمومی و جذب حداکثری مخاطبان می‌شود، اما باید بر اساس معیارهای بنیادینی انجام شود که تاثیرگذاری آن را تقویت نماید و آسیب‌های آن را به حداقل برساند. طنز این ظرفیت را دارد تا عیب‌ها، ناهنجاری‌ها و زشتی‌های جامعه را بدون تخریب، بدون توهین و بدون ایجاد رنج و درد به سخره گیرد و بیهوده‌گی رذالت‌ها را برجسته سازد. به عبارت دیگر تاثیر طنز فقط ایجاد مضحکه و یا ایجاد انبساط و شادی در مخاطب نیست. بلکه در پس شوخی‌ها و لطیفه و کنش‌های مضحکه‌آمیز، نوعی رویکرد انتقادی نهفته است که کنش اندیشیدن را در پی دارد. در این مقاله تلاش نگارنده بر آن است تا معیارهای بنیادین حاکم بر طنزپردازی در سریال‌های تلویزیونی را تبیین نماید.

روش تحقیق

روش پژوهش حاضر، تبیینی تحلیلی است و در رده تحقیقات کیفی قرار دارد. «پژوهش تبیینی، بررسی پدیده‌ها برای معلوم ساختن روابط میان آنها است». (اسلام پور، ۱۳۹۴: ۳۴). نگارنده با استفاده از روش تبیینی تحلیلی به مطالعه‌ای اکتشافی پرداخته تا معیارهای بنیادین طنزپردازی در سریال‌های تلویزیونی را

استخراج نماید. اقتضای چنین تکاپوی علمی استفاده از «روش مثلث‌سازی»^۱ در تحلیل داده‌ها است. در این روش با استفاده از چشم اندازی‌های نظری متعدد، از دیدگاه‌ها و فرضیه‌های گوناگون و تلفیق آنها استفاده می‌کند تا امکان تولید دیدگاه جدید یا فرازوی از نظریات موجود فراهم شود. استفاده از چند نظریه و کاربرد بیش از یک اندیشه در تحلیل داده‌ها، می‌تواند نتایج متقن علمی را در پی داشته باشد و آسیب‌ها و خطاها را کاهش دهد. چون «هدف مثلث‌سازی، غلبه بر سوگیری‌های ذاتی است که ناشی از به کارگرفتن یک روش، یک مشاهده‌گر و یا یک تئوری در مطالعات می‌باشد. به کار بردن رویکردهای متعدد در یک مطالعه می‌تواند منجر به افزایش اعتماد و اعتبار اطلاعات گردد» (حسنی، ۱۳۹۲: ۶۶۵). مثلث‌سازی در این تحقیق بر مبنای اندیشه اسلامی، معارف عقلی و مبانی طنزپردازی در ادبیات نمایشی استوار است. از این‌رو علاوه بر جنبه‌های بنیادین و در نظر گرفتن اصول و منطق حاکم بر معیارهای یادشده، نیم‌نگاهی نیز بر بُعد کارآمدی و کاربردی آنها خواهد شد.

پیشینه تحقیق

اسماعیل‌زادگان (۱۳۸۷)، در مقاله «چیستی طنز و کارکردهای اسلامی آن»، علاوه بر تبیین چیستی طنز، جایگاه، اشکال و قالب‌های طنز را مورد بررسی قرار داده و سه کارکرد عمده انتقاد، سرگرمی و سرکوب را برای طنز برشمرده است. نتایج این مقاله نشان می‌دهد که این کارکردها با رعایت چارچوب‌هایی می‌تواند در جهت اهداف دینی کاربرد داشته باشند؛ بدون آنکه تعارضی با هنجارهای رسانه دینی داشته باشند. این پژوهش چارچوب نظری معینی ارائه نداده و نتوانسته به صورت روشمند، کاربردهای طنز را جامع و فراگیر تحلیل نماید. مروتی (۱۳۹۳)، نیز در مقاله «شناخت طنز و بررسی جایگاه و کاربرد آن در روایات اسلامی»، نخست مفهوم طنز را بررسی نموده، سپس با نگرشی تاریخی کاربردهای آن را در کلام معصومین (ع) در چهار قالب تهگم، تمثیل، تشبیه و کنایه تبیین کرده است و چنین نتیجه می‌گیرد که هدف طنز اصلاح فرد و جامعه است. با این همه اما نگارنده نتیجه مشخصی پیراون ماهیت طنز در اسلام و کارکردهای آن ارائه نداده است. گروه معارف مرکز

1. Triangulation Method.

پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما نیز در «پژوهشی درباره طنز در شریعت و اخلاق» با نگاهی سلبی در صدد تعیین محدوده طنز و مطابیه در شرع و اخلاق برآمده و در انتها نیز چند مصاحبه با فقهاء پیرامون مفهوم طنز در شریعت ترتیب داده است. در این پژوهش نیز چارچوب علمی مشخصی دیده نمی‌شود و اصول حاکم بر طنزپردازی مورد غفلت واقع شده است. اسحق‌پور (۱۳۹۷)، نیز در مقاله «بازنمایی شادکامی در سریال‌های خانوادگی با توجه به الگوی اسلامی»، با روش تحلیل محتوای کمی، هفت سریال را به صورت هدفمند با معیارهای محبوبیت و تاثیرگذاری، با توجه به ماهیت شادکامی در الگوی اسلامی تحلیل نموده و چنین نتیجه گرفته که رضامندی کمترین میزان و زیر مقوله لذت مادی از مقوله نشاط، بیشترین میزان بازنمایی را در سریال‌ها داشته است. اما این سریال‌ها در کاهش کنش‌های منفی و ایجاد تعادل میان بهره‌مندی از لذت‌های مادی و معنوی در مواجهه با موقعیت‌های خوشایند و ناخوشایند، تصویر درستی از شادکامی ارائه نداده‌اند. عنوان این پژوهش هرچند نزدیک به مقاله پیش‌رو است، اما در روش تحقیق، از تحلیل کمی بهره‌برده و در بررسی معیارها، نتوانسته معیارهای بنیادین را در طنزپردازی ارائه نماید. تنها توانسته دو معیار غیر بنیادی محبوبیت و تاثیرگذاری را مبنای تحلیل‌های خود قرار داده است.

مبنای نظری

در تبیین معیارهای بنیادین طنزپردازی، از «فرانزیه»^۱ استفاده می‌شود. این فرانزیه مبتنی بر تلفیق و ترکیب نظریات، متناسب با ظرفیت این حوزه دانشی، نتایج مفید نظریه‌ها را مورد استفاده قرار می‌دهد. فرانزیه نگاهی کلان و بنیادین به مقولات دارد. فرانزیه رهیافتی علمی است که «طیف وسیعی از مقولات مربوط به نظریه یا نظریه‌ها مانند ماهیت، آموزه‌ها، ساختار، محیط و دیگر موارد را شامل می‌شود». (Neufeldt, 1994: 851). در واقع فرانزیه معرفتی درجه دوم، مبتنی بر پیش فرض‌های معرفت‌شناختی و وجودشناختی مشترک در نظریه‌های رایج است. برخی فرانزیه را در دو سطح پیشینی و پسینی مورد بررسی قرار داده‌اند. (ریترز، ۱۳۷۴: ۶۲۴). در پژوهش حاضر رویکرد پسینی، یعنی فرانزیه در راستای بهره‌مندی

1. Metatheory.

از نظریه‌های موجود مد نظر است. در این رویکرد فرانظریه تصویری رشدیافته و تعمیم‌پذیر از مجموعه‌ای نظریه‌ها است که از محدودیت نظریه واحد و مدل جزئی و ثابت علمی فراتر می‌رود. این رشدیافتگی بدان جهت است که نظریه‌های علمی در حال شدن هستند و چیزی بیش از یک مدل علمی را شامل می‌شوند. (صمدی، ۱۳۹۰: ۷۰). در اینجا ذکر این نکته ضروری است که فرانظریه هستاری انتزاعی ندارد؛ بلکه به صورتی دقیق قوانین بنیادینی را نتیجه می‌دهد که فرآورده نظریه‌های شناخته شده در ساحت‌های مختلف علمی بوده، دارای اعتبار و کارآمدی عینی هستند.

از آنجاکه نمی‌توان از یک منظر خاص یا نظریه واحد به طور مثال نظریه اخلاقی یا نظریه کلامی، معیارهای بنیادین را استخراج و تبیین نمود، ضروری است از نوعی یکپارچگی که در قاعده‌مهندسازی معیارها و اعتبار بخشی به آنها در فرانظریه وجود دارد، بهره‌جست. بنابراین برای تحقق جامعیت در معیارها و پرهیز از یک‌جانبه‌نگری، گریزی از این فرانظریه نیست. خاستگاه اصلی این معیارهای بنیادین از منظر نظریه‌های مختلف، آموزه‌های قرآنی، حدیثی و مذاق شریعت است. چنانکه در اعتبار بخشی برخی معیارها نیز از هنجارهای مقبول عقلی استفاده شده است. مستندات خاص معیارهای یاد شده، به تناسب در مباحث پیش‌رو ارائه خواهد شد. در تبیین معیارهای بنیادین طنزپردازی، ذکر این نکته مهم است که با رویکرد ذات‌گرایانه نمی‌توان با مقوله طنز مواجه شد. یعنی طنز مانند سایر مفاهیم دیگر همچون هنر و زیبایی، ذات ندارد؛ لذا نمی‌توان در استفاده از این گونه نمایشی، تأسیس اصل نمود که مثلاً اصل بر ممنوعیت یا اصل بر جواز آن باشد. بنابراین ذکر معیارهای بنیادین در طنزپردازی دارای حیثیت تعلیلیه است. به این معنا که معیارهای بنیادین به عنوان ذات یا جزء طنز لحاظ نمی‌شوند؛ بلکه از آن جهت که واسطه و علت در ترتب حکم هستند، باید مورد توجه قرار گیرند.

بحث و بررسی

سریال‌ها و مجموعه‌های طنز در جهت ترویج سیاست‌های رسانه‌ای و تلویزیونی،

۱ - حیثیت تعلیلیه در مقابل حیثیت تقییدیه مطرح می‌شود و به معنی آن است که این حیث، ذاتی موضوع نیست؛ پس نه تمام موضوع و نه جزء آن است. بلکه تنها علت ترتب حکم بر موضوع است. (محمدی، ۱۳۸۷: ۲۶۶).

می‌توانند تصویر روشنی از مسائل اجتماعی، فرهنگی، مذهبی و دینی ارائه نمایند. تاثیر این نوع برنامه‌های تلویزیونی و نحوه مواجهه مخاطبان با آنها، جایگاه و نقش تعیین کننده این قالب نمایشی را در تلویزیون برجسته می‌سازد. از این‌رو باید گفت طنزپردازی در سریال‌های نمایشی رسانه ملی، به عنوان یکی از ابزارهای فرهنگ‌ساز در جامعه اسلامی باید تابع معیارهای بنیادین شناخته شده‌ای انجام پذیرد که با اصول، مبانی، انسان‌شناسی، معرفت‌شناسی و هستی‌شناسی اسلامی هماهنگ باشد. معیارهای بنیادین طنزپردازی از نوع نگرش انسان به هستی، ماهیت انسان، جایگاه اراده و اختیار وی، وظیفه‌گرایی، فضیلت‌محوری، عزت‌طلبی، کمال‌گرایی، فردگرایی یا جمع‌گرایی و اصلاح‌طلبی، استنتاج می‌شوند. در یک نگاه کلی معیارهای بنیادین حاکم بر طنزپردازی در مجموعه‌های تلویزیونی را می‌توان به دو دست تقسیم نمود.

معیارهای بنیادین عام

رسالت اصلی رسانه ملی به عنوان رسانه‌ای تاثیرگذار، ترویج فرهنگ دینی و ارزش‌های اخلاقی، تمدنی و انسانی است که بر بنیان‌های اسلامی استوار است. تولید مجموعه‌های طنز نمایشی نیز تابع همین اصل است. این معیارهای عام، فارغ از هر گونه نسبی‌گرایی و استنباط‌های فردی، می‌تواند مبنای صحیح تولید متون نمایشی در ژانر کمدی و گونه پرترفدار طنز باشد. پایبندی به این معیارها نه تنها مانع شکوفایی و خلاقیت طنزپردازی نخواهد بود، که چشم‌انداز روشنی در برابر طنزپردازان برنامه‌های نمایشی می‌گشاید و چالش‌ها و آسیب‌های جدی این گونه تلویزیونی را به حداقل می‌رساند.

۱. ضرورت شادمانی

شادی، ابتهاج و انبساط روحی، یکی از نیازهای فطری انسان است. نشاط مانند سایر لذت‌ها، نعمتی است که خداوند به انسان اعطا کرده است. برخی فلاسفه بزرگ چون ارسطو و توماس آکویناس از طنز، بذله‌گویی و حاضر جوابی به عنوان یک فضیلت نام برده‌اند. چون به انسان‌ها کمک می‌کند آرامش داشته باشند و از حضور یکدیگر لذت ببرند. (موریل، ۱۳۹۲: ۱۵۷). بهره بردن از لذت‌های حلال، چیزی است که خداوند از اهل ایمان می‌خواهد تا خود را از آن محروم نکنند.

این بهره‌مندی تا حدی ضروری است که اگر کسی آن را بر خود حرام کند، مورد سرزنش الهی است. (اعراف: ۳۲-۳۳). چون «از نشانه‌های ایمان، نشاط دائمی است». (کلینی، ج ۳، ۵۸۱). در سیره پیامبر اسلام، حُسن خلق و شوخ‌طبعی عملی برجسته است. دلیل این امر هم در کلام ایشان تصریح شده است. آنجا که فرمود «من نیز مانند شما انسانم و با شما مزاح و شوخی می‌کنم». (هندی، ۱۴۰۹: ج ۳، ۶۴۹). البته این شوخ‌طبعی پیامبر تنها از سر صدق و حقیقت است. (فیض‌کاشانی، ۱۴۱۷: ۲۳۲) و می‌فرمود «تفریح و سرگرمی داشته باشید. همانا دوست ندارم در دین شما خشکی و سختی ببینم». (محمدی‌ری شهری، ۱۳۸۵: ج ۱۰، ۳۱۰). امام حسین علیه السلام نیز فرمود «بشتابید به سوی شادی دنیا و آخرت». (صدوق، ۱۳۸۹: ۲۴۰). رسانه ملی نیز باید برای جذب مخاطب و خارج کردن رسانه‌های رقیب، تمام ظرفیت‌های ژانری و تمهیدات روایی را در تولید سریال‌های طنز به کار گیرد. این تکاپو در واقع می‌تواند در جهت پاسخ‌گویی نیاز فطری و ذاتی انسان به شاد زیستن و نشاط اجتماعی باشد. اما پرداختن به این ضرورت، نباید دستیاری به هر ابزاری را در نیل به این هدف ممکن سازد. نتیجه بینش‌های مادی در پاسخ‌گویی به این ضرورت، دین‌گریزی و عدم پایبندی به اصول اخلاقی است؛ که گاه نیز به پایمال شدن حقوق دیگران، زیر پا گذاشتن حریم‌خصوصی، دروغ‌پردازی و دامن زدن به مسائل جنسی و غرائز حیوانی می‌انجامد. خنده فارغ البال در طنز مورد تایید نظریه‌پردازان درام نیست. لذا افلاطون پسندیده نمی‌داند که شاعران، مردان بزرگ را در حالی تجسم سازند که از خنده بی اختیار شده‌اند. (افلاطون، ۱۳۶۶: ج ۲، ۹۵۵). در نگاه وی این گونه خندیدن به مثابه عاطفه‌ای است که زائل کننده عقل است.

۲. توحید محوری

خالق هستی و کنشگر علی‌الاطلاق این جهان به خیر تمایل دارد و زیبا پسند است. آدمی اشرف مخلوقات و جانشین او روی زمین است. خداوند خالق جهان و محور گیستی است و به همه امور آگاه و تقدیر کائنات را بر عهده دارد. در واقع بازگشت همه امور به خداوند است. (نجم: ۴۲). پذیرش اینکه قدرتی مافوق هستی همیشه تدبیر امور را برعهده دارد، حضور ذاتی را تصدیق می‌کند که انکار آن ناممکن است و البته این ذات، سرستیز با آدمی را ندارد و بر عکس از سر لطف

و محبت خواستار هدایت و رستگاری بشر است. حاکمیت ربوبی، خداوند در همه لحظات زندگی و کنش‌های خُرد و کلان آدمی حضوری ملموس دارد. حتی «اوست که می‌خنداند و می‌گریاند»، (نجم: ۴۳). نکته قابل توجه این است که از میان تمام افعال انسان، روی مساله خنده و گریه تکیه شده است، چرا که این دو وصف مخصوص انسان است، و در جانداران دیگر یا اصلاً وجود ندارد و یا بسیار نادر است. این فعل و انفعال‌های پیچیده و شگفت‌انگیز در وجود انسان، جلوه روشنی از مدیریت خداوند است. البته اینکه انتهای تمام امور به تدبیر و ربوبیت خداوند ختم می‌شود، منافاتی با اصل اختیار و آزادی اراده انسان ندارد، چرا که اختیار و آزادی نیز از ناحیه او است. لذا می‌تواند به آن امر یا از آن نهی کند. «فَأَلْيَمُكَوَا قَلِيلاً وَ أَلْبِيْكَوَا كَثِيْراً». (توبه: ۸۲). در برخی روایات در معنای خندانند و گریاندن توسعه داده شده و امام منظور آیه را چنین بیان می‌کند «یعنی آسمان را با باریدن به گریه واداشته و زمین را با شکفتن به خنده در آورده است». (قمی، ۱۴۰۴: ج ۲، ۳۳۹). طبق این نقل روشن است که پویایی، سرزندگی، بهجت و نشاط هستی، از اراده خداوند سرچشمه می‌گیرد. از این‌رو هم در بُعد تکوین و هم در بُعد تشریح خندیدن، شادکامی و خرسندی مقوله‌ای است که بنیان توحیدی دارد.

۳. سعادت محوری

«سعادت» و نیک‌بختی، مطلوب فطری هر انسان است. سعادت مولفه‌های گوناگونی دارد که هر کدام دارای ارزش منحصر به فرد خود هستند. برخی چون فارابی مولفه اصلی سعادت را «خیرمطلق» و «غایت غالب» می‌داند. یعنی مطلوبی بالاتر از سعادت وجود ندارد. پس سعادت مؤثرترین، کامل‌ترین و بزرگ‌ترین خیرها است. (فارابی، ۱۴۱۳: ۲۲۸). رسیدن به سعادت، خشنودی، انبساط خاطر و شادکامی را به همراه خواهد داشت. از همین رو است که «معادل شادکامی در ادبیات اسلامی، سعادت است. در ماهیت سعادت، دو مفهوم اساسی وجود دارد: که یکی خیر و دیگری سرور است». (پسندیده، ۱۳۹۰: ۸). دستیابی به خیر، شادی و سرور را در پی دارد و نتیجه آن رضایتمندی است. «رضایتمندی، هیجانی مثبت و اصیل و پایدار و آرامش‌بخش است که معنای سعادت و خوشبختی انسان در آن پنهان است». (پیرانی، ۱۳۹۲: ۳۴۲). برخی رضایتمندی از زندگی را کیفیت ذهنی و واکنشی شناختی نسبت به آگاهی از وضعیت مطلوب که با ارضای تمایلات خاص پیوند دارد،

تعریف کرده‌اند (Diner, 2003: 403) و معتقدند «لذت، بخش هیجانی و خشنودی و رضامندی، بخش شناختی شادی محسوب می‌شود» (آرگایل، ۱۳۸۲: ۴۵). از این رو ساختار شادکامی از یک سو باید با تعریف سعادت و از سوی دیگر با واقعیت‌های زندگی متناسب باشد. این ارتباط مفهومی بین شادکامی، رضایتمندی و سعادت در اندیشه دینی نیز قابل پیگیری است. لذا در نظریه شادکامی بر مبنای توحیدی، «شادکامی با خوشنودی و رضایت از زندگی مترادف است» (پسندیده، ۱۳۹۰: ۶). در این نگره شادکامی زمانی تحقق می‌یابد که رضامندی و پذیرش تقدیر خیر از سوی پروردگار و واکنش مثبت چه در موقعیت‌های خوشایند و چه ناخوشایند تحقق پیدا کند. «کسی که به آنچه خداوند برای او مقدر نموده راضی باشد، خودش را در آرامش قرار داده است». (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۱۰، ۱۱۰). رضایتمندی، احساس خرسندی نسبت به زندگی در تمام ابعاد گسترده آن است. این احساس خوشایند در اندیشه دینی دارای ماهیتی شناختی است. به این معنا که «هر چه آگاهی و شناخت انسان نسبت به خداوند بیشتر باشد، رضایتمندی او نسبت به قضاء الهی بیشتر است». (فیض، ۱۴۰۶: ج ۴، ص ۲۷۹). بنابراین رضایتمندی نوعی آرامش روانی را برای انسان به ارمغان می‌آورد؛ تا بتواند حتی شداکد و مصائب موجود در هستی را نیز تاب آورد. این رضایتمندی نوعی لذت را نیز در پی دارد. چرا که از سر ایمان و دل سپردگی به خواست خداوند تحقق یافته است. و «کسی که خداوند را شناخته باشد، شایسته است تا نسبت به قضا و قدر او تسلیم‌تر باشد». (فیض، ۱۴۰۶: ج ۴، ۲۷۹). در روایت آمده، پیامبر اسلام فرمود «کسی شیرینی ایمان را نمی‌چشد مگر آنکه به خیر و شر، شیرینی و تلخ‌کامی مقدرات، ایمان بیاورد» (متقی‌هندی، ۱۴۰۹: ج ۱، ۱۲۶). و نیز علی علیه‌السلام همیشه می‌فرمود «هیچ کس از شما طعم ایمان را نمی‌چشد تا اینکه بدانند آنچه به او رسیده، بنا نبوده که نرسد؛ و آنچه به او نرسیده، بنا نبوده که برسد؛ و بدانند که زیان رسان و سود رسان تنها خداوند عزوجل است». (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۲، ۵۸). این معیار عام باید در خلق موقعیت‌های طنز و کمیک، به جهت ایجاد نشاط، خنده و فرح، از سوی طنزپردازان اشراب شود.

۱. قال علی علیه‌السلام: «مَنْ رَضِيَ مِنَ اللَّهِ بِمَا قَسَمَ لَهُ اسْتَرَاحَ بَدَنُهُ».
۲. قال الصادق عليه السلام: «إِنَّ أَعْلَمَ النَّاسِ بِاللَّهِ أَرْضَاهُمْ بِقَضَاءِ اللَّهِ عَزَّ وَ جَلَّ».
۳. قال الصادق عليه السلام: «إِنَّ أَعْلَمَ النَّاسِ بِاللَّهِ أَرْضَاهُمْ بِقَضَاءِ اللَّهِ عَزَّ وَ جَلَّ».
۴. «لايجد خلاوة الايمان حتى يؤمن بالقدر خيره و شره حلوه و مره».

بنابراین ترویج عوامل سعادت‌بخش و وصول به مظاهر عینی آن باید به گونه‌ای ترسیم شود که سعادت واقعی را همان رسیدن به خیر تداعی کند. از این رو تغییر ذائقه مخاطب یا صحنه گذاشتن بر باورهای نادرست و پذیرش مصادیق ناصحیح رضایت‌مندی و سعادت، به جای کمال مطلوب و سعادت واقعی نمی‌تواند شادکامی را در پی داشته باشد. طبق این معیار، شادکامی می‌تواند حتی توأم با رنج و گرفتاری‌های دنیوی هم حاصل شود.

۴. اصلاح طلبی

انسان ذاتاً مختار آفریده شده و قدرت تصمیم‌گیری، گزینش، انتخاب و کنش‌های ارادی فردی و اجتماعی از نموده‌های همین اختیار است. طنز گونه‌ای از تفکر انتقادی است که به دنبال ایجاد معرفتی است تا در پرتو آن تمییز درست از نادرست امکان‌پذیر باشد. چون «انتقاد در طنز به هدف اصلاح سیاسی، اجتماعی و فرهنگی صورت می‌گیرد و در واقع به مثابه یک نظام نظارتی از درون است که برای رشد ضروری است». (اسماعیل زادگان، ۱۳۸۷: ۱۴۴). این کارکرد طنز ناظر به خطاپذیری فعل انسان اهمیت می‌یابد. چه اینکه انسان معصوم از خطا نیست و به جهت محدودیت در آگاهی یا در اثر غفلت و ضعف اخلاقی، در گفتار و رفتار دچار خطا می‌شود که نتیجه آن کنش‌های ناپسند، زشت و مذموم خواهد بود. همچنان که پایبندی به اصول اخلاقی و ارزش‌های دینی، نشانه رشد یافتگی و قوام جامعه است، رذائل اخلاقی و عدم رعایت شئون فرهنگی و اجتماعی، سبب انحطاط و زوال جامعه خواهد شد که نتیجه آن یکنواختی و عدم پویایی اجتماع است. «طنز می‌تواند یکنواختی و سکون را در زندگی مردم از بین ببرد؛ یا آثار ناگوار آن را از خاطره‌ها بزداید». (فخرایی، ۱۳۷۷: ۴۳۷). مجموعه‌های طنز تلویزیونی، ظرفیت مناسبی را ایجاد می‌کنند تا از این معیار عام در جهت اصلاح اجتماعی و قاعده‌مندسازی هویت دینی و اشاعه جهان‌بینی غالب از آنها بهره برد.

۵. معرفت بخشی

در اندیشه دینی، معرفت ابزار هدایت است. انسان با شناخت، علم و آگاهی است که می‌تواند در مسیر هدایت گام بردارد. وجود معرفت زمینه هدایت را فراهم می‌آورد و انسان را از گمراهی باز می‌دارد. این نص قرآن است «ای کسانی

که ایمان آورده‌اید به خود بپردازید که اگر هدایت یابید، گمراهان به شما آسیبی نتوانند زد». (مأده: ۵). بنابراین معیار عام دیگر این است که طنز اصیل باید بتواند معرفت بخش باشد و جهت و مسیر کمال و سعادت را برای جامعه ترسیم نماید. بخش عمده‌ای از رفتارهای هنجارشکن و کنش‌های ناپسند، از سر ناآگاهی و غفلت است. طنز می‌تواند با کارکرد معرفت بخشی خود نسبت به کجروی‌ها، رذالت‌ها و ضلالت‌ها تلنگر ایجاد کند. کارکرد معرفت‌بخشی طنز تنها بر جنبه انتقادی این نوع ادبی استوار نیست؛ بلکه حیث ترویجی و احیای ارزش‌های اخلاقی و دینی نیز در آن نهفته است. مجموعه‌های طنز تلویزیونی در ظاهر اگر چه شادی‌آفرین و سرگرمی‌زا هستند، اما باید در ژرفای خود نوعی آگاهی از واقعیت جهان هستی را به همراه داشته باشد. طنز گونه نمایشی است که طبیعت آن انبساط روحی می‌آورد و خنده می‌آفریند، اما در عمق خود هدفی جز آگاهی‌بخشی و تفکر پیرامون جنبه‌های نامطلوب کنش‌های انسانی ندارد. بنابراین نباید در سریال‌های طنز، بازنمایی عواطف و ادراکات عاطفی محض، ملاک باشد. به طور کلی بازنمایی عواطف در هنرهای نمایشی، از دیرباز زمینه طرح دیدگاه‌های اخلاقی را فراهم نموده است. چنانکه افلاطون تصریح می‌کند چون درام عواطف معمولی و نازل انسانی را بازنمایی می‌کند و مراتب پایین نفس را تحت تاثیر قرار می‌دهد، نمی‌تواند مفید یا اخلاقی تلقی شود. (گات، ۱۳۸۵: ۴).

معیارهای بنیادین خاص

در سریال‌های طنز نمایشی، معیارهای خاص، بیشترین نقش را در «جهان داستان» ایفا می‌کنند. جهان داستان دارای یک ساخت کلی است. سریال‌های طنز در فرایند بازنمایی آسیب‌های اجتماعی و ناهنجاری‌ها، با مجموعه‌ای از پیچیدگی‌های فنی و محتوایی مواجه‌اند که یکی از این امور، جهان داستانی‌ای است که می‌آفریند. در تحقق این جهان داستانی، معیارهای بنیادین خاصی حاکم است که «شرایط مفروش»^۱ آن را تشکیل می‌دهند. استانیسلاوسکی جهان داستان را «آمیزه منحصر به فردی از زمان حال و گذشته می‌داند که آن را شرایط مفروض نامیده است.» (تامس، جیمز، ۱۳۹۲: ۳۳). البته «علاوه بر زمان و مکان کنش، شرایط مفروض

1. given circumstances.

مهم دیگری نیز وجود دارند» (Smiley, 2005: 37)، مانند واقعیات اجتماعی، شرایط اقتصادی، فرهنگی، تاریخی و حتی فلسفی که در جهان داستان نقش اساسی ایفا می‌کنند. خالق این جهان داستان طنزپرداز است که از زاویه نگاه خویش شرایط را فرض می‌گیرد و به آنها هستی و معنی می‌بخشد. اراده طنزپرداز است که به جهان داستان رخنه می‌کند. به عبارت دیگر اگر پوسته ظاهری داستان کنار رود، جهانی آشکار می‌شود که ژرفای اندیشه‌ی خالق آن را فاش می‌کند. در این جهان «بدون شرایط مفروض، شخصیت‌ها در خلأ خواهند بود، در هیچستانی مبهم که ارتباطی به زندگی واقعی ندارند». (تامس ۱۳۸۷: ۳۴). معیار کنش و رفتار شخصیت‌ها در جهان داستان بدون اینکه رسماً ثابت شوند یا آشکارا اعلام گردند، با شرایط مفروضی که ارائه شده، انتظار می‌رود از آن پیروی کنند. از این رو «کنش دراماتیک به طور معقول به شرایط مفروضی مرتبط است که شخصیت‌ها در موقعیت منحصر به فرد آن، عمل می‌کنند». (Smiley, 2005: 75). گاهی نیز طنزپردازان، جهان داستان را با تقابل‌های دوجزئی بنا می‌کنند که بیشتر انتزاعی و استعاری هستند تا عینی. پرداختن به تضادهای موجود بین سنت/تجدد، مرد/زن، طبیعت/فرهنگ، طبقه پایین/طبقه بالا، شهر/روستا و مواردی از این دست، بسیار سطحی و به دور از هر نوع ژرف‌اندیشی در ارزش‌های وابسته به آنها است. اگر در طنزپردازی چنین رویکردی اتخاذ شود و به تقابل‌های دوجزئی دامن زده شود، نوعی توهم توطئه در اذهان مخاطب شکل می‌گیرد و کنش همگانی در جهت انسجام اجتماعی نفی می‌شود. زیست جمعی و وابستگی‌های اجتماعی زیر سوال می‌رود و زندگی مصنوعی و بی روح را رقم می‌زند. در چنین جهانی شک و تردید در ارزش‌ها و آشفتگی اخلاقی کنش‌گران آن قطعی است. اگر اندیشمندی چون لوی اشتراوس ساختار دوجزئی را برای جفت‌های متقابل در روایت‌ها تحلیل می‌کند، بدان جهت است که نقشی میانجی را فراچنگ آورد و از طریق رفت و برگشت در دوسوی تقابل میان جفت‌های توأمان، می‌کوشد با وساطت میان این دو حد متقابل، اختلاف موجود را رفع یا کم‌رنگ کند. (لوی اشتراوس، ۱۳۷۳: ۱۵۳-۱۵۶). در نظر وی این زنجیره واسطه‌ها با سیاق عام تجربه زندگی روزانه نیز سازگار است. بنابراین در خلق جهان داستان، طنزپرداز باید به معیارهای خاصی

توجه داشته باشد تا شرایط مفروض منطبق با ارزش‌های اخلاقی و آموزه‌های دینی باشد و از دسته‌بندی قومیتی و فرهنگی طبقات اجتماعی بپرهیزد. در ادامه، این معیارها بررسی می‌شوند.

۱. جدی بودن موضوع

طنز باید بتواند به عنوان یک مقوله فرهنگی، واقعیت‌های تلخ جامعه را با نگرشی انتقادی در قالبی لطیف ارائه نماید. در اینجا منظور از موضوع طنز، همان آماج است. آماج طنز، مقولاتی هستند که کنش‌های انسانی، اندیشه‌ها و بینش‌های او را در برمی‌گیرند. بنابراین ممکن است موضوع طنز یک تفکر اجتماعی باشد. ممکن است موضوع شوخ طبعی، مزاح، هزل یا هجو گستره‌ای وسیع از مقولات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، اخلاقی و سیاسی را در برگیرد. اما موضوع طنزپردازی حقایق تلخ، پلیدی‌های نفسانی و ناهنجاری‌های اجتماعی است که بسیار جدی به قصد بیداری و اصلاح جامعه دست‌مایه طنزپرداز قرار می‌گیرد. بنابراین سطحی نگری و سهل‌اندیشی در انتخاب موضوع طنز ممنوع است. اگر قرار است طنزپرداز به مثابه یک مصلح اجتماعی عمل کند، باید امری جدی و واقعی را آماج طنز قرار دهد. مشاهده واقع‌گرایانه و دیدن موضوعات جدی زندگی و حقایق مهم اجتماعی با مفهوم دقت و صحت در بازنمایی در ارتباط است. به صورت یک قاعده کلی نگاه به موضوعات جدی و واقعیات مهم اجتماعی، شرط بازنمایی در مجموعه‌های طنز تلویزیونی است. مخاطب هنگامی که در سریال‌های طنز با موضوع جدی مواجه می‌شود، محتوایی را پیرامون سبک زندگی و طبقه اجتماعی خود دریافت می‌کند که در زندگی خود مصادیق مشابه آن را دیده است. بنابراین با رویکردی مثبت به بهره‌گیری از مجموعه‌های طنز پیرایش خواهد داشت و در افزایش رضایت او از رسانه ملی نیز موثر خواهد بود. بیان مسائل جدی به صورت طنز، همیشه موجبات سرگرمی و خنده را فراهم می‌آورد. ممکن است در بازنمایی برخی واقعیات اجتماعی، جدی بودن موضوع، ضابطه اصلی باشد، اما هنگامی ارزشمند خواهد بود که حاوی مضمون والای اخلاقی و انسانی نیز باشند. اگر در طنزپردازی مسائل جدی آماج طنز قرار نگیرند، طعنه‌ای گزنده در پس لوده‌بازی‌ها وجود ندارد. طنز باید از سطح محرک‌های هیجانی عبور کند و به ادراک عقلی برسد و با درگیر کردن اندیشه مخاطب، جوهر طنز را عرضه بدارد. نه اینکه با عرضه رفتارهای سنت‌شکنانه

و نامتعارف، تکلیف شخصیت‌ها و ماجراها از پیش تعیین شده باشد. مصالح کار در این نوع آثار نمایشی بسیار ساده فراهم می‌شود. با استفاده از تمهیدات نخ‌نما شده، فکاهی و لطیفه‌ها به کارگرفته می‌شوند تا آدم‌های بی‌عرضه و دست و پا چلفتی و شیرین عقل در مرکز موقعیت کمیک قرار گیرند و با لوده‌بازی مخاطب را سرگرم کنند. زیر سوال بردن سنت‌ها، به ریشخند گرفتن ارزش‌ها و ارائه تصویری دست و پاگیر از آنها، جوهر اصلی این آثار نازل است. بنابراین در انتخاب موضوع باید نوعی اولویت‌گذاری وجود داشته باشد. از این‌رو برجسته‌سازی موضوعاتی (که الف) مشهود و در منظر همگان هستند؛ (ب) دارای منزلت و اعتبار هستند؛ (ج) متناسب با نیاز مخاطب هستند؛ (د) دارای ارزش هستند، در اولویت قرار می‌گیرند.

۲. صداقت در طنز

نباید در طنز موضوعاتی را انتخاب نمود که با نوعی عدم صداقت همراه است. پرداختن به کنشی که در جامعه و زیست اجتماعی وجود ندارد، و اسناد دادن کنش زشت و یا عیبی غیر واقعی به طبقات اجتماعی، به معنای فریب مخاطب است. ایجاد لذت و تفریح با موضوعات غیر واقعی، خودش ضد ارزش و مذموم است. افلاطون هنرمندان را از پرداختن به افسانه‌های دروغین که حاوی سخنان خلاف واقع و خلاف دین‌داری است و جوانان را به کارهای ناپسند تشویق می‌کند، پرهیز می‌دهد. (افلاطون، ۱۳۶۶: ج ۲، ۹۵۹). آنچه در خلق موقعیت‌های دراماتیک هنگام طنزپردازی، مصالح کار طنزپرداز قرار می‌گیرد، یا امور واقعی هستند، یا اموری که نزدیک به واقعیت باشند. لذا ارسطو معتقد است در طنز، موضوع امر کلی است که به ضرورت یا احتمال در شرایط و احوال خاصی از سوی شخصیت‌های دراماتیک سر می‌زند. یعنی کرداری که نزدیک به واقعیت است، انجام می‌دهند. (Aristotle, 1898, 35).

۳. نصیح و خیرخواهی

در طنز به عنوان یک قالب نمایشی، خصومت با آنچه آماج طنز قرار گرفته، یک اصل قلمداد می‌شود. «خصومت در طنز به این معنا است که در همان هنگام که خنده حس خوبی به آدمی می‌دهد، با این حال، لذتش آمیخته با بدجنسی در خصوص کسانی است که به آنها می‌خندیم». (موریل، ۱۳۹۲: ۳۵). بنابراین

در انتخاب موضوع طنز، نوعی تنفر و انزجار وجود دارد. این حالت در طنزپردازی موجب برانگیختن او نسبت به موضوع می‌شود. البته باید توجه داشت این خصومت نباید از سر غرض‌ورزی و تسویه حساب‌های شخصی باشد. بلکه این خصومت برآمده از اخلاص و خیرخواهی است. در غیر این صورت نه تنها خصومت با رفتارهای دردسر ساز گروه‌های خاص و واکنش افراطی و شدید نسبت به آنها، تغییری در رفتار اجتماعی ایجاد نمی‌کند، بلکه این نوع رفتارها را نیز تشدید می‌نماید. لذا پرداختن به آنها نیاز به ظرافت و هوشمندی دارد. ضمن آنکه باید از اساس در طنزپردازی، از موضوعات غیر جدی و مناقشه برانگیز پرهیز نمود. تذکار، نصیح و خیرخواهی، معیار روشنی است که در طنزپردازی باید ملاک عمل قرار گیرد. نصیحت و خیرخواهی رویه فراگیر در سیره انبیاء الهی بوده است. (اعراف: ۶۲، ۷۹ و ۹۳). استمرار نصیح و خیرخواهی، روحیه جمعی جامعه را نسبت به پلیدی‌ها و رسوم ناپسند و مفسد، حساس می‌کند و افراد جامعه را مصمم به انجام فضائل اخلاقی، ارزش‌های متعالی و کنش‌های پسندیده می‌نماید. این جایگزینی، سنت الهی است. لذا در قرآن، تحول اجتماعی با خواست و اراده افراد جامعه مرتبط دانسته شده است. (رعد: ۱۱). تأثیرگذاری مجموعه‌های طنز، بستگی تام به این معیار مهم دارد.

۴. هنجار محوری

«هنجار»^۱، در مفهومی کلی به معنای میزان، کیفیت و روش مورد انتظار است. (Spears, 2001: 385). در واقع «قاعده و قانونی است که مرجع عمل واقع می‌شود و مورد پذیرش همگان است». (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۴۹۲). از همین رو در اصطلاح جامعه‌شناسی به معنای «الگویی از انتظارات عمومی رفتار» قلمداد می‌شود. (باقری، ۱۳۹۳: ۵۲). در جامعه اسلامی، انتظارات عمومی برخاسته از فرهنگ دینی و ضوابط اخلاقی است، که ملاک عمل و رفتار قرار می‌گیرند. چرا که همواره «انتظار عمومی تابع نظام‌های سیاسی و اعتقادی جوامع هستند. (مک‌کویل، ۱۳۸۵: ۲۳). از این رو باید یک نظام هنجاری بر پایه جهان‌بینی توحیدی و مبتنی بر اندیشه اسلامی وجود داشته باشد که بر تولیدات رسانه ملی از جمله سریال‌های طنز حاکم

1. norm.

باشد. این نظام هنجاری، چارچوب مشخصی در جهت سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و تولید برنامه‌های بهتر ارائه می‌دهد. «این چارچوب مبنای فکری و ایدئولوژی است که رسانه برای نشر و پخش، آن را مبنای خود قرار می‌دهد». (ترکاشوند، ۱۳۸۹: ۱۵). اینجا ذکر این نکته ضروری است که در این بخش، معیارهای بنیادین خاصی که به عنوان هنجارهای اصلی باید محور طنزپردازی قرار گیرد، منحصر به «نظریه‌های هنجاری رسانه»^۱ نیست و از آن فراژوی شده است و البته در حصار بایدها و نبایدهای تشریحی و فقهی نیز محصور نمانده است. در ادامه این هنجارها بررسی می‌شوند.

اول: احترام به حریم خصوصی: «حریم خصوصی محدوده‌ای از زندگی شخص است که به وسیله قانون و عرف تعیین شده و ارتباطی با عموم ندارد، به نحوی که دخالت دیگری در آن ممکن است باعث جریحه‌دار شدن احساسات شخص یا تحقیر وی نزد دیگران به عنوان موجود انسانی شود». (رحم دل، ۱۳۸۴: ۱۲۹). تجسس در اموری خصوصی مردم و اطلاع یافتن از آنچه مردم در خفا انجام می‌دهند و راضی به افشاء آن نیستند، نه تنها از نظر اخلاقی در زمره ردائل قرار می‌گیرد، که نامشروع و حرام است. سرک کشیدن در زندگی مردم و واکاوی مسائل شخصی افراد یا یک گروه خاص و برملا کردن اسرار مردم به بهانه خلق موقعیت‌های خنده‌دار و مضحکه نمودن آنان، جایز نیست. از این رو طنزپردازان علاوه بر آنکه حق ندارند حریم خصوصی افراد و گروه‌های حقیقی را نقض کنند، در نگارش متون نمایشی نیز نباید سرک کشیدن به حریم خصوصی شخصیت‌های داستانی به عنوان یک کنش دراماتیک قلمداد شود و در ساختار کلی داستان گنجانده شود.

دوم: حفظ کرامت انسانی: کرامت انسانی حقی است که خداوند برای تک‌تک انسان‌ها تعیین نموده است (اسراء: ۷۰). این کرامت سبب فضیلت انسان نسبت به سایر موجودات شده است. ملاک این برتری و کرامت، فراتر از معیارهای مادی و ارزش‌های دنیوی است. از منظر قرآن، معیار برتری و کرامت اشخاص، تقوا و خداترسی است. (حجرات: ۱۳). چنین کرامتی اقتضا می‌کند «حیثیت، جان، مال، حقوق، مسکن و شغل اشخاص از تعرض مصون باشد». (قانون اساس: اصل ۲۲). حفظ کرامت انسانی یکی از معیارهای اصلی در طنزپردازی است. لذا به هیچ بهانه‌ای

نمی‌توان کرامت انسان‌ها را خدشه‌دار نمود. به سخره گرفتن دیگران جایز نیست چه بسا آنان بهتر از مسخره‌کنندگان باشند. (حجرات: ۱۱). این اصل تنها در صورتی قابل نقض است که شرع یا قانون اجازه آن را داده باشد. این معیار بنیادین از مجموعه دلائلی است که بر حفظ حرمت و کرامت اشخاص دلالت می‌کنند. چرا که به حکم «وَنَفَخْتُ فِيهِ مِنْ رُوحِي» (حجر: ۱۵)، انسان از روح الهی برخوردار است و کرامتی ذاتی دارد. همین خصلت باعث شده تا وی خلیفه خداوند در روی زمین شود. (فاطر: ۳۹).

سوم: پرهیز از توهین: توهین به شخصیت‌های حقیقی یا نهادها و شخصیت‌های حقوقی، ناپسند و گاه جرم است. لیچارگویی‌ها، جوک‌های وقیحانه که در آنها نوعی توهین به افراد یا طبقات اجتماعی صورت می‌گیرد، علاوه بر اینکه تغییری در وضع اجتماعی ایجاد نمی‌کند، نوعی بی‌اعتمادی نسبت به رسانه ملی را در پی خواهد داشت و باعث هتک حرمت افراد، اصناف و گروه‌های اجتماعی می‌شود. در اندیشه دینی این گونه رفتارها به شدت مذموم و طرد شده‌اند. در حدیث آمده است «هرکس علیه مؤمن داستانی بگوید و نیت او عیب‌جویی و ریخت آبروی وی باشد تا نزد مردم از چشم بیفتد، خداوند او را از ولایت خود خارج و به ولایت شیطان داخل می‌کند. این در حالی است که شیطان او را نمی‌پذیرد». (کلینی، ۱۴۳۹: ج ۴، ۸۵). در اینجا نیت و قصد توهین، چنین پیامد خطرناکی را در پی دارد. نکته قابل توجه دیگر این است که با توجه به تنوع موضوعات فرهنگی و گستره جغرافیایی آن، خرده فرهنگ‌ها، آیین‌ها و آداب و رسوم بومی در اقوام ایرانی، طنزپرداز موظف است در انتخاب لهجه و یا نسبت دادن برخی ناهنجاری‌های اجتماعی یا ناپیوستگی‌های اخلاقی، حساسیت لازم را داشته باشد و درجه اهمیت این موضوعات را در اوضاع سیاسی و اجتماعی تشخیص دهد و در یک انضباط حرفه‌ای با رعایت استانداردهای لازم همچون صراحت، واقعیت، صحت و عینیت، از اموری که باعث هتک حرمت اقوام یا توهین و تمسخر لهجه‌ها و آداب و رسوم محلی می‌شود، بپرهیزد. این اصل تداعی‌کننده مفاد نظریه مسئولیت اجتماعی رسانه است. در واقع اصل آزادی و استقلال رسانه باید با وظایف و مسئولیت‌های اجتماعی و تعهد رسانه در برابر جامعه، سازگاری ایجاد نماید. (معتمدنژاد، ۱۳۸۶: ۲۸۱). از آنچه بیان شد اهمیت عدم توهین به شریعت و مقدسات، به طریق اولی

استفاده می‌شود. در ادبیات قرآن این خصلت کافران است که «به جهت افراط در لذت‌های زود گذر دنیا، شادی می‌کردند و فرح و مرح آنان به جهت احیای عقاید باطل و از بین بردن حق و در هم کوبیدن آن بوده است» (طباطبایی، ۱۳۶۴: ج ۷، ۳۵۲). همین کفار بودند که آیات الهی را به ریشخند می‌گرفتند (روم، ۱۰) و عبادت و نماز مومنین را به سخره می‌گرفتند. (مائده: ۵۷). در تاریخ طنز، به سخره گرفتن مناسک دینی و امور مقدس به عنوان فعالیت‌های طنزآمیز در اروپای قرون وسطا نقل شده است. چنانکه «در عید احمق‌ها و عید الاغ‌ها، اسقف سرنگون می‌شد و پسر بچه‌ای جایش را می‌گرفت یا اسقف‌های رده پایین لباس زنانه می‌پوشیدند و آیات مقدس را با تمسخر و زوزه‌کشان می‌خواندند» (موریل، ۱۳۹۳: ۳۲). این‌گونه رفتارها علاوه بر آنکه از لحاظ عقلی نامتعارف هستند و هنجارهای اجتماعی را زیر پا می‌گذارند، باعث خدشه‌دار شدن احساسات مذهبی نیز خواهند شد. ضروری است در طنزپردازی از هرگونه شخصیت‌پردازی، خلق موقعیت‌های نمایشی و دیالوگ‌های که به صراحت یا در زیرمتن، منجر به قداست‌زدایی و یا توهین به ادیان و باورها و اعتقادات می‌شود، به شدت پرهیز گردد. نسبت به ادیان دیگر نیز این حساسیت دو چندان است؛ چرا که پیروان آنان را تحریک می‌کند تا علیه دین اسلام، اقدام متقابل انجام دهند که آسیب‌های اعتقادی بیشتر را در پی خواهد داشت.

در پایان ذکر یک معیار غیر بنیادین نیز ضروری است و آن اینکه طنزپردازان در سریال‌های تلویزیونی باید با رندی، ضمن ایفای مسئولیت و نقش حرفه‌ای خود، شرافت و جایگاه موثر خود را به عنوان یک مصلح اجتماعی حفظ کنند و با بی‌طرفی کامل موضوعات اجتماعی را دست‌مایه طنزپردازی قرار دهند. طنزپرداز نباید منافع شخصی و خواست و اراده خود را مبنای عمل قرار دهد و نوعی عقده‌گشایی و انتقام‌گیری از افراد، اصناف یا اقوام و گروه‌های اجتماعی را در کار خود اشراب نماید. هم‌چنانکه باید نسبت به منافع ملی و سیاست‌های نظام نیز وفادار باشد.

نتیجه‌گیری

در مجموعه‌های طنز تلویزیونی توجه به مجموعه‌ای از معیارهای بنیادین عام و خاصی که بیان شد، می‌تواند طنزپردازان را در ایفای رسالت فرهنگی، دینی و اجتماعی خود، آنچنان که شایسته است رهنمون سازد. اینکه موقعیت‌های طنز

و کم‌دی باید به گونه‌ای باشد که در ذائقه عمومی مورد پسند واقع شود، امری است که از دیرباز مورد توجه کم‌دی‌سرایان و طنزپردازان بوده است؛ اما جلب رضایت عامه و مخاطبان تلویزیون از طریق سریال‌های طنز، نباید به سطحی‌نگری و تنزل اخلاقی بینجامد. این مجموعه‌ها می‌توانند با کاربریست معیارهای بنیادین، علاوه بر جذب مخاطب، باورها و ارزش‌های جامعه را مستحکم کنند و هنجارهای اجتماعی را تقویت کنند. بدون آنکه از رسالت اصلی خود منحرف شود.

طنزپردازی در سریال‌های تلویزیونی در طراز رسانه ملی، باید مبتنی بر معیارهای بنیادین عام و خاصی انجام شود که علاوه بر تاثیرگذاری بالا، بتواند کمترین آسیب را در پی داشته باشد. معیارهای بنیادین عام با توجه به نظریه توحیدی شادکامی، سعادت‌طلبی، اصلاح‌طلبی و معرفت‌بخشی، باید در طنزپردازی همواره مورد توجه طنزپردازان قرار گیرد. پایبندی به این معیارها علاوه بر آنکه مانع شکوفایی و خلاقیت در طنزپردازی نیست، بلکه چشم‌انداز روشنی در برابر طنزپردازان مجموعه‌های نمایشی می‌گشاید و چالش‌ها و آسیب‌های جدی این گونه‌ی تلویزیونی را به حداقل می‌رساند.

معیارهای خاص اما بیشتر ناظر به جهان داستان و شرایط مفروضی که در این جهان داستانی وجود دارد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. طنزپرداز باید هنگام خلق جهان داستان، شرایطی را مفروض گیرد که مطابق با معیارهای خاص، از جدیت لازم برخوردار باشند و جنبه صدق و حقیقت در آن مورد تاکید باشد. طنزپرداز به عنوان مصلح اجتماعی از سر نصیح و خیرخواهی، کج‌روی‌ها و ناهنجاری‌های اجتماعی را در ایجاد موقعیت‌های دراماتیک به کار می‌گیرد. از این رو باید در شخصیت‌پردازی و نگارش دیالوگ‌های دراماتیک، هنجارهایی چون حفظ کرامت انسانی، احترام به حریم خصوصی، پرهیز از توهین به اشخاص حقیقی و حقوقی، نهادها، گروه‌های اجتماعی و قومیت‌ها و مقدسات دینی، با حساسیت‌های لازم مدنظر باشند.

منابع

- آرگایل، مایکل (۱۳۸۲)، روانشناسی شادی، ترجمه گروه مترجمان، اصفهان، انتشارات جهاد دانشگاهی.
- افلاطون، (۱۳۶۶)، مجموعه آثار افلاطون، ج ۲، ترجمه محمد حسن لطفی و رضا کاویانی، تهران، انتشارات خوارزمی.
- اسحق‌پور، زهرا و همکاران (1397)، «بازنمایی شادکامی در سریال‌های خانوادگی با توجه به الگوی اسلامی»، پژوهش‌های ارتباطی، سال بیست و پنجم، پیاپی ۹۵، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۷، ص ۱۰۳-۱۳۰.
- ترکاشوند، علی‌اصغر (۱۳۸۹)، الگوی هنجاری رسانه ملی از دیدگاه رهبران جمهوری اسلامی ایران، تهران، دانشگاه امام صادق(ع).
- پیرانی، منصور (۱۳۹۲)، نگاهی به شعر حافظ با رویکرد روانشناسی مثبت‌نگر مارتین سلیگمن، هفتمین همایش پژوهش‌های زبان و ادب فارسی، دانشگاه هرمزگان، ص ۳۳۸-۳۵۷.
- پسندیده، عباس (۱۳۹۰)، نظریه توحید در شادکامی، فصلنامه روانشناسی و دین، سال چهارم، شماره شماره ۱، ص ۳۰-۳۰.
- ریتزر، جورج (۱۳۷۴)، نظریه جامعه شناسی در دران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران انتشارات علمی.
- ساغری‌زاده (۱۳۷۷)، طنز مطلوب در رادیو، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۱۳ و ۱۴.
- صدقی، هادی (۱۳۹۰)، ساختار نظریه‌های علمی، چاپ دوم، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- صدوق، ابن بابویه، (۱۳۹۸)، التوحید (للسدوق)، تحقیق: هاشم حسینی، قم، چاپ: اول، انتشارات جامعه مدرسین.
- فیض‌کاشانی، محمد (۱۴۱۷)، المحجة البيضاء، قم، موسسه النشر الاسلامی.
- قمی، علی‌بن‌ابراهیم (۱۴۰۴)، تفسیر القمی، تصحیح طیب موسوی جزائری، قم، انتشارات دارالکتاب.
- فخرایی، سیروس (۱۳۷۷)، کارکردهای اجتماعی هنر طنز، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۱۳ و ۱۴.
- کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷)، الکافی، تهران، چاپ چهارم، انتشارات اسلامیه.
- گات، بریس (۱۳۸۵)، دانشنامه زیبایی‌شناسی، چاپ دوم، تهران، انتشارات فرهنگستان هنر.
- فیض‌کاشانی، محمد محسن (۱۴۰۶)، الوافی، چاپ اول، اصفهان، کتابخانه امام امیرالمؤمنین.
- رحم‌دل، منصور (۱۳۸۴)، حق الناس بر حریم خصوصی، مجله حقوقی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، شماره ۷، زمستان ۱۳۸۴، ص ۱۱۹-۱۴۶.
- لوی‌اشتراوس، کلود (۱۳۷۳)، بررسی ساختاری اسطوره، ترجمه بهار مختاریان و فاضل پاکزاد، فصلنامه ارغنون، شماره ۴، زمستان ۱۳۷۳، ص ۱۳۵-۱۶۰.
- محمدی‌شهری، محمد (۱۳۸۵)، میزان الحکمة، پژوهشگاه علوم و حدیث.
- محمدی، علی (۱۳۸۷)، شرح اصول فقه، قم، انتشارات دارالفکر.
- مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳)، بحار الانوار، چاپ دوم، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
- متقی‌هندی، علی‌بن‌حسام‌الدین (۱۴۰۹)، کنز العمال، لبنان، بیروت، موسسه الرساله.

- معمدندزاد، کاظم و معمدندزاد، رویا (۱۳۸۶)، حقوق ارتباطات، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- Aristotle,(1898), *The Poetics of Aristotle*, edited with critical notes and a translation by S.H. Butcher, New York : The Macmillan Company.
- Neufeldt, Victoria & Guralnik, David. B, (1994), *Webster's new world dictionary*. New York: prentice hall.
- Diner E, Oishi S, Lucac, R. E. (2003). "Personality, culture, and subjective well-being: Emotional and cognitive evaluations of life", *Annual Review of Psychology*, Volume 54, pp 403-425.
- Smiley, Sam (1971), *Playwriting:the structure of action*, Revised and Expanded Edition, with Norman A. Bert, in 2005, Yale University Press , New Haven and London.
- Spears, Richard A. (2001), *NTC's Dictionary of Words and Phrases*, The McGraw-Hill Companies, Inc.

