

پیش به سوی در انداختن طرح‌های نو

بایسته‌های رادیو و طنز رادیویی از نگاه رئیس و معاون صدای رسانه ملی

پیش‌درآمد

طنز، بیانی انتقادی و هنرمندانه در نمایش کژی‌ها و ناراستی‌هاست که از خنده مخاطب، آغاز می‌شود و تا برانگیختن اندیشه مخاطب، امتداد می‌یابد. طنزپرداز با هدف اصلاح و نه تخریب، گام به میدان فعالیت می‌نهد و در راه دستیابی به آرمان خود، پیامی پیچیده و چندلایه را در قالب طنز می‌سازد و ارائه می‌دهد؛ پیامی که از فقدان تناسب جامعه در مناسبات گوناگون اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی آن، پرده برمی‌دارد و جنبه‌های نامطلوب رفتارها، فعالیت‌ها و عملکردهای فردی و اجتماعی انسان‌ها، سازمان‌ها و نهادهای دست‌اندرکار جامعه را در پیش روی مخاطبان قرار می‌دهد و آنها را که تا پیش از این، جامعه‌ای به نسبت مطلوب را با روابطی به نسبت متناسب در اندیشه و ذهن خود در نظر می‌آوردند، متوجه فاصله با مطلوب‌ها و فقدان تناسب‌ها می‌سازد و گرچه خنده‌ای کوتاه بر لبان آنها می‌نشانند، اما با برانگیختن موجی از اندیشه‌ورزی در درون، به تفکر وامی‌دارد.

«طنز رادیویی»، گرچه ترکیبی ساده از همنشینی دو واژه «طنز» و «رادیو» است و همانند تعریف ارائه‌شده از طنز، در گزاره‌ای مشابه چون «بیان انتقادی و هنرمندانه در نمایش کژی‌ها و ناراستی‌ها به واسطه رسانه جمعی رادیو» معنا می‌یابد، اما از الزامات و ضرورت‌هایی اساسی در عرصه طراحی، ساخت و ارائه برنامه‌های طنز در رادیو هم حکایت می‌کند؛ الزامات و ضرورت‌هایی که برخاسته از ظرفیت‌ها و ویژگی‌های ذاتی رسانه‌ای چون رادیو و پیچیدگی‌های روابط حاکم و عوامل اثرگذار در محیط فعالیت گروه‌های برنامه‌ساز سازمانی رسانه‌ای چون صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران به منزله «رسانه ملی» است.

«نخستین هم‌اندیشی طنز رادیویی» (تهران- ۵ اردیبهشت ۱۳۸۹) با نگاهی به بایسته‌های کاربرد مؤثر «طنز» در روند برنامه‌ریزی‌ها و برنامه‌سازی‌های ایستگاه‌های مختلف رادیویی صدای جمهوری اسلامی ایران، برگزار شد و با حضور اندیشمندان، صاحب‌نظران و هنرمندان فعال در چنین عرصه‌ای فرصت‌ساز برای رسانه، مجالی برای تأمل هرچه افزون‌تر در آن و آسیب‌شناسی و ترسیم چشم‌اندازهای بالاتر و والاتر برای آن فراهم کرد؛ چشم‌اندازهایی که در گام نخستین از ضرورت راه‌اندازی دبیرخانه دائمی و شورای عالی طنز در صدای جمهوری اسلامی ایران، خبر داد و نوید حضور اثربخش‌تر طنز و تبلور ظرفیت‌های پیدای و پنهان آن را در گام‌های بعدی حرکت، در پیش‌روی علاقه‌مندان نهاد.

حضور مهندس سید عزت‌الله ضرغامی، رئیس سازمان و محمدحسین صوفی، معاون صدای رسانه ملی در این هم‌اندیشی و بیان اندیشه‌ها و دیدگاه‌های سازمان صدا و سیما در طلیعه گام پنج‌ساله دوم افق رسانه در زمینه رادیو و طنز رادیویی، از جمله فرازهای درخور تأمل و شایسته توجه در برگزاری «نخستین هم‌اندیشی طنز رادیویی» به‌شمار می‌آید که ضرورت اندیشه‌جودی در طراحی ساز و کارهای اجرایی تحقق آن در روند برنامه‌ریزی‌ها و برنامه‌سازی‌های ایستگاه‌های رادیویی عمومی، اختصاصی و تخصصی صدای جمهوری اسلامی ایران را با اهمیت دوچندان مواجه می‌سازد. با سیاست از همکاری دبیرخانه نخستین هم‌اندیشی طنز رادیویی که امکان استفاده و بهره‌گیری از متن کامل سخنرانی‌ها را فراهم ساختند، خوانندگان گرمی را به مطالعه گزیده‌ای از مجموعه سخنرانی‌ها فرا می‌خوانیم:



مهندس سید عزت الله ضرغامی،
رئیس رسانه ملی:

رادیو؛ پرچمدار نگاه بی‌مرز اما متعهدانه به جامعه

... طنز در واقع هنری است که می‌تواند عدم تناسب را در همه عرصه‌های زندگی اجتماعی انسان، آن هنگامی که آن عدم تناسب‌ها به حسب ظاهر متناسب نشان داده می‌شود آنها را به زیبایی و جذابیت و تأثیرگذاری ترسیم کند؛ آنجایی که همه فکر می‌کنند تناسب وجود دارد، ولی در لایه‌های زیرین تناسبی در کار نیست. کسی که طنز کار می‌کند عدم تناسب را می‌تواند درست نشان بدهد و به قول شما هنرمندان، این کنتراست، ایجاد جذابیت، فرح‌بخشی و خنده می‌کند. اما در پس این خنده لایه‌های عمیقی وجود دارد که در واقع فکر انسان را به تأمل وامی‌دارد و باعث می‌شود که انسان به خیلی از وقایع، حقیقت‌ها و پدیده‌هایی که وجود داشته و نسبت به آنها بی‌توجه بوده است، حالا فکر بکند. این کار که بر عهده طنز گذاشته شده است، کاری بسیار سخت است.

با این تعبیری که من عرض کردم، موضوع طنز در همه ساختارهای رادیویی و تلویزیونی وجود دارد. این طور نیست که ما بگوییم گونه‌های مختلف داریم؛ مانند همان گونه‌های سنتی یا ژانرهای مختلف داریم. ما ژانر کمدی داریم و از ژانر کمدی انتظاری داریم؛ خیال کنیم که ژانر کمدی یک چیزی است که آدم باید بنشیند و بخندد و ژانر فیلم‌های دلهره‌آور و فیلم‌های تاریخی گونه‌های متفاوت هستند.

نه! با این تعریف از طنز، طنز هنر و قابلیت است که می‌تواند در همه ساختارهای تولیدی رادیویی و تلویزیونی وارد بشود. حالا ما در کارهای نمایشی یک مقدار متأخریم و آن را از غرب گرفته‌ایم؛ البته نمایش به این معنی که هست. ما گنجینه عمیقی داریم با همین تعبیری که عرض کردم؛ یعنی از عبید زاکانی، سعدی، عطار و مولوی در بسیاری از داستان‌های پندآموز مولوی تا بیابیم به دوران اخیر برسیم؛ مرحوم دهخدا، نسیم شمال، مرحوم جمال‌زاده تا به این دوران خودمان برسیم که اینجا جا دارد از بزرگان یاد کنیم؛ مانند منوچهر احترامی، مرحوم

کیومرث صابری، مرحوم منوچهر نودری و کسانی که حقی دارند بر کارهای نمایشی کشور و کارهای طنز کشور تا سرمایه‌های گرانقدری که امروز در اختیار ما هستند. سرمایه‌های بسیار ارزشمندی که من یک جمله توصیه خواهم کرد راجع به اینها به مدیران صدا که چگونه بهترین بهره‌برداری‌ها را در این شرایط از این گنجینه‌ای که در اختیار ماست، انجام بدهند. خب، ما چنین سابقه‌ای داریم؛ چنین پشتوانه محکمی داریم و الان این باید بیاید در عرصه کارهای رسانه تا بتواند جواب بدهد و بتواند تأثیر گذار باشد.

اولاً به این تعبیر، یعنی طنز گفتاری و طنز مکتوب، اصل طنز است. البته درست یک عرصه‌هایی هست آنجا که خیلی ربطی به صدا ندارد. بالاخره طنزهای موقعیت ایجاد می‌کنند که باعث خنده می‌شود و می‌تواند آموزنده هم باشد؛ نه همه‌اش، البته و اغلب هم اینطور نیست. یا تعلیق‌های بجایی که در یک نگاه حرفه‌ای در تدوین ایجاد می‌شود باز در حوزه سیماست و در حوزه صدا نیست. ولی من تردید ندارم که حتی مینا و سنگ بنای کارهای فاخر سیما می‌تواند حوزه‌ای از طنز باشد که رادیو پرچمدار آن است. چون با گفتار و با کلام که بسیار اتکا دارد به مینا، به هنر، به کارهای ارزشمند به ظرفیت‌های واقعی نه صرفاً لودگی یا حرکت‌های ظاهری که بعضی موقع‌ها آدم خجالت هم می‌کشد که در برخی کارها پخش هم می‌شود از تلویزیون. حالا اگر همه‌اش هم نباشد در بعضی سکانس‌ها چنین حسی به آدم دست می‌دهد. سبک است، سخیف است و هیچ مایه‌ای از طنز ندارد و نگرانی آنجاست که خنده‌ای هم نداشته باشد.

اما اگر کار ارزشمندی در حوزه سیما به ویژه نمایش بخواهد صورت بگیرد، ابتدای آن بر کارهای ارزشمند کلامی، گفتار، دیالوگ و نوشتن می‌تواند مایه و قوام بدهد به یک کار خوب طنز. خب، با این حساب کاری که شما در رادیو می‌کنید کار بسیار ارزشمندی است. اولاً من خواهش این است که با این تعبیری که من عرض کردم شما این ساختار و این مفهوم طنز را باید در همه بخش‌ها جاری کنید و از همه ظرفیت‌ها و امکاناتی که وجود دارد و می‌تواند این مأموریت را انجام دهد استفاده کنید؛ غافل نشوید از آنها.

من واقعاً به این موضوع اعتقاد دارم که طنز مرز ندارد، چون متعهدانه است و نسبت به لایه‌ها

و مشکلات درونی زندگی اجتماعی است. معمولاً کسانی که می‌خواهند از کار فرار کنند؛ یکی‌اش هم خود ما، وقتی جایی می‌خواهیم گزارش بدهیم که چرا کار طنز خوب انجام ندادیم و در این حوزه ضعیفیم، می‌گوییم که دست و بال هنرمندان بسته است و نمی‌توانند کار کنند و به هر جا که بخواهند گیر بدهند صدای چهار نفر درمی‌آید.

ولی واقع بدانید اینچور نیست. اولاً ما در حوزه‌های اجتماعی هیچ مشکلی نداریم. در بسیاری از ناهنجاری‌های روابط اجتماعی که من به بسیاری از کارگردانان و همکاران عزیزمان در حوزه طنز می‌گویم، شما کجا خط قرمز دارید؟ چه حرفی را می‌خواهید بزنید که نمی‌توانید بزنید؟ آن را به من بگویید تا من زیر همان حرف



شما را امضا کنم و تعهد بدهم. دیروز هم شوخی می‌کردیم با بچه‌های رادیو ایران که تلفنی صحبت می‌کردم گفتم آخرش اگر من جایی رفتم شما برای من کمپوت می‌آوری و اگر تو هم جایی رفتی من قول می‌دهم برایت کمپوت بیاورم. اما واقعاً گجاست آن جایی که فکر می‌کنید نمی‌توانید حرف بزنید؟! تا ما تأیید کنیم بگوییم آقا نمی‌شود. اصلاً اینطور نیست!

شما در همین عرصه روابط اجتماعی ببینید چقدر موضوع هست و چقدر طنز هست و چقدر راحت می‌توانید آن را به تصویر بکشید تا مردم باور کنند. ما همیشه هم که به سیاست کار

نداریم به معنای واقعی خودش. عرصه اجتماعی همانی است که مردم می‌خواهند و دارند با آن زندگی می‌کنند؛ همانی است که صبح در مغازه شیرفروشی می‌خواهند برونند، هزاری هم که دولت، حاکمیت، هر کس که مسئول باشد، این رئیس جمهور باشد یا آن رئیس جمهور باشد، هزار تا کار انجام بدهند اما اگر یک آسیب‌شناسی درست بین روابط خود ما در زندگی اجتماعی نباشد همیشه ما مشکل خواهیم داشت و ربطی به این خط و آن خط ندارد، ربطی به این‌وری‌ها و آن‌وری‌ها ندارد.

این مشکلی است که همیشه هست و اگر ما هنرمندان نتوانیم درست برنامه‌ریزی کنیم، این همیشه مشکل ما خواهد بود. بله ممکن است شما یک کاری بکنید بخصوص چون ما زبانمان

نگه می‌داریم؛ مثلاً لازم نیست که من بگویم. به طریق اولی شما خودتان. تهیه‌کننده‌ها و کارگردان‌ها، به خاطر جایگاهی که دارند اینها را رعایت می‌کنند. رادیو به دلیل اینکه با گوش سروکار دارد و در واقع فرصتی ایجاد می‌کند که قوه تخیل زنده بشود در شنونده‌ها خیلی عرصه‌اش گسترده‌تر و وسیع‌تر است تا تولیدات سیما.

اصلاً اینکه ما نوشتاری داریم نسبت به خیلی از تولیدات رادیویی، من واقعاً خیال می‌کردم ما چون خودمان قدیم تلویزیون نمی‌دیدیم و رادیو گوش می‌کردیم یک موسیقی که زده می‌شود یک صدای آشنا که می‌آید و یک نمایش رادیویی را که می‌بینیم، مدام آن حس در ما زنده می‌شود. اما اینطور نیست! بعداً که تحقیق

واقعاً بدانیم که به خصوص در سال همت مضاعف و کار مضاعف یک معنای این نامگذاری آن است که اولاً ظرفیت‌های خودمان را خوب بشناسیم و این باز عین تعبیر رهبر فرزانه انقلاب است؛ هم ظرفیت‌های خودمان را خوب بشناسیم، هم تلاش کنیم و بتوانیم این ظرفیت‌ها را به فعلیت برسانیم و با کار مضاعف اینها را به نتیجه برسانیم.



ایهام زیاد دارد. حالا اینکه چرا اینجوری است، من واقعاً نمی‌دانم. زبانمان ایهام دارد: بعضی‌ها یک حرف‌هایی می‌زنند. می‌گویند: آقا منظور از این حرف مثلاً آن فحش بد بود یا آن تعبیر خیلی ناجور. یک خرده اینها را هم می‌شود گذاشت کنار. یعنی من حداقل اینقدر توجه دارم که بعضی موقع‌ها به حرف‌هایی که زده می‌شود، اصلاً اعتنا نکنید.

... در واقع عرض من این است در این روابط اجتماعی هر کسی با یک بخشی یک رابطه برقرار می‌کند و اگر یک برداشتی بکند و با همان بخندد، همین مطلوب است. بله ما حریم‌هایی را

کردم و با اهل فن هم صحبت کردم دیدم این ویژگی رادیوست.

یعنی کسانی که از رادیو یک موسیقی را می‌شنوند یا از رادیو نمایشی را می‌شنوند، چون برایشان ترسیم سیمایی نمی‌شود اینها برای خودشان و با قدرت تخیل خودشان فضا می‌سازند؛ متناسب با آن چیزی که خودشان علاقه دارند و خودشان می‌توانند تخیل کنند با آن قیافه‌هایی که برای خودشان می‌توانند ترسیم کنند و با علقه‌های خودشان. لذا شیرین می‌شود، لذا اگر بیست سال دیگر هم آن موسیقی را شنید و آن صدا را شنید چون با خودش تطبیق

می‌دهد حس نوستالژیکش خیلی قوی‌تر از کسی است که با یک اثر تلویزیونی می‌خواهد حالت نوستالژی داشته باشد.

بنابراین رادیو این قابلیت‌ها را دارد، این جایگاه‌ها را دارد، این ظرفیت و توان عظیم را دارد و من خواهم این است که قدر ظرفیت‌هایمان را بدانیم و بدانیم اولاً پیشکسوت‌های ما، هنرمندان ما و نویسندگان ما در رادیوی ما واقعاً گنجینه هستند. واقعاً بدانیم که به خصوص در سال همت مضاعف و کار مضاعف یک معنای این نامگذاری آن است که اولاً ظرفیت‌های خودمان را خوب بشناسیم و این باز عین تعبیر رهبر فرزانه انقلاب است؛ هم ظرفیت‌های خودمان را خوب بشناسیم، هم تلاش کنیم و بتوانیم این ظرفیت‌ها را به فعلیت برسانیم و با کار مضاعف اینها را به نتیجه برسانیم.

اگر این کار را نکنیم کوتاهی کرده‌ایم. من باز تأکید می‌کنم هیچ خط قرمزی ولو در آنجاها که نقد می‌کنید آنجایی که حاکمیت نقد می‌شود، وزرا نقد می‌شوند، شخصیت‌های بالای اجرایی کشور نقد می‌شوند، اینکه الان هم انجام می‌گیرد، وجود ندارد. بعضی اوقات چیزهایی که ما می‌بینیم در بعضی از برنامه‌ها، خیلی طنزهای شدید، انتقادات خیلی پیشرفته، کسی هم اعتراضی ندارد و الحمدلله خود مسئولین و وزرا و اینها هم کار کشته شدند و وقتی یک کار تبلیغی برایشان انجام می‌دهیم خودشان می‌گویند آقا این کار خیلی تخت بود، اثر نداشت، یک خرده چالشی باشد و یک چند تا سؤال داشته باشد و اینها خودشان یواش یواش الحمدلله یاد گرفتند. اینطور نیست که کلاه سرشان برود و ما یک برنامه تخت بسازیم و بگوییم ببینید چقدر از شما تعریف کردیم. الان کسی در این حوزه‌ها مشکل ندارد و هرازگاهی این کار صورت می‌گیرد. متأسفانه باز تحقیقات ما نشان می‌دهد کسانی که دامن می‌زنند به این چیزها بعضی از همکاران رسانه‌ای خود ما هستند در بعضی از حوزه‌ها در بعضی از جاها که تربیونی در اختیار دارند. همان‌هایی که به طور جدی از سانسور انتقاد می‌کنند و از رسانه ملی انتقاد می‌کنند به دلیل اینکه شما نمی‌گذارید هرکسی حرفش را بزند. شما اجازه خودنمایی به خیلی از بخش‌های هنری نمی‌دهید و چه و چه... حالا می‌بینید یک کاری انجام می‌شود حالا به زعم آنها یک اشکالی در آن هست، خود آنها در بزرگنمایی

مطلب فوق‌العاده تلاش می‌کنند. هنوز هیچکس اعتراض نکرده و هیچ نهاد نظارتی برخورد نکرده و هیچکس نگفته چرا اینجا را سانسور نکرده‌اید، خود آن کسانی که مدعی‌اند که بایستی راه باز باشد، دروازه‌ها باز باشد و پنجره‌ها را باز کنید و بگذارید همه ببینند و حرف بزنند، خود آنها پیشگام می‌شوند در تخریب هنرمندان و آثار ارزشمندی که صورت می‌گیرد و حالا به زعم آنها از یک زاویه‌ای می‌تواند مشکل داشته باشد. حالا ما کاری به آنها نداریم چون اگر بخواهیم به اینها فکر کنیم کار جلو نمی‌رود. مهم این ظرفیت عظیمی است که در حوزه طنز در معاونت صدا هست که خوب باید شناسایی بشود و به

صدا در جایگاه خودش، ویژگی‌های خودش را دارد. هم می‌تواند تمام برنامه‌های مختلف را در ساختارهای مختلف در همه شبکه‌ها در واقع یک قوام و پویایی و تأثیرگذاری خوبی در حوزه برنامه‌های طنز، بدهد و هم می‌تواند ابتدای خوبی باشد برای برنامه‌های سیمای.

موقع باید به فعلیت برسد و در این کار، در این راه، هر کاری که دوستان در حوزه صدا لازم است انجام بدهند. اولاً اعتماد کنند به گروه‌های جدید؛ حالا من نمی‌گویم جوانان جای خود دارند. راه را باید برای جوان‌ها باز گذاشت و پیشکسوت‌ها را هم گذاشت تا آنها را هدایت کنند و با سیستم آموزشی منظم، مرتب آموزش ببینند.

این یک مسئله است اتکا به جوان‌ها، اعتماد به آنها اما در واقع من می‌گویم اعتماد به تیم‌های جدید. این را بگویم و عرضم را جمع کنم. اگر بعضی از تیم‌ها از قدیم هست و همیشه هم موفق بودند، خب، آنها خوب هستند. سر جایشان هم باشند، مشکلاتشان را حل کنید، گرفتاری‌هایشان را مرتفع کنید، موانع پیش پایشان را بردارید که بعضاً هم از این مشکلات زیاد دارند. من هم ملاقات با دوستان زیاد دارم که می‌دانید. غیر از جلساتی که با مدیران در جلسات رسمی

دارم با دوستان هنرمند صدا به طور خصوصی و تکی هم رابطه زیاد دارم، آنها هم مشکلات دارند و باید مشکلاتشان برطرف بشود. اما تیم‌های جدید باید شکل بگیرند.

... صدا در جایگاه خودش، ویژگی‌های خودش را دارد. هم می‌تواند تمام برنامه‌های مختلف را در ساختارهای مختلف در همه شبکه‌ها در واقع یک قوام و پویایی و تأثیرگذاری خوبی در حوزه برنامه‌های طنز، بدهد و هم می‌تواند ابتدای خوبی باشد برای برنامه‌های سیمای.

من روی صدا و ظرفیت صدا در حوزه طنز خیلی حساب باز کرده‌ام و این را تعارف نمی‌کنم و چهره‌هایی که شما -آقای صوفی- دارید و شخصیت‌هایی که هستند، در همه بخش‌ها قابلیت‌هایی دارند که به این راحتی نمی‌شود از کنار آنها گذشت. با این قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها وضعیتی که هست، وضعیت ایده‌آل و آرمانی ما نیست. من خواهم این است که یکی از نتایجی که حداقل این نشست خواهد داشت و شما پیگیری کنید، بررسی دقیق و همه‌جانبه این ظرفیت‌ها و مشکلات و موانعی است که نمی‌گذارد در برخی حوزه‌ها اینها به فعلیت برسد.

اینها را شما ان‌شاءالله بایستی پیدا کنید و دقیق کنید و من هم در خدمت شما هستم که در هر موقفی و در هر بخشی که لازم هست که خدمت کنیم، نوکری کنیم و در خدمت شما باشیم. من بارها به دوستان می‌گویم که مدیران در حوزه هنر شأنی جز خدمتگزاری و جز آماده کردن راه برای هنرمندانی که اصل کار را انجام می‌دهند، ندارند. ممکن است ما اگر حوزه دیگری باشیم اینجوری هم خیلی حرف نزنیم، آدم در هر جایی باید جایگاه خودش را بداند، اما انصافاً در حوزه هنر چون کار اصلی؛ یعنی خلاقیت، آفرینندگی و تأثیرگذاری که واقعاً ماهیت و هویت کار هنر را تشکیل می‌دهد، در اختیار هنرمندان است، این اصل برجستگی بیشتر می‌یابد.

همه دست به دست هم دهند و این دانه‌های تسبیح جمع شوند تا یک حقیقت واحدی را تشکیل دهند. هنرمندان کارهای بزرگ می‌کنند و وظیفه مدیران در واقع خدمتگزاری و تسهیل راه و برآشتن موانع است برای اینکه هنرمندان بتوانند راحت‌تر کارشان را انجام بدهند.

ان‌شاءالله که همیشه موفق و سلامت و پاینده باشید و روز به روز کارهای فاخرتر و ارزشمندتر از شما بشنویم!

عمومی‌تر ما می‌توانیم طنز را شاخه‌ای از ادبیات و هنر و نیز بیان ادبی و هنری به شمار آوریم که در آن طنزپرداز با هدف نقد، سرزنش و تخطئه شرارت‌ها، نابکاری‌ها، نابسامانی‌ها، کوتاهی‌ها و نواقص، نمایش یا گزارشی به ظاهر خنده‌دار را از مقوله‌ای ارائه می‌کند. هر چند گزارش و نمایش مورد اشاره به ظاهر مضحک و خنده‌آور است، ولی مقصود غایی طنزپرداز خندیدن و خنداندن نیست، بلکه هدف او برانگیختن تأمل در احوال امور مختلف و گشودن راهی برای نقد موقعیت‌هاست.

به بیان دیگر، در طنز، اگر چه همچون مطایبه و مزاح لیخندی بر لب می‌نشیند، ولی در این فرایند خندیدن و خنداندن، خود خنده هدف نیست، بلکه این خنده راهی است برای آگاهی‌جستن بر مسئله و مسائلی که نه تنها ممکن است معرفت بر احوال آنها چندان دلپسند و فرح‌زا نباشد که حتی تلخ و گزنده نیز محسوب شود. از این منظر، طنز را می‌توان بیان شاد و نشاط‌آور ناملازمات، دشواری‌ها و تیرگی‌ها با هدف برانگیختن توجه انتقادی مخاطبان دانست. از این جهت است که گفته‌اند فکاهه و مطایبه فراهم‌آورنده نوش‌خند و طنز موجد نیشخند است.

بررسی‌های تاریخی در باب ادبیات و هنر، نخستین‌بار صورت نگاشته و تدوین شده طنز را به یونان و روم باستان و پیشگامانی چون: آریستوفان، هوراس، جووینال و... نسبت می‌دهند. بدون تردید در دیگر جوامع کهن نیز، صور مختلف بیان طنز هر چند در قالب‌های غیرمکتوب و غیرمدون وجود داشته است، که ردپای آن را اگر نه در کتاب‌ها و منابع مکتوب که در عرصه پرده‌های فرهنگ شفاهی و بسیاری از حکایات و سروده‌های به‌جای‌مانده از پشتیبان، ضرب‌المثل‌ها، مثل‌ها و نیز مراسم و سنت‌های مختلف آیینی در جوامع گوناگون می‌توان سراغ گرفت. در غرب سنت طنز با نویسندگانی مانند جوناتان سوئیفت (Jonathan swift) نویسنده **سفرهای گالیور**، سروانتس (Cervan-tes) نویسنده **دن کیشوت**، جرج برنارد شو، مارک تواین و در دهه‌های نزدیک‌تر با کسانی چون آلدوس هاکسلی (Aldus Huxley) خالق **دنیای قشنگ نو**، و جورج آرول (George Orwell) نویسنده **قلعه حیوانات** و **۱۹۸۴**، و نیز بازیگران و کارگردانی همانند چارلی چاپلین استمرار یافته است.

محمدحسین صوفی، معاون صدای رسانه ملی:

ضرورت تأمل در آگاهی‌بخشی و توجه به امیدبخشی در جامعه

طنز یکی از قوی‌ترین و کارآمدترین ساختارهای بیان ادبی و هنری است که از گذشته‌های دور تا امروز، در بسترهای متفاوت فرهنگی و اجتماعی، در کار سامان‌دهی ارتباطات میان فردی و گروهی بشر بوده است. طنز، از سویی قرابتی نزدیک با فکاهه و کمدی، شوخی و مطایبه و هزل، و نیز بذله‌گویی دارد؛ چرا که آنها در کنار هم مجموعه هنر خنداندن دیگران را تشکیل می‌دهند. از سوی دیگر، طنز، با آنچه در ادبیات ما با عنوان هجو و ریشخند شناخته شده است نیز مرتبط است. به علاوه طنز به واسطه ماهیت خود، نسبتی هم با صنایع ادبی‌ای چون کنایه و مبالغه دارد. شاید به واسطه همین پیوستگی‌ها و ارتباطات مفهومی به نسبت پیچیده، ارائه تعریفی دقیق و همه‌جانبه و به اصطلاح اهل منطق، جامع و مانع از این ساختار ادبی و هنری کار چندان آسانی نبوده و نباشد.

ارائه تعاریف دقیق، برای بسیاری از مفاهیم و امور، به ویژه در حیطه‌های انسانی و فرهنگی، کاری است سخت و طبیعتاً طنز را هم باید در همین مقوله گنجانند. با این همه در برداشتی





ما نیازمند درک مؤثر محیط اجتماعی از طریق پژوهش‌های جامعه و مخاطب‌شناختی هستیم. در همین راستا توجه به روند تغییرات عمده جمعیتی ایران و سیر تحولات اجتماعی و فرهنگی در کشور و جهان ضروری است. در بستر همین مطالعات باید بر جنبه فنی و تکنولوژیک پیام‌رسانی و جریان توسعه و تکامل آن و اتفاقاتی که در حوزه رقبا رخ می‌دهد هم توجه کافی کرد.

خوشبختانه کشور ما در مقوله طنز، در هر دو حوزه ادبیات شفاهی و آثار مکتوب، از سابقه‌ای طولانی و غنی برخوردار است.

طنز فارسی در ادبیات معاصر و در دوران بعد از مشروطیت، با رویکردی قوی‌تر از پیش نسبت به مسائل سیاسی و اجتماعی تداوم یافته است و کسانی چون نسیم شمال، دهخدا، جمال‌زاده، پزشکزاد و بسیاری دیگر در این راه تلاش داشته‌اند. در میان معاصران هم می‌توان از چهره‌های شاخصی مانند باستانی پاریزی، عمران صلاحی، کیومرث صابری و... نام برد.

در یکصد سال اخیر و با شکل‌یابی سینما، و به دنبال آن پیدایش و رشد سریع رسانه‌های رادیویی، تلویزیون و نیز اینترنت، هنر طنز، به‌خصوص طنز رادیویی گسترش زیادی یافته است. ما در صدای جمهوری اسلامی و در ایستگاه‌های مختلف آن می‌توانیم برنامه‌های طنز موفق بسیاری را سراغ بگیریم. این برنامه‌ها و مضامین آنها، تکیه کلام و لحن صحبت بازیگران و تیب‌ها و شخصیت‌های معرفی‌شده در آنها، در مواردی به خاطره‌های ماندگار مردم تبدیل شده‌اند.

یکی از تأثیرات مهم برنامه‌های طنز علاوه بر افزایش توجه و آگاهی مخاطبان نسبت به محیط پیرامون، تخفیف تنش‌ها و اضطراب‌های فردی و اجتماعی آنهاست. برنامه‌های طنز همچون تمامی ژانرهای سرگرم‌کننده دیگر، خصوصیت کاستن از آلام روحی و روانی داشته، در افزایش روحیه فردی و جمعی و توسعه توانمندی‌های مخاطبان در رویارویی با مشکلات روزمره مؤثرند. طنزهای رادیو هم در سالیان گذشته توانسته‌اند نقش خوبی در آرامش‌بخشی به مخاطبان و نیز ایجاد فضای مفرح و نشاط‌آور داشته باشند و در شرایط دشواری مانند دفاع مقدس روحیه اجتماعی را بالا نگاه دارند.

ما امروز همچنان به ایفای نقش مؤثر رادیو در عرصه آرامش‌بخشی و تسکین اجتماعی قائلیم و برنامه‌های طنز را محمل خوبی برای این مهم می‌دانیم. با این همه در مقام گردانندگان و کارگزاران این رسانه خود را با سؤالاتی در موضوع طنز مواجه می‌بینیم. هر چند می‌توان فهرست بلندی از این سؤالات تهیه نمود، ولی من در این فرصت اجازه می‌خواهم به دو پرسش کلیدی و شاید مهم‌ترین آنها اشاره کنم:

در وهله نخست باید پرسید این مقدار طنز که هم‌اینک از رادیو پخش می‌شود، مستقل از هر

گونه ارزش‌گذاری کیفی، تا چه اندازه با هر آنچه به عنوان ضرورت رسانه‌ای در این حیطه قابل طرح و پیگیری است و به طور مشخص، نیازها و علایق مخاطبان سازگار است؟ آیا ما به اندازه کافی برنامه طنز تولید و پخش می‌کنیم؟ اگر نه، مشکلات در کجاست؟ و راه‌حل‌ها کدامند؟

این پرسش به صورت اساسی، پرسش از کمیات است؟ اگر برای هر ژانر رادیویی رنگی خاص را در نظر بگیریم، این پرسش اندازه و شدت رنگمایه طنز را در رنگین‌کمان رادیو تعقیب می‌کند. برای پاسخ به سؤال مانند همه برنامه‌ریزی‌های رسانه‌ای در موضوعات دیگر، ما نیازمند درک مؤثر محیط اجتماعی از طریق پژوهش‌های جامعه و مخاطب‌شناختی هستیم. در همین راستا توجه به روند تغییرات عمده جمعیتی ایران و سیر تحولات اجتماعی و فرهنگی در کشور و جهان ضروری است. در بستر همین مطالعات باید بر جنبه فنی و تکنولوژیک پیام‌رسانی و جریان توسعه و تکامل آن و اتفاقاتی که در حوزه رقبا رخ می‌دهد هم توجه کافی کرد. البته در بحث از رقبا باید هم به رقبای همجنس ما یعنی ایستگاه‌های رادیویی خارجی که برنامه‌هایشان در کشور قابل دریافت است، و هم رقبای غیررادیویی شامل تلویزیون، وب، مطبوعات و رسانه‌های جدید نیز توجه جدی داشت.

در آسیب‌شناسی کم‌بودن سهم برنامه‌های طنز در رادیو، یکی از تنگناهای اصلی به مقوله نیروی انسانی بازمی‌گردد. ما دچار کمبود منابع انسانی توانمند در حیطه تخصصی طنز هستیم. در همه تخصص‌های مورد نیاز، به ویژه نویسندگی این کمبود محسوس است. دلیل آن به صورتی بنیادین به محدودیت‌های انگیزشی و آموزشی بازمی‌گردد. طنز به عنوان یک تخصص ویژه رسانه‌ای، نیازمند توجهی خاص بوده است. شاید در این زمینه کوتاهی‌هایی صورت گرفته باشد. به هر صورت ما الآن درصدد هستیم که فرایندهای آموزشی مستقلی را در این بخش به انجام برسانیم و شرایط انگیزشی را هم، برای کار بیشتر و مؤثرتر همکاران تسهیل کنیم. شناخت و جذب استعدادها، توانا، ایجاد دلگرمی و فرصت برای بروز خلاقیت‌های همکاران توانمند، بهبود دستمزدها و برگزاری دوره‌های آموزشی مؤثر، قدم‌هایی هستند که باید برداشته شوند.

به هر صورت ما آماده‌ایم زمان بیشتری را

برای طنز در رسانه نظر بگیریم و فرصت‌های خوب جدول پخش (کنداکتور) رادیوها را به این حیطة اختصاص بدهیم. به عنوان یک سیاست اجرایی قرار شده است همه رادیو، براساس یک هماهنگی مشترک، برنامه طنز قوی و مستقلی را مانند آنچه صبح‌های جمعه از **رادیو ایران** و دیگر رادیوهای صدا مانند **تهران، جوان و فرهنگ** پخش می‌شود، تدارک ببینند؛ مرکز نمایش هم قرار شده است برنامه‌های بیشتری را در حوزه طنز تهیه کند که قطعاً نیازمند همکاری گسترده همه صاحبان ذوق خواهد بود. به هر صورت امیدواریم از بعد کمی به موقعیت بهتر و موفقیت‌های بیشتری دست پیدا کنیم!

پرسش مهم دوم به موضوع «کیفیت» باز می‌گردد. برنامه‌های ما مستقل از کمی فرصت و محدودیت زمانی، از نظر کیفی چگونه‌اند؟ ما در زمینه طنز تا چه حد با هنجارها و استانداردهای کیفی مربوط به این ژانر هنری همراهی داشته و داریم؟ نقاط ضعف و قوت کیفی ما کدام‌اند و دلایل هر یک چیست؟ در بحث از هنجارها و استانداردها باید به بومی‌بودن و سازگاری آنها با مبانی عقیدتی، ارزش‌های مذهبی و اخلاقی و مقتضیات فرهنگی و اجتماعی کشور توجه کافی کرد.

در پاسخ به سؤال از کیفیت برنامه‌های طنز، در مقام یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که برنامه‌های طنز رادیو، به صورتی کلی با استقبال اجتماعی زیادی مواجه بوده‌اند. به صورتی که شاید بتوان این دسته برنامه‌ها را در رده برنامه‌های موفق سالیان گذشته رادیو محسوب کرد. ولی اگر نگاه نقادانه‌تری به کار خویش داشته باشیم، باید اعتراف کنیم که علی‌رغم اقبال درخور توجه اجتماعی، و با اظهار سپاس و حق‌شناسی نسبت به تلاش‌هایی که از سوی یکایک همکاران خوب ما صورت گرفته و می‌گیرد، ما هنوز با هنجارها و استانداردهای مورد انتظار در حوزه طنز فاصله داریم و باید راه زیادی را در مسیر ارتقای کیفیت طی کنیم.

البته توجه دارید که مشکل کیفیت مشکل دیروز و امروز نیست و به هر صورت مسئله‌ای مزمن است و در آینده نیز استمرار خواهد داشت. چون به هر حال ساختارها به صورتی متناسب نوسازی می‌شوند، فناوری به صورتی مستمر تغییر می‌یابد، تکنیک‌ها عوض می‌شوند و اقتضات

جدید از راه می‌رسند. رادیو و برنامه‌سازانش، به ویژه در حیطة ژانر تأثیرگذار طنز، باید نگاه خود را به مقوله کیفیت به صورت متناوب تجدید و نوسازی کنند و همواره بهترین هنجارها، بالاترین استانداردها و مؤثرترین روش‌های ساخت برنامه و تلفیق عناصر محتوایی و شکلی را کشف و یا اختراع کرده و آن را به خدمت گیرند.

باز در اینجا هم، آموزش و انگیزش دو رکن مهم در تقویت کیفی برنامه‌ها هستند. آموزش‌های نوآورانه و اثربخش، توان تفکر و مهارت‌های عملی برنامه‌ساز را بالا می‌برد و در کنار آن، انگیزش کافی، به عوامل انسانی اجازه می‌دهد تا خلاق‌تر باشند. البته می‌دانیم که استفاده مؤثر از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های فناوری از جهتی در گرو آموزش و تسلط حرفه‌ای و از جهت دیگر تابع عوامل انگیزشی و سطح خلاقیت و نوآوری کارکنان است.

با تأکید دوباره بر برنامه‌ریزی‌هایی که در زمینه بهبود شرایط انگیزشی و آموزشی در حوزه برنامه‌سازی طنز در دست انجام است، اجازه می‌خواهم چند نکته را در مقوله کیفیت یادآوری کنم:

میان طنز و هجو مرز ظریفی وجود دارد. شاید بتوان گفت که طعن، انتقاد مستقیم و طنز انتقاد غیرمستقیم است. ما در طنز، باید ظرفیت انتقادگری غیرمستقیم را گسترش دهیم. طنزهای رادیویی باید زبانی قوی و تأثیرگذار داشته باشند. استفاده از کلمات و تعابیر سبک و کم‌ارزش، ناسزا و دشنام و خدای ناکرده اهانت و شکستن حریم‌های اخلاقی، و گرایش به سمت آنچه لودگی نامیده می‌شود جایگاه برنامه را در میان مخاطبان تخفیف می‌دهد. حفظ احترام همه آحاد جامعه، گروه‌ها و اقشار اجتماعی در کنار نقد قدرتمندانه عملکرد و رفتار آنها باید به یک هنجار مسلط در برنامه‌سازی‌های طنز تبدیل شود. در استفاده از تیپ‌های اجتماعی، لهجه‌ها و هر آنچه نشانه رجوع به فردی خاص یا گروهی معین است، شئون فردی نباید مورد تعرض و توهین قرار گیرد؛ ما مسئول نقد رفتاریم و دلیلی ندارد به بهانه طنز، شخصیت آدم‌ها را تخریب کنیم. توجه داشته باشیم که در هر صورت حفظ یکپارچگی اجتماعی تعهد اول ماست و ما نمی‌توانیم برای طنزی بهتر، وحدت اجتماعی‌مان را با مخاطره مواجه کنیم. نقد اجتماعی حیطة‌ای

گسترده است و نباید تنها در نقد سیاسی و رفتار سیاسیون خلاصه شود. منظور من آن نیست که به نقد عملکرد مسئولان اجرایی نپردازیم، منظور من آن است که در کنار آن، توجه مناسبی به حیطة‌های دیگر طنز داشته باشیم. رفتار جمعی در بسیاری زمینه‌ها استحقاق نقد را داراست و می‌توان از طنز بهانه‌ای برای اصلاح گسترده رفتار فراهم آورد. البته نقد عملکرد مسئولان هم، در جای خود ضرورتی است که کماکان به آن می‌پردازیم و تنها لازم است خطوط قرمز این حیطة را همواره در نظر داشته باشیم. البته درباره خطوط قرمز، ما همواره آخرین موارد را به اطلاع همکاران می‌رسانیم و اطمینان داریم که اهتمام کافی نسبت بدانها صورت می‌گیرد. شایسته تذکر است که ما در خیلی از موارد می‌توانیم ورود کنیم که شاید گونه‌های خودسانسوری در همکارانمان مانع پرداختن مناسب بدانهاست. به هر صورت در مجموعه‌ای که به عنوان آیین برنامه‌سازی در حوزه صدا در دست کار است، فصل مناسبی هم به طنز و الزامات آن اختصاص دارد که لازم است همکاران عزیز طنزپرداز و دست‌اندرکاران برنامه‌سازی در این مقوله، در تدوین آن مشارکت مؤثر داشته باشند. نکته آخر را به استفاده مؤثرتر از عناصر شادی‌بخش و مسرت‌آفرین در برنامه‌ها اختصاص می‌دهم. در طنز، لبخند اگر چه هدف نیست ولی بهانه‌ای کلیدی است. اجرای شادتر برنامه‌ها و استفاده بیشتر از کلمات مثبت و امیدبخش، به ارتقای روحیه اجتماعی کمک زیادی می‌کند و می‌تواند تأثیرات تلخ و گزنده طنز را کاهش داده و آگاهی و تعهد عمیق‌تری را فراهم آورد. من از همه دست‌اندرکاران برنامه‌های طنز و در حیطة‌ای وسیع‌تر از تمامی برنامه‌سازان رادیویی و تمامی اعضای خانواده بزرگ رادیو می‌خواهم که به نشاط و امیدبخشی در جامعه توجه بیشتری داشته باشند و فضای شاد و آرامش‌بخش‌تری را در برنامه‌هایشان به وجود آورند.