

کارکرد طنز در رسانه

پدیدآورنده:

اکرم امامی



تابستان ۱۳۹۶



میراثنامه	اساسی، اکرم، ۱۳۵۷ -
عنوان و نام پدیدآور	کارکرد طنز در رسانه / پدیدآورنده اکرم امامی
مشخصات نشر	تهران: نقطه سر خط، ۱۳۹۶
مشخصات ظاهری	۱۸۹ ص: - مصور
شابک	978-600-95937-1-2 / ۱۵۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	فیا
موضوع	کمدی های تلویزیونی
موضوع	Television comedies
موضوع	کمدی های رادیویی
موضوع	Radio comedies
موضوع	طنز
موضوع	Satire
موضوع	رسانه های گروهی -- جنبه های روانشناسی
موضوع	Mass media -- Psychological aspects
زبان کلامی	۱۳۹۶ / ۸ / الفبا / PN1۹۹۲
رده بندی	۷۹۱/۴۵۷۲
شماره ثبتنامی ملی	۴۸۱۵۵۷۴



کارکرد طنز در رسانه

نویسنده: اکرم امامی

ویراستار: بهار منعم

مقدمه: محمد صادق رحمانیان

طراح جلد: سید حمیدرضا موسوی

نوبت چاپ: اول

تاریخ انتشار: ۱۳۹۶

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

بها: ۱۵۰۰۰۰ ریال

کد پستی: ۴۴۸۷۴-۱۳۶۳۶

تلفن: ۵۵۱۷۳۴۱۲-۵۹۵-۰۹۱۹۴۱۹

ایمیل: hamidrezaghiyasvand@yahoo.com

هرگونه استفاده کلی منوط به اجازه کتبی از انتشارات نقطه سرخط می باشد.

فهرست

مقدمه

- طنز..... ۱
- طنز اصیل..... ۹
- طنز در اصطلاح امروزی..... ۱۱
- هویت طنز..... ۱۳
- هدف طنز..... ۱۵
- ب) رسوا کردن جنایتها (ضرورت سالم سازی جامعه و مصون داشتن مسئولان از لغزشها) ۱۶
- پ) انگیزهی زیباشناسانه (لذت بردن از ناست و ساختن نمونه های مخصوص خود)..... ۱۶
- ت) آرمانگرایی گذشته نگر..... ۱۶
- ث) نقص جسمی یا زشتی صورت یا کمبود روحی و نابریفته نشدن در مجامع بزرگان و همانند آن..... ۱۷
- سیر تکاملی هنر طنزپردازی..... ۱۹
- ویژگی طنزپردازی..... ۲۱
- همجو..... ۲۲
- هزل..... ۲۴
- فکاهه..... ۲۵
- لطیفه..... ۲۵
- کنایه..... ۲۶

۲۶	 کاریکاتور
۲۷	 کمدی
۲۸	 کاریکلماتور
۳۱	 طنز از نگاه و قلم نام آوران
۳۱	 مارک تواین
۳۱	 سارتر
۳۱	 چارلی چاپلین
۳۲	 استاد زرین کوب
۳۳	 کیومرث صابری (گل آقا)
۳۲	 فروید
۳۲	 امبرتو اِکو
۳۵	 شیوه ی عرضه ی طنز
۳۵	 الف) طنز نوشتاری
۳۵	 ب) طنز شنیداری
۳۵	 ج) طنز دیداری
۳۶	 د) طنز شنیداری - دیداری
۳۷	 قالب های طنز
۳۷	 ۱ - شعر
۳۷	 ۲ - نثر
۳۸	 ۳ - داستان کوتاه و رمان
۳۸	 ۴ - قطعات کوتاهی فکاهی

- ۵- نمایش نامه ۳۸
- طنز روانشناسی و ویژگی‌های آن ۴۱
- الف: طنز درمانی ۴۱
- ب: موضوع‌های مشترک ۴۳
- پ: مکانیسم‌های دفاعی ۴۳
- ت: نظریه شرایطی شدن ۴۴
- ث: توهم‌ها و پندیان‌ها ۴۴
- آثار اجتماعی طنز ۴۵
- روحیه نشاط و نقش آن در جامعه ۴۹
- انسان، رسانه و طنز ۵۱
- ۱- نیاز انسان به طنز و سرگرمی ۵۱
- ۲- وظیفه رسانه‌ها در زمان حاضر ۵۲
- ۳- طنز ممدوح، طنز مذموم ۵۴
- معیارهای طنز مطلوب ۵۵
- ۱- انگیزه و هدف: ۵۵
- ۲- محتوا و مواد: ۵۶
- ۳- کیفیت و روش: ۵۷
- ۴- موضوع: ۵۸
- ۵- میزان و مقدار: ۵۹
- ویژگی‌های طنز رسانه‌ای (صدا و سیما) ۶۱

۶۳	رادیو، طنز.....
۶۴	ارتباط موضوع طنز با هدف‌های کلی رادیو.....
۶۷	راهکارهای علمی بهره‌گیری از طنز در رادیو.....
۷۱	کارکرد طنز در رادیو.....
۷۳	ویژگیهای طار رادیویی.....
۷۳	۱- از لحاظ بصرینیب رادیو.....
۷۴	۲- از لحاظ ارزش ادبی.....
۷۴	الف. برنامه‌های طنز منفرم.....
۷۵	ب. برنامه‌های طنز مشور.....
۷۵	۳- از لحاظ زبانی طنز.....
۷۷	۴- از لحاظ نوشتاری طنز.....
۷۹	مزیت‌های نگارش طنز در رادیو.....
۷۹	۱- تخیل بی حد و مرز.....
۷۹	۲- هزینه اندک تولید.....
۸۰	۳- کوتاه بودن برنامه زمانی تولید.....
۸۰	۴- جایی برای آزمون و خطا.....
۸۰	۵- صمیمیت بیشتر.....
۸۱	عناصر خلاق تهیه کنندگی طنز در رادیو.....
۸۱	۱- موسیقی.....
۸۲	۲- جلوه‌های صوتی (افکت).....
۸۳	۳- سکوت.....

- ۸۴- گفت و گو..... ۸۴
- گفت و گو و شخصیت..... ۸۵
- گفت و گوی و توصیف..... ۸۶
- ۵- لهجه (لهجه ی اجتماعی و لهجه ی محلی)..... ۸۶
- جمع بندی طنز در رادیو..... ۸۹
- ضرورت های طنز رادیویی و تلویزیونی..... ۹۳
- نقاط ضعف و محدودیت های طنز..... ۹۷
- راهکارهای تولید برنامه های طنز در رسانه..... ۱۰۱
- الف) تهیه نقشه راه..... ۱۰۱
- ب) برنامه ریزی کوتاه مدت و بلند مدت..... ۱۰۲
- ج) اولویت بندی شادی و نشاط..... ۱۰۳
- د) انگیزه در برنامه سازان..... ۱۰۴
- ه) پژوهش..... ۱۰۴
- و) ایده پردازی در طنز..... ۱۰۵
- ز) تسهیل برنامه سازی در طنز..... ۱۰۶
- ح) نیاز پژوهی..... ۱۰۷
- م) استمرار و پیوستگی..... ۱۰۹
- راهکارهای پیشنهادی ارتقای برنامه های طنز رسانه..... ۱۱۳
- نمونه متنها ی برنامه های طنز رادیویی..... ۱۱۵
- منابع..... ۱۴۵

مقدمه

طنز در رادیو

طنز مقوله‌ای فراگیر است که در شعر و داستان و نمایش و سینما نمودی چشم‌گیر دارد و هر طنزپردازی به فراخور بضاعت و در ۱۵ - ۲۰ درصد از نابه‌سامانی‌ها و مشکلات زندگی به وجهی از طنز توجه می‌کند. در رادیو نیز به تمام وجوه طنز توجه می‌شود، به شرطی که بر قدرت تخیل شنوندگان اتکا داشته باشد. رادیو رسانه‌ای عام و فراگیر است و طبعاً مخاطبانی با سن و تحصیلات مختلف دارد. بنابراین باید تولیدات طنز نه آن قدر فاخر باشد که مخاطبان عام را گریزان کند و نه آن قدر سست که موجب دلزدگی مخاطبان خاص شود و دقیقاً همین نکته است که طنزپردازی در رادیو را مشکل می‌کند.

خط قرمزهای سیاسی و اعتقادی مورد توجه طنزپرداز، محتوای طنز رادیویی را صد چندان مهم می‌کند. پس ضروری است که طنزپردازان رادیو کاملاً با این خطوط آشنا باشند و حتی از طنزهای شبهه‌دار پرهیزند تا خدای ناکرده ارزش‌های دینی و ملی مخدوش نشود.

طنز در رادیو، همان طنز در رسانه های مکتوب و دیداری است با این تفاوت که از عناصر صدا همچون افکت و صدای محیطی برای پر کردن خلاء تصویر بهره برداری بیشتری می شود. در طنز رادیویی مهم تر از همه متن است تا جایی که متن طنز رادیویی قلب آن است و بازیگری و اجرا و تهیه کنندگی مغز آن؛ از این رو نویسنده طنز رادیویی ضمن اشراف به همه حوزه های طنز از نثر گرفته تا نظم باید قلمی روا داشته باشد تا بتواند توده مردم را به خود جذب کند. هماهنگی میان عناصر یک اثر طنز رادیویی در موفقیت آن اثر به سزایی دارد، به این معنی که مجریان و بازیگران و نویسندگان و تهیه کنندگان باید در حد یکدیگر باشند تا محصول تلاش آنان تأثیر گذار شود.

طنز در رادیو به لحاظ تنوع است از جمله:

- ۱- **طنزهای اجتماعی**: که به آسیب های اجتماعی می پردازد. مخاطبان را از ضعف هایشان آگاه می کند؛ مثلاً صرف کالاهای خارجی و بی توجهی به کالاهای تولید داخل یکی از ضعف هاست.
- ۲- **طنزهای اخلاقی**: طنزهایی که در این مجموعه ها می گیرد اخلاق را زیر ذره بین قرار می دهد و با شوگردهای مختلف، ضعف های اخلاقی را به چالش می کشد.

۳- **طنزهای ادبی**: خواندن داستان ها و شعرهای طنز در ایران و جهان

- ۴- **طنزهای تاریخی**: اتفاقات طنز آمیز بسیاری در تاریخ رخ داده است که می تواند دست مایه طنزهای مؤثر در رادیو باشد.

۵- **طنزهای کهن**: طنز در ادوار گذشته و با همان زبان قدیم مورد توجه قرار می گیرد.

طنز در رادیو یکی از ظرفیت های مهم برای ابلاغ پیام های دینی و انسانی و ملی به مخاطبان است و شایسته است که از این ظرفیت به نحو احسن استفاده شود .

خوشبختانه آثار ارزشمندی درباره طنز پیش چشم ماست و نیز پایان نامه های مختلفی در این حوزه در صدا و سیمای جمهوری اسلامی فرصت انتشار یافته اند. از جمله این تلاش ها کتاب حاضر است. کتابی که پس از ماه ها تلاش خانم اکرم امامی فراهم آمده است و در کنار آثار دیگر در این زمینه به پژوهش های ما در رادیو غنا بخشیده است. به هنگامی که در تب و تاب آماده سازی و تاسیس رادیو صبا (رادیوی از و سرگرمی) بودیم، این فقر و فقدان پژوهشی در آن زمان بیشتر به چشم می آمد. مسائلی که کتاب آخرین پژوهش در این زمینه نیست، اما می تواند رهگشای تحقیقات پس از این اشا سعی پژوهشگر مشکور باد.

محمّد بن رحمانیان

مدیر رادیو فرهنگ و مدیریت رادیو صبا