طنز سینمایی؛ فراخ اندیشه یا انبساط خاطر

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۳/۶، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۶/۱۸

سارا والانیا[۱]، **عبدالحسین لاله**[۲]

چکیده

دلهره، اضطراب و افسردگی، از جمله بیماری‌های بشری است که تأثیرات اجتماعی فراوانی نیز به همراه دارد. پدیده‌ای که دانشمندان علوم مختلف، از آن به‌عنوان بلای عصر مدرن یاد کرده و علاج‌اش را امری لازم برای بقاء جامعه دانسته‌اند. در مطالعات بنیادین حوزه‌های علوم اجتماعی، روانشناسی و هنر، راه‌های مختلفی برای رفع و علاج این بلا و بیماریِ تنش‌زا که نقش زیادی در ایجاد بحران‌ها و نابهنجاری‌های اجتماعی دارد، ارائه می‌شود؛ از جمله مشاوره‌های روانکاوانه، درمان‌های بالینی و ایجاد روحیهٔ نشاط و انبساط خاطر. یکی دیگر از این راه‌ها، استفاده از ظرفیت‌های هنری سینمای ایران است. هدف پژوهش آن است که اثبات کند سینمای ایران می‌تواند با تأسی از طنز شیرین و بذله‌گوی ایرانی، چنین هدفی را محقق سازد. بنا بر این، پژوهش حاضر با نگاهی توصیفی-تحلیلی، ارزش‌های طنز سینمایی برای غلبه بر بحران‌های یادشده را بررسی می‌کند و در کنار آنْ دیگر ثمرات اجتماعی و هنری این سینما نیز بررسی می‌شود.

واژگان کلیدی: طنز، خنده، تمثال، تمثیل، دیجیتال، افسردگی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. کارشناس ارشد مؤسسه آموزش عالی نبی‌اکرم تبریز.
Email: saravala2016@gmail.com

۲. دانشیار فرهنگستان هنر.
Email: lalehhosein@gmail.com

سؤال پژوهش

سؤال اصلی پژوهش آن است که سینمای طنز چگونه می‌تواند در عین آگاهی بخشی و حفظ جنبه‌های زیبایی‌شناسانه‌اش، رویکردی کنشی در جوامع پرتنش داشته باشد؟

مقدمه و بیان مسئله

برگسون[3] در کتاب *خنده سرچشمه‌های ذهنی، روانی و عاطفی*، جایگاه خنده در نظام فکری و منش بشری را بررسی کرده و انرژی متاثر از آن را نشان داده است. مثلاً اینکه چگونه می‌توان «خندیدن» بشر را از نیازهای بنیادین او به حساب آورد؟ منظور از خنده، چه نوعِ از آن است و چه نوع فعل و انفعالاتی در روح و روان بشر بوجود می‌آورد؟ خندیدن، علاوه بر انبساط روحی چه نقشی در آگاهی‌بخشی دارد؟ جامعه‌ای که به خنده اهمیت نداده و به رسمیت نمی‌شناسد، چه نوع جامعه‌ای است؟ عطف به سؤال اصلی پژوهش، یعنی اینکه «سینمای طنز چگونه می‌تواند در عین آگاهی‌بخشی و حفظ جنبه‌های زیبایی‌شناسانه، رویکردی کنشی در جوامع پرتنش داشته باشد؟»، می‌توان مجموع پرسش‌های برگسون را اجزاء پرسش اصلی پژوهش نیز به حساب آورد؛ زیرا تشنج‌های غیرقابل اجتناب در خلال زندگی، بخصوص در عصر حاضر، عام و عالمگیر است و رنج‌های بشر، در اصل شبیه هم‌اند. طنزِ خنده‌آوری که از آن بحث می‌شود، ماهیت آگاهی‌بخشی نیز دارد و می‌تواند حتی در جهان تکنولوژی زده امروزی، پاسخگوی انواع نیازهای جسمی و روانی بشر باشد. هدف از این پژوهش، نشان دادن ابعاد وسیع موضوع طنز در نوشتار (تمثیل) و تصویر (تمثال) است؛ برشماری ویژگی‌های طنز تمثالی و طنز تمثیلی در طول پژوهش، ابعاد دیگر موضوع را برملا و سپس آنها را با هم مقایسه می‌کند. در انتها، نقش هنر ـ بخصوص سینما ـ در رجحان بُعد تمثالی طنز نشان داده خواهد شد.

چارچوب نظری

فرضیه پژوهش، مستتر در شناخت دقیق ریشه‌های طنز و نیاز عمیق جوامع عصر حاضر به آن است؛ و نتیجه چنین شناختی، تأکید بر استفاده از «شوخ طبعی» به‌عنوان یک ویژگی مفرح برای انسان است. علیرغم این، برای اثرگذاری طنز، الا نیازی به شوخ‌طبعی یا خنده‌رویی مخاطب نیست؛ زیرا از سه کارکرد اصلی طنز، یک وجه‌اش آگاهاننده، وجه دیگرش تخلیه کننده قوای اعتراضی – که رل کنترل‌کنندگی جامعه[1] را نیز بر عهده دارد– و وجه آخرش منبسط کننده خاطر است.

> خنده توجه اندیشمندان بسیاری را به خودجلب کرده است اما آثار اشک‌آور، اقیانوسی ناشناخته‌ای است.... گریستن کاری است که بچه‌ها را به خاطرش پی در پی سرزنش می‌کنیم. زن‌ها واقع‌بین‌ترند زیرا گریه را نوعی عقده‌گشایی می‌دانند... بلیک[4] می‌گوید: اندوه زیاد سبب خنده می‌شود وخوشحالی زیاد سبب گریه. همین موضوع را جرج برناردشاو[5] نیز بیان می‌کند: گریه در زندگی بزرگسالان ابراز طبیعی احساس خوشحالی است همان‌طور که خنده در هر سنی ابراز طبیعی شناخت تخریب، آشفتگی و ویرانی است (بنتلی، ۱۳۷۷: ۱۸۴).

هر انسانی با هر خصیصه ذاتی و اکتسابی در بازخورد با انواع پدیده‌های فکری بخصوص اجتماعی، از مرحله ادراک عبور کرده و از سوژه طنز برای انبساط روحی استقبال می‌کند. از این رو مخاطب طنز، اکثریت جامعه متشکل از عامی و خاص است. زیرا «کمدی کاملاً بر زندگی طبقات عادی مردم متمرکز شده و به‌عنوان یک دیدگاه متعادل، بیانگر سلوک و نقض آداب خاصی است که در شیوه گفتار، کردار و خصلت‌های انسانی طبقات پایین جامعه وجود دارد» (نیل، ۱۳۷۸: ۹۳). در اثرگذاری طنز، تنها داشتن ذوقی طنزپرداز و نکته‌بین کافی نیست؛ زیرا احاطه وی به انواع طرق اندیشیدن نیز مهم است؛ عاملی برای تغییر و تحول مثبت و اصلاح امور.

> «نبوغ نهفته در طنز که باعث می‌شود آن را برای انسان سردرگم و مشوش زمان بسیار مناسب تشخیص بدهیم، آن است که اول ما را به خنده وادارد و سپس با علامت سؤال روبروی‌مان کند. این ویژگی باعث می‌شود تا توجه مخاطب جلب شود و سپس در خصوص چرایی پدیده‌ای که سوژه طنز است، به تفکر واداشته شده و متفکران و مسئولان را به چاره‌اندیشی برای رفع و اقدام عملی بیندازد» (تابش، ۱۳۹۳: ۵۳).

بر این منوال، طنز ماهیتی اصلاح‌گرایانه می‌یابد؛ و یا

3. Henri-Louis Bergson (1859 – 1941)

4. Blake

5. George Bernard Shaw

روند آنرا تسهیل می‌کند. مراد از طنز، کیفیتی است که ابتدا می‌خنداند سپس سطح انرژی جامعه هدف را برای دگرگونی و انتقال به سطحی بالاتر می‌کشاند. به قول رامبد جوان، «برای تولید آثار طنز در سینما و تلویزیون، به افرادی نیازمندیم که به معنای واقعی کلمه، کمدی‌ساز باشند. به دلیل عدم سابقه مثبت کمدی‌سازی در کشور، برخی از فیلم‌ها و مجموعه‌های طنز، شبیه هم ساخته می‌شوند» (رامبد جوان، ۱۳۸۵، مصاحبه با روزنامه رسالت). طنز تلخ یا سیاه[۶] نیز ـ که در آن، گریه بر خنده مقدم است و قرار است مخاطب بعد از مواجهه با آن به پوچی و بی‌ارادگی گراید ـ مورد بحث ما نیست. از بین نظریات مربوط به طنز، پژوهش حاضر نزدیک‌ترین گرایش فکری را در نظریه طنز فروید[۷] با عنوان «رهایی تسکین» می‌یابد؛ که در آن، طنز مایه لذت و سرخوشی است و این، باعث فروکش‌کردن کشمکش‌های روانی وی شده و اثری دفاعی برای بقاء مخاطب با توانایی به مراتب بالاتر می‌آفریند. «وی در کتاب *لطیفه‌ها و رابطه آن با خودآگاه* شرح می‌دهد که چگونه انرژی تخلیه شده در خنده، به این دلیل لذت بخش است که از میزان انرژی‌ای که در مواقع معمول برای مهار یا سرکوب فعالیت روانی به‌کار می‌رود، می‌کاهد» (کریچلی، ۱۳۸۴: ۱۳). به اعتقاد جان درایدن[۸]، ظرافت طنز به «جداکردن سر از بدن با حرکتی تند و سریع با شمشیر» شباهت دارد، بطوریکه دوباره در جای خود قرار گیرد. این نظریه در قرن نوزدهم در آراء هربرت اسپنسر[۹] نیز مطرح شده است. به اعتقاد وی، خنده، آزاد شدن انرژی عصبی پس رانده شده است.(۲) خنده در جوامع درد کشیده شرقی، بر گریاندن ارجحیت تاریخی دارد؛ بقول ملک الشعرای بهار[۱۰] «در جهان گریاندن آسان است اشکی پاک کن». جان مورآل[۱۱] در کتاب *یک تئوری جدید در خندیدن*، به ابعاد اهمیت حضور خنده در جهان معاصر اشاره می‌کند. به زعم او، یکی از چاره‌سازترین فاکتورهای سازنده اجتماعی خنداندن است. وی می‌نویسد: «از آنجا که خنده مسری است، می‌توانیم دیگران را حتی در موقعیت شرم و حیا بخندانیم» (Morreal, 1983: 103).

از متغیرهای مهم این پژوهش، سطح درک و آگاهی و ویژگی‌های متفاوت مخاطبان طنز در جوامع و فرهنگ‌های مختلف است. در کنار آن می‌توان به متغیر دیگری اشاره داشت که نقش تحولات در رسانه‌ها و ارتباطات انسانی طول گذر زمان را بررسی می‌کند. متغیر بعدی بررسی انواع طنز، تمثیلی و تمثالی است. متغیر دخالت انواع صنایع ادبی در طنز نوشتاری یا انواع تکنیک‌های تصویرسازی در طنز تصویری، در کنار توجه به تأثیرات طنز برای مخاطب بزرگسال است؛ تأثیرات مباحث می‌تواند در کودکان و نوجوانان، سویه‌ای متفاوت داشته باشد. در انواع شاخه‌های هنری، قوالبی وجود دارند که طنزپذیرند و می‌توانند چنین اتمسفری را با درهم‌تنیدگی فرم و محتوا بوجود بیاورند؛ همچون کاریکاتور، نمایش‌های مضحکه(۳) و سینما؛ بخصوص انیمیشن. «سینما نیز مانند کمدی‌های مصور، وودویل[۱۲]، سیرک[۱۳] و کمدیادلارته[۱۴]، قهرمانانی دارد با ظاهر و ویژگی‌های مشخص؛ و عامه مردم دوست دارند این قهرمانان را هفته به هفته در ماجراهایی تماشا کنند که به‌رغم تنوع‌شان، همیشه برای یک نفر رخ می‌دهد» (بازان، ۱۱۳۷: ۱۲۶).

روش تحقیق

روش تحقیق این پژوهش کیفی، توصیفی - تحلیلی است و هدف اصلی آن، تحلیل جایگاه طنز در جهان امروز با تکیه بر سیستم فکری فروید، از طریق سینماست. دریافت اطلاعات پایه‌ای شامل نظریه رهایی تسکین فروید، اطلاعات مربوط به انواع و تاریخ طنز و تأثیرات روانشناختی طنز با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و مجازی انجام شده است. در این پژوهش، کلیه منابع مکتوب و نمونه‌هایی از آثار سینمایی مرتب با موضوع مورد توجه قرار گرفته و حوزه‌های مختلف فکری- فلسفی که می‌توانستند زمینه بحث را روشن‌تر کنند بررسی شده‌اند. از آنجا که پیشینه این تحقیق در متون فارسی بسیار محدود است، از چند منبع خارجی نیز استفاده شده و دیدگاه هنرمندان سینمای طنز نیز مورد توجه قرار گرفته است. در اثنای پژوهش، می‌باید با حذف روابط تصادفی، به روابط ذاتی و اساسی میان اطلاعات مطروحه دقت می‌شد؛ چراکه این رویه می‌تواند یافته‌های پژوهش را تعمیم داده و نتیجه متقن، جهان‌شمول و واحدی پیرامون موضوع ارائه کند.

6. Grotesque
7. Freud
8. John Dryden
9. Herbert Spencer
۱۰. ملک الشعرای بهار؛ متولد ۱۲۶۵ مشهد، وفات؛ ۱۳۳۰ تهران.
11. Morrall, John B.
12. Vaudeville
13. Circus
14. Commedia Dell'arte

پیشینه تحقیق و یافته‌های تحقیق

غالب پژوهش‌های پیشین پیرامون طنز، دربرگیرنده زمینه‌هایی چون رسوم و شوخی‌کلامی است اما توجه به نقش و تأثیر آن در رسانه‌های تصویری ناچیز است. مثلاً در پژوهش هادی صادقی و حسن کاظمی با عنوان «چالش‌های اخلاقی ابزار طنز و آثار آن»[۴] ایراداتی از قبیل عدم سازگاری طنز با برخی منهیات اخلاقی بررسی شده است، یا در مقاله «لطیفه‌های تصویری»[۱۵] بُعد ادراک طنز از لحاظ تصویری و نوشتاری بررسی شده اما چون در سال نشر این مقاله رسانه‌های سایبری تا این حد رواج نداشته‌اند، بررسی دوباره انواع آن و تأثیراتش در عصر حاضر خالی از لطف نخواهد بود. در مقاله «توسعه طنز»[۵]، به نقش بنیادین و دائمی طنز در عرصه‌های مختلف و سنین متفاوت اشاره شده است. «تأثیر شیوه‌های شخصی در بیان طنز»[۶]، «تأثیر تحولات سیاسی-اجتماعی بر طنز دههٔ هفتاد»[۷] از نمونه‌های دیگر مرتبط با پژوهش حاضر است که بخش‌هایی از موضوع این پژوهش را در بر می‌گیرد اما تفاوت بارز پژوهش‌های یاد شده با پژوهش حاضر را باید در تدقیق بیشتر موضوع دانست. این پژوهش سعی دارد به تأثیرات مثبت و پایدار طنز در فرد و اجتماع بپردازد؛ که چطور انسان را به مرتبه‌ای والاتر و جامعه را به اصلاح و بهبود فرا می‌خواند. هسته مرکزی تحقیق، به آگاهی‌بخشی طنز و اثرات جامع آن در جامعه می‌پردازد. در مرحله جمع‌آوری منابع مطالعاتی، مشخص شد منابع کمی در زمینه جایگاه نظری طنز و تأثیرات آن وجود دارد؛ که همین مسئله نشان دهنده اهمیت موضوع این پژوهش است. مثلاً در عرصه طنز سینمایی، تنها چند کتاب نوشته شده است که به جای پرداختن به ماهیت طنز در سینما، به گزارشی از طنز سینمایی و یا توصیفات وجوهی از آن بسنده کرده‌اند؛ همچون *طنز سینمایی*، نوشتهٔ رسول نجفیان که در سال ۱۳۷۸ از سوی انتشارات میرکسری نشر یافته است. پیش از اینْ نشست‌هایی پیرامون موضوع پژوهش برپا شده که عبارتند از نشست نقد و بررسی سینمای کمدی دههٔ ۱۳۸۰ در فرهنگسرای رسانه، نشست «نشاط در جامعه ایران» با نگاهی به تولیدات سینما و تلویزیون؛ تیرماه ۱۳۹۸ در پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات، همایش تجلیل از پیشکسوتان فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی؛ آذر ۱۳۹۶ و همایش طنزپردازان سینمای ایران، شیراز. شهریور ۱۳۹۶.

طنز چیست؟[۸]

پال اسپراکمن[۱۶] در خصوص شعر طنز و چگونگی و چرایی آن معتقد است به هر تعریفی که از شعر طنز قائل باشیم یک چیز را نباید فراموش کنیم: سوژه اصلی در شعر طنز «خنده» است. طنز اگرچه شوخی و یا آرگو[۱۷] نیست که صرفاً بخواهد کسی را به باد استهزا گرفته و به هر دلیل مخاطب‌اش را بخنداند؛ اما به هر روی، «فقط خندیدن اصل نیست اما خنداندن اصل بسیار مهمی است» (موسوی: ۱۳۹۱: ۲۴). او، با ارائه تعریفی از طنز و زیرمجموعه آن، طنز را بی‌انتها معرفی می‌کند؛ که حول مرکز خنده در گردش است. منظور او خنده صرف نیست؛ خنده‌ای با معنی و توام با درک و دریافتِ سطحی از شعور؛ یا بخشی از یک معرفت جدید. عطفِ به نظریه رهایی تسکین فروید، طنزهای پوچ، پانیک[۱۸] و سیاه ـ که خندیدن مخاطب از نتایج مواجهه با آن نیست و مخاطب بعد از مواجهه با این باب بسیار مضطرب و افسرده و غمزده می‌شود ـ طنز محسوب نمی‌شوند. در مقایسه‌ای تماتیک[۱۹]، طنز و هزل در ادب فارسی دو ژانر به ظاهر به هم نزدیک ولی ذاتا متفاوت‌اند. هزل اگرچه شیوه‌ای برای برانگیختگی خنده و ذات‌اش همجوار تمسخر است اما با عطف به شاخصه‌های زبانی‌اش، هدفی فراتر از خنداندن دارد؛ یعنی آگاهاندن. طنز در عین خنداندن، عبرت آموز بوده و با ناروایی‌ها می‌ستیزد؛ در مقایسه با ستیزهای خونین، بی‌خطرتر اما در عین حال مفیدتر است. هزل بی‌رگ است و طنز متعصب. هزل به ناهنجاری موجود، فقط می‌خندد ولی طنز به ناهنجاری موجود کینه می‌ورزد و می‌خواهد آن‌را از میان بردارد. از این رو یک اثر فکاهی، هر اندازه آمیخته با روح نقادانه باشد، جز تأثیر سرگرمی نتیجه‌ای ندارد ولی یک طنز می‌تواند در تغییر وضع موجود مؤثر باشد.

> «طنز از روح صاف و صادقی سرچشمه می‌گیرد ولی هزل از شوخ طبعی و شنگ! طنز حکیمانه طعنه می‌زند و هزل فقط رندانه می‌خنداند. اگر طنزنویسانی در کار خود توفیق نیافته و

15. Drawn jokes by Christian F. Hempelmann and Andrea C. Samson-2008

16. Paul Sprachman
17. Argo
18. Panic
19. Timatic

> در سخن‌شان اصالت و حلاوتی یافت نشد، بخاطر آن است که یا هوش سرشار نداشتند و یا در سلامت ذوق شان خللی وارد بوده است و مهم‌تر اینکه، آنچه طنز را لطافت و ظرافت می‌بخشد، طبع حساس و شاعرانه‌ای است که متاسفانه بسیاری از طنزنویسان امروز از آن بی بهره‌اند» (اسدی پور و صلاحی، ۱۳۵۶: ۸).

اگر یکی از کارکردهای اصلی طنز عنصر خنده ذکر می‌شود، با مروری ساده بر تعاریف طنزنویسان از طنز، هزل، هجو و فکاهی، در می‌یابیم مهم‌ترین رکن در این باب، ملاحت و شیرینی همزمان است؛ به طور معمول بازتاب آثاری که در هر بخش خلق می‌شود، لبخندی کوتاه و شیرینی بر لب می‌نشاند. این ترکیب گاهی به طور تمثالی متجلی است و گاهی به طور تمثیلی. تأثیر چنین ترکیبی، گاهی سریع است و گاهی بلند. چهار قالب مورد اشاره، یا از سوی خالق اثر طنز یا از سوی مخاطب، ارتباط مستقیمی با «درک آزاد روحی» دارند. از دیگر کارکردهای طنز می‌توان به بیان غیرمستقیم، تلطیف نقدپذیری جامعه، قدرت اثرگذاری بالا، هدایت تلطیف شده نقادی‌های تند و تیز اکثریت جامعه، از هر عقیده و سن و سالی اشاره داشت؛ فارغ از تبعاتی که به‌عنوان خصلت‌های بازدارنگی و رکود فکر در انسان یاد می‌شود، خیال‌پردازی و غرق‌شدن در جهانِ رویا، از تکنیک‌های مهم رسیدن به یک طنز ناب است؛ در طول تاریخ، آثار طنز زیادی با چنین روشی خلق شده‌اند. به باور محسن سوهانی، «در جامعه ما فرهنگ نقدپذیری پایین آمده؛ در صورتی که یکی از مؤلفه‌های طنز همین نقدپذیری است. این موضوع باعث شده تا هنرمندان ما در عرصه سینما بیشتر به کمدی رجوع کنند تا طنز» (http://mohsensohani.blogfa.com)

طنز، شکل یا صورتی از زبان است که به صورت کلام و واژه، تصویر و هیئت اشیاء را نشان می‌دهد. پس طنز در نهایت یک شیوه ارتباطی نیز هست که هدفی کاربردی دارد؛ شکل‌گیری اندیشه و یا کرداری که عجالتا جای آن خالی است اما در صورت وجود، تأثیرات فراوانی بر فرد و جامعه خواهد داشت. با طنز می‌توان برخی از نیازهای مصرفی، کاربردی و عینی زندگی روزمره را بدون هرگونه تنشی برآورده ساخت. به بیانی ساده‌تر، ما به کمک طنز می‌جنگیم؛ بدون درگیر شدن؛ آشتی می‌کنیم؛ بدون مراسم عادی؛ سرگرم می‌شویم بدون دچار به ابتذال؛ تسکین می‌یابیم بدون مصرف دارویی؛ می‌خندیم بدون آنکه قلقلک‌مان داده باشند. طنز در واقع نوعی فناوری نمادین است که حرف‌های تلخ، تند، مسئله‌ها و دردهای خودمان را از طریق آن بزک کرده و امکان بیان شدن‌شان را در هر شرایط سختی فراهم می‌آوریم؛ شوخی با قدرت و فرو ریختن مرزهای هژمونی[20]هایی که یا ذاتا جدی‌اند و یا مسائلی که علیرغم آنکه جدی به نظر می‌رسند، جدی نیستند. «طنز ژانری است با هدف نقد و سرگرمی. این مهم، کیفیتی را می‌طلبد تا این دو هدف، ظرف و مظروف درخوری برای هم بشوند تا بتوان نام آنرا طنز گذاشت» (Declerco, 2018: 319). پس، طناز، هنرمندی است که نیات جدی خود را با هدف اثرگذاری عمیق، بر دل و جان اثر خویش می‌ریزد؛ او همیشه از بیان مستقیم و برخورنده پرهیز دارد. خصلتی فراگیر؛ که بخشی از فرهنگ رفتاری جامعه ایرانی است. «مردم ایران همواره از طنز برای طرح و بیان مسائل انسانی و اجتماعی و حل معضلات و مشکلات زندگی خود بهره برده‌اند. ایرانی، شوخ‌طبعی را به‌عنوان "خصلت فرهنگ ملی" برای سازگاری و شکل دادن به زندگی مدرن مورد استفاده قرار داده است و توجه مخاطب امروز به فیلم‌های کمدی را می‌توان از این حیث مورد بررسی قرار داد؛ امتداد خصلت شوخ‌طبعی در جهت سازگاری بیشتر با زندگی و زیست_جهان خود؛ که حالا سویه بصری و تکنولوژیکی یافته است» (نعمت‌اله فاضلی ۱۳۹۷: ۲۶۸). علیرغم وجود چنین پتانسیلی فراگیر و ملی، هنوز رویه به رسمیت شناخته شده‌ای در فضای هنری کشور همچون سینما به وجود نیامده است. این درحالی است که «رفتار تماشاگران سینما در برابر صحنه‌های مختلف فیلم‌های سینمایی که در بعضی لحظات بصورت خنده‌ها، دست‌زدن‌ها و فریاد تظاهر می‌کند، نشانه وجود خصوصیات روحی مشترک آنهاست» (معتمدنژاد، ۱۳۷۹: ۲۲۰).

ابراز عقیده هنرمندانی که در عرصه طنز سینمایی فعال‌اند، می‌تواند مختصات بیشتری از این مقوله در سینمای ایران نشان دهد. این ابراز عقیده‌ها، گاه همسو و گاه کاملاً در نقیض هم‌اند. مثلاً به زعم فرهاد توحیدی: «طنز همواره ناهنجاری‌ها را هدف قرار می‌دهد اما انتقادات زیادی به آن وارد می‌شود. سیاست از دستمایه‌های بزرگ طنز به

20. Hégémonie

حساب می‌آید اما هنرمندان نمی‌توانند در ارتباط با مسائل سیاسی نکاتی را از زبان طنز بیان کنند. یک کمدی هرچه سخیف‌تر، بیهوده‌تر و جنسیتی باشد، مقبولیت بیشتری پیدا می‌کند» (فرهاد توحیدی، ۱۴۰۰، خبرگزاری کار ایران). کامران قدکچیان[۲۱] این مسئله را چنین می‌شکافد: «ما عادت کردیم به آدم‌های ضعیف‌تر خرده بگیریم و شهامت ارزیابی صادقانه را نداریم. اگر قرار است فرهنگ‌سازی شود، باید شهامت انتقاد از همه فیلم‌ها را داشته باشیم» (کامران قدکچیان، ۱۳۹۰، سایت فرهنگ و هنر). خسرو نقیبی، منتقد سینما معتقد است: «سینمای کمدی که الان در آخر دههٔ ۸۰ به آن رسیدیم، سینمای بیماری است. چون هیچ ارتباطی با اجتماعش ندارد» (خسرو نقیبی، ۱۳۹۰، سایت فرهنگ و هنر) و رفیع، مجری برنامه‌ای با عنوان *قند پهلو* یادآور می‌شود که «مردم ما مردم طنزپردازی هستند اما در عمق بسیاری از مشکلات، شما این طنزپرداز را می‌بینید که نشان‌دهندهٔ مقابله با مشکلات است. می‌توان از همین شاخصه متوجه شد که مردم ایران چه مردم شادی بودند» (کمال تبریزی، ۱۳۹۸، سایت البرزنیوز).

انواع طنز

طنز انواع مختلفی دارد که در هنرهای کلامی کاریکلماتور، تصویری چون کاریکاتور[۲۲]، سینما و انیمیشن[۲۳] متجلی می‌شود؛ کاریکاتور قدیمی‌ترین صورت تمثالی طنز است. در کاریکاتور آلبرشت دورر[۲۴] و لئوناردو داوینچی[۲۵]، تصاویری می‌بینیم با دماغ و چانه دراز. کاریکاتور، بازنمایی اغراق‌آمیز کشف مضحک حقیقت یا اشخاص است؛ نوعی نقاشی که سوژه دلخواه را به صورت مضحک و خنده‌آوری ترسیم می‌کند. اما «کارتون‌ها، جوک‌هایی هستند که در قالب تصاویر گفته می‌شوند» (Raskin, 2008: 614). این نوع تصاویر، دارای عناصر اغراق‌آمیزی‌اند؛ زیرا باید سوژه‌ها را از جایگاه موجودشان پایین کشند. کاریکاتور، هنری که با روزنامه‌نگاری و چاپ در دنیا متولد شده، عمری به درازای تاریخ مکتوب دارد. «نقاشانی چون دومیه[۲۶]، بروگل[۲۷]، گویا[۲۸]، داوینچی، بوس[۲۹] و هوگارت[۳۰] نیز با طراحی‌های خود به هجو دیگران پرداخته‌اند. این امر که پیشینه‌ای ۵۰۰ ساله دارد، تأثیر بسزایی بر زایش و گسترش کاریکاتور در اروپا داشته است» (احمدی مونس، ۱۳۷۹: ۱۰). موارد زیادی در این باب می‌توان ذکر کرد. مثلاً «در اکثر کارهای هیرونیموس بوس فنلاندی، نقش‌مایه‌های وهم‌انگیز و غیرمعمول به چشم می‌خورد؛ با این حال بوس، اساساً به مضامینی ساده می‌پرداخت ولی پیرایه‌های نمادین و روایی به آنها می‌بست» (پاکباز، ۱۳۹۵: ۱۶۵). مخاطب با شنیدن کلمه «کاریکاتور» و قبل از مواجهه عینی با ذات اثر، ناخودآگاه آماده خندیدن است. البته هدف از این هنر، صرفاً خنداندن نیست؛ بلکه در پس هر خط و رنگی، مفهومی قابل درک وجود دارد؛ عناصری تصویری و نقش‌های نمادین. ردپای کاریکاتور ایران را می‌توان در نگارگری‌ها و نگاره‌های تاریخ هنر هجوی گمنام جستجو کرد. «بسیاری از نگارگری‌های کهن، دارای خصوصیات و شباهت‌های مشترکی با کاریکاتورند. اغراق، ترکیب عناصر نامعمول، دست بردن در واقع‌گرایی و ایجاد تضاد و تناقض در کمپوزیسیون[۳۱] اثر از ویژگی‌هایی است که نگارگری ایرانی را به کاریکاتور نزدیک می‌سازد» (احمدی مونس، ۱۳۷۹: ۸).

طنز در هنر نمایش، که خود برگرفته از مراسم آئینی و فولکلوریک است، بعدها با پیدایش هنر هفتم، به سینما نیز راه یافت. صورت‌های کلامی، حرکتی و موقعیتی طنز و یا شوخی نمایشی، بعدها خود را در هیبت انواع کمدی‌ها بروز داد و در سینما ساختمند شد. طنز، کمدی، شوخی و هجو، صورت‌هایی از انواع نمایش‌های صحنه‌ای و سینمایی است. «در تراژدی می‌بینیم که افراد بخاطر شخصیت‌شان رنج می‌برند اما در کمدی، موقعیت‌ها از آنها احمق می‌سازند و ما را به خنده وامی‌دارند» (بولتون، ۱۳۸۲: ۱۴۶). ارسطو در باب کمدی می‌گوید: «کمدی تقلیدی است از اطوار و اخلاق زشت. نه اینکه تقلید بدترین صفات انسان باشد بلکه فقط تقلید اطوار شرم‌آوری است که موجب ریشخند و

۲۱. کارگردان سینما

22. Caricature
23. Animation
24. Albrecht Dürer
25. Leonardo di ser Piero da Vinci
26. Honoré Daumier
27. Pieter Brueghel
28. Francisco Goya
29. Hieronymus Bosch
30. William Hogarth
31. Composition

استهزا می‌شوند» (براکت، ۱۳۶۳: ۱۵۲). با گذشت زمان و تجارب ناشی از اجراهای صحنه‌ای، معنازایی و تفسیرپذیری ژانر کمدی گسترده‌تر شد. با توجه به نوع حرکات، سکنات، جایگاه واقعیت و آمیختگی فراذهنی شخصیت‌های کارتونی، طنز، خود را در انیمیشن‌های مستقل یا ترکیبی نشان داد. تغییر هیبت انسانی به انواع هیبت‌های حیوانی، نباتی و جامد، به شرط حفظ خصلت‌های روانی، فکری و روحی انسانی، فضایی را در سینما خلق کرد که می‌شد با آن، مفاهیم بخصوصی که فضای رئال فاقد توانایی پرداختن به آن است را به نمایش درآورد. طنز سینمایی و نمایشی با همجواری در انواع هنرهای امروزی، رویه منحصر بفردی را طی کرده و علاوه بر عناصری که برشمرده شد، انواع صورت‌های تکنولوژیکی را نیز با خود همراه کرد. فضای کاریکاتور، پدیده‌ای پسینی نیست. مثلاً «علاقه همیشگی آیزنشتاین[۳۲] به کاریکاتور، هجو و چیزهای عجیب غریب است. این امر تا حدودی از مایرهولد[۳۳]، هوفمان[۳۴] و کالو[۳۵] سرچشمه می‌گیرد» (وولن، ۱۳۷۶: ۶۲). در کنار طنز تمثالی، طنز تمثیلی یا کلامی نیز بخشی از ادبیات و فرهنگ ایرانی محسوب می‌شود. «در تاریخ ادبیات ایرانی، نوشته‌های رزمی، بزمی، اخلاقی و عشقی را جزو جدّیات، و نوشته‌های غیرجدّی یعنی هزل و هجو، فکاهی، لطیفه، بذله، شوخی و طنز و مطایبه و انتقاد و مسخرگی... را تحت عنوان، هزلّیات آورده‌اند» (حسینی، ۱۳۸۸: ۸۳). تاریخ فرهنگ و ادب ایران مشحون از طنز، مزاح و شوخ طبعی است. پادشاهان ایرانی، حضور کاراکتری به نام تلخک یا دلقک در دربار خویش را به رسمیت شناختند. بسیاری از متفکران همچون سنائی غزنوی، مولوی بلخی، عطّار نیشابوری، سعدی، عبید زاکانی و گاه خواجه حافظ شیرازی، به کاربرد بُرنده زبان طنز وقوف کامل داشتند. به زعم نعمت‌اله فاضلی، شوخ‌طبعی تاریخی ایرانیان در «صورت‌های نمادین» مانند زبان، اسطوره، نمایش، شعر، داستان و اساساً «صورت‌های بیانی جمعی» مختلف متجلی می‌شود. شوخ‌طبعی از یک کنش روانی ـ فردی به خصلت جمعی ـ فرهنگی تبدیل و در نهایت به صورت یکی از ابعاد «شخصیت پایه» و همگانی ایرانیان درآمده است.

32. Sergei Mikhailovich Eisenstein
33. Vsevolod Emilyevich Meyerhold
34. Hoffmann
۳۵. کنده کار فرانسوی قرن ۱۷ (Magdalena Carmen Frieda Kahlo y Calderón de Rivera)

نشانه‌های این شوخ‌طبعی یا طنازی عامیانه را می‌توان در متن‌های ادبی و فرهنگی تمدن ایرانی بازخواند» (نعمت‌اله فاضلی، ۱۳۹۵، سایت فرهنگ‌شناسی). پرواضح است جامعه‌ای که نتواند به طور صریح از وضعیت موجود انتقاد کند، به انتقاد غیرمستقیم همچون سخن دوپهلو، لفافه‌گویی و نمادگرایی روی می‌آورد. نکته‌سنجی، خاصِ مصلحانی در تاریخ است که به‌ناچار خود را به دیوانگی و حماقت می‌زدند تا مجوز بیان هرگونه انتقادی را بی هیچ خطری داشته باشند؛ همچون ملانصرالدین و بهلول. این مسئله در پردازش‌های معرفت‌شناسانه نیز صادق است؛ بخصوص در ادبیات عرفانی. «شکل دیگر تحامق به صورت شیفتگی و از خودبیگانگی برخی عارفان بود. هدف اعتراض در این نوع، بیشتر متوجه ذات حق و بی عدالتی در آفرینش است» (کرد چگینی، ۱۳۹۲: ۵۵)؛ زیرا نقد طنازانه، حتی بر انتقاد شونده نیز خوش آید و این، اهمیت طنز را دوچندان کند.

حضور طنز، عرصات مختلف فکری تاریخ را شامل می‌شود؛ از متون فلسفی تا عامیانه. آسابرگر[۳۶] دو وجه خیال‌پردازی و طنز را به قصد تفنن و سرگرمی از ویژگی‌های داستان‌های عامیانه بر می‌شمارد. «در فرهنگ اصطلاحات ادبی، قصه‌های عامیانه به قصه‌های کهنی اطلاق می‌شود که به صورت شفاهی یا مکتوب در میان یک قوم از نسلی به نسل دیگر منتقل شده و گونه‌های متنوعی از اساطیر بدوی، قصه‌های پریان تا قصه‌های مکتوبی که موضوعات آن برگرفته از فرهنگ قومی است را دربر می‌گیرد» (داد، ۱۳۷۵: ۱۸). احتمالا دلیل حضور طنز در فرهنگ عامیانه را بتوان در سهل الوصول بودن روح طنز در نزد عامی و عادی بیان کرد.

گفتمان طنز و رسانه‌های جدید ارتباطی

طنز، تمسخر، تقلیدِ صرف و لودگی محض نیست؛ هنرمند طنزپرداز می‌داند داشتن نگاهی ژرف و گسترده به حقایق پیدا و پنهان، در میزان موفقیت اثر خلق شده تأثیربخش است. چنین بیانی متضمن ارائه روشی مهم و مؤثر برای برقراری ارتباطات انسانی گسترده است و هدف‌اش، ارتقاء سواد بصری جامعه و رسیدن به جامعه‌ای شادتر است؛ راهی که به انبساط روحی مخاطب نیز منجر خواهد شد. در دنیای مجازی امروز، پیام‌ها اکثراً بصورت کلام کوتاه و حتی

36. Arthur Asa Berger

آرم و نشانه رد و بدل می‌شوند. مخاطب ترجیح می‌دهد به‌جای استفاده از انواع نوشته‌ها، از رمزنگاری‌های تصویری استفاده کند. ایموجی‌ها[۳۷]، استیکرها[۳۸] و گیف‌ها[۳۹] جای بسیاری از انواع نوشته را گرفته‌اند؛ آنگونه که جهان نوشتاری در حال تبدیل‌شدن به جهان رمزهای تصویری است. در چنین وضعیتی، به چه شکلی می‌توان اذعان داشت ذهن مرتبطان، گنجایش متن‌های بلندبالا را دارد؟ مرتبطان چگونه ترجیح می‌دهند با تصاویر ساده مانند استیکرها، حالات و احساسات خود را انتقال دهند؟ متلاطم‌شدن ارزش‌های زبانی، معنی‌گریزی تمایل‌های آرمانی و تغییر ماهیت و جهت اطلاع‌رسانی از جمله علل این چرخش ذوقی بشری‌اند. سرعت بالای تولید اطلاعات ـ بدون تحلیل‌ها و وابستگی‌های زمانی و مکانی و بدون الزام‌آوری آنها ـ باعث شده است زبان تمثالی، جای زبان تمثیلی را بگیرد. اکثر استیکرها با هدف جلوگیری از کج‌فهمی‌ها و تقویت روابط هوشمندانه با ته‌مایه طنز، به مدد نوشته‌ها آمده‌اند؛ زیرا ارتباطات زنده و نزدیک، جای خود را به ارتباطات مجازی، دور و با واسطه داده است.

> با وجود آنکه فضای مجازی و شبکه‌های پیام‌رسان موبایلی مهم‌ترین بستر برای کاربرد ایموجی‌ها و استیکرها محسوب می‌شوند اما مصرف این شکلک‌ها و تصاویر به این فضا ختم نمی‌شود، بلکه به لوازم التحریر، پوشاک، بازی‌های رایانه‌ای و سایر صنایع فرهنگی نیز ورود یافته و بحث تجاری‌سازی را دامن زده‌اند. اکنون برخلاف گذشته که تصاویر عهددار ارجاع واقعیتی خارجی و بیانی از واقعیت بودند، امروزه خودِ واقعیت‌اند. برای نمونه، استیکرها واقعیتی را نمایندگی نمی‌کنند بلکه شخصیت‌هایی ساختگی را روایت می‌کنند که با این تصاویر، خود واقعیت می‌یابند (برکت، ۱۳۹۵: ۱۱).

هر نوع شخصیت جدی و یا فانتزی فضاهای مجازی، سویهٔ کارتونی دارند؟ چرا؟ انگار بشر همه چیز را شوخی می‌پندارد. در پرتو رسانه‌های مختلف مجازی و طبع، امروزه بیش از هر زمان دیگری مولدان و مصرف‌کنندگان طنز فعال‌اند.

> مجموعهٔ طنزی که در جهان امروز در ۲۴ ساعت تولید و مصرف می‌شود، برابر کل طنزی است که از ابتدای تاریخ تا این لحظه تولید شده است. حتی مجموعه طنزی که نه‌تنها در ۲۴ ساعت شاید در ۵-۶ ساعت از لحظهٔ اکنون ما تولید و مصرف می‌شود، بیش از تمام طنزی است که از ابتدای تاریخ تا همین دههٔ اخیر خلق شده است. یکی از ویژگی‌های مهم لحظه اکنون برای طنز، تولید و مصرف انبوه طنز است. ما، تنها اتومبیل‌ها و کالاها و اشیا را به شیوهٔ انبوه تولید و مصرف نمی‌کنیم، طنز را هم مثل کالاها و به اندازهٔ کالاها تولید و مصرف انبوه می‌کنیم (صدر، ۱۳۹۵: ۴۲).

انسان از یک سو جهت فائق آمدن بر امواج منفی و فشارهای روزمره زندگی، طنز را به‌عنوان "مواد ارتباطی" می‌خواهد و از سوی دیگر، از آنجا که برابر موج عظیم اطلاعات رسانه‌ای قرار گرفته، مسخ شده و حتی گاهی هویت خود را از دست داده است، به‌عنوان رسانه آگاهی‌بخش می‌طلبد. در جامعه جهانی، طنز به جهشی سؤال‌برانگیز و خیره‌کننده رسیده است؛ جدی‌ترین گفتمان همچون سیاست نیز رویهٔ گونه‌هایی از طنز را پیشه خود کرده‌اند. طنز نه‌تنها آمادهٔ مردن نیست؛ بالعکس گویی جوان تنومندی شده است که روز به روز قوی‌تر از گذشته می‌شود. به همین دلیل تلاش دارد تا نوعی جایابی و استقرار جدید در ذائقه‌ها داشته باشد.

طنز مؤثرترین شیوه تولید آثار هنری

برخلاف برخی از متفکران تاریخ، طنز نه‌تنها منزلتی فروکاهنده ندارد که اندیشه‌ساز نیز هست. «از نظر هانری برگسون[۴۰] طنز، اجتماعی‌ترین بخش هنر است؛ از این رو، وی طنز را مرز میان هنر و زندگی قرار می‌دهد. هگل[۴۱] طنز را به‌عنوان یکی از وجوه دیالکتیک[۴۲] مطرح می‌کند. «کلیه

37. Emoji
38. Stickers
39. GIF

۴۰. Henri Bergson، فیلسوف فرانسوی، ۱۹۴۱-۱۸۵۹م
۴۱. Georg Wilhelm Friedrich Hegel، فیلسوف آلمانی، ۱۷۷۰-۱۸۳۱م
42. Dialectic

خنده‌ها و خنداندن‌ها در وابستگی ارزش‌های زندگی به مکانیک نهفته است. دیدن مردمی که بر روی پوست موزی می‌لغزد و به زمین می‌خورد، در حقیقت مشاهده سیستمی منطقی و عقلانی است که بناگه به‌صورت وسیله مکانیکی بی‌اراده به دور خود می‌چرخد و بر زمین سقوط می‌کند» (لوهان، ۱۱۳۷: ۲۸۵). نیچه[۴۳] در فراسوی نیک و بد، نگرش طنزآمیز را نشان سلامت تلقی کرده و سارتر[۴۴] در هستی و نیستی، بر طنز پای می‌فشرد. بسیاری از منتقدان ادبی از ابتدای قرن بیستم، زمینه گفتمان‌های جدی درباره ارتباط با طنز و کارکردهای ادبی، فکری و اجتماعی‌اش را فراهم آورده‌اند. «نورتروپ فرای[۴۵] در تحلیل نقد، تمام نظرات موجود درباره طنز را گرد آورد تا نشان دهد طنز پایه اصلی زندگی فلسفی است» (صدر، ۱۳۹۵: دیباچه). چیزی که آنتونی گیدنز[۴۶] به‌عنوان تجربه از «جا کنده شدن» و «جایابی مجدد» نام برد، در درون پلتفرم[۴۷] یک طنز نهفته است. «این مسئله معمولاً در حال وقوع است. تجربه از جا کنده‌شدن، یعنی از بستر تاریخی و فرهنگی و مذهبی و سنتی خود به درآمدن» (گیدنز، ۱۳۸۰: ۲۶). در معرفت روانشناسی نیز طنز نوعی بازنمایی است؛ به منظور مداخله در جهان زندگی؛ بخصوص در عصر حاضر؛ زیرا هیچ زمانی چون عصر حاضر، دارای پیچیدگی‌های تو هم رفته و بحران‌زا نبوده است. طنز واقعیت است نه صرفاً نوعی بازنمایی بی‌طرفانه برای سرگرمی یا لذات بیشتر. برای رسیدن به این مسئله، مهم‌ترین و شاخص‌ترین ابزار طنز، «خنده» است اما همه واقعیتِ طنز نیست. «خنداندن تماشاگر، عاملی نیست که بتوان با تمسک به آن، اثری را کمدی نامید و باید ملاک دیگری در کار باشد» (نیل، ۱۳۷۸: ۲۴). طنازی و طنزپردازی نوعی اندیشیدن است. هایدگر[۴۸] اندیشیدن را نوعی بودن یا شیوه‌ای از زیستن می‌دانست پس شاید بتوان گفت طنز بمثابه نوعی اندیشیدن و شیوه‌ای از بودن و زیستن است. طنز را طنزنویس در بنیاد اولیه خود نمی‌آفریند، در چارچوب مناسبات فردی و جمعی و کنش‌های روزمره و صرفاً در حیات جاری جای نمی‌گیرد، بلکه بخش مهمی از مؤلفه ساختاری زندگی است.

طنز سینمایی

به دنبال سنتی که نمایش ایرانی خالق آن است، سینما، طنز ایرانی را از آن قالب خارج و وارد فضای جدید عصر حاضر کرد. اساساً سینما با طنز اجتماعی زاده شد؛ چاپلین[۴۹] و دیگر هنرمندان طنزپرداز عصر صنعت، سختی‌ها را به سخره گرفتند. چاپلین با ریخت کارگری اما روح بورژوایی[۵۰]، صنعت مدرنیتهٔ به دام جنگ جهانی افتاده را به چالش کشید. رفته رفته سینما توانست تمام قالب‌ها، شیوه‌ها و مضامین و پردازش‌های هنرورانه طنز را یکجا گرد آورده و شکل و بیان بدیعی به این گونهٔ بیان اجتماعی و فلسفی بدهد. یاسر هدایتی معتقد است: «پیشتازی زبان و بیان طنز در سینما فارغ از نوع، تم و حتی سطح فنی آن، موضوعی شگفت‌انگیز نیست اما وقتی این علاقه در کنار توجه به درام‌های تلخ اجتماعی قرار می‌گیرد، خود تولیدکننده معنای جدیدی در مطالعه کنش اجتماعی مخاطبین سینمای ملی ایران می‌شود» (یاسر هدایتی، ۱۳۹۵، روزنامه همشهری).

طنز در سینمای ایران، عمری به درازای عمر همین هنر دارد[۹] «دختر لر» به‌عنوان اولین فیلم ایرانی، گوشه‌هایی طنزآلود را پسِ روایت مهاجرت، به کنایه دراماتیزه می‌کند. اینگونه آثار، سویه طنز خود را از حکایت‌های کوتاه ایرانی می‌گرفتند. ذاتا در سنت‌های ادبی و نمایشی ایرانی، «شوخ‌طبعی از «رفتاری زبانی» به «عنصر نمایشی» بدل شده است. اگر در گذشته یک ایرانی از طریق «شوخ‌طبعی‌های فردی» و بذله‌گویی‌های متقابل در «مناسبات میان‌فردی»، اشکالی از شوخی را تجربه و از آن لذت می‌برد، اکنون این تجربه، «صورت نمایشی / بصری» یافته و فرد از طریق «تماشای شوخ‌طبعی‌ها»ی دیگری، مثلاً تماشای رفتارهای بازیگر و هنرمند کمدین، یا «موقعیت‌های کمیک» که در متن فیلم‌های سینمایی خلق می‌شود، آن‌را تجربه می‌کند. شوخ‌طبعی ایرانی در سینما اشکال و ابعاد تصویری و «روایت بصری» پیدا کرده است» (نعمت‌اله فاضلی، ۱۳۹۷). گرچه آثار سینمایی کمدیِ پیش از انقلاب[۱۰]، بیشتر رویکردی متناقض داشتند ولی سعی بر آن بود به هر طریق ـ حتی با تضادهای تکراری ـ باعث خنده مخاطبان شوند. «کلیشه‌هایی مثل دختر پولدار ـ پسر فقیر، مرد روستایی و شهری و دیگر کاراکترهای سنتی در

۴۳. Friedrich Wilhelm Nietzsche، فیلسوف آلمانی، ۱۸۴۴-۱۹۰۰م
۴۴. Jean-Paul Charles Aymard Sartre، فیلسوف فرانسوی، ۱۹۰۵-۱۹۸۰م
۴۵. Northrop Frye، فیلسوف و اسطوره‌شناس کانادایی، ۱۹۹۱-۱۹۱۲م
46. Anthony Giddens
47. Platform
48. Martin Heidegger
49. Sir Charles Spencer Chaplin Jr
50. Bourgeoisie

موقعیت‌های مدرن؛ در موضوعاتی مثل کلیشه‌های جنسیتی و بازنمایی زن و بدن زنانه، نقش‌ها و تیپ‌های ثابت فیلم‌ها مثل پدر پولدار و سخت‌گیر، مادر دلسوز و موضوعاتی مثل خوشی‌های الکی نشانه‌های ثابت فیلم‌های آن دوره» (سایت بهارنیوز).

پس از انقلاب، سینمای طنز آرام‌آرام با دقتِ به فضای آن روز جامعه ایرانی پا به عرصه وجود گذاشته و محتاطانه با بهره‌مندی از فضاهای کودکانه همچون فیلم *شهر موش‌ها* به کارگردانی مرضیه برومند (۱۳۶۴) و فضاهای نمایش‌های سنتی ایرانی مثل فیلم *کفش‌های میرزا نوروز* به کارگردانی محمد متوسلانی (۱۳۶۴)، حرکت خود را ادامه داد. دیری نگذشت که تمایلات سیاسی اینگونه آثار بیشتر شد؛ مسئله‌ای که البته در تاریخ سینمای ایران سابقه داشت؛ چنانکه رضا بهکام می‌نویسد؛ «مرحوم ارحام صدر از اولین کسانی بود که کمدی را به سمت پایه‌های سیاست کشاند و رنگ طنز را وارد سینما کرد و یکی از بهترین فیلم‌ها *خانه خراب* (۱۳۵۹) که مشکلات را به‌زیبایی با زبان طنز بیان کرده است. ایده بسط‌یافته‌تر آن اثر، در *اجاره‌نشین‌ها ی* مهرجویی به تصویر کشیده شد» (رضا بهکام، ۱۴۰۰، سایت رادیوگفت‌وگو). از اینجا می‌توان به دو دوره سینمای طنز پیش و پس از انقلاب اشاره داشت. بخشی از تأثیرات سینمای کمدی و طنز ایرانی پس از انقلاب، ریشه در آثار پیشین دارد؛ چنانچه سجاد نجفی به آن پرداخته است؛ «برخی شخصیت‌ها و فیلم‌های پرمخاطب که امروز نیز از آنان سخن گفته می‌شود، فیلم‌هایی هستند که روایت طنزگونه دارند؛ صمد، دایی‌جان ناپلئون و یا حتی روایت منظوم حسن‌کچل مرحوم علی حاتمی. شاید یکی از خصلت‌های همه ملل همین حفظ اسطوره‌های طنز باشد. عکس‌های صمصام و مرحوم ارحام صدر هنوز در برخی مغازه‌های اصفهان به چشم می‌خورد و برای خودشان عزت و احترامی در افواه دارند» (سجاد نجفی، ۱۳۹۰، سایت تریبون). این جریان، حرکت لاک پشتی و محتاطانه را تا نقطه اوج خود در فیلم *مارمولک* ادامه داد. رضا رفیع می‌نویسد: «اگر فیلم *مارمولک* روی پرده می‌ماند رکورد فروش را در دوره خودش می‌زد؛ چون اوج طنزپردازی بود» (کمال تبریزی، ۱۳۹۸، سایت البرزنیوز). کمال تبریزی در سالگرد گل آقا می‌گوید: «من و همه هنرمندان عرصه طنز در سینما که نشاندن لبخند بر لبان غمگین مردم مهربان ایران را از استاد طنزپرداز «کیومرث صابری»، «گل‌آقا»ی عزیز آموختیم؛ در غم از دست دادن این بزرگوار، با شما شریک و همدردیم» (کمال تبریزی، ۱۳۹۶، پایگاه خبری سینما سینما). مجید مجیدی نیز نگاه مشابهی دارد: «گل‌آقا با نگاه اجتماعی که داشت، توانست جریان‌های خیلی خوبی در کشور به‌وجود بیاورد. صابری یکی از شخصیت‌های تکرارناشدنی تاریخ طنز ایران است» (مجید مجیدی، ۱۳۹۶، پایگاه خبری سینما سینما). این مسئله نشان می‌دهد چگونه رسانه‌های مختلف در تأثیر و تاثر به هم دخیل‌اند. ابوالحسن داوودی می‌گوید: «مردم ما از دیرباز در همه مناسبات زندگی و اجتماعی‌شان، طنز را به همراه داشته‌اند. طنز با زندگی اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی مردم عجین شده است و این، فرصتی را در آن مقطع حساس برای سینما به‌وجود آورد که کمتر مورد پرسجو و جرح و تعدیل قرار گرفته است. در اوایل انقلاب هم اتفاقاً تعامل اجتماعی مردم با طنز رشد یافت؛ زمانی که مردم یک‌دفعه با دگرگونی اجتماعی روبرو شدند و خیلی از مسائل برای‌شان غیرقابل قبول آمد یا قابل هضم نبود، نوع محدودیت‌ها و سبک‌های جدید زندگی را با زبان طنز تدوین و تبیین کردند تا برای خودشان به مرور جا بیافتد» (ابوالحسن داوودی، ۱۳۹۸، سایت الف). بر اساس مستندات موجود، آثار طنز دهه‌های ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰ ساختاری متفاوت دارند و بیشتر در فضایی غریب و تا حدودی خلاقانه بر مخاطبان عرضه شدند اما سینمای کمدی در دهۀ ۱۳۸۰ با درجه‌ای کمتر نسبت به گذشته عرضه شد. کارگردانان در دهۀ ۱۳۹۰ علاوه بر توجه به مؤلفه‌هایی مثل بازنمایی روزگار گذشته، سراغ دلتنگی‌های زندگی‌های آنچنانی، اماکن خارج از کشور و بازیگران زن خارجی رفتند؛ ابزاری قدرتمند برای فروش بالاتر. آمار سال‌های اخیر نشان می‌دهد سینمای کمدی می‌تواند فروش فوق‌العاده‌ای داشته باشد؛ *مطرب* در سال ۹۸ از مرز فروش ۳۰ میلیارد تومانی گذشت و به مبلغ ۳۸٬۵۴۶٬۴۵۶٬۰۰۰ تومان رسید؛ *هزارپا* با فروش ۳۸٬۰۶۳٬۸۴۸٬۰۰۰ تومانی در جایگاه دوم قرار گرفت. *تگزاس۲* چهارمین فیلم پرفروش سینمای ایران نیز توانست ۲۵٬۰۸۸٬۱۱۲٬۰۰۰ تومان بفروشد. *رحمان۱۴۰۰* به فروش۲۲٬۵۴۲٬۲۱۸٬۰۰۰ تومانی دست یافت. بررسی جدول پرفروش‌ترین آثار سینمای ایران نشان می‌دهد، فیلم‌های *متری شیش و نیم* و *شبی که ماه کامل شد* تنها فیلم‌های غیر کمدی هستند که در ۱۰ فیلم نخست پرفروش

سینمای ایران جای دارند» (گروه نویسندگان، ۱۴۰۰، سایت میزبان‌فا). طنز در سینمای ایران علیرغم رشدی قابل توجه، مشکلات خاص خود را دارد. مشکلاتی مربوط به درون ساختار سینمای ایران و مشکلاتی پیرامونی. فردوس کاویانی معتقد است «کار طنز در سینما، تلویزیون و تئاتر سخت است. متاسفانه در کارهای تصویری همیشه ما بازیگرها دلشوره داریم، زیرا گاهی به دلیل طولانی بودن زمان فیلم، از طنز کار کم می‌کنند و زیربنای طنز را می‌گیرند که همین امر موجب می‌شود تا مخاطب خنده‌اش نگیرد و طنز نباشد» (فردوس کاویانی، ۱۴۰۱، روزنامه آرمان ملی). حمید فرخ نژاد نیز مسئله را اینگونه ایضاح می‌کند. «فعالیت در حوزه طنز سینما، توان بسیاری می‌خواهد. متاسفانه در حیطه سینما، کار طنز خیلی جدی گرفته نمی‌شود» (حمید فرخ‌نژاد، ۱۳۹۶، پایگاه خبری سینما سینما). چسبندگی مفهوم طنز به ژانر کمدی، باعث می‌شود مراد از ذکر یکی در دیگری نیز نهفته باشد. وقتی دلائل عدم رشد ژانر کمدی در سینمای ایران بررسی می‌شود، ذاتا به عدم رشد طنز در سینما نیز اشاره دارد.

دلائل متعددی برای عدم رشد متناسب آثار کمدی در سینمای ایران وجود دارد؛ روشن نبودن مواضع حقوقی برای تولید و تلقی خاص از کمدی، همواره باعث سردرگمی هنرمندان سینما بوده است. به اعتراف حسین فرحبخش، «منتقدین فیلم‌های خوب و بد را تفکیک نکرده و مسئولین نیز حمایتی از فیلمسازان خوب در عرصه کمدی و طنز نکردند» (حسین فرحبخش، ۱۳۹۰، خبرگزاری فارس). و یا «زمانی که فیلم *مارمولک* ساخته شد عملاً یک گروه خاص سعی کردند فیلم را کلاً از عرصه ساقط کنند، بماند که خود آن رفتار باعث شد فیلم به شکل یک بیانیه سیاسی دربیاید. در حالی که شاید اگر فیلم را رها می‌کردند می‌توانست یک اکران سالم داشته و فضای مثبت تعاملی به وجود بیاورد» (ابوالحسن داوودی، ۱۳۹۸، خبرگزاری تسنیم). عامل نگرانی مدیران و سیاستمداران به جهت‌دار بودن آثار طنز، به بیان مشکلات و پدیده‌های اجتماعی باز می‌گردد؛ زیرا هنرمندان یاد گرفته‌اند مواضع اجتماعی خویش را زیر لایه‌های زیبایی‌شناسانه و طنز پنهان کنند. کمال تبریزی همین موضوع را چنین بسط می‌دهد: «مارمولک را طنز خوب دانستند اما همین فیلم اجازه نمایش نداشت. بعد از سال‌ها نظر تمام افرادی که با مارمولک مخالف بودند امروز تغییر کرده و موافق این فیلم شدند اما اگر همین امروز از وزارت فرهنگ و ارشاد اجازه روی پرده بردن این فیلم را بخواهیم اجازه روی پرده بردن مارمولک بعد از سال‌ها را نمی‌دهد» (کمال تبریزی، ۱۳۹۸، سایت البرزنیوز). در سینمای پس از انقلاب، «بیشتر بحث‌های اجتماعی از طریق فیلم‌های کمدی مطرح می‌شد؛ که نمونهٔ خیلی درخشانش فیلم *اجاره‌نشین‌ها ی* آقای مهرجویی است؛ بیشتر از این‌که کمدی باشد، اجتماعی است. اجاره‌نشین‌ها مناسباتی که در جامعه مطرح می‌شد را در قالب رفتار همسایه‌های یک آپارتمان کلنگی و بده‌بستان‌هایش مطرح می‌کند؛ که گاهی سویه‌های سیاسی هم دارد و اگر قرار بود آن را جدی مطرح کند، قطعاً به مشکل برمی‌خورد» (کمال تبریزی، ۱۳۹۸، سایت البرزنیوز). علیرضا خمسه در این خصوص می‌گوید: «اگر جامعه‌ای در را به روی نقد ببندد قطعاً سیستم تولید طنز و اثر کمدی معیوب خواهد شد و با مشکلات بسیاری مواجه. هدف کمدی، تعالی و رشد است و به همین دلیلْ کمدی انگشت روی نقصان‌های جامعه، خانواده و حتی افراد می‌گذارد» (علیرضا خمسه، ۱۴۰۰، خبرگزاری برنا).

ارتباط طنز با اقتدار سیاسی ارتباطی تقابل‌گراست زیرا در غیر اینصورت، طنز از جایگاه حقیقی‌اش تهی شده، به سطحی محافظه‌کارانه تنزل یافته و باعث انحطاط اخلاقی جامعه می‌شود. اقتدار سیاسی همیشه مایل است بیان‌های رسمی و غیررسمی را استخدام کند؛ حتی مایل است انواع رسانه‌ها را مامور رتق و فتق کاستی‌های جامعه کرده و یا مامور ترویج یک منش خاص گرداند اما چنانچه رفیع متذکر می‌شود: «در مقالات روانشناسی و جامعه‌شناسی، برخی از عوامل مانند خوردن، فعالیت اجتماعی، موسیقی، عبادت و نیایش، استراحت، زیربنا شادی‌آوری است. باید پرسید چقدر از این عوامل در ایران با برنامه‌ریزی جلو می‌رود تا مردمی شاد داشته باشیم. چقدر برای پایه‌ریزی شادکردن مردم بودجه کنار گذاشتیم؟ .... سینما و تلویزیون، رسالت‌شان نشاط‌آوری است ولی شادی عمقی را باید مسئولان به مردم هدیه دهند. اگر حال عمومی جامعه خوب نیست، با چند برنامه طنز و چند فیلم سینمایی کمدی، خوب نخواهد شد». (کمال تبریزی، ۱۳۹۸، سایت البرزنیوز) این مطلب را شهاب عباسی چنین بیان می‌کند: «تا وقتی تهیه‌کننده برای گیشه فیلم بسازد و مردم هم از این شرایط استقبال کنند، هیچ بهبودی در سینمای کمدی

شاهد نخواهیم بود» (شهاب عباسی، ۱۳۹۷، خبرگزاری جوان‌آنلاین). خنداندن، هدف صرف آثار کمدی نیست و توام با آن، باید آگاهاننده نیز باشد؛ در غیر این‌صورت، چنانچه حمید جبلی هم می‌گوید: «اگر قرار باشد فیلمی از ابتدا تا انتها کمدی باشد و تنها هدف خنداندن باشد، حتی به‌عنوان یک فیلم کمدی هم زیبا نخواهد بود. در بسیاری از کارهای چاپلین هم شاهد بخش‌هایی تراژیک[51] هستیم» (حمید جبلی، ۱۳۸۶، خبرگزاری ایسنا).

چنانچه ذکرش رفت، عجیب‌ترین خصلت طنز، آرامش‌بخشی است. به همین دلیل، طنز در مباحثات اجتماعی از جایگاه رفیعی برخوردار است. «طنز روحیه یک ملت را تلطیف می‌کند؛ همانند چاشنی برای غذا. فرهنگ طنز میان ایرانیان در زمینه ادبیات طنز بسیار قوی بود. در هیچ فرهنگی، طنز با چنین قدرتی وجود ندارد» (ابوالفضل جلیلی، پایگاه خبری تحلیلی سینما سینما) این مسئله در جوامعی که با مشکلاتی مواجه است بیشتر حس می‌شود. «انسان معاصر امروزی از جمله ایرانیان به دلیل لذت‌جویی و زندگی فراغتی نیز میل بیشتری به تماشای آثار طنز به‌عنوان یک کالای فرهنگی مسرت‌بخش و لذت‌بخش نسبت به گذشته دارند. اینکه شهروندان به دنبال مفری برای تزکیه روانی و روحی خود باشند، هم جلوه‌های متعددی در جامعه امروز دارد. برخی منتقدان، گرایش به آثار سینمایی، نمایشی و تلویزیونی طنز و کمدی را یکی از این جلوه‌گاه‌ها می‌دانند» (نعمت‌الله فاضلی، ۱۳۹۷: ۲۶۸). **کامران قدکچیان، مسئله را اینگونه بیان می‌کند:** «وقتی رییس صدا و سیما می‌گوید؛ برنامه‌های طنز و فکاهی را زیاد کنید، یعنی جامعه از یک سری شرایط رنج می‌برد و قرار است رسانه‌ها آن را نرم کنند» (کامران قدکچیان، ۱۳۹۰، سایت فرهنگ و هنر).

وضعیت کنونی طنز سینمای ایران و رقابت‌اش با تلویزیون قابل تامل است. «چند سال گذشته طنز تلویزیون بیشتر از سینما مردم را جذب کرده اما این موضوع یکی دو سال اخیر برای سینما هم رخ داده؛ سینمایی که از طنز موقعیت محروم بود یا اونی نبود که مردم دوست داشته باشند، فاصله گرفته» (جواد عزتی، ۱۳۹۴، حدیدنیوز). همانگونه که سجاد نجفی معترف است، خطر آنجاست که «غالب سینمای امروز ایران را جنبه فکاهی و لودگی طنز فراگرفته، فروش توده‌ای و به‌خصوص غیرشهری، فیلم‌های لوده طنز ایران بسیار بالاست» (سجاد نجفی، ۱۳۹۰، سایت تریبون). وی تفاوت لودگی و طنز را چنین بیان می‌دارد: «باید دو گونهٔ طنز نیشدار و منتقد و طنز لوده و فکاهی را از هم تفکیک کرد. طنز فکاهی و لوده، طنزی است که در پی خنداندن به هر قیمت ممکنه است» (سجاد نجفی، ۱۳۹۰، سایت تریبون). سینمای ایران از طنز موجود در فیلم *اجاره‌نشین‌ها ی* دههٔ ۱۳۶۰، به لودگی بی‌معنا در فیلم‌های *من سالوادور نیستم*، *مامان، بهروز منوزد* و *دُم‌سرخ‌ها* در دههٔ ۱۳۹۰رسیده است. اکبر نبوی هشدار می‌دهد که «دوستان حوزه سینما باید نگران و مراقب مرزهای اخلاقی باشند. نباید به هر قیمتی مردم را خنداند. البته آنها می‌خواهند به هر قیمت پول در بیاورند و هدف خنداندن مردم نیست» (اکبر نبوی، ۱۳۹۸، خبرگزاری انصاف‌نیوز). شهاب عباسی از زاویه دیگری به ارزیابی مسئله دست می‌زند: «مرز بین طنز و هجو همین قدرت تحلیل فرد در لحظه و بداهه‌گویی است که خیلی‌ها ندارند و می‌بینید به نام طنز کار می‌کنند، ولی در عمل به هجو حتی گرفتار ابتذال می‌شوند» (شهاب عباسی، ۱۳۹۷، خبرگزاری جوان‌آنلاین). پس طنز واقعی سینمای ایران کجاست؟ «ایرج طهماسب با بیان این نکته که هنوز تعریف درستی برای طنز در عرصه سینما وجود ندارد اظهار امیدواری می‌کند به مرحله‌ای برسیم که فیلم‌های‌مان از حالت کمدی که معمولاً روزمرگی را مورد بررسی قرار می‌دهد به طنز تبدیل شود» (ایرج طهماسب، ۱۳۸۶، خبرگزاری ایسنا). به زعم سجاد نجفی، «طنز جهت‌دار، طنز هدایت کننده است. فکاهی، صرفاً همان جنبه سرگرمی و فان ادبیات ماست و طنز نیشدار جنبه آموزنده و اخلاقی است که در روایت‌های بهلول و دهخدا نظایرش فراوان یافت می‌شود» (سجاد نجفی، ۱۳۹۰، سایت تریبون). کمال تبریزی نیز مسئله را اینگونه توضیح می‌دهد: «آثاری که فقط شوخی رکیک دارد و اصلاً با مشکلات و آسیب‌های اجتماعی کاری ندارند به نام اثر کمدی به سرعت اجازه پخش و پروانه نمایش می‌گیرد ولی آثار طنزی که درون‌مایه آسیب‌های اجتماعی داشته باشد سخت مجوز و پروانه می‌گیرند. خب اینگونه سینما مبتذل می‌شود و ذائقه مردم را تغییر می‌دهد و دیگر ساخت این آثار طنز سطح پایین و مبتذل عادی می‌شود و جایی برای آثار خوب نیست» (کمال تبریزی، ۱۳۹۸، سایت البرزنیوز) و مهران غفوریان نیز خود را از لودگان جدا معرفی می‌کند:

51. Tragedy

«اصولاً در آثارم دوست ندارم یک داستان را فقط برای خندیدن روایت کنم بلکه این دغدغه را دارم که به مسائل روز و نیازهای اجتماع نیز بپردازم و در این کاری که می‌خواهیم شروع کنیم هم این دغدغه را دارم» (مهران غفوریان، ۱۳۹۱، سایت انتخاب).

نقل آگاهانه و پی‌درپی مصاحبه‌ها و گفت‌وگوی سینماگران طنزپرداز ایرانی به این دلیل است که دریافت هنرمندان این عرصه را با یافته‌های نظری بسنجیم و متوجه باشیم یافته‌های پژوهشی در این باب، تا چه اندازه دقیق و صحیح است.

نتیجه‌گیری

مفهوم «زندگی در دنیای مجازی»[۵۲] نشان دهنده بخشی از رویکردهای ارتباطی جهان امروز است. ارتباطاتی که بر آن است با ایجاد مراودات عاطفی و فکری میان همه انسان‌ها، از انواع تنش‌های جوامع کاسته و با تاسی از صورت‌های کمدی و طنز، هم به انبساط روحی جوامع کمک کند و هم رسالت آگاهی بخشی‌اش را داوم بخشد. در این پژوهش مشخص شد هیچ منافاتی میان طنز و هر نوع کمال‌گرایی وجود ندارد و تأثیربخش‌ترین رسانه در این میان، سینماست. به دلیل دامنه وسیع و نفوذ عمیق فضای مجازی در زندگی بشر، حتی سینما نیز آرام آرام از خانه خود کوچ کرده و در فضای دیجیتال جا خوش کرده است. چنین سینمایی برای هر نوع آفرینشی که متناسب با شرایط رسانه‌ای عصر حاضر باشد، عرصه مناسبی است؛ مخصوصا ژانر کمدی که با رویکردی روانشناسانه، جامعه‌شناسانه و زیبایی‌شناسانه، بهترین محمل برای آرامش‌بخشی و انبساط خاطر در جوامع پرتنش به‌شمار می‌رود. چنین دیدگاهی در مصاحبه و گفت‌وگوی سینماگران طنزپرداز که به بخشی از آنها در پژوهش اشاره شد کاملاً مشخص بود.

52. Cyber

چنان‌که پیش‌تر ذکرش رفت، بر اساس نظریه "رهایی تسکین"، طنز مایه لذت و سرخوشی است و این، باعث فروکش کردن کشمکش‌های روانی انسان شده و اثری دفاعی برای بقاء مخاطب با توانایی به مراتب بالاتر می‌آفریند. سینمای کمدی و در راس آن سینمای طنزگو، ضمن سازگاری با عرف و عادات اجتماعی، بدون درگیری‌های تنش زا، هم بر روحیه سازگاری و آرامش بخشی جامعه اثر می‌گذارد هم هوشمندانه‌تر از هر رسانه‌ای، واقعیات‌های تلخ اجتماعی را نه با شیپور جنگ که با منشی مصلحانه بیان می‌کند. در این پژوهش نشان داده شد چگونه انرژی تخلیه شده در خنده، به این دلیل لذت‌بخش است که از میزان انرژی‌ای که مواقع معمول برای مهار یا سرکوب فعالیت روانی به‌کار می‌رود، می‌کاهد؛ و این مسئله در غلبه بر انواع بحران‌های اجتماعی بسیار مهم است.

در این پژوهش سعی شد تا عنصر مهم و مؤثر طنز در ارتباطات انسانی امروزه که هر روزه بیشتر به سمت بصری‌شدن پیش می‌رود مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد. در پژوهش‌های آتی می‌توان موارد دیگری از همین موضوع را مورد کنکاش قرار داد: جایگاه طنز در نظام فرهنگی جامعه، طنز و ابتذال، طنز و ادبیات ایرانی، طنز و جامعه، طنز تصویری طنز کلامی، ساختار طنز، طنز از منظر فلسفی، طنز و اقتدار سیاسی، تأثیرات عناصر مختلف تشکیل دهنده تصویر در طنز تصویری و تأثیرات ممکنه طنز تصویری در دوران کرونا و پساکرونا.

پس، پژوهش حاضر با نگاهی توصیفی - تحلیلی، ارزش‌های طنز سینمایی برای غلبه بر بحران‌های یادشده را بررسی می‌کند؛ در کنار آن، دیگر ثمرات اجتماعی و هنری این سینما نیز بررسی می‌شود. سؤال اصلی پژوهش آن است که سینمای طنز چگونه می‌تواند در عین آگاهی بخشی و حفظ جنبه‌های زیبایی‌شناسانه‌اش، رویکردی کنشی در جوامع پرتنش داشته باشد؟

پی‌نوشت‌ها

۱. در علوم اجتماعی «سوپاپ اطمینان» به کار می‌رود.

۲. چرا می‌خندیم؟ موضوعی جدی فلسفی است؛ نزد امانوئل کانت (نقد داوری)، هنری برگسون (خنده)، زیگموند فروید (شوخی‌ها و ارتباط آنها با ضمیر ناخودآگاه)، آرتور کوستلر(عمل خلاقیت)، ماروین مینسکی (جامعه ذهن) و ادوارد دوبونو (طرزکار دستگاه ذهن).

۳. «نسبت مضحکه به کمدی مانند نسبت ملودرام به تراژدی است. مضحکه به کمک جلوه‌های متنوع و غلوآمیز و غافل از عمق روانشناختی، تماشاگران را می‌خنداند. ریتم نفس‌گیر موقعیت‌های خنده‌آور، برای مضحکه‌نویس مهم‌تر از شخصیت‌پردازی و سایر عناصر درام‌نویسی است» (بولتون، ۱۳۸۲: ۱۴۶).

۴. پژوهش‌نامه اخلاق، علمی ـ پژوهشی (وزارت علوم) ، بهار ۲۰/۱۳۹۷ شمارهٔ ۳۹، صص ۶۹-۸۸.

5. The development of humor by Ernest Harms-New York City

۶. دهنوی چشمه‌سلطانی، مهری (۱۳۹۵) تاثیر شیوه های شخصی در بیان تصویرسازی طنز. استاد راهنما: اللهیاری، مجتبی، استاد مشاور: طیب‌زاده، سیداسدالله. *پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد*. دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی.

۷. مهرآفرین، مژده (۱۳۹۴) تاثیر تحولات سیاسی ـ اجتماعی بر طنز دهه هفتاد، استاد راهنما: رضایی، مهدی. استاد مشاور: محمدی، محتشم، *پایان‌نامهٔ کارشناسی ارشد*، دانشگاه سلمان فارسی کازرون.

۸. طنز در زبان فارسی، معادل دو اصطلاحی است که در انگلیسی و دیگر زبان‌ها، شوخ طبعی را تداعی می‌کند: Humor معنای وسیعی دارد و بیشتر ناظر به لحن است. Satire معنای خاص‌تر، انتقادی‌تر، هدفمندتر و ادبی‌تر دارد؛ نزدیک به مفهوم ژانر. (موریل،۱۳۸۲،۱۲). در پژوهش حاضر، طنز معادل انگلیسی satire در نظر گرفته شده.

۹. برای مطالعه بیشتر رک. *بررسی جنبه‌های طنز در سینمای ایران پس از انقلاب اسلامی* نوشتهٔ اردلان ملک‌زاده، ۱۳۹۵، دانشگاه هنر تهران؛ *بررسی پردازش شخصیت‌های طنز در انیمیشن‌های کوتاه ایرانی دههٔ ۸۰ و اوایل ۹۰* نوشتهٔ صفا تاملی طرفی، ۱۳۹۵، دانشگاه تربیت مدرس؛ و مقالهٔ *طنز در فیلم‌ها و انیمیشن‌های ایرانی* نوشتهٔ بهرام عظیمی، فصلنامه *فارابی*، ویژه انیمیشن، ۱۸۹.

۱۰. بازیگران سینمای کمدی: تقی ظهوری (۱۲۹۱)، رضا ارحام صدر (۱۳۰۲)، نصرت کریمی (۱۳۰۳)، محمد ورشوچی (۱۳۰۴)، منصور سپهرنیا (۱۳۰۹)، گرشا رئوفی (۱۳۱۲)، سعدی افشار (۱۳۱۳)، محمد متوسلانی (۱۳۱۴)، سیدعلی میری، محسن آراسته (۱۳۱۵)، پرویز فنی‌زاده، پرویز کاردان، محمدعلی تبریزیان؛ همایون (۱۳۱۶)، پرویز صیاد (۱۳۱۸)، اصغر سمسارزاده (۱۳۱۹)، فردوس کاویانی، مرتضی عقیلی (۱۳۲۰)، سیروس گرجستانی (۱۳۲۳)، رضا بابک، فتحعلی اویسی (۱۳۲۴)، اسداله یکتا (۱۳۲۶)، علیرضا خمسه (۱۳۳۱)، سیروس گرجستانی (۱۳۲۳)، گوهر خیراندیش)۱۳۳۳)، حمید لولایی (۱۳۳۴)، داریوش کاردان (۱۳۳۵)، حمید جبلی (۱۳۳۷)، ایرج طهماسب (۱۳۳۸)، اکبر عبدی (۱۳۳۹) مهران رجبی (۱۳۴۰)، نادر سلیمانی، نصراله رادش (۱۳۴۵) مهران مدیری (۱۳۴۶)، رضا عطاران، سیامک انصاری، مرجانه گلچین (۱۳۴۷)، ارژنگ امیرفضلی (۱۳۴۹)، رضا شفیعی جم، سعید آقاخانی، رامبد جوان (۱۳۵۰)، سیروس همتی (۱۳۵۱)، شهاب عباسی (۱۳۵۲)، مهران غفوریان، سیدجواد رضویان (۱۳۵۳)، محسن تنابنده، ابراهیم شفیعی، مجید صالحی، سوسن پرور (۱۳۵۴)، پژمان جمشیدی (۱۳۵۶)، شقایق دهقان (۱۳۵۷).

فهرست منابع

احمدی مونس، داوود (۱۳۷۹)، *کتاب فصل کاریکاتور*، تهران: انتشارات روزنه.

صلاحی، عمران؛ اسدی، بیژن (۱۳۵۶)، *طنزآوران امروز ایران*، تهران: انتشارات مروارید.

بازان، آندره (۱۳۷۷)، *سینما چیست؟*، ترجمهٔ محمد شهبا، ج۲، تهران: فارابی.

براکت، اسکار (۱۳۶۳)، *تاریخ تئاتر جهان*، ترجمهٔ هوشنگ آزادی‌ور، تهران: انتشارات مروارید.

برکت، محیا؛ دهقان، علیرضا؛ محبی، نجیبه (۱۳۹۵)، مطالعه استیکرهای وایبر و نشانه‌شناسی ایدئولوژی‌های آن، مجله علمی ـ پژوهشی *مطالعات رسانه‌های نوین*، شمارهٔ ۷.

بنتلی، اریک (۱۳۳۷)، *ملودرام*، ترجمهٔ علی اکبر کاشانی، فصلنامه *فارابی*، زمستان، شمارهٔ ۸۶.

بولتون، مارجوری (۱۳۸۲)، *کالبدشناسی درام*، ترجمهٔ رضا شیرمرز، تهران: نشر قطره.

بهکام، رضا (۱۴۰۰)، ساخت کمدی مانند «اجاره‌نشین‌ها» برای جامعه امروز مناسب نیست، *سایت رادیو گفت‌وگو*، ۱۴۰۰/۶/۲۸.

پاکباز، رویین (۱۳۸۸)، *دایرةالمعارف هنر*، تهران: انتشارات فرهنگ معاصر.

تابش، محمدرضا (۱۳۹۳)، *طنز لحظه‌ها*، تهران: انتشارات چشمه.

تبریزی، کمال (۱۳۹۶)، سینماگران از «گل آقا» گفتند، ۱۱ اردیبهشت ۱۳۹۶. پایگاه خبری سینما سینما: https://cinemacinema.ir/slider/53597/

تبریزی، کمال (۱۳۹۸)، محدودیت‌ها، سینما را به سمت ابتذال برده است، ۲۵ تیر ۱۳۹۸. سایت *البرز*، www.alborznews.co/view/218262.aspx

توحیدی، فرهاد (۱۴۰۰) *چرا سینمای طنز ایران سخیف شد؟*، خبرگزاری کار ایران.

داوودی، ابوالحسن (۱۳۹۸) تاریخچه سینمای کمدی ایران، سینمای ابتذال و دلایل آن، خبرگزاری *تسنیم*، ۱۵ خرداد ۱۳۹۸، https://www.tasnimnews.com/fa/news/1398/03/15/2025230

داوودی، ابوالحسن (۱۳۹۸) روایت کارگردان هزارپا از سینمای کمدی ایران و ابتذال در آن، ۱۶ خرداد ۱۳۹۸، در سایت *الف*، https://www.alef.ir/news/3980315080.html

روزنامه رسالت (۱۳۸۵)، مصاحبه با رامبد جوان، چهارشنبه ۱۷ خرداد.

جبلی، حمید (۱۳۸۶)، هنوز تعریف درستی از طنز در سینما نداریم، خبرگزاری *ایسنا*، ۲۷ آذر.

جزنی، جمال (۱۳۸۸)، *هویت مجازی*، تهران: انتشارات مهرتاب.

حسینی کازرونی، سید احمد (۱۳۸۸)، درآمدی بر ادبیات تطبیقی غیرجد، مجله *ادبیات تطبیقی*، سال سوم، شماره ۱۱، صفحهٔ ۸۳-۱۰۵.

خمسه، علیرضا (۱۴۰۰)، هنر آینده جامعه است، خبرگزاری *برنا*، گفت‌وگوی ویژهٔ نوروز ۱۴۰۰، ۸ فروردین ۱۴۰۰.

داد، سیما (۱۳۷۵) *فرهنگ اصطلاحات ادبی*، تهران: انتشارات مروارید.

صدر، رؤیا (۱۳۹۵)، *اندیشیدن با طنز*، تهران: انتشارات مروارید.

عباسی، شهاب (۱۳۹۷)، سینما به جای طنز، ابتذال ارائه می‌دهد، خبرگزاری *جوان‌آنلاین*، ۲۳ دی ۱۳۹۷.
طهماسب، ایرج (۱۳۸۶)، هنوز تعریف درستی از طنز در سینما نداریم، خبرگزاری *ایسنا*، ۲۷ آذر.
غفوریان، مهران (۱۳۹۱) بعد از رقص هندی گریه کردم، *سایت انتخاب*، ۲۱ بهمن ۱۳۹۱.
فاضلی، نعمت اله (۱۳۹۷)، نیاز به کمدی، نیاز به اکسیژن. مجله *تغییر و امید*. ۲۶۸.
فاضلی، نعمت اله (۱۳۹۵)، نگاهی تحلیلی به ریشه ها، آثار و کارکردهای شوخی در زندگی ایرانیان. سایت: http://farhangshenasi.ir/
قدکچیان، کامران (۱۳۹۰)، نشست نقد و بررسی سینمای کمدی دههٔ ۸۰. سایت *فرهنگ و هنر*.
فرحبخش، حسین (۱۳۹۰)، سینما در ایران به معنای واقعی نداریم، *خبرگزاری فارس*. ۱۵ تیر ۱۳۹۰، www.Yun.ir/horte5
فرخ‌نژاد، حمید (۱۳۹۶)، سینماگران از «گل آقا» گفتند. ۱۱ اردیبهشت ۱۳۹۶، پایگاه خبری *سینما سینما*، https://cinemacinema.ir/slider/53597/
کاویانی، فردوس (۱۴۰۱) هیچگاه در سینما دنبال نقش اول نبودم. *روزنامه آرمان ملی*. ۶ مهر ۱۴۰۱.
کرد چگینی، فاطمه (۱۳۹۲)، *شکل دگر خندیدن، کتاب طنز ۵*.
کریچلی، سایمون (۱۳۸۴)، *در باب طنز*، سهیل سهی، تهران: انتشارات ققنوس.
گروه نویسندگان (۱۴۰۰)، معرفی بهترین فیلم های سینمایی ایرانی از نگاه مردم به همراه ویدیو، ۲۳ آبان ۱۴۰۰، سایت *میزبان‌فا*. https://mizbanfa.net/mag/best-iranian-movies
گیدنز، آنتونی (۱۳۸۰)، *پیامدهای مدرنیت*، ترجمهٔ محسن ثلاثی، چاپ دوم، تهران: انتشارات مرکز.
لوهان، مک (۱۳۷۷)، *برای* درک رسانه‌ها، ترجمهٔ سعید آذری، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
مجیدی، مجید(۱۳۹۶)، سینماگران از «گل آقا» گفتند، ۱۱ اردیبهشت ۱۳۹۶، پایگاه‌خبری‌*سینما سینما*، https://cinemacinema.ir/slider/53597/
معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۹)، *وسایل ارتباط جمعی*، ج۱، تهران: دانشگاه دانشگاه علامه طباطبائی.
موسوی، عبدالجواد (۱۳۹۱)، *کتاب طنز ۱*، تهران: سوره مهر.
نبوی، اکبر (۱۳۹۸)، تأثیر سینما بر نشاط جامعه، خبرگزاری *انصاف‌نیوز*، ۹ تیر ۱۳۹۸.
نجفی، سجاد (۱۳۹۰)، سینمای طنز پس از انقلاب؛ از لودگی تا طنازی. سایت*تریبون*. ۲۷ تیر ۱۳۹۰، www.teribon.ir/archives/61739
نقیبی، خسرو (۱۳۹۰)، *نشست نقد و بررسی سینمای کمدی دهه ۸۰*. سایت فرهنگ و هنر.
نیل، استیو و فرانک کروتنیک (۱۳۷۸)، *کمدی عامیانه و مردمی در سینما و تلویزیون*. تهران: حوزه هنری.
وولن، پیتر (۱۳۷۶)، *نشانه‌ها و معنا در سینما*، ترجمهٔ عبداله تربیت و بهمن طاهری، تهران: سروش.
هدایتی، یاسر (۱۳۹۵)، طنز سینمایی، *روزنامه همشهری*، چهارشنبه، ۲۴ شهریور ۱۳۹۵.
بی‌نام (۱۴۰۰)، فیلم‌هایی بی‌کیفیت با فروش میلیاردی!، *سایت بهارنیوز*، ۹، شهریور، ۱۴۰۰.

Declerco, Dieter (2018), A Definition of Satire (and why a definition Matters), The Journal of *Aesthetics and Art Criticism*, Volume 76.
Morreall, John (1982), A New Theory of Laughter, *Philosophical Studies: An International Journal for Philosophy in the Analytic Tradition*. Vol. 42, No. 2, Sep. نام شهر: Springer.
Raskin, Victor (2008), The Primer of Humor Research; Hempelmann, C.F. & Samson. De Gruyter Mouton

http://alborznews.co/view/218262.aspx
https://www.teribon.ir/archives/61739
https://www.magiran.com/article/1094530
http://mohsensohani.blogfa.com