



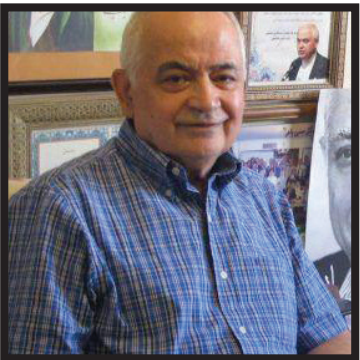
تقدیم به آن‌هایی که بر ای هر پدیده‌ای لطیفه می‌سازند



«عباس محبی»:
طنز با دادوبیداد
فرق می‌کند



نگاهی به پدیده
لطیفه و جوک‌سازی بین ایرانیان
به ترک دیوار هم
می‌خندیم



پروفسور «حسین باهر» در گفت‌وگو
با «طرفه» از پدیده شوخی کردن
ایرانیان می‌گوید
خط قرمز طنزپردازی
کجاست؟

یادداشت‌های
۱۰۰ کلمه‌ای:

محمد عکاف:
مراقب فرمان باش!
آسیه سالم:
سوژه خنده
الهام صالح:
درمان سرپایی
پونه نیکوی:
همه چیز شوخی نیست!
بهاره بهنام‌نیا:
حواسمون باشه!
زهر احقانی:
چرا لطیفه می‌سازیم!

سه‌شنبه ۲۶ دی ۱۳۹۶ | ۲۸ ربیع‌الثانی ۱۴۳۹ | ۱۶ ژانویه ۲۰۱۸

شماره ۴

از زلزله تا گران شدن تخم مرغ
زودتر از انتشار خبرش جک می‌سازیم

سرشوخی رو باز نکن...!

فاطمه نیک

طنز و شوخ‌طبعی از ویژگی‌های ما ایرانیان است که از سالیان دور بوده است. با نگاهی به ادبیات به‌خصوص ادبیات عامیانه باشخصیت‌هایی مانند بهلول یا ملاتصرالدین برخورد می‌کنید که کارشان طنز و شوخی با مسائل روزمره بوده است. شوخی‌هایی که گاه آن‌قدر خوب و استخوان‌دار بوده‌اند که تا روزگار ما باقی‌مانده است و گاه ما از آن‌ها به‌عنوان ضرب‌المثل هم استفاده می‌کنیم. اگر در ادبیات عامیانه ایرانی یک ملاتصرالدین پیدا می‌شد در حال حاضر به لطف شبکه‌های مجازی و گروه‌های اینترنتی آمارشان حسابی بالا رفته است. شکر خدا این جماعت، حسابی فعال و گوش‌به‌زنگ هستند و مانند یک خبرگزاری فعال به شکل خودجوش اخبار را رصد می‌کنند و تا تقی به توقی می‌خورد دست‌به‌کار شده و برای همه‌چیز از عطسه فلان شخصیت سیاسی در هنگام سخنرانی تا سرماخوردگی گربه بهمان سلبریتی جوک می‌سازند و آن‌قدر در صحنه هستند که حتی مواردی مثل زلزله هم حضورشان را کم‌رنگ نمی‌کند و باعث نمی‌شود که میدان را خالی کنند. با این همتشان از این ماجرا یک پدیده ساخته‌اند و مردم و مسئولان و کارشناسان را انگشت‌به‌دهان گذاشته‌اند.

به‌جای هر کاری، شوخی می‌کنیم

این روزها تا اتفاقی می‌افتد چه ناگوار مانند زلزله در تهران و چه خوب مانند پیروزی تیم‌های ملی در مسابقات بین‌المللی، چه سیاسی مانند قضیه انتخابات، چه بین‌المللی مثل واکنش ترامپ به برجام فوری عده‌ای که انگار به تعداد تمام مردم تکثیر شده‌اند دست‌به‌کار شده و به‌جای همدری یا ابراز تأسف یا خوشحالی و حتی خشم فوری ماجرا را دست انداخته و درباره آن جوک می‌سازند. این نحوه برخورد که سابقه‌ای چندساله دارد و با گسترش شبکه‌های مجازی حسابی پررنگ شده و به چشم آمده است آن‌قدر که عده‌ای به فکر افتاده‌اند راستی راستی فاز مردم چیست که عوض هر واکنش جدی، فوری سرشوخی را باز می‌کنند و دست به نوآوری آن‌هم از نوع طنز و شوخی می‌زنند بخصوص در یک مواردی که کار حسابی بیخ پیدا کرده و جوک‌ها بسیار تند و گاه زننده هم شده‌اند.

طنزپردازانی که نامرئی هستند

جالب اینکه اگر در گذشته نویسند و سازنده لطیفه‌های فارسی مشخص بودند و در ادبیاتمان عده‌ای کارشان این بود که دست به هجو بزنند و فاتحه یک فرد یا ماجرای را با مسخره کردن بخوانند، در حال حاضر هیچ‌کس نمی‌داند که دقیقاً این جوک‌ها را چه کسانی می‌سازند. به لطف فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی این روزها هر کسی که از خانه مادرش قهر کرده است دست‌به‌قلم شده، به همین خاطر از جمعیت هفتاد هشتاد میلیونی نصف بیشترش کپشن باز شده‌اند و برای هر چیزی اظهار نظر می‌کنند و انگار به این خاطر که نمک ماجرا را ببرند بالا و لایک بیشتری بگیرند از چاشنی طنز هم استفاده می‌کنند، چاشنی که به اعتقاد کارشناسان و حتی خود مردم شورش در آمده است. البته خود ما اعتراض کننده‌ها هم در رواج این قضیه بی‌تقصیر نیستیم و ندیده و نشناخته این جوک‌ها را منتقل می‌کنیم و با بازار گرمی باعث رواج بیشترشان می‌شویم و با اینکه خودمان حسابی بهشان خندیده‌ایم بعدش آخ وای وای می‌کنیم که واسفا و وا حیرتا از این مردم که برای هر چیزی جوک می‌سازند و همه مسائل کشور را به شوخی می‌گیرند.

به همه حوادث می‌خندیم

همان‌طور که گفتیم ملاتصرالدین‌های مدرن خودشان را بسته‌اند به گوشه موبایلشان و همیشه حتی در زلزله پنج ریشتری هم به‌جای فرار، مدام مثل خبرنگاران جان‌بر کف در حال رصد اخبار هستند تا سوژه دندان‌گیری پیدا کرده و فوری دست‌به‌کار شوند. اگر می‌خواهید بدانید که این جماعت به چه چیزهای می‌خندند کافایت سری به شبکه‌های مجازی بزنید. اولین دسته‌ای که سوژه کاربران فضای مجازی می‌شوند، حوادث است.

معمولاً این حوادث اجتماعی هستند. به‌عنوان مثال در سال گذشته یکی از حوادث اجتماعی که از عنایت این دوستان بی‌نصیب نماند ماجرای چالش «هنگ آبی» بود. چالش اینترنتی هنگ آبی که حدود سال ۲۰۱۵ توسط یک دانشجوی روسی طراحی و در شبکه‌های اجتماعی این کشور و سپس دنیا مطرح شد. کاربران بسیاری این چالش را حرکتی سطحی و سوءاستفاده از سنین حساس نوجوانی می‌دانند و اما عده بسیاری هم در کشور ما با خیر ورود چالش هنگ آبی به ایران شوخی کردند. از استقلالی بودن سازنده هنگ آبی» تا دست داشتن داعش در این ماجرا را دست مایه طنزهایشان قرار دادند. بعضی از کاربران هم گفته بودند که «نیسان آبی خیلی بیشتر از هنگ آبی تلفات داشته است».

ورزشی‌ها سوژه اول هستند

به‌جز حوادث اجتماعی حوادث ورزشی هم معمولاً از این پدیده بی‌نصیب نمی‌مانند یکی از حوادث امسال که کاربران مجازی با آن بسیار شوخی کردند مراسم قرعه‌کشی تیم ملی ایران در جام جهانی بود. ایران در رقابت‌های جام جهانی ۲۰۱۸ روسیه در گروه ۲ با اسپانیا، پرتغال و مراکش هم گروه شد که این گروه، گروه مرگ نام گرفته است. نکته جالب گروه‌های هم گروه ایران همسایگان سه کشور پرتغال، اسپانیا و مراکش است. نگاه طنز کاربران به این گروه‌بندی بسیار جالب بود. شوخی‌هایی مانند: «همیشه مثبت فکر کنید! آگه کاتالونیا از اسپانیا جدا شه و توی پرتغال جنگ داخلی بشه صعود می‌کنیم» این جماعت به شرایط سیاسی هم گوشه چشمی داشتند و عده‌ای هم با شرایط اردوهای تدارکاتی تیم ملی شوخی کردند و گفتند: «بازی دوستانه با توگو و تیم دوم پاناما بازی رسمی با اسپانیا و پرتغال!»، «یاد معلم‌های ریاضی‌مون افتادم تو کلاس جدول‌ضرب کار می‌کردند بعد از سری فوریه و انتگرال سه‌گانه امتحان می‌گرفتن!» توی این ماجرا در واقع ایرانی‌ها لشکرکشی کردند و آن‌قدر جوک ساختند و حرف زدند که صدای اعضای تیم ملی در آمد و گفتند به‌جای این کارها به ما روحیه بدهید.

سلبریتی‌هایی نصیب نمی‌مانند

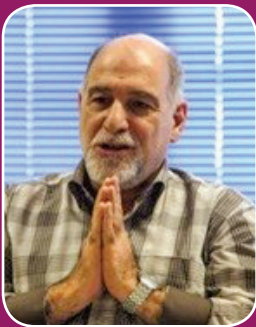
عده‌ای دیگری که صابون این جماعت حسابی به جامه‌شان خورده است هنرپیشه‌ها و به‌اصطلاح سلبریتی‌ها و بعد از آن شخصیت‌های معروف از ورزشی گرفته تا سیاسی هستند. البته میزان عنایت کاربران به این شخصیت‌ها بر اساس شهرتشان هست و هرچقدر مشهورتر باشند دامنه گیر این بزرگان هم بیشتر می‌شود. نمونه‌اش علی کریمی که بعد از یک نقل‌قول اشتباه از بزرگان در اینستاگرام حسابی سوژه کاربران فضای مجازی شد و باعث شد تحول عظیمی در این صنعت به وجود بیاید. به‌طوری که حتی هشتگ «#سلبریتی‌بی‌سواد» نیز در توییتر به راه افتاد و به‌سرعت یکی از ترندهای ایرانیان شد. جملاتی مانند «وقتی جملات قصار کوروش کبیر رو کپی می‌کنید، اولشو یادتون نره پاک کنید.» «سمیه نرو، من فقط یکم تاریخیم ضعیفه» «سوتی علی کریمی در نقل جمله شکسپیر از کوروش اونقدر داغون بود که دیگه داعش هم مسئولیتشو به عهده نمیگیره!» بعد از علی کریمی، هانیه توسلی و گربه‌اش و یا هنرپیشه‌ای که اظهارنظر فقهی در مورد محارمش کرده بود سوژه شدند. البته آقای جهانگیری و گاف با کفش رفتن توی جادر زلزله‌زدگان هم یکی از موضوعاتی بود که حرف و حدیث درست کرد.

«عباس محبی»:

طنز با دادوپیدا فرق می کند



آسیه صالح



«عباس محبی»، نویسنده طنز، بازیگر و پیشکسوت رادیو از فضای طنز حاکم بر شبکه اجتماعی با «طرقه» حرف می‌زند و می‌گوید: «شاید یکی از دلایلی که فضای طنز در شبکه‌های اجتماعی رواج پیدا کرده به این دلیل است که هنرمندان این عرصه از مردم عقب مانده‌اند؛ یعنی ما نتوانسته‌ایم محتوای طنزی که مخاطب را راضی کند برایش تولید کنیم. این واقعیتی است که روحیه مردم ما روحیه طنز و طنزازی است که بخشی از آن هم ریشه در فرهنگ ما دارد. هنگامی که مخاطب نتواند محتوایش را در رسانه‌های همگانی پیدا کند، شبکه‌های اجتماعی برایش تولید محتوا می‌کنند.»

هم اغراق، هم در لفافه گویی

محبی ادامه می‌دهد: «مردم طنز را، اغراق و بزرگنمایی را دوست دارند، آن‌ها کاریکاتور را و نمایش‌های اغراق‌آمیز را دوست دارند اما در کنارش در لفافه گویی و نرم‌گویی و سربسته گویی را هم می‌پسندند و جمع این‌ها و برآورده کردن این ذائقه و سلیقه کار سختی است.»

حرف طنز جدی تر است

هنرمند پیشکسوت رادیو، از شکل بیان خواسته‌ها در بین ایرانیان صحبت می‌کند و می‌گوید: «وقتی در یک خانواده ایرانی، مثلاً در تابستان هوا گرم باشد و پدر خانواده کولر را خاموش کرده باشد، پسر خانواده یا دختر خانواده به‌صورت مستقیم به پدرش نمی‌گوید: لطفاً کولر را روشن کن! به‌جای این کار با وسیله‌ای، شروع می‌کنند خودشان را یاد بزنند، یا در زمستان اگر گرمایش اتاق کم باشد، پتو برمی‌دارند و دور خودشان می‌پیچند، این یعنی هوای اتاق سرد است. این یعنی اعضای یک خانواده در قالب طنز نظراتشان را بیان می‌کنند. این یعنی بخش عمده‌ای از ارتباطات اجتماعی ما در فضای غیر جدی بیان می‌شود، یعنی جامعه بیان خواسته‌هایش را با زبان طنز بیشتر می‌پسندد، حالا اگر جامعه هنری نتواند از این ظرفیت استفاده کند، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی جای خالی‌اش را پر می‌کنند. او در پایان این گفت‌وگو می‌گوید: «نکته دیگر اینکه می‌شود حرف‌هایمان را از درون خانواده تا درون اجتماع به زبان نرم و طنز بگوییم اما این زبان طنز با تهمت زدن، جاروچنجال و دادوپیدا فرق می‌کند.»

این میزان خلاقیت خود ما را هم غافلگیر کرده است

واکنش نشان می‌دهیم پس هستیم

لطیفه ساختن برای گرانی و شوخی کاربران فضای مجازی با «گرانی تخم‌مرغ» با جمله‌هایی مثل این که «از این‌به‌بعد تخم‌مرغ رو با پوست می‌خورم، بالاخره پول زیادی دادیم بابتش» یا «تخم‌مرغ یه‌جوری گرون شده که وقتی به مامانم گفتم صبحونه نیمرو می‌خورم، گفت غلط می‌کنی، تخم‌مرغ نداریم برو گوشت کباب کن بخور» و «وضعیت جووری شده که باید گفت: «شتر دزد، تخم‌مرغ دزد می‌شه» و بعد از آن پرداختن به فیلترینگ تلگرام پس از اغتشاشات اخیر آن‌قدر خلاقیت برویج طنزپرداز را بالا برد که آن‌ها دست به نوآوری هم زدند و به‌جز لطیفه ساختن سراغ قالب‌های دیگری مانند دایسمش و ساخت کلیپ و پویانمایی هم رفتند. شاید این میزان خلاقیت خود ما را هم غافلگیر کرد. به اعتقاد کارشناسان این واکنش‌های لحظه‌ای و کوتاه به خاطر سبک زندگی امروز ما مردم است که فرصت چندانی برای تفکر و برخوردهای عمیق با مسائل پرایمان نگذاشته است و به همین خاطر به واکنش‌های لحظه‌ای و کم‌عمق و حتی شوخی‌طور تن می‌دهیم. از طرف دیگر عده‌ای از کارشناسان معتقد هستند که مردم گاه در مسائلی که نمی‌توانند چندان به شکل رسمی در موردش حرف زده و واکنش نشان بدهند، از در شوخی وارد شده و به این شکل حرفشان را در قالبی غیررسمی عنوان می‌کنند. عده‌ای هم می‌گویند مردم با این لطیفه ساختن‌ها به دنبال ارتباط و تأمل هستند و می‌خواهند از سر این ماجرا ابراز وجود کرده و به‌اصطلاح بگویند ما هم هستیم.

مراقب فرمان باش!



محمد کاف



این که ما ایرانیان عادت کرده‌ایم تا هر پدیده و اتفاقی می‌افتد سریع در فضای مجازی لطیفه بسازیم و در این کار استاد هستیم، یک بحث است، دادن فرمان شبکه‌های مجازی دست عده‌ای که کاملاً جا و مکانشان پنهان است و به دنبال این هستند تا از فضای طنازی ما استفاده کنند و بروند سراغ خط قرمزهای فرهنگی و اعتقادی ما چیز دیگری است. حداقلش این است اگر اتفاق مهمی افتاد و سیل لطیفه‌ها در شبکه‌های مجازی راه افتاد، قبل از این که آن‌ها را کپی کنیم و نشر دهیم، حواسمان باشد که چه محتوایی را رواج می‌دهیم.



شوخی شوخی با بازی نهنگ آبی هم شوخی؟!!

«یکی از مراحل بازی نهنگ آبی، دیدن واحدهای ارائه‌شده ترم است که کلاس‌ها هشت صبح شروع می‌شه»، «۹۹ درصد اون‌هایی که می‌گن می‌خوان نهنگ آبی رو بازی کنن، جرئت ندارن از جکوزی بیرون تو حوضچه آب سرد»، «من اولش فکر می‌کردم، بازی نهنگ آبی اونه که می‌رن رو سر نهنگ می‌مونن و نهنگ سواری می‌کنن، من دهنم خیلی مثبته.»

با زلزله هم شوخی می‌کنیم...!



پیمان حلیمی

زلزله یکی از ترسناک‌ترین حوادثی است که توانسته است سهم زیادی از دلهره‌های مردم جهان را به خودش اختصاص دهد، ولی ما ایرانی‌ها چه می‌کنیم؟ قرار است در این مطلب به فعالیت تهرانی‌ها در شبکه‌های مجازی، آن‌هم ساعات بعد از زلزله اشاره کنیم. زلزله تهران وقتی آمد که خیلی از مردم برای استراحت آماده می‌شدند، اگرچه زلزله باعث شد بخش زیادی از مردم تهران تا صبح بیدار بمانند. حالا فکرش را بکنید در همان دقایق اولیه زلزله تهران، اولین جمله‌ای که در شبکه‌های اجتماعی منتشر شد این عبارت بود: «به نظر من زلزله وقتی می‌آید که ملت خواب باشند» و این یعنی مردم ما در مواجهه با یکی از ترسناک‌ترین حوادث طبیعی، خیلی نرم و مجلسی برخورد می‌کنند که خود زلزله هم تعجب می‌کند.

شوخی با بازی نهنگ آبی

۱ «یکی از مراحل بازی نهنگ آبی، دیدن واحدهای ارائه‌شده ترم است که کلاس‌ها هشت صبح شروع می‌شه»، «۹۹ درصد اون‌هایی که می‌گن می‌خوان نهنگ آبی رو بازی کنن، جرئت ندارن از جکوزی بیرون تو حوضچه آب سرد»، «من اولش فکر می‌کردم، بازی نهنگ آبی اونه که می‌رن رو سر نهنگ می‌مونن و نهنگ سواری می‌کنن، من دهنم خیلی مثبته.»



شوخی با گران شدن تخم‌مرغ

۵ «بادش بخیر قدیما هر وقت غذا نداشتیم نیمرو می‌زدیم، اما حالا تخم‌مرغ هم کالای لاکچری شده»، «یک مرغ داریم روزی دوتا تخم می‌ذاره، قابل تعویض با یک قطعه زمین در الهیه»، «سال‌ها زکریای رازی کیمیاگری کرد تا از مس، طلا درست کند، ولی موفق نشد! اما این مهم در قرن بیست‌ویکم محقق شد و توانستیم از تخم‌مرغ، تخم‌طلا بسازیم... این دستاورد تازیخی را تیریک می‌گویم»، «در راستای گران شدن تخم‌مرغ، پیشنهاد سر آشپز: املت را با تخم‌مرغ شانس‌ی درست کنید، هم ارزون‌تره هم هیجان‌انگیزتر...»، «خیلی اعتقاد به ازدواج آسان دارم، می‌خوام شب عروسی ماهی کباب و دنده کباب بدم، ولی عیال گفته تخم‌مرغ آبپز بدیم چش دشمنام درآد...»، «یکی از آپشن‌های چیزیه من نسبت به بقیه این‌که سرش دوتا مرغ و یه خروس گذاشتم...»، «قیمت تخم‌مرغ یه جووری شده که شما صبحانه خاویار بخوری ارزون‌تر از املت در میاد»، «مادیکه وعده صبحانه سفیده تخم‌مرغ رو می‌خوریم زرده‌اش رو می‌ذاریم واسه نهار»، «الان واسه رفع بلا چشم خودتو دریباری بهتر از اینه تخم‌مرغ بشکونی»، «شما الان دوتا مرغ جوان بگیر خونه بذار برای خودشون بچرخن... روزی دوتا تخم‌مرغ هم بذارن... ببری سوپری بفروشی خرج اینترنت روزانه‌ات درمیاد»، «رفتم یه شونه تخم‌مرغ بخرم، زنگ زد یه جا قیمت گرفت بعد با ماشین حساب یه چیزی رو حساب کرد، مگه قبلاً طلا رو این‌جوژی نمی‌خریدیم؟»

شوخی با زلزله و گران شدن تخم مرغ



۷ یک استیکر دیگه دیدم که عکس تخم مرغ رو بزرگ بالا تصویر گذاشته و زیرش نوشته بود: «الان وقتشه یه نظر سنجی بزاریم که گرونی زودتر مارو میکشه یا زلزله؟» به برنده‌ها هم تخم مرغ بدیم

درمان سرپایی



الهام صالح



فلسفه‌مان این است: «خنده بر هر درد بی‌درمان دواست»، یا: «بخند تا دنیا بهت بخنده ه...»
وقتی فلسفه زندگی مردم این جمله باشد، تعجبی ندارد که با هر مشکلی، سراغ خندیدن و خنداندن بروند. فکر کنم منشأ ساخت لطیفه همین باشد. می‌خواهیم بخندیم و بخندانیم و مشکلات را فراموش کنیم و حال خودمان را بهتر کنیم، اما باید مراقب باشیم که عمقمان را از دست ندهیم. در یک جمله: «سطحی نشویم». این خوب است که همیشه به آدم‌های خندان جذب می‌شویم و آن‌ها ما را از غم‌هایمان دور می‌کنند، اما مراقب باشیم در سطح نمانیم.

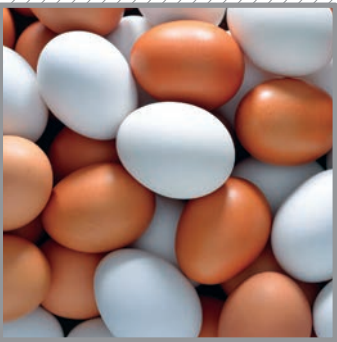
سوژه خنده



آسیه سالم



ما یه تیم هستیم؛ یه تیم لطیفه‌ساز. یه کانال هم داریم با کلی بیننده. فقط کافی‌ه که کوچک‌ترین اتفاقی دوروبرمون بیفته تا ازش لطیفه بسازیم. فرقی هم نمی‌کنه موضوعش چی باشه؛ از امتحانات دانشگاه تا سوتی‌های خبری؛ هرچیزی که بتونه لحظه‌ای شادمون کنه برامون سوژه خنده است. کلی فسفر می‌سوزونیم تا یه «بول» بگیریم. البته مامانم اصلاً از این کارم خوشش نمیاد. بهم می‌گه: دختر رو چه به این کارا؟! به جای درس و مشقته؟! همش در حال کرکر خنده است. این جمله آخری رو همیشه با حرص می‌گه، اما نمی‌دونه چه حالی می‌ده توی این‌همه مشکلات فقط تو باشی که می‌خندی و لبخند به لب مردم میاری...



شوخی شوخی با گران شدن تخم مرغ هم شوخی!؟!

«یادش بخیر قدیما هر وقت غذا نداشتیم نیمرو می‌زدیم، اما حالا تخم مرغ هم کالای لاکچری شده»، «یک مرغ داریم روزی دوتا تخم می‌ذاره، قابل تعویض با یک قطعه زمین در الهیه»، «سال‌ها ز کربای رازی کیمیاگری کرد تا از مس، طلا درست کند، ولی موفق نشد! اما این مهم در قرن بیست و یکم محقق شد و توانستیم از تخم مرغ، تخم طلا بسازیم... این دستاورد تاریخی را تبریک می‌گویم»، «در راستای گران شدن تخم مرغ، پیشنهاد سر آشپز: املت را با تخم مرغ شانس‌ی درست کنید، هم ارزون تره هم هیجان‌انگیز تر...»

رضا رزاقی

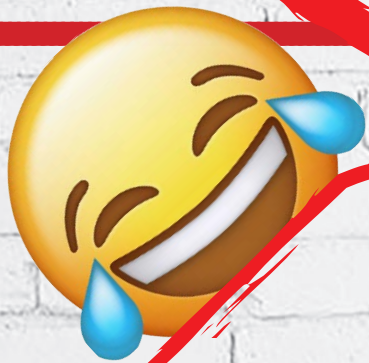


یکی از شبکه‌های اجتماعی را باز می‌کنید، با انبوهی از لطیفه و جوک درباره اتفاقی که تازه رخ داده است روبه‌رو می‌شوید. حدس می‌زنید که حتما خبری شده است. خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری را نگاه می‌کنید و می‌فهمید قرار است بنزین گران شود. در واقع قبل از این که این روزها خبر اتفاق‌ها و پدیده‌های اجتماعی به گوشمان برسد، شوخی و لطیفه‌هایش درباره وقایع و اخبار مختلف به ما می‌رسد. طنزپردازی و لطیفه‌گویی از گذشته‌های دور جزئی از زندگی اجتماعی ملت ایران بوده و حتی نقشی جدی را در زمینه‌های مختلف ایفا کرده است. از نوشته‌های «عبید زاکانی» در قرن هفتم گرفته تا هجوهای ادیبان معاصر در دوران مشروطه و پس از آن؛ همه این‌ها تأثیرات مهمی را در احوالات جامعه ایرانی بر جای گذاشته‌اند. روان‌شناسان و جامعه‌شناسان، ضمن دسته‌بندی پدیده طنزپردازی به انواع مختلف، علت‌های متفاوتی نیز برای آن در نظر گرفته‌اند که در این‌جا به بررسی برخی از آن‌ها می‌پردازیم.

نگاهی به پدیده لطیفه و جوک‌سازی بین ایرانیان

به‌ترک دیوار هم

می‌خندیم



EARTHQUAKE

خنده تلخ من از گریه غم‌انگیز تر است

گاهی هم ممکن است این نوع واکنش در برابر مشکلات و اتفاقات جدی یا گهگاه تلخ که در خارج از زندگی شخصی افراد رخ می‌دهند، نشان‌دهنده نوعی فرار از واقعیت و کم کردن بار سنگین روانی از طریق به مضحکه بردن و به سخره گرفتن آن موضوع باشد. چرا که می‌دانیم سطح شادی جامعه امروز ایران براساس آمارها در جایگاه مطلوبی نیست، اما از سوی دیگر آماج لطیفه‌های گوناگون باعث تعجب تحلیل‌گران می‌شود و همین نوع نگاه به مقوله طنزپردازی ایرانیان و قبول این امر که طنز برای جامعه ایرانی به عنوان سپر دفاعی استفاده می‌شود، می‌تواند پاسخی بر ایهامات و تناقضات آمارهای جهانی باشد.

رو مسخرگی پیشه کن و مطربی آموز / تا #لایک خود از کهنتر و مهتر بستانی

۳ قضای مجازی، بزرگ‌ترین، جدیدترین و مهم‌ترین عرصه ابراز وجود افراد در عصر حاضر است. این روزها کمتر کسی را می‌بینیم که با شبکه‌های اجتماعی بیگانه یا از احوالات آن بی‌خبر باشد.

در این بین اما شاهد افرادی هستیم که برای رسیدن به حس مقبولیت یا حتی شهرت، دست به هر کاری می‌زنند تا تعداد لایک پست‌هایشان را در شبکه‌های اجتماعی بالا ببرند و راحت‌ترین راه برای رسیدن به این مقصود را استفاده از فرصت طنازی یا حتی مسخره‌بازی می‌دانند؛ مثال این کنش‌های اجتماعی نیز ویدیوهای مختلفی است که در شبکه‌های اجتماعی باز نشر می‌شوند و از شدت عجیب بودن افرادی را هر چند برای مدتی کوتاه به شهرت می‌رسانند.

فاصله‌ای که با خنده پر می‌شود

۴ یکی از علت‌های دیگری که روان‌شناسان در بررسی موضوع لطیفه‌ها به آن اشاره دارند، تلاش افراد برای جبران کمبودهای خود در قالب طنز و خنده است. به طوری که افراد برای جبران فاصله خود با انسان‌های موفق یا شرایط ایده‌آل، به جای تلاش برای دستیابی به آن موقعیت، به وسیله شوخی یا به سخره گرفتن آن‌ها، سعی بر بی‌اهمیت جلوه دادن پیشرفت‌ها دارند و این را مرهمی بر رنج‌های خود می‌دانند.

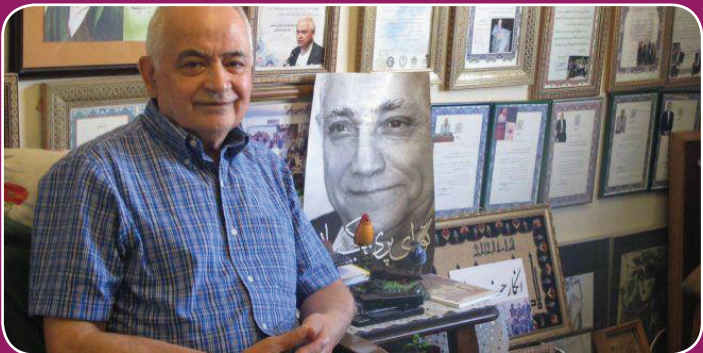
پروفسور «حسین باهر» در گفت‌وگو با «طرفه»، از پدیده شوخی کردن ایرانیان می‌گوید

خط قرمز طنزپردازی کجاست؟

رضا رزاقی



پروفسور «حسین باهر» جامعه‌شناس و استاد دانشگاه شهید بهشتی است. برای موضوع این هفته، یعنی دلیل اصلی شوخی کردن ایرانیان با هر اتفاق و پدیده‌ای با او که بنیان‌گذار مکتب کنش‌شناسی است، گفت‌وگو کردیم.



علت اصلی به شوخی گرفته شدن مسائل در جامعه ایرانی چیست؟

برای پاسخ به این پرسش ابتدا باید انواع طنز را شناخت که به اختصار آن‌ها را ذکر می‌کنم. ما چهار نوع طنز داریم: مطایبه، مزاحمه، استهجان و لطیفه که هر یک کاربرد و آثار خاص خود را دارد. وجود و کاربرد هر یک از این بخش‌ها می‌تواند در جامعه مفید یا مضر باشد که بررسی آثار آن به بحث مفصلی نیازمند است، اما همین قدر کافی است بدانیم که یکی از انواع طنز مفید، مطایبه بوده و بقیه آسیب‌هایی دارند.

علت اصلی بروز این موضوع در جامعه ایرانی چیست؟



طنز و مطایبه تاجایی مفید است که باعث ضرر و ضرار نشود؛ یعنی نه به خود فرد آسیب برساند و نه به دیگران

این نوع برخورد مردم با مسائل جدی جامعه را چطور ارزیابی می‌کنید؟

این شوخی‌ها هم می‌تواند مفید باشد و هم مضر. از طرفی برای جامعه مفیدند چرا که نوعی فراقتنی محسوب شده و مردم از این طریق انتقادها، اعتراض‌ها و حتی مطالبات خود را با کمترین هزینه و گاهی بازدهی مطلوب اعلام می‌کنند، اما از جنبه دیگر می‌تواند مضر هم باشد. اگر این لطیفه‌ها و مطایبه‌ها برای گریز از راه‌حل باشند و تنها برای تسکین موقت آلام و دردهای ناشی از کمبودها شوند و هم‌چنین بازدهی عملی برای اصلاح و رفع نقایص نداشته باشند، مضر بوده و اثرهای سوئی هم بر جای خواهند گذاشت. در غیر این صورت موجب رشد جامعه از جوانب و ابعاد مختلف می‌شود. طنزپردازی یکی از راه‌های دموکراسی کلامی نیز است تا از طریق آن، مخاطبان طنزها به نقاط ضعف خود پی‌برند. در هر صورت طنز و مطایبه تا جایی مفید است که باعث ضرر و ضرار نشود؛ یعنی نه به خود فرد آسیب برساند و نه به دیگران و این مسئله باید خط قرمز طنزپردازی‌ها باشد. به علاوه بزرگ‌ترین عرفای ما نظیر سعدی، حافظ، مولانا و خیام هم به صورت خاص و مکرر از طنز و ایهام استفاده کرده‌اند و همین مسئله جایگاه کاربردی و مهم طنزپردازی را نشان می‌دهد.

چرا لطیفه می‌سازیم!

زهر حقانی



اولین واکنش برخی از مردم بعد از هر رویداد مهم یا حتی یک اتفاق یا حادثه، ساختن لطیفه است. لطیفه‌هایی که بعضی از آن‌ها امروز جهانی هم شده‌اند. هنوز ناتیبه‌هایی از وقوع ماجرا نگذشته که خلاقانه‌ترین لطیفه‌ها درباره آن ساخته می‌شود. برخی کارشناسان اجتماعی، معتقدند در جوامعی که فرهنگ به سمت سطحی شدن در حرکت است، اتفاق‌های پیرامون برای افراد جامعه از جدی بودن خارج می‌شود؛ البته لطیفه ساختن درباره موضوعات مختلف، پدیده جدیدی نیست، اما درست کردن هر محتوای طنزی برای هر اتفاقی باید کمی به خودمان برگردیم که نکند داریم راه را اشتباه می‌رویم.

حواسمون باشه!

بهاره بهنام‌نیا



یکی از شاخه‌های تخصصی نبوغ که در ایران پرورش یافته، بهش می‌گن، لطیفه‌سازی! افرادی متخصص لطیفه ساختن برای زمین و زمان‌اند! فکر نمی‌کنم موضوعی در دنیا باشد که درباره‌اش لطیفه نساخته باشن. این جماعت که در قالب تنها پیچیده‌ترین لطیفه‌ها را درباره همه‌چیز می‌سازند بلکه به این راحتی هم به لطیفه‌های سایر ملل نمی‌خندن و اونارو روی مزه می‌دونن! اما گاهی فکر می‌کنم نکته این استعداد پر بار و خنده‌آور، منشأ شادی نداشته باشه، نکته حاصل نگاهی است که داره از یک جای دیگه مدیریت می‌شه برای بزرگ نمایش دادن اتفاق‌ها... آگه این‌جوریه، پس حواسمون باید جمع تر باشه.

همه چیز شوخی نیست!

بونه نیکوی



گردش بی‌رویه پیام‌های طنز برای اتفاق‌های نه‌چندان شیرین در کشور به شکل تأسف‌باری رو به رشد است. خندیدن و خنداندن خوب است، اما چگونه می‌شود برای هر چیزی مطالب طنز و لطیفه نوشت و همه‌چیز را به شوخی گرفت؟ بار روانی این مطالب و نادیده گرفتن حوادث تلخ، دلهره عجیبی در دل‌مان ایجاد کرده که مبادا این متن‌های تمسخرآمیز موجب ناهنجاری اخلاقی شود و هموطنان ما مورد بی‌احترامی قرار بگیرند. گاهی از خودم می‌پرسم چرا هویت‌ها این قدر دستخوش تغییر شده؟ می‌دانی هویت که تغییر کند ساختار فرهنگی هم تغییر می‌کند.



همه هزینه‌ها برای تو

این یکی به نسبت بقیه جدیدتر است. شاید چند ماه نشود که معروف شده است. اگر اهل فضای مجازی باشید می‌دانید که از کجا می‌آید. از ظاهرش هم معلوم است که جنبه عاطفی دارد. اما خب به لطف دوستان طنزمان برای هر چیزی که فکرش را بکنید استفاده می‌شود. یکی با عکس فرزندش این جمله را منتشر می‌کند و یکی با عکس سیب زمینی سرخ کرده!

نگاهی به تیکه کلام‌ها، هشتک‌ها و دایسمش‌هایی که معروفشان کردیم

بانمک کی بودی تو...!



سید مهدی وزیر | این روزها، کافی است چرخ می‌ان وی‌دیوهای طنز یا همان دایسمش‌هایی بزیند که سر تاسر اینستاگرام را گرفته‌اند. به محض این که کودک یا پیرمرد یا هر کس دیگری در کلیپ طنز می‌شود توجه قرار بگیرد، چندین مورد کلیپ طنز از روی دیالوگ‌ها و رفتارهایش ساخته می‌شود. #کچلیک را که یادتان هست؟ حتی این ماجرا تبدیل به هشتک‌هایی می‌شود که جماعت آنلاین‌باز به هر چیزی نسبت می‌دهند. در ادامه بعضی از تیکه کلام‌هایی را که به واسطه همین شبکه‌های مجازی تبدیل به هشتک یا جملات کلیدی شدند با هم مرور می‌کنیم.

مرسی آه

لطفاً آقایون بدتیپ و دهاتی نیان توی پیج من، مرسی آه! همین یک جمله کافی بود تا بیشتر افرادی که دنبال سوژه هستند دست‌به‌کار شوند و دایسمش‌های خودشان را بسازند. این چند کلمه به قدری معروف شد که حتی در برنامه‌های تلویزیونی هم این عبارت از سوی بازیگر خانم روی صحنه استفاده شد. آدمی که شاید هیچ سواد رسانه‌ای و حتی کارکرد صحیح فضای مجازی را هم بلد نبود با یک فیلم سلفی چندثانیه‌ای چند وقتی سوژه اول اهالی اینستاگرام شد. البته مرسی آه از او به یادگار مانده است.

همه هزینه‌ها برای تو

این یکی به نسبت بقیه جدیدتر است. شاید چند ماه نشود که معروف شده است. اگر اهل فضای مجازی باشید می‌دانید که از کجا می‌آید. از ظاهرش هم معلوم است که جنبه عاطفی دارد، اما خب به لطف دوستان طنزمان برای هر چیزی که فکرش را بکنید استفاده می‌شود. یکی با عکس فرزندش این جمله را منتشر می‌کند و یکی با عکس سیب زمینی سرخ کرده!

طراح خودروی کی بودی تو؟

در خط بالا می‌توانید به جای طراح خودرو هر لقب و صفت دیگری را که می‌خواهید قرار بدهید. مهم نیست که از کجا سرچشمه می‌گیرد، مهم این است که خیلی کاربردی و مفید فایده است؛ مثلاً از همسران پول یا ماشینش را می‌خواهید، لقب مورد علاقه‌اش را اول این دیالوگ بگذارید و چندبار برایش تکرار کنید. اگر جواب نداد دیگر روزنامه ما را نخرید؛ البته لازم به ذکر است که دیده شده افراد بعد از ذوق زدگی بیش از حد هم از این عبارت استفاده کرده‌اند؛ مثلاً «سیب زمینی سرخ کرده کی بودی تو؟»

«بنزین بشم گرون کردن بلدی؟...»

«...بشم ...بلدی؟» در این نقطه چین‌ها ما به دلیل میز نمی‌توانیم نکته خاصی بنویسیم، ولی شما که می‌توانید. بنویسید و خنده‌اش را بکنید، اما راهنمایی‌تان که می‌توانیم بکنیم. برای اطمینان از طرف مقابل در شرایط مختلف این سؤال را می‌توانید مطرح کنید؛ مثلاً مریض بشم پرستاری بلدی و الی آخر. البته لازم به گفتن نیست که ته همین را هم درآورده‌اند و در هر جایی که شده یا نشده استفاده‌اش کرده‌اند، اما این ماجرا سر بحث گران شدن بنزین در شبکه‌های مجازی داغ شد با این عبارت «بنزین بشم گرون کردن بلدی؟»

سمیه نرو

در فیلمی برادری معتاد، ولی دلسوز خطاب به خواهرش که قرار بود به زور زن یک ناحسابی بشود، چند جمله را با این سرفصل سمیه نرو مطرح کرد. معروف شدن فیلم کافی بود تا پای این دیالوگ هم به فضای مجازی باز شود. شاید دفعات اول هر کسی خطاب به سمیه‌ای که می‌شناخت نکته‌ای را می‌گفت، اما کم‌کم فراگیر شد و بعد از رشد عوارض خروج از کشور، مجازی‌نشینان از این دیالوگ استفاده کردند: «سمیه نرو، اگر دفعه اول رفتی، دفعه دوم نرو، اگر دفعه دوم رفتی دفعه سوم نرو. نرو که اگر بری نمی‌گن چقدر وضعش خوبه، می‌گن پشت کرد به این همه جاذبه گردشگری داخلی و رفت خارج از کشور...»

اینو چی می‌گی؟؟؟!!!

هر کدام را که مخالف باشید با این یکی قطعاً موافقید و حتماً آن را شنیده‌اید. از ایام پسانتخابات و در اوج مناظره‌ها یکی از نامزدها با مقداری عصبانیت حق این مطلب را ادا می‌کرد و از همان اوایل هم معروف و مطرح شد. و هر کسی در تنگنایی قرار می‌گرفت که طرف مقابل حرف حق او را نمی‌پذیرفت و چانه می‌زد که من راست می‌گویم، از این عبارت استفاده می‌کرد و می‌گفت: «اینو چی می‌گی؟» البته هنوز هم در فضای مجازی خیلی از این جمله استفاده می‌شود و بعید است حالا حالاها از اذهان عمومی پاک بشود.

شما_یادتون_نمیداد

این یکی از آن‌هایی است که کسی نمی‌داند دقیقاً از کی و کجا رایج شد، اما وقتی کسی می‌خواهد قیمت خود را به رخ حضار بکشد، در ابتدای جمله‌اش از این عبارت استفاده می‌کند و سپس خاطرات خود را در ادامه‌اش می‌آورد؛ مثلاً شما یادتان نمی‌آید، اما زمان ما بنزین لیتری ۴۰۰ تومان بود.

چرا قیمه‌ها رو می‌ریزی تو ماست؟!

شاید به لطف همین یک دیالوگ، سریال «خانه‌به‌دوش» در ذهن نسل‌های بعدی هم ماند. این یکی از آن دیالوگ‌هایی است که از سریالی به یادگار مانده است؛ البته الان هم زیاد استفاده می‌شود و کافی است دو چیز نامربوط با هم قاطی بشوند تا جایی برای استفاده از این دیالوگ باز بشود؛ مثلاً «چرا امتحانات رو می‌ریزن تو سرما؟» یا «چرا سرمایه‌دارها رو می‌ریزن تو فوئبال؟»

چی میگی؟؟؟

این یکی را لطفاً با دهانی باز و کش‌دار قرائت بفرمایید! این دیالوگ را از «علی صادقی» در سریال «سه در چهار» به خاطر داریم.

معمولاً در مقابل یک نفر که نکته ساده‌ای را با تعجب بیان می‌کند و فکر می‌کند خبری دست‌اول گفته است می‌توانیم این یکی را استفاده کنیم؛ البته می‌توان در مواقعی هم که واقعاً متعجب هستیم برای راحت‌تر هضم کردن ماجرا از این عبارت استفاده کنیم.

این عبارت در فضای مجازی هم تبدیل به استیکر شده است؛ مثلاً اگر کسی به شما به ما بگوید، امتحان فردا را نخوندم‌ها!!!!!! آن وقت شما استیکر بزیند: «چی میگی؟؟؟»

ای که گفتی یعنی چَه؟!

اگر یادتان نیامده است که این یکی از کجا آب می‌خورد، برگردید به دهه هشتاد و سریال «شب‌های برره»! سریال «مهران مدیری» و این دیالوگ را در کنار دیالوگ‌هایی مثل پول زور و ده و... برایمان به یادگار گذاشت. معنا و مفهوم این یکی که قابل فهم است دیگر؟! این عبارت هم از عبارت‌هایی است که هم‌چنان در شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌شود.

فدایی داری!

«نقی معمولی» این قدر با آب‌وتاب حق این دیالوگ را ادا می‌کرد که بعید است تا حداقل چند سال آینده از مجموعه استیکرهایمان بیرون برود. نقی در «پایتخت» یک و دو و سه و... هر موقع با یک شخصی جور می‌شد یا نیت عرض ارادت داشت می‌گفت: فدایی داری! شما هم هر موقع که این چنین نیت‌هایی داشتید و طرف مقابل ظرفیتش را داشت، از این دست عبارت‌ها استفاده کنید که عجیب جواب می‌دهد. دیدم که می‌گوییم!

بیارم ناپلئونی رو؟

«هومن حاجی عبداللهی» هر زمان که می‌خواست معامله یا وصلتی سر بگیرد یا بعد از سر گرفتنش برای راضی کردن طرفین یا تغییر حال‌وهوای جمع، بحث شیرینی خوردن را وسط می‌کشید و پیش قدم شیرین کردن دهان جمع می‌شد. این یکی هم از آن یادگاری‌های «سیروس مقدم» برای بامزه‌های دورهمی‌هاست که هنوز در استیکرها پیدا می‌شود.

آمیاس ...!

این کلمه دقیقاً شما را می‌برد وسط قالی‌شویی «فیروز» و مصائب او و خانواده‌اش. او هر موقع که بین فشارهای زیادی قرار داشت به جای مشکلات و تنگنا و این قبیل کلمات از «آمیاس» استفاده می‌کرد و جان کلام را منتقل می‌کرد. هنوز هم این عبارت در هشتک‌ها و استیکرها استفاده می‌شود.

حسن اکلیلی: مردم طنزهای تلخ را نمی‌پسندند

راضیه کشاورز



طنزهای کاربران فضای مجازی تا جایی که به حیثیت افراد لطمه نزنند، جایز است، این آغاز صحبت‌های حسن اکلیلی بازیگر خوش لهجه اصفهانی است. این هنرمند سینما تئاتر و تلویزیون در گفت و گو با طرفه می‌گوید، پس از ورود تلفن همراه، شبکه‌های مجازی در کشور گسترش یافت و کاربران زیادی را به خود مشغول کرد، اما هنوز کاربران فرهنگ استفاده از این ابزارها را به خوبی نمی‌دانند و هر موضوعی را به طنز تبدیل می‌کنند، در حالی که این طنزها تا جایی که به حیثیت انسان لطمه وارد نکنند، جایز است. حسن اکلیلی ادامه می‌دهد، بشر طبیعتی دوگانه دارد، به عنوان مثال وقتی با برادران در خیابان پیاده روی می‌کنید، اگر در یک لحظه او زمین بخورد، شاید خودتان خنده‌تان بگیرد، این حس در وجود بشر نهاده شده است، یا حتی وقتی تصادفی که اتفاق می‌افتد، زمانی که ماجرای تصادف را تعریف می‌کنید خودتان از تعریف بخش‌هایی از حادثه خنده‌تان می‌گیرد مثل فردی که در هنگام تعریف کردن حادثه بیان می‌کند: «بھویی راننده نیسان وارد شد» و این یک تصویرسازی ذهنی است. وی ادامه داد: این روزها برخی از افراد همه مسایل را حتی مشکلات افراد مشهور، مشکلات اقتصادی و یا سیاسی جامعه را به طنز تبدیل می‌کنند، کار به جایی رسیده که گاهی قبل از انتشار یک خبر در تمام کانال‌ها و سایت‌ها، اول طنزهای آن شنیده می‌شود، این در حالی است که مردم طنزهای تلخ که وقایع تلخ را سخیف می‌کند، دوست ندارند و نمی‌پسندند. هنرمند سینما تئاتر و تلویزیون با بیان اینکه زندگی در بدترین شرایط هم با دل گوی‌های زیبا، خوشایند می‌شود، تأکید کرد: در این میان طنزهای تلخ حرکت‌های بیهوده‌ای هستند که مطرح کردن آنها به شخصیت انسان‌ها لطمه وارد می‌کند، البته طنز تا جایی که به انسان‌ها انرژی دهد و برای ادامه حیات آنها امیدبخش باشد، جایز است ولی اگر طنز فضایی برای به سخره گرفتن باشد، باید از ترویج چنین مطالبی پیشگیری شود.

تقدیم به آن‌هایی که برای هر پدیده‌ای لطیفه می‌سازند

