

# فراز و فرودهای «جوکر»

فصل دوم «جوکر» از ابتدای پخش با واکنش‌های متفاوتی مواجه شده است که اکثر آنها انتقادی بوده است.

## مریم شونیدی فعال رسانه

گروه فرهنگ و هنر - «یکی کردن برنامه‌های برجسته بین‌المللی این روزها به یک سنت متعارف در صنعت برنامه‌سازی تبدیل شده است. تا جایی که حتی مدیران فرهنگی و صاحبان سکوهای نمایشی نیز ترجیح می‌دهند تخم‌مرغ‌های خود را در سبد ایده‌ای بچینند که امتحانش را پس داده و تنها لازم است کمی ایرانیزه شود.

ریالیته‌ی شوی «جوکر» هم مانند تجربه پیشین ساخته آن یعنی «عصر جدید» در این قاعده ساخته شد. احسان علیخانی در سال ۱۴۰۰ تصمیم گرفت نسخه ایرانی برنامه داکيومنتال ژاپنی را بسازد. داکيومنتال یکی ریالیته‌ی شوی چالشی بر محور خنده بود که به ابتکار هیئت‌مدیره ماتسوموتو از ۲۰۱۶ روی آنتن رفت. پس از موفقیت این برنامه، شرکت آمازون پرایم ویدئو امتیاز آن را خرید و با نام LOL مخفف Last One Laughing اقدام به ساختن نسخه‌های اختصاصی آن در کشورهای گوناگون کرد. پس از ژاپن کشورهای استرالیا، آلمان، ایتالیا، فرانسه، اسپانیا، هند و مکزیک اقدام به تولید این برنامه کردند و کشورهایی چون کانادا نیز خبر از ساخت آن در آینده نزدیک داده‌اند.

نسخه وطنی داکيومنتال با نام «جوکر» با لطف گوسو، در ادامه این سلسله اقتباس‌های جهانی تولید شد. در هر قسمت از این برنامه ۸ شرکت‌کننده حضور دارند که از میان بازیگران و کمدین‌های مشهور کشورمان انتخاب شده‌اند، آنها در مدت ۶ ساعت در یک مکان مجهز دور یکدیگر جمع می‌شوند و باید سعی کنند تا نخندند تا در گود رقابت باقی بمانند. توجه مخاطبان به برنامه «جوکر» در سری اول سبب شد تا سازندگان «جوکر ۲» را در پلتفرم فیلمو نمایش دهند.

«جوکر ۲ طبقه بیست و یک» در مقایسه با سری اول خود تغییرات بسیاری داشته است. از تغییر در دکوراسیون گرفته تا ویژگی‌های اتاق کنترل و چند ابداع جدید در روند بازی مانند طراحی پناهی باکس برای شرکت‌کنندگان منفعل. اما مهم‌ترین تغییر این سری، حضور بانوان در فصل دوم بود که بازخوردهای فراوانی در پی داشت.

**رقابت یا دورهمی؟**  
LOL و داکيومنتال اگرچه در بسیاری موفله‌ها به «جوکر» ایرانی شبیه هستند و حتی گاهی شوخی‌ها، گرم‌ها و پوسته‌های مشابه دارند، اما تفاوت عمده‌ای دارند و آن هم ماهیت بازی بین این دو نوع برنامه است.

در نسخه خارجی برنامه، شرکت‌کنندگان مبلغ معتابهایی پول با تیپ‌های مختلف می‌آورند که دست آخر همه آن پول‌ها جمع شده و به برنده می‌رسد. در داکيومنتال ژاپنی هر شرکت‌کننده یک میلیون ین در بازی می‌گذارد و با این جشنواره همکاری داشته، برای حمایت از گروه‌های جوان و دانشجویان مستعدی که در دل این جشنواره معرفی می‌شدند، تهیه‌کنندگی برخی از آثار دانشجویی را بر عهده گرفت.

او در چند سال اخیر بیشتر در زمینه تهیه‌کنندگی حضور داشته و آخرین بازی او پس از صحنه تئاتر به نمایش «فقه فجر» به کارگردانی آتیلا پسیانی و نمایش «سی

ساختار برنامه بر مبنای رقابت افراد مرفه است. این ساختار علاوه بر اینکه ماهیت بازی را به رقابت‌های شرط‌بندی شبیه می‌کند، برد و باخت را برای افراد شرکت‌کننده جدی و چالش‌انگیزتر می‌کند. در «جوکر» ایرانی اما ماهیت بازی بیشتر جنبه دورهمی دارد و کمدین‌ها بعد از اخراج، حس بازنده بودن ندارند. این موضوع از یک طرف حاوی جنبه‌های مثبت است تا جایی که در «جوکر» فصل دوم اعلام می‌شود مبلغ جمع شده به خیریه اختصاص می‌یابد، از طرف دیگر اما غالب شدن حس دورهمی باعث می‌شود شوخی‌ها از چارچوب برنامه‌های حساب‌شده و رقابتی دیدنی خارج شده و رنگ و بوی لوذگی بگیرد. این نکته در قسمت اخیر «جوکر» طبقه بیست و یک» با بازی حمید لولایی و قدرت‌الله ایزدی به اوج می‌رسد.

## تیپ‌سازی و سناریوهای کوتاه متوالی

در ریالیته‌ی شوهای «جوکر» ایرانی و داکيومنتال‌های خارجی برنامه ساز سعی می‌کند با ایجاد سناریوهای پازل و کوچک، برای خنده گرفتن از مخاطب با برنامه حرکت کند. در این مسیر لازم است برای هر کدام از شرکت‌کنندگان یک تیپ طراحی شود که تا انتهای برنامه در قالب آن تیپ ماجراهای خنده‌دار خلق کند.

برای مثال در فصل اول «جوکر

۲» مجید مظفری با نگاه به انگشت شست از خندیدن فرار می‌کرد و محمدرضا علیمردانی با صداسازی تلاش می‌کرد از دیگران خنده بگیرد. این تیپ‌سازی در «جوکر» بانوان شکلی منظم و با برنامه یافته بود. گیتی قاسمی با بازی گرفتن از عکس عمه ننه، ناهید مسلمی با تکرار بخشی از یک موزیک رپ و ژاله صامتی با مناقشه بر سر مدیریت جوکر تا انتهای برنامه نقش مشخصی در ایجاد لحظه کیمیک داشتند و همین امر سبب شد تا شوخی‌ها به موقع و با ضرب‌آهنگ دلنشین به چشم مخاطب برسند.

استفاده برنامه‌ساز از بازیگرانی با سنین مختلف، سبک و سطوح متفاوت حرفه نیز در راستای ساختن بعدهای متفاوت در سناریوها بود. نکته‌ای که تقریباً در تمام برنامه‌های «جوکر» رعایت شده بود. این موفله اما لازم بود و کافی نبود. همچنان‌که در فصل آخر «جوکر ۲» با وجود حضور هنرمندان



سطوح متفاوت، نقش‌های کمدی به خوبی شکل نگرفت و در سناریوهای متوالی برنامه به درستی کار نکرد. تلاش‌های مجید یاسر برای بازی سکه‌ها و تقلید حمید لولایی از تکه‌کلام‌های اینستاگرامی نه تنها در کمدین‌ها تیپ و سبک ایجاد نکرد، بلکه شوخی‌های معمول و مصطلح خودشان را نیز مبتذل و دم‌دستی ساخت.

## هنر محدودیت است

«جوکر» بانوان با حضور هنرمندان خانم حوزه طنز، یک ریسک بزرگ برای گروه سازندگان «جوکر» بود. محدودیت‌های کلامی و بدنی برای خنده‌ها از یک سو و نامتعارف بودن شوخی‌های جمع بانوان در قلاب تلویزیون برای مخاطب از سوی دیگر، این احتمال را ایجاد می‌کرد که با یک برنامه شکست‌خورده مواجه باشیم. اما اتفاقی که افتاد کاملاً به عکس بود و دقیقاً همان محدودیت‌ها در کلام و بدن باعث شد تا شوخی‌ها ظریف‌تر

و هنرمندانه‌تر شکل بگیرد. در سطح مواجهه مخاطب نیز ناشناخته بودن طنز خالص زنانه سبب شد تا برنامه در لایه ابداع و سنت‌شکنی قدم بردارد و در این راه کنجکاوی مخاطبان تازه را هم برانگیزد. ایجاد میزانشی جدید از مجموعه شوخی‌های مرتب و همه‌پسند به دور از رقص‌های مردانه و خالی از اسراف ارجاعات اروتیک متداول در شوخی‌های فصل‌های قبل، نوید یک موفقیت در حوزه برنامه‌سازی سرگرمی می‌دهد که می‌تواند نواقص خود را رفع کرده و به مرور بهتر هم بشود. علاوه بر این حضور بانوان در «جوکر» می‌تواند معیارهای شوخی را در قسمت‌های مردانه برنامه نیز تغییر دهد. ورود طنز ظریف زنانه، می‌تواند انحصار جهان مردانه طنز را که با محدودیت کمتری به تن و جنسیت ارجاع می‌دادند، بشکند و سطح بالاتر و شریف‌تری از موقعیت کمدی زنانه به مخاطب ارائه کند. بدن، آخرین تلاش‌ها برای

«جوکر ۲ طبقه بیست و یک»، در مقایسه با سری اول خود تغییرات بسیاری داشته است. از تغییر در دکوراسیون گرفته تا ویژگی‌های اتاق کنترل و چند ابداع جدید در روند بازی مانند طراحی پناهی باکس برای شرکت‌کنندگان منفعل. اما مهم‌ترین تغییر این سری، حضور بانوان در فصل دوم بود که بازخوردهای فراوانی در پی داشت.

## خندانان

انصاری همیشه به کمدین‌ها گوشزد می‌شد که مراقب شوخی‌های خودشان باشند، چون خانواده‌ها و کودکان تماشایشان می‌کنند. این ملاحظه اخلاقی جایی ابعاد جدی‌تری به خود می‌گیرد که می‌توانیم احسان علیخانی پس از سال‌ها برنامه‌سازی در تلویزیون و درک خط قرمزهای خانواده ایرانی این برنامه را در سبک مصرف فرهنگی مخاطب گذاشته است. چیزی که مفروض است این است سازوکارهای بازاری در سکوهای شبکه‌های دیجیتال تغییرات غیرقابل انکاری شده است. و این سازوکارها بر پریننده‌ترین ریالیته‌ی شوی این روزها تأثیراتی گذاشته تا به هر قیمتی مخاطب خود را نگاه‌دارد.

مسئله کمدین ناتوان از خلق موقعیت کیمیک چاره‌ای جز رقص و بدن‌نمایی مبتذل ندارد و یا نهایتاً مجبور می‌شود ارجاعات اروتیک را که پیش از این در دو لایه می‌پیچاند، مستقیم و بی‌محابا بیان کند. جذب مخاطب آنی با این‌سرفول اگرچه محتمل است اما مشخص نیست ادامه این روند بتواند مخاطب را پسای برنامه نگه‌دارد و خیلی زود دست برنامه‌ساز را رو می‌کند که در خورجینش هنر ندارد.

استفاده از بدن به عنوان عامل خنده در سینمای کمدی پیشینه‌ای طولانی دارد. عاملی که پیش از گذشته در کمدی روز ایران نیز شاهدش هستیم این مدعا را ثابت می‌کند که هنرمند برای گرفتن خنده اغلب قید خلق تضاد و هجو ساختار را می‌زند و خیلی راحت‌تر با بازی بدن به استقبال کمدی می‌رود. در ریالیته‌ی شوهای تلویزیونی نیز این سازوکار در حال مرسوم شدن است. بهره‌بردن از گریه‌های تیپ‌ساز، اسلب‌استیک و رقص که اصطلاحاً کمدی جسمانی را می‌سازند، می‌تواند سریع‌تر از فرمول‌های داستانی در ساختن موقعیت خنده موثر باشند. اما در بعضی قسمت‌های «جوکر» طبقه بیست و یک» استفاده بیش از اندازه از کمدی جسمانی به نقض موقعیت خنده می‌انجامد. در قسمت اخیر این مسئله به حدی زیاد شد که نسبت به فصل‌های قبل دچار افت مخاطب گردید. علاوه بر این گروه سنی مخاطبان نیز در این قسمت به شکل غیرمنتظره‌ای تغییر کرد و خانواده‌هایی که با کودکان و نوجوانان این اثر را تماشا می‌کردند، برای دنبال کردن ادامه قسمت‌ها مرد شدند. این در حالی است که در «جوکر» فصل اول با اجرای سیامک



سان، روابط عمومی و تبلیغات: امیر کالیچی (تئاتر بازا) هنوز تاریخ دقیق اجرای این نمایش مشخص نشده ولی قرار است این اثر آذرماه روی صحنه برود. ساعت اجرای آن ۱۹ و مدت زمان اجرای آن ۱۰۰ دقیقه خواهد بود.

مسائرات، یوسف بابیری، مجتبی کریمی، فرشته حسینی، طراح صدا و آهنگساز: امیر علی حسینی (koti)، طراحان صحنه: نوید محمدزاده، شاهین سی‌سان، فرشیدجعفری، طراحان لباس: فرشته حسینی، محمد امین پوراسکندریان، طراح نور: نوید محمدزاده، طراح گرافیک: سیدمحمد مسאות، عکاس: مهرداد متجلی، مدیرتولید: حسین اناری، تیزرو ویدئو مینیک: شاهین سی

فروشی آن درج شده، گروه اجرایی آن به شرح زیر هستند: طراح و کارگردان: نوید محمدزاده، تهیه‌کننده: نورالدین حیدری ماهر، محمد قدس و نوید محمدزاده، بازیگران: مریم حسینی، حدیث نظری، کوشان همتی، سجاد اسبوند، سینا فاتحی و نوید محمدزاده، کاری: گروه شهر بازی، مجری طرح: داوود ننداده، مشاور کارگردان: سیدمحمد

## نوید محمدزاده با کارگردانی خودش روی صحنه می‌رود

تمرین و آماده‌سازی نمایش «شهر بازی» است که قرار است از آذرماه در این مجموعه روی صحنه برود تا او اولین تجربه کارگردانی خود را به انجام برساند. «شهر بازی» نمایشی است که محمدزاده با حضور هنر جوان بازیگری خود، اجرا خواهد کرد. این نمایش حاصل یک کار کارگاهی است و بر اساس اطلاعاتی که در صفحه این اثر در سایت بلیت

صد» برمی‌گردد. او این روزها حضور پررنگی در مجموعه تئاتر «لیخند» دارد. هم تهیه‌کننده دو نمایش «هوشیما» به کارگردانی مصطفی‌فراهانی و «به زور» به کارگردانی سپیده سروری است که در این مجموعه اجرا می‌شوند و هم به زودی نخستین تجربه کارگردانی خود را در همین مجموعه روی صحنه می‌برد. محمدزاده این روزها مشغول

با این جشنواره همکاری داشته، برای حمایت از گروه‌های جوان و دانشجویان مستعدی که در دل این جشنواره معرفی می‌شدند، تهیه‌کنندگی برخی از آثار دانشجویی را بر عهده گرفت. او در چند سال اخیر بیشتر در زمینه تهیه‌کنندگی حضور داشته و آخرین بازی او پس از صحنه تئاتر به نمایش «فقه فجر» به کارگردانی آتیلا پسیانی و نمایش «سی

**آگهی مزایده فروش دستگاه ساخت قطعات پیش ساخته بتنی (مرحله دوم)**

شرکت کیش بتن جنوب در نظر دارد یک عدد دستگاه ساخت قطعات بتنی پیش ساخته هالوکور و دال بتنی) و ملزومات آن را به صورت کارکرده و دست دوم در قالب مزایده به فروش برساند. متقاضیان میتوانند از طریق زیر نسبت به دریافت و تکمیل اسناد شرکت در مزایده اقدام نمایند.

۱) مراجعه حضوری به دبیرخانه شرکت کیش بتن جنوب  
 ۲) دریافت فایل اسناد شرکت در مزایده از طریق سایت شرکت به آدرس: [www.kishbeton.ir](http://www.kishbeton.ir)

لازم به ذکر است مهلت دریافت اسناد ۵ روز کاری از تاریخ انتشار آگهی و مهلت تکمیل و تحویل آن ۷ روز کاری پس از اتمام مهلت دریافت اسناد میباشد.

تلفن تماس جهت پاسخگویی به سوالات (۸ الی ۳:۳۰ روزهای کاری): ۰۹۱۲۴۱۸۴۳۰۲  
 ۰۷۰۷۶۴۴۲۰۵۶۶

آدرس: کیش، میدان ملل، فاز ۳ صنعتی، قطعه ۱۸  
 کدپستی: ۷۹۴۱۹۵۵۱۶۵

**کیش نوش**

تولید آب معدنی طبیعی با دستگاه R.O (اسمز معکوس) استریل به وسیله لزن بدون اضافه نمودن مواد شیمیایی و با گلن پر کن تمام اتوماتیک با مرحله استریل دارای پرتوله بهره‌برداری و بهداشت تایید شده سیستم توسط WHO

شرکت تولیدی و پخش آب معدنی

جزیره کیش - منطقه صنعتی در بخت سبز - خیابان سوم - شماره ۸  
 تلفن کارخانه: ۴۴۴۷۲۴۲۲ - ۴۴۴۷۲۴۲۱ - فکس: ۴۴۴۷۲۴۲۰

**گروه هتل های تاپ تورز**

TOPTOURS Group  
 تاپ تورز

هتل ویدا

هتل بزرگ کوش

021-8586 | www.ttgroup.ir | @Toptours\_Group | ttgroup.ir

**پرتیراژترین و با سابقه ترین نشریه جزیره کیش**

گسترده ترین شبکه اطلاع رسانی داخلی منطقه آزاد کیش

روزنامه