

# جوکر یاغی نیست

■ آغاز فصل دوم «جوکر» ۲ پیام داشت: اول اینکه چقدر جای «سرگرمی» در تلویزیون خالی است، دوم اینکه احسان علیخانی در شبکه نمایش خانگی از شوخی‌های چهارچوب‌دار و نزدیک به عرف دور می‌شود، مسیری که می‌تواند به ضد ایده او تبدیل شود



مهین احمدیان  
مدیر گروه فرهنگ

«جوکر» در فرم اجرا و هدفی که از ابتدا برای خودش طراحی کرده، یک برنامه سرگرم‌کننده است و نه چیزی بیشتر. پس در نقد و بررسی ویژگی‌های آن، بهتر و منصفانه‌تر است که در قد و قواره همین ادعا مورد قضاوت قرار گیرد. فصل اول جوکر برای اینکه خودش را در دل مردم جا کند، دو موضوع را مدنظر قرار داده بود. یکی اینکه صرفاً خواست مخاطبش چند ساعتی فارغ از همه دلمشغولی‌ها و پریشان‌خاطری‌های زندگی امروز، فقط برای سرگرم شدن و انبساط خاطر پای این برنامه بنشیند. دیگری اینکه قواعدی را هم برای شاد کردن به کار بسته بود که مخاطب عمومی را از دست ندهد. سابقه ذهنی که مخاطبان از اولین فصل سرخوش جوکر داشتند، باعث شد که خیلی‌ها منتظر فصل دوم باشند و به گفته سازندگان برنامه، جوکر در اولین قسمت از فصل جدید خود توانست رکورد تماشا در ۱۶ ساعت اول را تا بیش از ۴۰ میلیون دقیقه ثبت کند.

از همان فصل اول جوکر به نظر می‌رسید با یک نمونه قابل قبول از یک برنامه سرگرم‌کننده، حداقل در مختصات امروز برنامه‌سازی ایران طرف هستیم. ایده متفاوت جوکر، توانست مزیت نسبی برای این مجموعه نمایش ایجاد کند اما این، همه راز موفقیتش نبوده و نیست. فصل اول جوکر در استخدام چهره‌های مشهور برای سرگرم کردن مردم به درستی عمل کرد و این دقیقاً همان چیزی بود که

تلویزیون در کاربست آن ناموفق بود و از آن پرهیز داشت. با این حال در چند ماه اخیر، صداوسیما نشان داده که در استخدام چهره‌های مشهور، سراغ ایده‌های قبلی رفته و چه بهتر که در این دوربرگردان، یک بار دیگر سراغ امثال احسان علیخانی هم برود و در تولید برنامه سرگرم‌کننده تجدید نظر کند.

نقش آفرینان جوکر از کره ماه به این برنامه دعوت نشده بودند و اینها کسانی هستند که در تلویزیون یا سینمای ایران به شهرت رسیده‌اند و خاطره‌ساز لحظات خوشی برای مردم ایران هستند. منتها آن چیزی که در طراحی این برنامه با مغزافزار برنامه‌سازی در تلویزیون فرق می‌کند، نوع مواجهه با مفهوم سرگرمی است. مدیران تلویزیون اگر در طراحی و برنامه‌ریزی برای اوقات فراغت تماشاگر تلویزیون، از کلیشه‌ها فاصله بگیرند و سرگرمی را در حد مسابقه ماست خوری با اجرای مه‌ران رجیبی تقلیل ندهند و در عین حال نگاهی روادارانه به لزوم شادی و خنده داشته باشند. این امکان را هم برای برنامه‌سازان فراهم خواهند کرد که باید‌هایی اخلاقانه و فرم‌های جذاب و گیر، لحظات سرخوشی را برای تماشاگر ایرانی شکل دهند. تلویزیون لازم است از چهره عوسی که برای خودش ساخته فاصله بگیرد و تولید برنامه‌های سرگرم‌کننده اکسیری است برای حل این مساله. اگر واقعا خواهد مدیران تلویزیون جلب حداکثری نظر مردم ایران است، برای رسیدن به این هدف مسیر سختی در پیش نراند. کافی است از تمام امکانات جغرافیایی فرهنگی ایران استفاده کنند. نیروی متخصص و هنرمند ایرانی کم نیست و زیرساخت‌های لازم برای این کار وجود دارد. کافی است از ایده‌های نوومی خود فاصله بگیرند و

اگر در پی انتقال مفهومی هستند، با عینک واقع‌بینی ظرفیت‌های حبس‌شده برنامه‌سازی را در بستر رسانه عمومی تلویزیون فعال کنند.

## ■ رنگ خطر برای جوکر ۲

تولید محتوا برای تلویزیون به دلیل فراگیری، در دسترس بودن و از همه مهم‌تر در معرض خانواده بودن این رسانه، نیازمند رعایت ظرافت و دقتی هنرمندانه است. واضح است حفظ این ظرافت، دایره مانور و پرداخت به موضوعات مختلف را محدود می‌کند اما اعمال محدودیت‌هایی که متناسب با معیارهای فرهنگ ایرانی است، خودش امکان مهمی برای آن رسانه است که حتی به بزرگ شدن دایره مخاطبان کمک می‌کند. خانواده‌ها که به دنبال تماشای فیلم و سریال در بستری امن و سالم برای خود و فرزندان‌شان هستند، قطعاً به سراغ محتوای سالم در مدیوم‌های مختلف رسانه‌ای خواهند رفت.

برخی برنامه‌سازان در تولید برنامه و سریال در بستر پلتفرم‌های نمایش خانگی



## تلویزیون بدون سرگرمی مخاطب ندارد



ماطفه جعفری  
خبرنگار گروه فرهنگ

بگذارد اول کسی به عقب برگردیم، به زمانی که برنامه «عصر جدید» از تلویزیون پخش می‌شد و قسمت آخر فصل اول آنقدر جذابیت داشت که در زمان پخشش خیابان‌ها خلوت شد. جذابیت برنامه آنقدر بالا بود که همه جا در مورد آن صحبت می‌کردند و بعد از یک ماه درصد مخاطبانش در تلویزیون هم رکورد ۸۳٪ درصد مخاطب و رضایت ۸۶٫۵ درصدی را به دست آورد و این قسمت به عنوان پرمخاطب‌ترین برنامه تلویزیون در آن سال انتخاب شد.

دوباره به زمان حال برگردیم و به برنامه‌ای برسیم که این روزها در حال پخش فصل دوم آن از شبکه نمایش خانگی هستیم، «جوکر» ساخته احسان علیخانی که در فصل اول توانست موفقیت‌های زیادی را کسب کند و حالا در فصل دوم به دنبال تکرار همان موفقیت‌هاست. قسمت اول فصل دوم جوکر چهارشنبه گذشته منتشر شد و در همان روز اول مخاطبان زیادی داشت. انگار که مردم در این اوضاع به دنبال سرگرم شدن می‌گردند. تلویزیون اگر خودش را از سرگرمی جدا کند، مخاطبش را هم از دست می‌دهد. توسعه سرگرمی، هم به عنوان قالب و هم به عنوان محتوا، ضرورتی مهم و انکارناپذیر است؛ یا نگاهی به آماری که در دنیا نسبت به صنعت سرگرمی وجود دارد، مشاهده می‌کنیم که این صنعت به شدت در حال رشد است. طبق آماری که در یک پژوهش برای صنعت سرگرمی انجام شده، گفته شده روندهای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی در کشورهای مختلف، بیشترین تاثیر را در افزایش صنعت سرگرمی داشته‌اند و این صنعت ابزار مهمی برای کنترل و نفوذ بر انسان‌ها عنوان شده، اما نقش تلویزیون در این صنعت هم بسیار مهم است و شاید از همه رسانه‌ها جلوتر باشد.

رسانه ملی نباید خودش را از سرگرمی خالی کند و این مهم‌راه دوش دیگری است. بیندازد که دو، سه سال است از همین برنامه‌های سرگرمی توانسته‌اند هم مخاطب داشته باشند و هم پول‌های زیادی را به جیب بزنند. ممکن است عده‌ای «سرگرمی» را بازی وقت‌گذرانی معنا کنند و بر اساس آن تعریف‌شان را ارائه کنند. عده‌ای دیگر سرگرمی را مجموعه‌ای از فعالیت‌های اختیاری، انتخابی، تفننی و غیرانتفاعی معنا کرده‌اند که اغلب با هدف رسیدن به برخی هیجانات مثبت نظیر شادی، لذت، آرامش، خرسندی و... است. با هر تعریفی سرگرمی اهمیت بالایی دارد. برنامه‌های تلویزیون مانند عصر جدید نشان داد که در دل سرگرم کردن مخاطب، پیام را هم به خوبی و صحیح منتقل می‌کنند. مشخص است ترکیب پیام بدون سرگرمی و سرگرمی بدون پیام حتما شکست خواهد خورد. همان‌طور که گفتیم سرگرمی و سرگرمی‌سازی تبدیل به یک صنعت شده و تکلیف مخاطب هم با چنین برنامه‌هایی روشن است. یک ایراد تلویزیون در سال‌های اخیر این است که از کنار اهمیت سرگرمی به راحتی می‌گذرد و حتی در گاهی موارد آن را انکار می‌کند، درحالی‌که اگر به عقب نگاهی بیندازد، می‌تواند

این رسانه نگه دارد. با وجود شبکه‌های متعدد رسانه‌ای و فضای مجازی، مطمئناً نوع کیفیت و بیان رسانه در این میان اهمیت پیدا می‌کند و صداوسیما در این مسیر باید به سمت کارویژه برود، یعنی این سواد رسانه‌ای را باید صداوسیما به مخاطب بدهد و برای این کار ابتدا خودش باید فهم دقیق از رسانه داشته باشد، حتی در جریان وقوع حادثه‌ای، نوع زاویه‌ای که رسانه به آن می‌پردازد می‌تواند در نوع موضعی که مردم می‌گیرند، نقش بسزایی داشته باشد.

تلویزیون اگر می‌خواهد مخاطبانش را دوباره به سمت خودش به عنوان یک رسانه بزرگ و اصلی برگرداند، باید از شیوه‌های جدید برای این کار استفاده کند. طبیعتاً ابزاری که در اختیار رسانه‌ای مانند تلویزیون قرار دارد، می‌تواند او را در جهت کارهایی که می‌خواهد انجام دهد، همراهی کند. برگردیم به سمت برنامه‌هایی که قبل از تلویزیون مخاطب بسیار داشت، برنامه‌هایی مثل «خندونه» یا همان «کتاب باز» (که شاید برای یک قشر خاص ساخته می‌شد اما مخاطبان زیادی هم در بین عموم مردم داشت) یا برنامه عصر جدید که می‌توانست ادامه پیدا کند اما تلویزیون ترجیحش بر این شد تا امکانات و ابزارش را در اختیار نیروی تخصصی که در حال کار بود نگذارد. درحالی‌که در همین سه سال دیدیم که هر بار مخاطب و مدل برنامه‌سازی برای تلویزیون مهم شد و به این روند فکر کردند نتوانستند موفقیتی داشته باشند و مخاطبان‌شان را با خودش همراه کنند.

## ■ جوکر ۲ مجری دیگری می‌خواهد

فصل دوم جوکر تقریباً یک هفته است که منتشر شده و سازندگان، نامش را کمی تغییر داده‌اند و در این فصل با «جوکر ۲: طبقه بیست و یک» طرف هستیم. احسان علیخانی در این سال‌ها ثابت کرده مدیوم تصویر را می‌شناسد و با رصدی که دارد، سعی می‌کند برنامه‌های سرگرم‌کننده دنیا را ببیند و در این بین خودش هم نوآوری و خلاقیت به خرج می‌دهد و نتیجه‌اش می‌شود برنامه‌هایی که با استقبال مخاطبان مواجه می‌شود. از «ماه عسل» و «عصر جدید» تا همین جوکر که در فصل اول توانست مخاطبان میلیونی برای هر قسمت داشته باشد.

جوکر در این فصل مهم‌ترین تفاوتش با فصل قبلی در اجرام است که خود علیخانی آن را به عهده گرفته است و دلیل جای خالی سیامک انصاری هم درگیر بودن او برای اجرای برنامه جدیدش با نام «جیغ» در شبکه نمایش خانگی است. احسان علیخانی در اولین قسمت از برنامه «جوکر» درباره دلایل غیبت سیامک انصاری در این برنامه توضیح داد و بر اساس این توضیح انصاری به دلیل اجرای برنامه جدیدش در شبکه نمایش خانگی امکان حضور در جوکر را نداشته است.

همچنین علیخانی در فضای مجازی درباره این موضوع نوشت: «مننوم از سیامک عزیز که سه سال پیش دعوت من را پذیرفت و برای اجرای جوکر آمد. اما اسما روتنر از جوکر ۲، ژنالیته شوی خودش را در پلتفرم دیگری شروع کرد که برایش خیلی زحمت کشید و قرار است برنامه جیغ

را اجرا کند و به زودی پخش شود. به همین دلیل نشد که کنارمان باشد.» علیخانی همچنین یادآور شده که برای اجاره به سراغ هنرمند دیگری رفته، اما به دلیل سفر طولانی امکان منظر ماندن نبوده است. طبق آماری که «فیلیمو» در زمان فصل اول منتشر کرد، قسمت دوم جوکر در فصل اول در همان روز انتشار، با بیش از ۱۸ میلیون دقیقه تماشا رکورد بیشترین تماشاگر تولیدات پلتفرم‌ها را زد و واکنش‌های طرفیانی در فضای واقعی و فضای مجازی هم نشان می‌داد که این به تعبیر سایت فیلیمو، «سریال» و به تعبیر منتشرشده در رسانه‌ها، «ژنالیته شو» مورد توجه و استقبال جدی مخاطبان قرار گرفته است. البته این استقبال برای فصل دوم هم ادامه پیدا کرد و قسمت اول جوکر ۲ توانست در روز نخست رکورد تماشا را در ۱۶ ساعت اول انتشار با ۴۰ میلیون و ۲۳۷ هزار و ۷۱۷ دقیقه تماشا به نام خود ثبت کند. جوکر با تکیه بر بوجه سرگرمی ساخته شده است و سازندگان هیچ ابایی ندارند که بگویند این برنامه از یک برنامه خارجی کپی کرده‌اند و فقط با کمی تغییر در شوخی‌ها و مدل اجرا باعث شدند تا این مردم بعد از چند قسمت ابتدایی جایز کنند و مخاطب چشم انتظار قسمت جدید باشد.

تنوع بازیگران، مدل اجرا و حتی بازی‌هایی که برای این ژنالیته شو در نظر گرفته شده، برای مخاطب یادآور نوستالژی‌هایی است که او را به خاطرات کودکی‌اش می‌برد. در فصل اول این برنامه گفت‌وگویی با حامد آهنگی داشتیم، او ساخت این برنامه را برای مردم و ایجاد تفریح و سرگرمی مهم دانست و گفت: «در شرایط الان مردم به شدت دنبال فضای مفرح هستند. در سینما هم فیلم‌هایی که خیلی قوی نیستند اما کم‌دلی هستند و فضای مفرحی را ایجاد می‌کنند و باعث می‌شوند دو ساعت مردم بخندند بزنند جزء فیلم‌های پر فروش می‌شود، با وجود اینکه تعدادشان کم نیست به ژانر درام کمتر است. در پلتفرم‌ها و تلویزیون هم همین‌طور است. شما وقتی در سبب فرهنگی یک کپیج کامل ارائه می‌دهی که از ژانرها و فرمت‌های مختلف باشد باعث می‌شود مردم آن را بپسندند و به نظم فیلیمو در این باره موفق عمل می‌کند چه در سریال‌ها و چه در برنامه‌های مختلف ایرانی و خارجی تلاش می‌کند این سبب را برای مردم فراهم کند، یعنی وقتی مخاطب هزینه می‌کند و اشتراکی دارد می‌داند در این پلتفرم کپیج کاملی را دریافت می‌کند. مردم وقتی هزینه می‌کنند شوخی ندارند و باید برایشان ارزش قابل شوی. مثل این می‌ماند وارد رستوران شوید و فقط یک یا دو مدل غذا داشته باشد قطعاً جذب آن نمی‌شوید و سلیقه یک خانواده را تامين نمی‌کند و شاید سلیقه یک نفر باشد.»

فصل دوم و تغییر مجری‌ها اما به مذاق برخی خوش نیامد و بر این نکته تاکید داشتند که سیامک انصاری خیلی صحبت نمی‌کرد اما علیخانی می‌خواهد توضیحات بیشتری بدهد و همین توضیحات ما را از فضای مسابقه جدا می‌کند. برخی از کاربران هم علیخانی و مدل اجرایش را با برنامه‌های تلویزیونی‌اش مقایسه کرده‌اند و معتقدند که او برای این برنامه نباید خودش اجرا کند و باید فرد دیگری این کار را به عهده بگیرد.