

برنامه تلویزیونی شوخی شوخی

برنامه محبوب و پرمخاطب «شوخی شوخی» (با ساختار پویا و خانوادگی خود، بستری ایده آل برای دیده شدن برند شماست. این برنامه توانسته است با رویکردی متفاوت در حوزه کمدی و عروسکی، نظر طیف وسیعی از مخاطبان را جلب کند و اکنون آماده همکاری با برندهای معتبری است که به دنبال معرفی هوشمندانه و ماندگار محصولات یا خدمات خود هستند.

چرا همکاری با برنامه «شوخی شوخی»؟

دسترسی به مخاطب گسترده و وفادار: این برنامه در یک زمان طلایی از شبکه سه سیما پخش می شود و با جذب خانواده ها از کودکان تا بزرگسالان، برند شما را در معرض دید میلیون ها مخاطب قرار می دهد. برندسازی در محیطی صمیمی و جذاب باعث می شود برند شما به بخشی از خاطرات خوش مخاطبان تبدیل شود و اثری ماندگار از خود بر جای بگذارد.

تنوع در فرصت های تبلیغاتی: ما تنها به یک شیوه تبلیغاتی محدود نمی شویم. شما می توانید از انواع روش های نوآورانه برای معرفی برند خود بهره مند شوید:

- **جانمایی محصول (Product Placement)** در دکور: محصولات شما می توانند به صورت طبیعی و هدفمند در دکور جذاب کافه کتاب قرار بگیرند. این کار باعث می شود تا مخاطب بدون حس آزاردهنده تبلیغ مستقیم، با برند شما آشنا شود.
- **گفت وگوهای هدفمند (Mention)** در دیالوگ های روزمره شخصیت های اصلی، به صورت هوشمندانه به نام برند یا مزایای محصول شما اشاره می شود.
- **حضور مهمانان مشهور**: با حضور مهمانان برجسته از حوزه های مختلف، فرصت هایی برای معرفی برند شما فراهم خواهد شد.

فرآیند همکاری شفاف و مؤثر:

ما در تیم تولید «شوخی شوخی» برای یک همکاری شفاف و مؤثر ارزش قائلیم. پس از اعلام آمادگی شما، جلسه ای برگزار می شود تا با اهداف تبلیغاتی شما آشنا شویم و بهترین استراتژی را برای حضور برندتان در برنامه پیشنهاد دهیم. تمام جزئیات مربوط به نحوه نمایش برند، مدت زمان همکاری و تعهدات طرفین در قالب یک قرارداد رسمی ثبت خواهد شد. همچنین، شما در تمام مراحل تولید، از نگارش سناریو تا اجرای نهایی، امکان نظارت و اعمال نظر خواهید داشت.

فاز پیش تولید فصل سوم «شوخی شوخی» آغاز شده است و ما مشتاقانه آماده همکاری با شما هستیم تا برندتان را در قالب یک برنامه تلویزیونی محبوب، به شکلی متفاوت به مخاطبان معرفی کنیم. برای کسب اطلاعات بیشتر و آغاز مذاکرات، با تیم تولید برنامه در تماس باشید.

۱. معرفی اجمالی

- نام برنامه: شوخی شوخی
- ژانر: ترکیبی طنز، نمایشی، عروسی
- مدت زمان هر قسمت: حدود ۴۰ دقیقه
- پلتفرم پخش: شبکه سه سیما
- ساعت پخش: هر شب ساعت ۲۱
- تعداد قسمت‌ها: فصل سوم - ۳۰ قسمت
- محل ضبط: دکور طراحی شده کافه کتاب نمایشی با حضور مهمان و تماشاگران
- مجری: جواد رضویان - چهره محبوب سینما و تلویزیون
- کارگردان: محمد لقمانیان - عروسک گردان و صداپیشه

وضعیت پخش

فاز اول برنامه به تعداد ۱۰۰ قسمت در سال ۱۴۰۰ با رویکرد زیست محیطی تولید و پخش شد. در سال ۱۴۰۴، دو فصل موفق ۲۵ قسمتی با طراحی و رویکرد جدید تولید و پخش شد که با بازخورد مثبت مخاطبان مواجه گردید. فصل سوم در مرحله تولید با تغییرات خلاقانه و امکانات جدید است.

بازخوردها

استقبال مخاطبان در فضای تلویزیون و شبکه های اجتماعی، مشارکت بالای خانواده ها و گروه های سنی مختلف و نظر مثبت کارشناسان و مدیران از ویژگی های این برنامه است.

ساختار و محتوای برنامه

شوخی شوخی برنامه ای است خانوادگی، کمدی و ترکیبی با ساختاری پویا که در لوکیشنی طراحی شده به نام «کافه کتاب» اجرا می شود. فضای گرم و ملموس کافه شاپ به عنوان بستر داستانی و نمایشی برنامه، امکان تنوع بصری و دراماتیک بالایی را فراهم کرده است. شوخی شوخی سعی می کند با استفاده از ظرفیت نمایش ها و آیتم های عروسی، شکل تازه ای از طنز و فانتری را خلق کند که مناسب و سازگار با فرهنگ ایرانی است. استفاده از هنرمندان مطرح در کنار طراحی خلاقانه و تاثیرگذار شخصیت ها باعث شده شوخی شوخی برنامه ای جذاب و موفق در جلب مخاطب باشد. برنامه از دو بخش اصلی تشکیل شده است که در ادامه معرفی می شوند.

الف) بخش کافه (اصلی و ثابت)

فصل سوم برنامه شوخی شوخی در یک کافه کتاب بزرگ می گذرد. این کافه کتاب را گلپسند خانم و آقای نمونه به صورت شراکتی (۹۷ به ۳ درصد) راه اندازی کرده اند تا علاوه بر اجرای بهتر برنامه، از فضا

استفاده بهتر و بیشتری داشته باشند. در این کافه کتاب همچنان **جواد رضویان** به عنوان مجری، برنامه را اجرا و اعلام می کند که میزبان همه مردم ایران است.

این کافه کتاب بخش های مختلفی دارد شامل: کتابخانه، آشپزخانه، میز پذیرش، محل اجرای موسیقی و استندآپ کمدی، میز و صندلی میزبان و مهمان و میزها و صندلی های مشتری (تماشاچیان). در هر کدام از این بخش ها، ماجراها و شوخی هایی با توجه به موضوع هر بخش اتفاق می افتد.

در فصل جدید **برنامه شوخی شوخی**، مهمانانی از میان چهره های شناخته شده به برنامه دعوت می شوند و جواد به عنوان میزبان با آن ها گفتگو و شوخی می کند.

• **شخصیت های ثابت بخش کافه:**

- **گل پسند خانم:** همسایه قدیمی و شریک اصلی کافه کتاب
- **آقای نمونه:** مسئول اجرایی کافه با رفتارهای خاص
- **مرغ های آقای نمونه:** سه عروسک مرغ با شخصیت مستقل (کرم کارامل، کوکو و جوجه سنگ)
- **آقای زل:** سرآشپز عجیب و ساکت که فقط زل می زند.
- **مهمانان برنامه:** در پایان هفته (پنجشنبه و جمعه ها)، چهره های شناخته شده حوزه هنر، ورزش و فرهنگ دعوت می شوند تا در فضایی صمیمی و پرشوخی شرکت کنند. حضور مهمان ها فقط به گفتگو محدود نیست؛ آن ها ممکن است آواز بخوانند، در آیتم ها بازی کنند یا حتی در مسابقه و آشپزی شرکت داشته باشند.
- **شوخی بند:** گروه موسیقی داخلی برنامه که پارودی های طنز (تقلید طنزگونه) از آهنگ های آشنا را با متن های فانتری و گاه جدی اجرا می کند. گاهی این اجراها در قالب کلیپ نیز پخش می شوند.
- **استندآپ کمدی:** (توسط **گلو**) کمدین برنامه) یا شخصیت های دیگر با موضوعات اجتماعی روز اجرا می شود. مهمان ها نیز گاهی استندآپ اجرا می کنند.
- **تماشاچیان حضوری:** مشتریان نشسته در کافه که همه عروسک هستند و با خنده، تشویق و واکنش های خود در جریان برنامه مشارکت دارند و گاهی حتی سوژه آیتم های طنز خیلی کوتاه می شوند.

ب) آیتم های نمایشی مستقل (خارج از دکور)

آیتم های عروسکی یا بازیگری که با لحن طنز و محتوای انتقادی، موضوعات اجتماعی و خانوادگی را روایت می کنند. این آیتم ها در لوکیشن های متنوع ضبط می شوند و بیننده را از فضای اصلی برنامه جدا می کنند. برخی از این آیتم ها عبارت اند از:

- **مشاور خانواده:** مشاوره عجیب و غریب با مراجعینی با مشکلات عجیب تر.
- **بچه ها:** دو نوزاد در کالسکه درباره مسائل بزرگسالانه بحث می کنند.
- **عصر حجر:** مشکلات روز در قالب انسان های نخستین روایت می شود.
- **چراغ جادو:** غول نابلدی که آرزوها را بدتر می کند.

آیتم‌های موفق گذشته در این فصل همچنان ادامه دارند: «سوسک‌ها»، «دکتر اینستاگرامی»، «راننده تاکسی»، «کارآگاه»، «خواب»، «خانواده» و...

نوآوری‌های فصل سوم

- فضای جدید کافه‌کتاب با طراحی خلاقانه و ملموس‌تر برای مخاطب
- تعامل واقعی‌تر با تماشاگران حضوری
- ورود مهمانان شناخته‌شده با اجرای آیتم‌های خاص
- تقویت شخصیت‌پردازی و روایت‌های طنز
- ریتم سریع‌تر و ضرب‌آهنگ نمایشی منسجم‌تر
- امکان بیشتر برای جاگذاری تبلیغاتی در دکور و دیالوگ‌ها

جامعه هدف

مخاطب اصلی برنامه خانواده‌های ایرانی هستند؛ از کودکان به واسطه شخصیت‌های عروسی و آیتم‌ها، تا نوجوانان و بزرگسالان از طریق طنز موقعیت، موسیقی و دیالوگ‌های چندلایه.

د) مزایای سرمایه‌گذاری در شوخی‌شوخی

- حضور پررنگ در یک برنامه شاخص تلویزیونی با زمان پخش طلایی
- ساختار متنوع و سرگرم‌کننده برای ارتباط هوشمندانه با مخاطب
- برندسازی در بستر طنز و خاطره‌سازی در ذهن بیننده
- حضور چهره‌ها و افزایش بازدید ارگانیک از آیتم‌های برنامه در فضای مجازی
- فضای قابل طراحی برای کمپین‌های خاص تبلیغاتی، فرهنگی یا فروش محصول

وضعیت تولید و همکاری

پیش‌تولید فصل سوم آغاز شده است. گروه تولید با انعطاف‌پذیری بالا آماده همکاری با اسپانسرهای علاقه‌مند به تبلیغات نوآورانه، ترکیبی و ماندگار در برنامه‌های تلویزیونی است.

شماره تماس: پرهام کریمی ۰۹۱۲۶۹۴۴۲۳۸

لینک صفحه سایت: <https://sponsorsboo.com/event/just-kidding-tv-show/>