

องค์ประกอบด้านความสนุกในรายการควิซโชว์ : ทศนสังเคราะห์จากผู้ผลิตและผู้ชม

The Elements of the Funniness in Quiz Show Program : Synthesizing Aspects from Producer and Audiences

ยุทธนา สุวรรณรัตน์ *

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง “องค์ประกอบด้านความสนุกในรายการควิซโชว์ : ทศนสังเคราะห์จากผู้ผลิตและผู้ชม” เป็นบทความที่เขียนขึ้นเพื่อต้องการให้ผู้อ่านที่มีความสนใจรายการโทรทัศน์ประเภทควิซโชว์ได้ทราบกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์รายการและเพื่อให้นักศึกษาหรือผู้ผลิตหน้าใหม่ได้ทราบมุมมองของผู้ชมรายการและนำไปผลิตรายการได้ถูกใจผู้ชม ในการบทความครั้งนี้ผู้เขียนใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งผู้ผลิตรายการและแฟนคลับของรายการควิซโชว์ที่ออกอากาศ แล้วสังเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับแง่มุมของความสนุกในรายการควิซโชว์ออกมา

โดยสรุป ผู้ผลิตและผู้ชม มีมุมมองต่อองค์ประกอบที่สร้างความสนุกในรายการเหมือนกัน ที่ถือเป็น “องค์ประกอบหลัก” นั่นคือพิธีกรและผู้ร่วมรายการ นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ซึ่งผู้เขียนเรียกว่า “องค์ประกอบเสริม” ที่เป็นส่วนที่เกิดขึ้นจากองค์ประกอบหลักและคอยเสริมให้ความสนุกของรายการควิซโชว์นั้นเป็นรูปธรรมมากขึ้น บทความชิ้นนี้จะเกิดประโยชน์อย่างยิ่งถ้าผู้ที่เกี่ยวข้องในงานด้านการผลิตนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นการนำสิ่งที่ได้จากการสังเคราะห์ที่ไปทดสอบในเชิงประจักษ์

Abstract

The aims of “The elements of the funniness in Quiz Show program : synthesizing aspects from producer and audiences” are to explain the creative strategies of the funniness in Quiz Show Program to the readers who favor the program and to describe the view points from the audience so the students and the new face producers can produce the program which to serve the audiences’ favor. The writer used an in depth interview method to collect the data from both producer and quiz show programs’ fan then synthesized the aspects about the funniness in quiz show program

In conclusion , both the producer and the audiences have the same view points about the ‘key elements’ which create the funniness , they are the host and the participants. Besides , other elements called as ‘supporting elements’ – the derivative from key elements- boost the happiness becomes tangible. To build the concrete result, producers or other people who work in the area of production apply this synthesized opinions to produce their program and to test this article empirically.

*ยุทธนา สุวรรณรัตน์

อาจารย์ประจำภาควิชาวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยสยาม

ไม่ว่าด้วยความคิดสร้างสรรค์หรือการขาดความใส่ใจในรายละเอียดของผู้ผลิตรายการ ทำให้ในปัจจุบันเกิดรายการโทรทัศน์รูปแบบใหม่ๆ ขึ้นมากมายเพื่อให้เข้าใจตรงกันหรือเพื่อหาสิ่งกีดให้กับรูปแบบรายการใหม่ๆ ดังกล่าว ผู้ผลิตหลายรายต่างพร้อมใจกันเรียกรายการเหล่านั้นว่ารายการลูกผสม (Hybrid Program) แต่ถ้าหากพิจารณารายละเอียดรายการแล้วกลับพบว่ารายการบางรายการที่เรียกตัวเองว่าไฮบริดโปรแกรมกลับไม่ได้มีความแปลกใหม่ในรูปแบบวิธีการนำเสนออย่างที่รายการไฮบริดควรจะเป็น บทความความขึ้นนี้ผู้เขียนขอหันหลังให้ความแปลกใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน แล้วกลับมามองรูปแบบรายการดั้งเดิมที่เกิดขึ้นมาพร้อมๆ กับสื่อโทรทัศน์อย่างรายการแข่งขันตอบปัญหา (ควิซ โชว์) ที่ยังคงมีแง่มุมที่น่าศึกษาและน่าเรียนรู้อยู่มากมายโดยเฉพาะกลยุทธ์การสร้างสรรครายการให้มีความสนุกเพื่อครองใจผู้ชม

รายการแข่งขันตอบปัญหา (ควิซ โชว์) ประเภทหนึ่งในรายการเกมโชว์หรือรายการแข่งขันชิงรางวัลเป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นพร้อมกับสถานีโทรทัศน์แห่งแรกของประเทศไทย สถานีช่อง 4 บางขุนพรหม รายการเกมโชว์ในสมัยนั้นทุกรายการล้วนได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะผู้คนกำลังตื่นตื้นตันกับมหรสพที่ส่งตรงมาถึงบ้าน โดยรายการเกมโชว์ส่วนใหญ่มักลอกเลียนแบบมาจากรายการต่างประเทศเช่น รายการแข่งขันตอบปัญหาความรู้ รายการชองนำโชค, รายการแข่งขันตอบปัญหาความรู้รอบตัว รายการพระหมี ทางสถานีช่อง 4 ที่มี จำนง รังสิกุล เป็นพิธีกร หรือรายการ 20 คำถาม ทางโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ขาว-ดำ ที่มี พันเอกการุณ เก่งระดมยิงเป็นพิธีกร, รายการแข่งขันชิงรางวัลแบบมีการเสี่ยงโชค รายการกล่องวิเศษ รายการเกมโชว์ในอดีตมีการจ่ายเงินรางวัลไม่มากเหมือนในปัจจุบัน โดยเริ่มจากรายการ มาตามนัด ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีการแจกรถยนต์จนเป็นที่ฮือฮาและได้รับความนิยมอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีรายการเกมเศรษฐี เกมแข่งขันตอบปัญหาความรู้รอบตัว 16 คำถาม เงินรางวัล 1 ล้านบาท



ภาพที่ 1. รายการเกมเศรษฐี

แม้ว่ารายการเกมโชว์ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญเรื่องของรางวัลเป็นลำดับต้นๆ เนื่องจากสามารถเรียกความสนใจจากผู้ชมได้จำนวนมาก แต่การที่รายการเกมโชว์จะอยู่ได้นานและมีคุณค่าอยู่ในใจผู้ชมต้องพึ่งองค์ประกอบอื่นๆ จากงานวิจัยของฐิตินัน บัญญาภาพ เรื่อง “วิสัยทัศน์โทรทัศน์ไทยหลังปี 2000 (พ.ศ. 2543-2568)” (ปานทิพย์ แสงสว่าง, 2546) พบว่ารายการโทรทัศน์ของไทยในอนาคตจะเน้นสาระบันเทิงมากขึ้น และได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างมาก ทำให้ในขณะนี้รายการเกมโชว์ถือเป็นรายการหลักที่ทำให้ผู้ชมรับชมโทรทัศน์ไม่แพ้ละครหรือข่าว ทำให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันผลิตรายการเกมโชว์ออกมามากมาย ในบทความนี้ผู้เขียนสนใจที่จะนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านความสนุกในรายการเกมโชว์ ประเภทแข่งขันตอบปัญหา (ควิซ โชว์) แต่ก่อนอื่นเราควรมีความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของรายการเกมโชว์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2551) ในเบื้องต้น

ลักษณะของรายการเกมโชว์ รายการเกมโชว์หรือรายการแข่งขันชิงรางวัลเป็นรูปแบบรายการหนึ่งที่ตอบสนองวัตถุประสงค์แก่ผู้ชม โดยเน้นด้านสาระ ด้านบันเทิง หรืออาจจะเน้นทั้งสาระและบันเทิงควบคู่กันไป โดยมีลักษณะสำคัญคือ

1. รายการจะนำเสนอการแข่งขันเกมในรูปแบบต่างๆ การนำเสนอเกมที่มีความแปลกใหม่ มีความหวือหวาด้านฉาก ดนตรี เพลงประกอบ รวมทั้งกลยุทธ์ในการนำเสนอและการดำเนินรายการที่สนุกและน่าติดตาม

2. รายการจะต้องมีรางวัล การมีของรางวัลก็เพื่อดึงดูดความสนใจแก่ผู้ชมและผู้ร่วมแข่งขัน ไม่ว่าจะจะมีมูลค่ามากหรือน้อยก็ตาม หากเป็นของรางวัลที่มีมูลค่ามากเท่าไร ยิ่งมีผู้ชมให้ความสนใจมากเท่านั้น

3. รายการจะต้องสร้างกำไรให้กับผู้ผลิต แม้ว่าการผลิตรายการจะมีต้นทุนสูงก็ตาม แต่ผู้ที่ให้การสนับสนุนก็ยินดีจะทุ่มทุนในการผลิตเพราะผลที่ได้รับกลับมามากมายมหาศาล เนื่องจากการเปิดรับของผู้ชมมากนั่นเอง ปัจจุบันเงินรางวัลที่ให้การสนับสนุนอยู่ในระดับล้านบาทขึ้นไปต่อสัปดาห์ เช่น รายการ “อัจฉริยะข้ามคืน” ทางช่อง 3 ที่มีการแจกรางวัลมูลค่า 1 ล้านบาททุกสัปดาห์ โดยไม่ต้องรอให้สะสมหรือเล่นเกมจนกว่าแจ็กพ็อตแตกเหมือนในอดีตอีกต่อไป การผลิตรายการเกมโชว์ต้องบริหารงานให้มีกำไรอยู่เสมอเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้ชมและผู้ร่วมแข่งขัน เพราะถ้าหากบริหารงานขาดทุน โอกาสที่จะประสบความสำเร็จจะทำได้ยากเนื่องจากขาดความน่าเชื่อถือและจำนวนผู้ชมลดลง

4. รายการจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในรายการด้วยเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการเข้ามาแข่งขันในรายการ การมีส่วนร่วมเข้ามาชมรายการในห้องส่ง การส่งชิ้นส่วนมาเพื่อจับรางวัล ทำให้จำนวนผู้ชมทางบ้านเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย ตัวอย่างรายการ “รับรางวัล” ทางช่อง 3 ในยุคแรก เปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านที่ชมรายการได้รับรางวัลจากกรรมางล้อเพื่อค้นหาเบอร์โทรศัพท์ของผู้ชม และโทรติดต่อไปเพื่อมารับรางวัลโดยไม่จำเป็นต้องมีผู้ร่วมรายการในห้องส่งเลย เป็นการแข่งวัดดวงของผู้ชมที่อยู่ทางบ้านเท่านั้น

โดยสรุปรายการเกมโชว์เป็นรายการที่มีการจัดกิจกรรม กระบวนการ กลยุทธ์และรูปแบบพฤติกรรมของคน โดยใช้ทักษะทางร่างกายและสติปัญญาในการแสดงความสามารถให้ปรากฏออกมาหรือเพื่อการแข่งขันที่มีตั้งแต่ 2 ฝ่ายขึ้นไป ภายใต้กติกาหรือเงื่อนไขที่ตกลงกันไว้เพื่อชิงรางวัล มีลักษณะสำคัญที่แตกต่างจากรายการประเภทอื่นตามลักษณะที่กล่าว 4 ข้อ

รูปแบบรายการเกมโชว์

รายการเกมโชว์หรือรายการแข่งขันชิงรางวัลแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ ดังนี้

1. รูปแบบรายการแข่งขันตอบปัญหาเพื่อชิงรางวัล

เป็นรายการที่มีผู้ร่วมแข่งขันตอบปัญหาด้านความรู้ (Knowledge) วิชาการ โดยอาศัยความรู้ปัญญา (Intellectual) ของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ในการตอบคำถามหรือตอบปัญหาอย่างถูกต้องเพื่อชิงรางวัล ผู้เข้าร่วมแข่งขันส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และเยาวชนที่อยู่ในวัยเรียน บางรายการอาจเน้นกลุ่มที่ความรู้ ความสามารถ และมีความสนใจใฝ่รู้ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ที่อยู่ในวัยเรียนก็ได้

2. รูปแบบรายการแข่งขันเล่นเกมเพื่อชิงรางวัล เป็นรายการแข่งขันของ 2 ฝ่ายขึ้นไป ภายใต้กติกา กติกาตามที่ตกลงกันไว้ ซึ่งกิจกรรมหรือกระบวนการแข่งขันนั้นมีหลากหลาย รายการหนึ่งอาจมีหลายวิธีในการคัดเลือกผู้ชนะ ผู้ร่วมการแข่งขันจะต้องใช้ทักษะของร่างกาย สติปัญญา ความว่องไว ปฏิภาณ ไหวพริบ ความรู้รอบตัว โอกาส ดวง การเสี่ยงโชคประกอบกันในการแข่งขันหลายประเภทดังกล่าว ซึ่ง Stashaff Edward ปรมาจารย์ด้านการผลิตรายการโทรทัศน์แบ่งไว้ 4 ประเภท คือ

2.1 Panel of Expert ผู้เข้าร่วมการแข่งขันจะเป็นผู้เชี่ยวชาญทางสาขาวิชาชีฟต่างๆ มาแข่งขันกันเพื่อหาผู้ชนะชิงรางวัล

2.2 Audience Contestants ผู้เข้าร่วมการแข่งขันจะเป็นผู้ชมที่สมัครเข้ามาร่วมรายการจากทางบ้าน ทั้งนี้จะต้องมีการคัดเลือกก่อนทุกครั้งว่าบุคคลนั้นจะต้องมีความสามารถ ถ้าพูด ถ้าแสดงออก มีความเชื่อมั่นและสามารถทำให้การแข่งขันน่าติดตามมาแข่งขันร่วมกันเพื่อหาผู้ชนะชิงรางวัล

2.3 Audience Participation ผู้ร่วมรายการจะเป็นผู้ชมทางบ้านที่พิธีกรหรือเจ้าหน้าที่รายการได้คัดเลือกและติดต่อไว้แล้วให้เข้ามาร่วมรายการในฐานะบุคคลที่ทำความดี เสียสละ ช่วยเหลือสังคม โดยรายการจะมอบรางวัลเพื่อเป็นการตอบแทนคุณงามความดีดังกล่าว

2.4 Quiz รายการแข่งขันที่ผู้ร่วมรายการต้องตอบคำถามเรื่องราวต่างๆ ทั้งมีสาระและไม่มีสาระเพื่อหาผู้ชนะรับรางวัลในที่สุดเป็นรายการเกมโชว์ในยุคแรกช่วงทศวรรษปี ค.ศ. 1951-1960 ต่อมาได้ปรับปรุงให้ดีขึ้น แยกออกไปเป็นอีกรูปแบบหนึ่งคือ รายการแข่งขันตอบปัญหา

ในบทความนี้ผู้เขียนสนใจศึกษารายการควิซโชว์หรือรายการแข่งขันตอบปัญหาซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของรายการเกมโชว์ที่มีมาตั้งแต่ยุคแรกๆ แต่ปัจจุบันกลับพบว่ารายการแข่งขันตอบปัญหาแทบหายไปจากหน้าจอโทรทัศน์ไทย หากย้อนกลับไปในช่วง 10 ปี รายการแข่งขันตอบปัญหาที่โดดเด่นและได้รับความนิยมรายการหนึ่งก็คือรายการ “แฟนพันธุ์แท้” หากเราจะหาคำประกอบด้านความสนุกของรายการแข่งขันตอบปัญหา วิธีการหนึ่งคือการศึกษากลยุทธ์วิธีการสร้างสรรค์รายการ ผู้เขียนใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) โดยแบ่งผู้ให้ข้อมูล (Informant) เป็น 2 ส่วนคือในส่วนของผู้ผลิตรายการและผู้ชมรายการ สำหรับในส่วนของผู้ผลิตรายการ ผู้เขียนได้สัมภาษณ์ คุณวิภาณันท์ นันทวงศ์ (วิภาณันท์ นันทวงศ์, 2556) ผู้สร้างสรรค์รายการแฟนพันธุ์แท้ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์สามารถสรุปออกมาได้ดังนี้

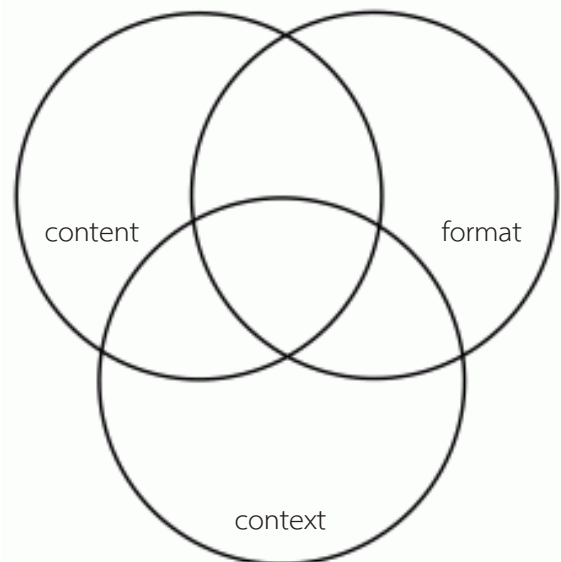
1. ในทัศนะของผู้ผลิตรายการ ความสำเร็จของรายการสามารถพิจารณาได้จาก 3 ส่วน คือ

1.1 ผู้เข้าแข่งขัน : ในการถ่ายทำรายการในแต่ละตอน หากผู้เข้าแข่งขันมีความรู้สึกสนุกกับเกม มีความรู้สึกร่วมกับคำถาม ถือว่ารายการตอนนั้นประสบความสำเร็จ

1.2 ผู้ชม : กระแสตอบรับ (Feedback) จากผู้ชมที่มีต่อรายการ ต่อตอนที่ออกอากาศ ซึ่งในปัจจุบันนี้ทางทีมงานหรือผู้ผลิตเองสามารถรู้กระแสตอบรับดังกล่าว ได้ในทันทีขณะที่รายการออกอากาศผ่านทางเว็บไซต์สังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ ทั้ง Facebook, Twitter และเว็บไซต์พันธมิตรทิพย์ เป็นต้น ความสำเร็จจากกระแสตอบรับมีตั้งแต่ระดับที่รายการถูกหยิบขึ้นมาเป็นประเด็นพูดคุย และการพูดคุยเกี่ยวกับรายการเป็นไปในทางที่ดี

1.3 เรตติ้ง : เรตติ้งถือเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดที่จะบอกว่ารายการ/ตอนที่นำเสนอั้นประสบความสำเร็จหรือไม่ อีกทั้งเรตติ้งยังเป็นที่มาของรายได้ของรายการ ซึ่งในทัศนะของผู้ผลิตถือว่าเรตติ้งเป็นตัวที่ใช้วัดความสำเร็จที่ดีที่สุด และที่ผ่านมา รายการแฟนพันธุ์แท้ถือว่าเป็นรายการที่มีเรตติ้งสูงที่สุดเมื่อเทียบกับการ์ตูนอื่นๆ ที่ออกอากาศในเวลาเดียวกันของสถานีอื่นๆ การแข่งขันในเรื่องเรตติ้งดังกล่าวถือเป็นบริบท (Con-

text) สำคัญที่บอกความสำเร็จของรายการได้ และเมื่อเราพิจารณาผังรายการของสถานีโทรทัศน์ฟรี ทีวี่ที่ออกอากาศในขณะนี้ พบว่ารายการที่มีรูปแบบการนำเสนอในลักษณะเดียวกันกับรายการแฟนพันธุ์แท้นั้นมีไม่มาก และไม่มีความโดดเด่นเท่า จุดนี้จึงทำให้รายการแฟนพันธุ์แท้เป็นเหมือนรายการ Top of mind ของผู้ชม ความสำเร็จของรายการแฟนพันธุ์แท้เกิดจากการที่รายการมีจุดแตกต่าง (Differentiation) จากรายการแข่งขันตอบปัญหาอื่นๆ คือการหยิบเอาความรู้สึกคลั่งไคล้ หลงใหลในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของคนกลุ่มหนึ่งมาถ่ายทอดผ่านเกม/คำถามที่ทางทีมงานคิดขึ้นมา หากเรามองเนื้อหาของรายการ (Content) รายการแฟนพันธุ์แท้เป็นรายการที่ให้ข้อมูล/ความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งถ้าหากทีมงานเลือกที่จะนำเสนอ (Technique of Presentation) ผ่านรูปแบบรายการ (Format) อื่นๆ เช่น ทำเป็นสารคดีเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รายการก็จะไม่มีความแปลกใหม่ แต่การเลือกนำเสนอเนื้อหาผ่านรูปแบบรายการแข่งขันตอบปัญหานี้ว่าเป็นการสร้างความแปลกใหม่ให้กับรายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน



แผนภาพที่ 1. แสดงความสำเร็จของรายการแฟนพันธุ์แท้

เมื่อพิจารณาเนื้อหาของรายการในแต่ละตอน จะเห็นว่าความลงตัวที่น่าสนใจของรายการแฟนพันธุ์แท้ก็จุดหนึ่ง คือการเป็นตัวอย่างของการนำเสนอสาร

ที่เป็นสาระบันเทิง (Edutainment) ได้อย่างเหมาะสมในส่วนนี้ผู้เขียนขอขยายความเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องสาระบันเทิง (Edutainment) (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2543) พอสังเขป

สาระบันเทิง (Edutainment)

Edutainment เป็นศัพท์ร่วมสมัยมาจากคำว่า Education ที่แปลว่า สาระความรู้ การศึกษา และคำว่า Entertainment ที่แปลว่า ความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ หรืออาจเรียกรวมๆ ในภาษาไทยได้ว่า “สาระบันเทิง” Edutainment ไม่ใช่แนวทางใหม่ที่เพิ่งเกิดแต่อาจเรียกได้ว่าเป็นแนวทางเก่าที่กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง เพราะในอดีตก็เคยมีรายการแนวนี้มาก่อนแล้ว เพียงแต่หลายๆฝ่ายในขณะนั้นอาจจะยังไม่พร้อมหรือยังไม่สามารถพัฒนาต่อไปได้จึงต้องหยุดเอาไว้จนถึงปัจจุบันเพราะการที่จะรวมเอาสื่อบันเทิงที่ทำหน้าที่เหมือนสื่อเพื่อธุรกิจมารวมกับสื่อสาระความรู้หรือที่ถูกมองว่าเป็นสื่อเพื่อสังคมนั้น หลายๆ ฝ่ายเคยมองว่าเป็นเพียงเส้นคู่ขนานที่อาจไม่มีวันมาบรรจบกันได้เนื่องจากเป้าหมายของทั้งสองสิ่งนั้นดูแตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารก้าวไกล ผู้ผลิตกลับเริ่มมองเห็นแนวทางการทวีคุณค่าของสื่อที่ถือเป็นกลไกขับเคลื่อนหลักทางสังคม โดยการนำเอาเส้นขนานสองคู่ที่ดูเหมือนไม่มีวันมาบรรจบกันได้ นั้น มาผสมผสานกันด้วยอัตราส่วนที่พอเหมาะไม่มากไม่น้อยจนเกินไป ในที่สุดก็เริ่มหันมาสนใจระแผลของรายการแบบสาระบันเทิงมากขึ้น โดยการพยายามเพิ่มความเป็นสาระ ข้อมูลข่าวสารเข้าไปในรายการบันเทิงรูปแบบต่างๆ รวมไปถึงรายการประเภทเกมโชว์

รายการเกมโชว์เป็นอีกตัวเลือกหนึ่งของหลายๆพัฒนาการทางรายการสาระบันเทิง ที่มีการสอดแทรกผสมผสานทั้งความรู้และความสนุกเข้าด้วยกันภายในหนึ่งรายการ แต่อย่างไรก็ตาม Edutainment ที่ดูจะเป็นแนวคิดที่ถูกพัฒนามาเพื่อรายการบันเทิงอย่างนี้นั้น ก็ยังเป็นแนวคิดที่ไม่ได้สมบูรณ์แบบนัก เพราะมีทั้งข้อดีและข้อเสียอยู่

ข้อดีของ Edutainment

1. ด้านกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้กำหนดนโยบาย ผู้ผลิต ผู้สนับสนุน กลุ่มผู้บริโภคสื่อ Edutainment ทำหน้าที่เสมือนการที่เชื่อมทุกอย่างเข้าไว้ด้วยกัน

2. ด้านเนื้อหา Edutainment ให้ความสำคัญกับเนื้อหาของรายการ

3. วิธีการนำเสนอ Edutainment ใส่ใจกับการค้นคว้าวิธีการนำเสนอ เพื่อให้ได้วิธีการนำเสนอที่เหมาะสมที่สุดที่จะสื่อสารออกไป

ในขณะเดียวกัน Edutainment ก็ปรากฏให้เห็นข้อด้อยเช่นเดียวกัน คือ

1. ด้านการลงทุน ด้วยเหตุที่ต้องมีทั้งสารและวิธีการนำเสนอควบคู่กันไปทำให้การคงคุณภาพของงานนั้นจำเป็นต้องใช้งบประมาณในการลงทุนสูง

2. ด้านการบริหารจัดการ เช่นเดียวกับงานอื่นๆ การบริหารจัดการแบบมีอาชีพยังคงเป็นที่ต้องการในงานแบบ Edutainment

3. ด้านกระบวนการผลิตและเผยแพร่ เนื่องด้วยหลักการของ Edutainment ในปัจจุบันนั้น ยังไม่ใช่หลักการที่ตายตัว และสามารถค้นคว้าต่อไปได้อีกเพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพในอนาคต

ด้วยรูปแบบพื้นฐานของรายการแข่งขันตอบปัญหาที่ต้องผสมผสานระหว่าง การให้ความรู้และความบันเทิงแก่ผู้ชม ซึ่งแตกต่างจากรูปแบบรายการโทรทัศน์อื่นๆ ที่มุ่งให้ความรู้หรือความบันเทิงเป็นพิเศษหากเราแยกพิจารณาความเป็น Edutainment กันทีละส่วน คือ Education และ Entertainment จะพบว่าลักษณะ Education ในรายการแข่งขันตอบปัญหานั้น ถูกนำเสนอผ่านคำถามที่ใช้ในการแข่งขัน สิ่งที่สังเกตได้คือ คำถามจะไม่ใช่คำถามที่มีลักษณะไปในทางวิชาการล้วนๆ เป็นคำถามที่ไม่ต้องใช้ความชำนาญเฉพาะด้านมากจนผู้ชมทางบ้านเข้าไม่ถึง เป็นคำถามที่ไปเติมเต็มความรู้เดิมของผู้ชมทางบ้าน แม้ในรายการแฟนพันธุ์แท้ที่มีลักษณะการแข่งขันของผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้านเองก็ตาม ความรู้ที่ผู้ชมได้รับนั้นเป็นความรู้ที่ประกอบมากับคำถาม ถึงแม้ในบางครั้งคำถามอาจเป็นเรื่องที่ผู้ชมไม่ทราบ แต่วิธีการ (Ways) ได้มาซึ่งคำตอบนั่นเองที่จะเป็นความรู้ให้แก่ผู้ชมซึ่งวิธีการที่เวลานำ

เสนอผ่านการคิด วิเคราะห์ การอธิบายวิธีคิดของผู้เข้าแข่งขันและคำเฉลยจากทางรายการ ต่อมาในส่วนของ Entertainment ความบันเทิงถือเป็นหน้าที่หลักของสื่อมวลชนและถือเป็นวัตถุประสงค์แรกๆของการใช้สื่อของผู้ชม ความบันเทิงในรายการแข่งขันตอบปัญหาถูกนำเสนอผ่าน “เกม” ที่ผู้ผลิตแต่ละรายการสร้างสรรค์ขึ้นมา ถ้าเราพิจารณาลักษณะของเกมในรายการแฟนพันธุ์แท้จะพบว่าเกมในรายการมีรูปแบบของเกมที่หลากหลายตามลักษณะการแบ่งเกมเป็น 4 ประเภท (Caillois, 2001) อันประกอบด้วย

1. Agon เป็นการเล่นของสองฝ่ายซึ่งอาจทำให้เจ็บปวด เช่น เล่นฟุตบอล
2. Alea เกมการเล่นลูกเต๋า , รูเลท , ลอตเตอรี่ เป็นต้น
3. Mimicry การแสดงท่าทาง , การเสแสร้ง
4. Ilinx การเล่นที่ให้ความวิงเวียน เช่น การเล่นชิงช้า เป็นต้น

เมื่อพิจารณารายการแฟนพันธุ์แท้จะพบว่ารูปแบบเกมหลักๆ ของรายการประกอบด้วยลักษณะของ Agon กล่าวคือ เกมในรายการแฟนพันธุ์แท้เป็นการแข่งขันที่ต้องการผู้ชนะ ผู้แพ้จะถูกรอบ และ Alea เป็นเกมที่ต้องอาศัยโชค จะเห็นได้จากเกมเปิดจิกซอทายรูปปริศนา ที่ผู้เข้าแข่งขันต้องเลือกจิกซอ 1 จาก 25 ชิ้นส่วนเพื่อทายภาพที่ซ่อนอยู่ด้านหลังนั่นเอง นอกจากลักษณะของเกมที่เป็นส่วนทำให้เกิดความบันเทิงแล้ว รายการแต่ละรายการมี กฎ/กติกาที่แตกต่างกันออกไปจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของรายการนั้นๆ กติกาการแข่งขันเป็นอีกส่วนหนึ่งของเนื้อหารายการ (Content) ที่ทางรายการต้องการนำเสนอ ถ้ามองในแง่ของกระบวนการการสื่อสาร เนื้อหารายการถือเป็นตัวสาร (Message) ที่ถูกออกแบบขึ้นอย่างเป็นระบบผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์จนเกิดเป็นจุดเด่นของแต่ละรายการ การสร้างสรรค์/เนื้อหาในส่วนของกติกาดังกล่าวก็คือตัวรหัส (Code) ในกระบวนการการสื่อสาร (Fiske, 1994) รหัสคือ ระบบการจดการสัญญาณ (Sign) ที่ถูกกำหนดโดยข้อตกลงร่วมกันของสมาชิกในสังคมที่ใช้รหัสนั้น และมีการเชอร์ภูมิล่วงทางวัฒนธรรมร่วมกัน รหัสและวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างมีพลวัต

นอกจากนี้รหัสยังสามารถแสดงเอกลักษณ์ทางสังคมหรือแสดงหน้าที่ที่เกี่ยวกับการสื่อสารได้ หาก

มองในบริบทของรายการแข่งขันตอบปัญหา กติกาการแข่งขันคือรหัสที่ถูกจัดการโดยผู้ผลิต มีการใช้สัญญาณต่างๆเข้ามาประกอบร่วมกัน การจัดการสัญญาณดังกล่าวถูกนำเสนอผ่านหน้าจอโทรทัศน์ทั้งในลักษณะของการใช้มุมกล้อง ขนาดของภาพ แสง เสียง อุปกรณ์ประกอบฉากอื่นๆ เช่น เมื่อพิธีกรอ่านคำถาม/เฉลยคำตอบ ภาพจะตัดมาที่พิธีกร ขนาดของภาพจะเป็นภาพขนาดกลาง (Medium Shot) มือด้านซ้ายถือสคริปคำถาม มือด้านขวากำนิ้ว 4 นิ้ว นิ้วชี้ชี้ออกมาทางผู้เข้าแข่งขันจะเป็นเช่นนี้ในทุกๆ ตอน มือด้านขวาของพิธีกรเป็นตัวอย่างสัญญาณที่ปรากฏในรายการ โดยมี ตัวหมาย (Signifier) เป็นมือด้านขวากำแน่น นิ้วชี้ชี้ออกมา และตัวหมายถึง (Signified) คือเป็นการเน้นย้ำจุดสำคัญ/ส่วนสำคัญในคำถาม/คำเฉลยนั้นๆ อีกตัวอย่างหนึ่งก็คือเป็นสัญญาณที่โดดเด่นของรายการคือ ถ้วยรางวัล (Trophy) ตัวหมายคือมือที่มีนิ้วโป้ง นิ้วชี้และนิ้วก้อยกางออก ส่วนนิ้วกลางและนิ้วนางหุบเข้า ตัวหมายถึงคือความเป็นสุดยอด รู้



ภาพที่ 2. ถ้วยรางวัลรายการแฟนพันธุ์แท้

ในกระบวนการผลิตเนื้อหารายการให้มีความเป็น Edutainment นั้น ผู้ผลิตต้องสร้างความสนุกที่นำจดจำได้ให้แก่ผู้ชมเพื่อให้รายการนั้นเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมอย่างต่อเนื่อง นอกจากความเป็นรายการแนว Edutainment ที่ลงตัวแล้ว ในทัศนะของผู้สร้างสรรค์รายการ ความสนุกของรายการแข่งขันตอบปัญหาขึ้นอยู่กับส่วนสำคัญ 2 ส่วน คือ

1. คน : คนในที่นี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ พิธีกร และผู้เข้าแข่งขัน

1.1 พิธีกรที่ดีต้องเป็นสัญลักษณ์ของรายการได้ ในกรณีของรายการแฟนพันธุ์แท้ที่ได้เปลี่ยนพิธีกร

แต่ก็ยังไม่สามารถลบภาพของพิธีกรคนแรกอย่างคุณ ปัญญา นิรันดร์กุลได้ พิธีกรต้องสามารถขยี้ผู้เข้าแข่งขันให้ถูกลง คำว่า “ขยี้” ในที่นี้คือพิธีกรต้องรู้ภูมิหลังของผู้เข้าแข่งขันและต้องสามารถกระตุ้นให้ผู้แข่งขันแสดงความรู้ที่มีออกมาให้ได้เพราะความสนุกของผู้ชมคือการได้รับรู้วิธีคิด/วิธีการวิเคราะห์คำตอบและเกิดการคิดตาม ลุ้นคำตอบของผู้เข้าแข่งขัน สิ่งนี้จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ชม (Audience Participation)

เพื่อให้ได้มาซึ่งความสนุกดังกล่าว พิธีกรต้องสร้างความคุ้นเคยกับผู้เข้าแข่งขันก่อน ในขั้นตอนก่อนการถ่ายทำ และพิธีกรต้องมีความรู้เบื้องต้นในเรื่องราว/ประเด็นในตอนนั้นๆ เพื่อจะสามารถถามเพื่อกระตุ้นผู้เข้าแข่งขันหรืออย่างให้ผู้ให้สัมภาษณ์ใช้คำว่า “ขยี้” ให้



ภาพที่ 3. ปัญญา นิรันดร์กุล อดีตพิธีกรรายการแฟนพันธุ์แท้

1.2 ผู้เข้าแข่งขัน ผู้เข้าแข่งขันต้องสามารถพูด อธิบายวิธีคิดวิธีวิเคราะห์คำตอบในแต่ละคำถามได้ ถ้าผู้เข้าแข่งขันไม่สามารถถ่ายทอดวิธีคิดออกมาเป็นคำพูดไม่ได้ ต่อให้เกมหรือคำถามนั้นน่าสนใจแค่ไหน เกมก็จะขาดความสนุก

2. เกม : ผู้สร้างสรรค์รายการต้องสร้างเกม/คำถามที่น่าสนใจ จนผู้ชมเกิดความรู้สึก “ทึ่ง” ในคำถาม และเกมต้องดึงศักยภาพของผู้เข้าแข่งขันออกมาให้ได้ ถ้าหากผู้เข้าแข่งขันชม VTR, ดูภาพคำถามหรือฟังคำถามแล้วเจียบ/ตอบไม่ได้ เกมนั้นก็ไม่น่าประสบความสำเร็จ แต่ถ้าระหว่างเกม ผู้เข้าแข่งขันมีอาการลังเล, พยายามที่จะคิดคำตอบ อาจผิดหรือถูกก็แล้วแต่ ก็ถือว่าเกมนั้นประสบความสำเร็จ เพราะบรรยากาศขณะผู้เข้าแข่งขันคิด. วิเคราะห์คำถามคือช่วงที่จะดึงความสนใจจากผู้ชม

ทางบ้านได้ อย่างที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวไว้ว่า “เกมต้องมีเรื่องเล่า เกมต้องมีเรื่องให้วิเคราะห์ เวลาคนเล่าเรื่องอะไรแล้วเขารู้สึกกับเรื่องนั้นๆ คนอื่นก็อยากจะฟัง”

ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความสนุกในรายการแข่งขันตอบปัญหาในทัศนะของผู้ผลิต นอกจากนี้ผู้เขียนได้สัมภาษณ์แฟนรายการเกมโชว์รายการอื่นๆ อีก 4 รายการ คือ รายการเอ็กซ์ เกม (X Game) ทางช่อง 3 (รัชตะ จิตโรภาส, 2556), รายการหนูน้อยก็อู้จู้ ช่อง 7 (แพงสุตา ปัญญาธรรม, 2556), รายการราชรถมาเกย ช่อง 9 (กริชฐา ตีมี, 2556) และรายการคนละครดาวเดียวกัน ช่อง ThaiPBS (วุฒินันท์ ทองเนื้อดี, 2556) เพื่อถามหาความสนุกในรายการดังกล่าว โดยเลือกผู้ให้ข้อมูล (Informants) จากผู้ใช้ Facebook ที่กดไลค์เพจของรายการเกมโชว์ข้างต้น โดยอนุมานว่าผู้ที่กดชื่นชอบเพจรายการใด คือผู้ที่แฟนรายการนั้น จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแฟนรายการทั้ง 4 รายการผู้เขียนได้รวบรวมคำตอบและสังเคราะห์คำตอบออกมาเพื่อให้ได้ลักษณะสำคัญที่แฟนรายการรู้สึกว่าเป็นองค์ประกอบที่ทำให้รายการนั้นๆ เกิดความสนุก โดยองค์ประกอบด้านความสนุกในรายการแข่งขันตอบปัญหาที่ได้มานั้นประกอบด้วย

1. ผู้เข้าแข่งขัน/ผู้ร่วมรายการ (Participant) แฟนรายการกล่าวว่าลักษณะของผู้เข้าแข่งขันที่จะทำให้รายการสนุกคือผู้เข้าแข่งขันที่แสดงออกมาอย่างเหมาะสม มีชีวิตชีวา และถ่ายทอดความคิด วิธีเล่นเกมออกมาเป็นคำพูดหรือท่าทางเพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้และมีความรู้สึกร่วมได้

2. พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ (Host) พิธีกรต้องมีบทบาทในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เข้าแข่งขันคอยกระตุ้นให้ผู้เข้าแข่งขันมีการแสดงออกในขณะที่แข่งขันเกม พิธีกรต้องมีความสามารถในการสร้างสนุกให้เกิดขึ้นในรายการ ไม่ว่าจะผ่านทางภาษาพูดหรือกิริยาท่าทางของผู้ดำเนินรายการเอง นอกจากนี้ความสามารถในการสร้างความสนุกยังรวมถึงปฏิภาณไหวพริบในทันทีที่แสดงออกมาอย่างเป็นธรรมชาติ เพื่อให้เกิดเสียงหัวเราะและความสนุกในรายการ นอกจากนี้พิธีกรต้องมีความรู้รอบตัวและสามารถถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ที่ตนมีออกมาได้อย่างเป็นธรรมชาติและเกิดประโยชน์ต่อผู้เข้าแข่งขันและผู้ชม

3. ความไม่อยู่นิ่ง (Dynamic) - ความต่อเนื่อง (Continuity) รายการต้องมีจังหวะลื่น ช่วงที่เร้าอารมณ์ หรืออีกนัยคือรายการไม่ควรมีโทนที่ราบเรียบ ขาด จังหวะและการเคลื่อนไหวในแต่ละตอน

4. ความแปลกใหม่และแตกต่าง (Difference) รายการต้องมีความแปลกใหม่และแตกต่างจากรายการอื่นๆ ซึ่งความแปลกใหม่และแตกต่างนี้สามารถสร้างให้มีได้ทั้งในส่วนของรูปแบบรายการ วิธีการนำเสนอ กติกาการแข่งขัน เป็นต้น

5. ความรู้ (Knowledge) รายการต้องให้ความรู้แก่ผู้ชม ซึ่งความรู้ในรายการเกมโชว์/เกมแข่งขันตอบปัญหาควรจะเป็นความรู้ใหม่ที่ผู้ชมที่บ้านยังไม่รู้หรือคิดไม่ถึง เป็นความรู้ใหม่ๆ ในลักษณะที่เป็นเกร็ดความรู้ (Tips) ที่ไม่ทำให้ผู้ชมรู้สึกหนักและเป็นความรู้ที่เอาไปประกอบ เติมเต็มความรู้เดิมที่ผู้ชมมีอยู่แล้ว

6. การมีส่วนร่วม (Participation) รายการต้องสร้างการมีส่วนร่วมให้กับผู้ชมที่บ้านให้ได้ ซึ่งการมีส่วนร่วมอาจเกิดขึ้นจากการที่ผู้ชมร่วมลุ้น ร่วมเชียร์ ผู้เข้าแข่งขัน หรือร่วมเล่นเกม ตอบคำถามไปพร้อมๆ กับผู้เข้าแข่งขัน

7. อารมณ์ (Emotion) รายการต้องสามารถทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งสองอย่างนี้คือ อารมณ์ดี และ/หรืออารมณ์ลุ้น

องค์ประกอบด้านความสนุกดังกล่าวเกิดจากการนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ สิ่งที่สังเกตเห็นได้จากจุดนี้คือ ข้อได้เปรียบของสื่อ (Medium Advantage) เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้เกิดองค์ประกอบเหล่านี้หรือทำให้องค์ประกอบเหล่านี้มีผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้ชมอย่างแท้จริง ด้วยลักษณะธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์ที่นำเสนอสารได้ทั้งที่เป็นภาพและเสียงจึงเอื้อต่อการกระตุ้นให้เกิดองค์ประกอบด้านความสนุกที่แพนรายการได้ให้ข้อมูลมา ลองพิจารณาในเชิงเปรียบเทียบกับสื่อวิทยุ เช่น องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม (Participation) ผู้ชมที่บ้านจะสัมผัสการมีส่วนร่วมไปพร้อมๆ กับผู้เข้าแข่งขันที่กำลังหาคำตอบ ภาพของผู้เข้าแข่งขันขณะกำลังขบคิด สีหน้าลังเล ไม่แน่ใจ สีหน้าที่มั่นใจ ในคำตอบที่ปรากฏบนหน้าจอโทรทัศน์เป็นส่วนที่สนับสนุนให้เกิดอารมณ์ร่วมของผู้ชมขณะที่ได้ชม ซึ่งสิ่งนี้จะไม่เกิดขึ้นในสื่อวิทยุ

เมื่อเราพิจารณาดูองค์ประกอบด้านความสนุกในรายการแข่งขันตอบปัญหาทั้งจากมุมมองของผู้ผลิต และมุมมองของผู้ชมแล้วจะพบว่าองค์ประกอบด้านความสนุกในรายการแข่งขันตอบปัญหาที่ 2 ฝ่ายเห็นร่วมกันคือผู้เข้าแข่งขัน/ผู้ร่วมรายการ (Participant) และพิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ (Host) โดยถือเป็นองค์ประกอบหลักที่ทำหน้าที่เสริมกัน เพื่อให้เกิดองค์ประกอบเสริมด้านความสนุกอื่นๆ ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

องค์ประกอบเสริมที่เกิดขึ้น	องค์ประกอบหลัก	
	พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ	ผู้แข่งขัน/ผู้ร่วมรายการ
ความไม่อยู่นิ่ง (Dynamic) ความต่อเนื่อง (Continuity)	กระตุ้นผู้เข้าแข่งขันให้แสดงออกอย่างคล่องแคล่วว่องไว ทันท่วงทีเพื่อให้เห็นความต่อเนื่อง	มีปฏิกริยาตอบกลับต่อเกมผ่านการแสดงวิธีคิด/วิเคราะห์คำตอบออกมาอย่างเหมาะสม และถามในสิ่งที่กติกากฎอนุญาตให้ถามได้
ความแปลกใหม่และแตกต่าง (Difference)	พิธีกรต้องนำเสนอความแปลกใหม่รายการได้อย่างเหมาะสมและสามารถสร้างตัวเองให้เป็นเอกลักษณ์ของรายการได้	ตอบสนองต่อความแปลกใหม่ของรายการผ่านการมีส่วนร่วมในเกมที่ทางรายการกำหนด และถ่ายทอดกระบวนการเล่นได้อย่างน่าสนใจ
ความรู้ (Knowledge)	ถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ที่มีผ่านการกระตุ้นผู้เข้าแข่งขัน และอธิบายเสริมเพิ่มอย่างเหมาะสม	ถ่ายทอดความรู้ผ่านวิธีคิดออกมาเป็นคำพูด/ท่าทางที่เหมาะสม

องค์ประกอบเสริมที่เกิดขึ้น	องค์ประกอบหลัก	
	พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ	ผู้แข่งขัน/ผู้ร่วมรายการ
การมีส่วนร่วม (Participation)	กระตุ้นผู้เข้าแข่งขันให้แสดงความคิดเห็นเพื่อผู้ชมทางบ้านสามารถลุ้น/ติดตาม	แสดงปฏิสัมพันธ์ต่อกระบวนการการแข่งขัน กติกา เกมต่างๆและมีความพยายามที่จะเอาชนะ/ตอบคำถามนั้นให้ได้
อารมณ์ (Emotion)	มีศิลปะในการถ่ายทอดและการนำเสนอรายการที่เหมาะสม	มีศิลปะในการถ่ายทอดและการนำเสนอรายการที่เหมาะสม

ตารางที่ 1. ตารางแสดงองค์ประกอบด้านความสนุกในรายการแข่งขันตอบปัญหา

องค์ประกอบด้านความสนุกในรายการแข่งขันตอบปัญหาข้างต้นได้มาจากการสังเคราะห์ข้อมูลจากทัศนะของทั้งผู้ผลิตและผู้ชม อาจจะไม่ใช่ว่าคำตอบทั้งหมดของการผลิตรายการแข่งขันตอบปัญหาเพราะศิลปะในการสร้างสรรค์รายการต้องอาศัยองค์ประกอบอื่นๆอีกมากมาย องค์ประกอบด้านความสนุกดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อทั้งนักศึกษาในด้านนิเทศศาสตร์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายใหม่นำไปใช้ศึกษาต่อไปผ่านการ

ทดสอบเชิงประจักษ์ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ผู้ชม งานเขียนชิ้นนี้เป็นเสมือนตำราอาหารที่นำเอาสูตรลับของผู้ปรุงอาหาร ผสานเข้ากับความชอบส่วนใหญ่ของคนทาน ทำให้ได้มาซึ่ง “สิ่งที่ขาดไม่ได้” ที่จะเติมลงไปขณะประกอบอาหารเพื่อให้ได้อาหารจานพิเศษที่ถูกใจทั้งคนปรุงและคนทาน...เพื่อให้ได้รายการที่ถูกใจทั้งผู้ผลิตและผู้ชม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรีษฐา ดีมี. (3 พฤษภาคม 2556). ความสนุกของรายการราชรถมาเกย. (ยุทธนา สุวรรณรัตน์, ผู้สัมภาษณ์)

ปานทิพย์ แสงสว่าง. กลยุทธ์การสร้างความบันเทิงในรายการสนทนาบันเทิงทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, สาขาการสื่อสารมวลชน, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ปาริชาติ สถาปัตตานนท์. มองสื่อใหม่มองสังคมใหม่. กรุงเทพมหานคร: เอดิชั่นเพรสโปรดักส์, 2543. มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมาธิราช. การผลิตรายการโทรทัศน์ขั้นสูง. นนทบุรี: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2551.

รัชตะ จิตโรภาส. (27 เมษายน 2556). ความสนุกของรายการ X Game. (ยุทธนา สุวรรณรัตน์, ผู้สัมภาษณ์)

วิภาณันท์ นันทวงศ์. (11 มีนาคม 2556). การสร้างสรรค์รายการแฟนพันธุ์แท้. (ยุทธนา สุวรรณรัตน์, ผู้สัมภาษณ์)

วุฒินันท์ ทองเนื้อดี. (17 เมษายน 2556). ความสนุกของรายการคนละครึ่งตัวกัน. (ยุทธนา สุวรรณรัตน์, ผู้สัมภาษณ์)

แพงสุดา ปัญญาธรรม. (4 พฤษภาคม 2556). ความสนุกของรายการหนูน้อยก๊อปปี้. (ยุทธนา สุวรรณรัตน์, ผู้สัมภาษณ์)

ภาษาอังกฤษ

Fiske J. Introduction to communication studies. Guernsey Press Co Ltd, 1994.

Roger Caillois. Man, Play and Games. University of Illinois Press, 2001