

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การนำอารมณ์ขันมาใช้ในรายการวิทยุประเภทปกิณกะบันเทิง ของ รายการ “ถามมาซิจ๊ะ...โดน” ได้อาศัยหลักทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง
2. แนวคิดรายการวิทยุในรูปแบบสนทนา และรูปแบบปกิณกะบันเทิง
3. แนวคิดการสร้างอารมณ์ขัน
4. ทฤษฎีการเล่น

1.แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

1.1 องค์ประกอบรายการวิทยุ

ในการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงแต่ละครั้ง ควรจะทราบถึงองค์ประกอบที่สำคัญที่จะนำมาเป็นแนวทางให้ผู้จัดสามารถจัดรายการได้ถูกใจผู้ฟัง และมีประโยชน์ต่อผู้ฟังมากที่สุด รอดคำดี (2525) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญของการจัดรายการวิทยุ คือ ผู้ฟัง เนื้อหา วิธีเสนอ เวลาออกอากาศและการประเมินผล

1.1.1 ผู้ฟัง (Audience) ผู้ฟังในที่นี้หมายถึง กลุ่มผู้ฟังที่เป็นเป้าหมายของการจัดรายการ (Target Audience) ซึ่งจะเป็นผู้ที่ตัดสินว่า รายการที่จัดอยู่นี้ประสบความสำเร็จหรือไม่ ผู้จัดรายการจะต้องค้นหา (Audience Survey) ว่ากลุ่มผู้ฟังเหล่านี้เป็นใคร

1.1.2 เนื้อหา (Content) เนื้อหาในที่นี้หมายถึง เรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้จัดรายการต้องการให้ผู้ฟังเป้าหมายได้ฟังกัน การบรรจุเนื้อหาในรายการควรจะต้องสอดคล้องกันเป็นอย่างดีกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

1.1.3 วิธีเสนอ (Technique of Program Presentation) วิธีเสนอรายการก็คือ กระบวนการที่จะนำเนื้อหาหรือเรื่องราวต่าง ๆ สู่มผู้ฟังอย่างมีศิลปะ (Artful) การเสนอรายการต้อง ดำเนินไปอย่างมีศิลปะ หมายความว่า ผู้จัดจะทำอย่างไรจึงจะทำให้ผู้ฟังได้รับฟังข่าวสารหรือเรื่อง รวต่าง ๆ ได้โดยไม่รู้สึกรำคาญ จะมีวิธีการที่ทำให้ผู้ฟังได้รับความบันเทิง ได้รับความรู้และจินตนาการ ตามไปด้วยกัน

1.1.4 เวลาออกอากาศ (Air Time) เวลาการออกอากาศเป็นตัวกำหนดให้ผลิต รายการออกไปในรูปแบบใดบ้าง และเวลาการออกอากาศมีส่วนสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นกับผู้ฟัง เป้าหมาย เพราะเวลาออกอากาศจะหมายถึง เวลาที่ผู้ฟังเป้าหมายพร้อมที่จะรับฟังรายการต่าง ๆ จากผู้จัด ผู้จัดรายการควรจะค้นหาว่าเวลานั้นเหมาะกับผู้ฟังเป้าหมายกลุ่มไหน แล้วจึงนำมาวางแผนจัดรายการให้เหมาะกับเวลาของผู้ฟังเป้าหมายกลุ่มนั้นต่อไป

1.1.5 การประเมินผล (Evaluation) การประเมินผลจะช่วยให้ผู้จัดรายการได้ตัดสินใจทำรายการได้ใกล้เคียงกับความต้องการของผู้ฟังเป้าหมายมากที่สุด เพราะนั่นหมายถึงการจัด รายการได้รับผลสำเร็จเป็นอย่างดี แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ ผู้จัดรายการควรจะระลึกอยู่เสมอว่า ความสำเร็จในการจัดรายการนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับประเมินผลเพียงครั้งหนึ่งหรือสองครั้งเท่านั้น แต่จำเป็นต้องมีการประเมินผลเป็นประจำ โดยการทำเป็นระยะ ๆ ไป ซึ่งอาจจะกระทำสลับกัน ระหว่างวิธีประเมินอย่างมีระบบและไม่มีระบบก็ได้

1.2 แนวคิดเทคนิคการนำเสนอรายการวิทยุ

ในกระบวนการผลิตรายการทางสื่อวิทยุกระจายเสียงนั้น วิธีการและองค์ประกอบ ในการนำเสนอรายการเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้ฟังติดตามฟังรายการไปได้ตลอด จมพลง รอดคำดี (2525) ได้กล่าวไว้ในหนังสือ คู่มือการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง โดยสรุปว่า

วิธีการนำเสนอรายการ (Technique of Program Presentation) คือ กระบวนการที่จะ นำเนื้อหาหรือเรื่องราวต่าง ๆ ไปสู่มผู้ฟังอย่างมีศิลปะ โดยผู้ดำเนินรายการจะต้องทำให้ผู้ฟังได้รับ ข่าวสารความบันเทิง ความรู้และสร้างจินตนาการตามไปด้วย ซึ่งองค์ประกอบสำคัญในการนำ เสนอรายการวิทยุประกอบด้วย 5 ประการดังนี้

1.2.1 ภาษาพูด (Language)

การใช้คำพูดต้องให้เหมาะสมกับวัยและระดับการศึกษา ภาษาพูดที่ใช้ควรจะใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ใช้ประโยคสั้น ๆ กระชับรัดกุมเหมาะสมกับสภาพของการฟังวิทยุของผู้ฟังทั่วไป

1.2.2 ลีลาการพูด (Style)

การพูดทางวิทยุต้องพูดอย่างเป็นกันเอง มีลีลาการพูดที่เป็นแบบฉบับของตนเอง เพื่อที่จะให้เข้ากับบรรยากาศของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย การใช้สำนวนโวหารต่าง ๆ ก็ควรจะเป็นสำนวนที่ใช้กันอยู่ในหมู่นักฟังกลุ่มนั้นด้วย หรือเป็นสำนวนที่กลุ่มผู้ฟังนั้นสามารถเข้าใจได้ แต่ไม่ใช่สำนวนหยาบคาย คำพูดสองแง่สองง่ามและน้ำเสียงแสดงความจริงใจและเป็นมิตร ไม่แสดงการดูถูกหรือถือว่าผู้ฟังไม่รู้ไม่เท่าตัวเอง

แต่ลีลาการพูดในรายการบางประเภท จำเป็นต้องพูดอย่างตรงไปตรงมา เช่น รายการข่าวประจำวัน ทั้งนี้เพื่อแสดงความแน่นอน ความเชื่อถือได้และหนักแน่น แทนที่จะนำมาพูดอย่างกันเองจนเกินไปหรือแต่งเสริมเติมต่อให้ง่ายเหมือนข่าวชาวบ้าน ข่าวเก็บตก ซึ่งผู้ฟังจะรู้สึกสนุกสนานไปกับลีลาหรือสำนวนที่ผู้ดำเนินรายการใช้ แต่ความเที่ยงตรงและความถูกต้องอาจจะลดลง ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้ดำเนินรายการอาจจะแสดงความคิดเห็นแทรกเข้าไปในข่าวมาก ซึ่งทำให้ข่าวขาดความเที่ยงตรง ผู้ฟังอาจจะได้รับอิทธิพลของผู้ดำเนินรายการคนนั้นจนลืมคิดไปว่าเหตุการณ์จริงๆ เป็นเช่นไร

1.2.3 เพลงประกอบ (Program Music)

เพลงประกอบเป็นส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้รายการน่าฟังและผ่อนคลายความตึงเครียดของรายการ การใช้เพลงประกอบในรายการมีเป้าหมายอยู่ 4 ประการ คือ

แนะนำรายการ หมายถึง เพลงประจำรายการ (Title of Identification Music) หรือ เพลงนำรายการ มักจะใช้เพลงบรรเลงฟังแล้วรู้สึกสนุกสนาน ตื่นเต้น มีชีวิตชีวา เร็วพอสมควร เพื่อดึงดูดความสนใจผู้ฟังให้ติดตามรายการต่อไป

คั่นรายการ มักจะใช้การเปิดเพลงสลับกับการพูด รายการที่คั่นด้วยเพลงจะเป็น รายการที่มีการพูดติดต่อกันเป็นเวลายาวนานมาก โดยที่เพลงคั่นรายการในลักษณะนี้จะทำหน้าที่ เป็นเพียงตัวเชื่อม (Link) คำพูดจากข้อความส่วนหนึ่งไปยังอีกส่วนหนึ่งเท่านั้น

สร้างบรรยากาศหรือเป็นเนื้อหาส่วนหนึ่งของรายการ เป็นการเลือกใช้เพลงประกอบ ให้ตรงหรือสอดคล้องกับเรื่องที่พูด เป็นเพลงเสริมรายการเป็นช่วง ๆ ระยะเวลาตั้งแต่ 5 - 20 วินาที โดยอาจเปิดคลอเบา ๆ ไปกับการพูดหรือเปิดทั้งเพลงคั่นคำพูดก็ได้

เพลงประกอบเพื่อเปลี่ยนฉากหรือเปลี่ยนเรื่องราวที่จะพูด เป็นการใช้เพลงประกอบ เข้ามาในช่วงเปลี่ยนเนื้อหาจากเรื่องหนึ่งไปสู่อีกเรื่องหนึ่ง เปลี่ยนฉาก เปลี่ยนสถานที่ หรือเปลี่ยน เวลา เพราะการใช้คำพูดเชื่อมโยง (Link) เพียงอย่างเดียวอาจจะฟังแล้วรู้สึกว่าการเปลี่ยนเรื่องเร็ว เกินไป เพลงต่าง ๆ ที่นำมาประกอบเพื่อเหตุผลข้อนี้ควรที่จะเลือกสรรพอสมควร ทั้งนี้เพื่อให้เข้ากับ บรรยากาศของฉากต่อไปหรือบางครั้งอาจจะใช้เพลงสองเพลงเปิดติดต่อกัน โดยวิธีทำ Cross Fade เพลงที่เปิดเพลงแรกเพื่อแสดงว่าจบฉากแล้ว เพลงที่สองก็เป็นการเริ่มต้นฉากใหม่ โดยวิธีนี้ จะทำให้ผู้ฟังเกิดจินตนาการตามไปได้โดยไม่สะดุดอารมณ์

1.2.4 เสียงประกอบ (Sound Effect)

ส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งในวิธีการเสนอรายการที่จำเป็นต้องพูดถึงก็คือ เสียง ประกอบซึ่งไม่ได้หมายถึงเพลง แต่หมายถึงเสียงที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ หรือเสียงที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์จริง แล้วผู้จัดรายการบันทึกเสียงเหล่านั้นเอาไว้เพื่อนำมาสอดแทรกในรายการของตน เพื่อให้บรรยากาศของรายการดูสมจริงขึ้น และผู้ฟังก็สามารถเกิดจินตนาการตามได้รวดเร็วขึ้น

ที่มาของเสียงประกอบที่จะนำมาใช้ประกอบในรายการวิทยุกระจายเสียงมาจาก 3 แหล่ง คือ

1. เสียงประกอบจากเหตุการณ์จริง ซึ่งได้มาจากการนำเครื่องบันทึกเสียงไปบันทึกเสียงในสถานที่เกิดเสียงนั้นจริง ๆ

2. เสียงประกอบจากเสียงธรรมชาติและเสียงเหตุการณ์ต่าง ๆ จากแผ่นเสียงที่มีผู้บันทึกเสียงธรรมชาติและเสียงเหตุการณ์ต่าง ๆ เอาไว้ในแผ่นเสียงเรียบร้อยแล้ว ไม่ต้องเสียเวลาบันทึกจากสิ่งที่เกิดขึ้นจริง

3. เสียงประกอบจากการสร้างขึ้นเองในห้องส่ง ซึ่งกรรมวิธีในการทำเสียงต่าง ๆ ขึ้นในห้องส่งนี้มีวิธีการต่าง ๆ มากมาย

หน้าที่ของเสียงประกอบมีได้หลายอย่างดังนี้

1. ใช้ระบุหรือเสริมความจริงของฉากหรือสถานที่ ในกรณีนี้ สิ่งสำคัญที่สุดก็คือ ต้องคิดให้ได้ว่าฉากนั้นหรือสถานที่นั้นมีเสียงอะไรที่เกิดขึ้นเป็นประจำและแตกต่างไปจากเสียงที่ได้ยินได้ฟังในสถานที่อื่น ๆ เมื่อคิดได้แล้วก็นำเสียงนั้นมาประกอบรายการได้ อาจใช้เพียงเสียงเดียวหรือสองสามเสียงประกอบกันก็แล้วแต่ความพอดีและความเหมาะสม
2. ใช้ดำเนินเรื่องราวหรือเหตุการณ์ตามท้องเรื่อง ต้องคำนึงอยู่ตลอดเวลาว่าช่วงใดบ้างที่จำเป็นจริง ๆ ถ้าช่วงไหนสามารถใช้เสียงประกอบแทนคำพูดได้โดยสื่อความหมายชัดเจนพอก็ควรใช้ เพราะนอกจากจะประหยัดคำพูดได้แล้ว ยังทำให้สมจริงและมีชีวิตชีวามากขึ้นและน่าเบื่อหน่ายลงด้วย
3. ใช้บอกเวลา อาจเป็นการแนะให้รู้คร่าว ๆ ว่าเป็นช่วงไหนของวันหรืออาจจะระบุให้เฉพาะเจาะจงลงไปว่ากี่นาฬิกาก็ได้
4. เพื่อเสริมอารมณ์ตามบท ในแง่นี้ เสียงประกอบที่นำมาใช้อาจไม่เกี่ยวกับความสมจริงเลย แต่เป็นเรื่องของอารมณ์ ความรู้สึกของจิตใจมากกว่า เสียงบางอย่างอาจเกินความจริงหรือบางอย่างอาจไม่มีอยู่ในความเป็นจริงเลยก็ได้ แต่เป็นเสียงที่มีผลในการกระตุ้นหรือเร่งเร้าอารมณ์ของผู้ฟังให้คล้อยไปตามบทวิทยุได้ดี
5. ใช้เป็นเสียงแบคกราวด์ โดยเปิดคลอเบา ๆ เป็นแบคกราวด์ไปเรื่อย ๆ ช่วยให้การไม่ราบเรียบจิตจิตใจเกินไป ฟังดูน่าสนใจขึ้น ช่วยเสริมบรรยากาศและความสมจริงด้วย

1.2.5 ความหลากหลายและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Variety and Unity)

วิธีการเสนอรายการ ควรจะต้องมีความหลากหลายที่อาศัยส่วนประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ การพูด ลีลาการพูด เพลงประกอบและเสียงประกอบ เพื่อให้ผู้ฟังจะได้ไม่ต้องทนฟังเสียงพูดของผู้ดำเนินรายการแต่เพียงอย่างเดียว แต่มีเสียงอื่นเข้ามาแทรก ทำให้เปลี่ยนบรรยากาศ เปลี่ยนอารมณ์ของผู้ฟัง ทำให้รู้สึกไม่เกิดความจำเจ บางครั้งการใช้ผู้ดำเนินรายการ 2 หรือ 3 คน ก็ช่วยแก้ปัญหาความจำเจได้บ้างเหมือนกัน แต่สำหรับวิธีที่ดีที่สุดก็คือ พยายามใช้ภาษาที่ฟังแล้วเข้าใจง่าย ทันสมัย ลีลาในการพูดก็ควรจะเปลี่ยนไปบ้าง ไม่จำเป็นต้องเหมือนกันทุก ๆ วัน เพลงประกอบก็ควรจะมิอยู่ในรายการเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการที่มีความยาวเกิน 5 นาทีขึ้นไป นอกจากนี้เสียงประกอบก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้บรรยากาศและความน่าตื่นตื้นดูสมจริงสมจังขึ้น นอกจากนี้ ความหลากหลายยังหมายถึง การจัดรายการที่นำเอาวิธีการเสนอรายการหลายรูปแบบเข้ามาไว้ในรายการเดียวกัน เช่น รายการ 30 นาที ประกอบด้วยละคร 10 นาที อภิปราย 7 นาที และเวลาที่เหลือผู้จัดพูดคุยสลับกับเพลง เป็นต้น ซึ่งต้องดูตามความเหมาะสมของรายการแต่ละประเภทด้วย

เมื่อมีความหลากหลายแล้ว จะต้องมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งหมายถึง การที่เนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการเป็นเรื่องราวเดียวกันหมด เป็นหัวข้อเรื่องเดียวกันฟังดูแล้วสามารถบอกได้ว่าเป็นรายการเดียวกัน

ความหลากหลายและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนั้น ไม่มีกฎตายตัว ว่าทุก ๆ รายการจะต้องทำเหมือนกันหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของรายการแต่ละประเภท แต่ทุกรายการก็ควรจะต้องมีความหลากหลายและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันให้ปรากฏอยู่ด้วยจึงจะทำให้รายการน่าฟังและดึงดูดความสนใจ

2. แนวคิดรายการวิทยุรูปแบบสนทนาและรูปแบบปกิณกะบันเทิง

รายการวิทยุรูปแบบสนทนา (Talk Program)

รายการวิทยุรูปแบบสนทนา (Talk Program) (จุมพล รอดคำดี, 2525) เป็นวิธีเสนอรายการประเภทหนึ่ง ซึ่งมุ่งหวังจะให้ผู้ฟังได้อรรถรสจากการฟังการ “พูดคุย” เพียงอย่างเดียว

การพูดคุยนั้น อาจจะถูกผู้ฟังได้โดยตรงหรือคุยกับผู้ฟังทางอ้อม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนคนที่จะพูดในแต่ละครั้ง รายการพูดคุยมักจะแบ่งได้ 4 ประเภท คือ

2.1 รายการพูดคุยมกับผู้ฟังโดยตรง (The Straight Talk)

เป็นวิธีการสื่อสารกับผู้ฟังโดยตรงไปตรงมาที่สุด ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายมากที่สุด เนื้อหาที่มีความยืดหยุ่นมากที่สุด ถ้าเราไม่พอใจข้อความตอนไหน เราก็ตัด ต่อ แต่ง เติมได้ทันที แม้กระทั่งเวลาที่ออกอากาศ ส่วนการพูดนั้นไม่ว่าจะเป็นลีลาการพูด น้ำเสียงหรือสำนวนการพูดก็เป็นลักษณะเฉพาะตัวของคนพูดเอง

เนื้อหาของรายการพูดคุยมกับผู้ฟังโดยตรงนี้ อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ เรื่องที่พูดคุยได้ง่าย (Speakable Talk) และเป็นเรื่องที่พูดคุยได้ยาก (Unspeakable Talk) เรื่องที่พูดคุยได้ง่ายมักจะเป็นเรื่องที่ผู้พูดเป็นผู้ประสบมาด้วยตนเอง แล้วนำเอาเหตุการณ์นั้น ๆ มาพูดคุย หรือเล่าต่อในประเด็นที่สร้างความประทับใจให้ตนเองมากที่สุดประเด็นใดประเด็นหนึ่งเท่านั้น

ยังมีเนื้อหาบางประเภทที่ยากแก่การนำมาเล่า เพราะเป็นสิ่งที่ผู้พูดไม่เคยเห็นมาก่อน หรือได้ยินได้ฟังมาก่อน แต่เนื่องจากมีความจำเป็นต้องพูดต้องคุยในเรื่องเหล่านี้ จึงจำเป็นต้องพูดออกอากาศตามข้อเท็จจริงที่ได้รับเท่านั้น ส่วนเทคนิคในการพูดคุยในเรื่องเช่นนี้ ผู้พูดควรจะต้องเนื้อหาเหล่านั้นมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่ผู้ฟังสามารถนึกภาพได้ในสภาพปัจจุบัน

วิธีการพูดควรจะเริ่มต้นด้วยประโยคที่น่าสนใจสัก 2 - 3 ประโยค แล้วจึงเข้าสู่เรื่องราวอย่างรวดเร็ว ในเรื่องควรจะตอบได้ว่า ใคร อะไร อยู่ที่ไหน ทำไม อย่างไร ก่อนจบควรจะทำท้ายด้วยคำพูดที่ชวนให้คิดและติดตาม

ภาษาในการพูด ควรใช้ภาษาง่าย ๆ เปรียบเทียบให้เห็น สามารถสร้างจินตนาการได้ดี (Picture Words) แต่ต้องกินความได้มาก เพราะเราไม่มีเวลามากพอที่จะใช้ภาษาเยิ่นเย้อหรือพรรณนาใด ๆ มากนัก ภาษาในการพูดจึงจำเป็นต้องเลือกคำ เลือกประโยค เพื่อให้เหมาะสมกับเวลาพอสมควร

เวลาในการพูด ถ้าเป็นการพูดสั้น ๆ (Short Talk) เพื่อคั่นระหว่างรายการใหญ่ ก็จะใช้เวลาไม่เกิน 1 นาที แต่ถ้าใช้เวลานานเกินกว่า 1 นาที แต่ไม่เกิน 3 – 4 นาที มีประเด็นที่จะพูดเพิ่มขึ้น เนื้อหาจะเอ่ยถึงที่มาของเรื่องราวและเล่ามาจนกระทั่งสิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยทั่วไปมักจะเรียกรายการพูดคุยแบบนี้ว่า รายการพูดคุยเชิงสารคดี (Feature Talk)

ยังมีรายการพูดคุยบางประเภทที่บางตำราอาจจะถือว่าเป็นรายการพูดคุยประเภทหนึ่ง บางตำราบอกว่าไม่ใช่ แต่ถือว่าเป็นลักษณะรายการประเภทหนึ่ง เช่น รายการบทความ (Commentary) วิชาทศวรรษข่าว (News Commentary) การจัดทำรายการพวกนี้จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลหลาย ๆ ด้าน ข่าวหลาย ๆ กระแส แล้วผู้จัดจะทำหน้าที่เรียงลำดับเรื่องเหล่านั้น รายการประเภทนี้จะได้รับความไว้วางใจและเป็นที่น่าเชื่อถือแก่ผู้ฟังอย่างมาก ถ้าผู้พูดเป็นนักวิเคราะห์ที่ดี หรือถ้าไม่ใช่ นักวิเคราะห์ แต่ก็ควรจะเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ โดยเฉพาะ อย่างไรก็ตาม นอกจากการเป็นผู้ที่มีความรู้หรือเป็นนักวิเคราะห์ที่ดีแล้ว จะต้องเป็นผู้ที่มีลีลาการพูดที่น่าเชื่อถือรวมอยู่ด้วย

2.2 รายการสัมภาษณ์ (The Interview)

เป็นรายการพูดคุยกับผู้ฟังทางอ้อม แต่ผู้ฟังจะได้รับประโยชน์จากการฟังการสัมภาษณ์และการให้สัมภาษณ์ของบุคคลทั้งสอง รายการสัมภาษณ์ในที่นี้ไม่ได้พูดถึงเทคนิคการสัมภาษณ์เพียงอย่างเดียว แต่รวมไปถึงการเตรียมการจัดรายการประเภทนี้ด้วย

การจัดรายการสัมภาษณ์ มักจะทำกันขึ้นในห้องส่งกระจายเสียงเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าต้องการคุณภาพเสียงที่ชัดเจนปราศจากเสียงรบกวนอื่น ๆ

2.3 รายการสนทนา (The Conversation)

จัดอยู่ในรายการประเภทเดียวกับรายการสัมภาษณ์ การเตรียมการและการออกอากาศก็คล้ายคลึงกันกับวิธีการของรายการสัมภาษณ์ เพียงแต่ผู้สัมภาษณ์ไม่ใช่ผู้ตั้งคำถามเพียงอย่างเดียว แต่จะเป็นผู้ร่วมออกความคิดเห็น และทำหน้าที่ถาม - ตอบ ไปพร้อมกับผู้ร่วมรายการด้วย แต่สิ่งที่แตกต่างที่สำคัญ คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ดำเนินรายการจะต้องเตรียมตัวในเรื่องการสนทนา

อย่างมาก ทั้งในเชิงข้อเท็จจริงและความคิดเห็นในเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังต้องรู้จักป้องกันคำถาม เพื่อให้รายการมีความสนุกสนานและน่าสนใจ

ผู้ที่ทำหน้าที่ดำเนินรายการ ควรจะเป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้น พูดคุยสนุกสนาน จะทำให้บรรยากาศของรายการดีขึ้น และสิ่งที่ลืมกันไม่ได้ก็คือ นอกจากจะทำหน้าที่สนทนากับผู้ร่วมรายการแล้ว ยังต้องทำหน้าที่พูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง เปรียบเสมือนตัวเชื่อมการสนทนา ระหว่างผู้ฟังและผู้ร่วมรายการไปในขณะเดียวกัน ความยาวของรายการสนทนาควรจะเป็นอยู่ระหว่าง 5 – 10 นาที ถ้าเยิ่นเย้อมากก็อาจจะทำให้น่าเบื่อ

2.4 รายการอภิปราย (Panel Discussion)

จัดอยู่ในประเภทรายการที่พูดคุยกับผู้ฟังทางอ้อม ผู้ฟังจะได้รับฟังความคิดเห็นจากผู้ร่วมอภิปรายแตกต่างกัน สิ่งที่สำคัญที่จะทำให้รายการน่าสนใจก็คือ หัวข้อในการอภิปราย การเลือกบุคคลเข้าร่วมอภิปรายและตัวผู้ดำเนินรายการ

ซึ่งรายการต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นมีจุดประสงค์หลัก เพื่อถ่ายทอดข่าวสาร ความคิดเห็นของผู้ร่วมรายการ ซึ่งจัดเป็นรายการที่มุ่งให้ความรู้ต่อผู้ฟัง อันทำให้รายการประเภทนี้มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะผู้ที่สนใจในเรื่องนั้น ๆ อยู่แล้ว ซึ่งมีอยู่จำนวนไม่มากนัก รายการประเภทนี้ค่อนข้างเครียดหนักเกินไปสำหรับผู้ฟังทั่ว ๆ ไป จึงได้มีผู้คิดค้นที่จะทำรายการประเภทนี้ให้น่าสนใจขึ้น โดยนอกจากจะมีการสนทนาเพียงอย่างเดียว ก็ได้สอดแทรกความบันเทิงเข้าไปในเนื้อหาของรายการด้วย รูปแบบการสนทนาบันเทิงจึงได้กำเนิดขึ้น

รายการวิทยุรูปแบบปิกนกะบันเทิง (Variety Entertainment)

รายการวิทยุรูปแบบปิกนกะบันเทิง (Variety Entertainment) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534) หมายถึง รายการที่มีรายการย่อย ๆ หรือรายการเบ็ดเตล็ดเล็ก ๆ น้อย ๆ หลายเรื่อง หลายอารมณ์รวมอยู่ในรายการเดียวกัน ทุกรายการย่อยเหล่านั้นจะมุ่งเน้นเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิงเป็นหลัก โดยรายการย่อยดังกล่าวอาจจะมีการแสดงตลก ดนตรี การร้องรำทำเพลง ตลอดจนการแข่งขันต่าง ๆ

รูปแบบของรายการปกิณกะบันเทิงมักจะเป็นในลักษณะของการออกไปสัมภาษณ์ผู้คน นักแสดง และผู้จัดกิจกรรมบันเทิงต่าง ๆ ตอบจดหมายที่คุยเรื่องสนุกสนานบันเทิงจากผู้ฟัง จัดกิจกรรมแข่งขันง่าย ๆ ที่ใช้เสียง เป็นต้น สำหรับผู้จัดรายการประเภทนี้ต้องมีการเตรียมตัวเป็นอย่างดี และในส่วนของเตรียมการจัดรายการประเภทนี้ต้องดำเนินอย่างประณีตและมีการวางแผนเป็นอย่างดี ต้องมีการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าชมรายการ จึงนิยมจัดรายการประเภทนี้ไว้ในช่วงวันหยุด หรือวันสุดสัปดาห์ แต่ก็อาจจัดในวันธรรมดาได้ โดยกำหนดให้อยู่ในช่วงเวลาที่ผู้ฟังกลุ่มใหญ่มีโอกาสรับฟังกันอย่างทั่วถึง

รายการปกิณกะบันเทิงนี้นิยมจัดในระยะเวลาที่ค่อนข้างมาก อย่างน้อยไม่ควรต่ำกว่า 30 นาที เวลาที่เหมาะสมที่สุดคือช่วงเวลาประมาณ 1 – 3 ชั่วโมง ตามขีดความสามารถของผู้จัดและผู้ดำเนินรายการ โดยกลุ่มผู้ฟังรายการประเภทนี้จะค่อนข้างกว้างมาก เพราะมีทุกเพศทุกวัย

จากแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงที่กล่าวมา จะถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย โดยเฉพาะองค์ประกอบสำคัญในการนำเสนอรายการวิทยุ “ถามมา ชี้อะ... โดน”

3.แนวคิดการสร้างอารมณ์ขัน

ทุกวันนี้ คนมีความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากสภาพที่ตนเองต้องเผชิญอยู่ทุกวัน ทั้งในด้านการงาน อาชีพต่าง ๆ สิ่งที่จะช่วยได้ คือ สื่อมวลชนต่าง ๆ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงต้องยึดหลักที่จะให้ความบันเทิงเป็นอันดับแรก แทนที่จะให้ข่าวสารดังที่เข้าใจกันทุกวันนี้ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ,2536) ได้ศึกษาเรื่องอารมณ์ขันในสื่อมวลชนและพบมิติต่าง ๆ ของอารมณ์ขันที่น่าสนใจดังนี้

Henri Bergson (1905) เขียนบทความเรื่อง On Laughter ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การหัวเราะไม่ใช่เป็นการตบมือข้างเดียว แต่เป็นปฏิกิริยาที่ต้องมีการสะท้อนไปมาระหว่างคนสองคน และการหัวเราะนี้เองที่ช่วยส่งให้เราเห็นความเป็นมนุษย์ทั้งด้านที่สวยงามและด้านที่บูดเบี้ยวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ในอีกด้านหนึ่งมันก็มีส่วนในการควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกในสังคมให้อยู่ในเกณฑ์ “ปกติ” เพราะคนส่วนใหญ่ไม่ชอบให้ใครมาหัวเราะใส่หน้าหรือเห็นว่าเป็นคนที่ “บ้า ๆ บอ ๆ”

Sigmund Freud นักจิตวิเคราะห์ชาวออสเตรีย ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับอารมณ์ขันไว้ในบทความเรื่อง Jokes and their Relation to the Unconscious Humour (1905) เขาเชื่อว่าการหัวเราะเป็นกลไกในการผ่อนคลายความเครียดและสร้างความพึงพอใจในระดับจิตใต้สำนึก ในการวิเคราะห์ของฟรอยด์เรื่องข้างขึ้นเป็นสิ่งเร้า และการหัวเราะเกิดขึ้นจากการฟังเรื่องที่ตลกขบขัน นั่นคือ การระบายความเก็บกดและความรู้สึกก้าวร้าวต่าง ๆ ที่แฝงอยู่ในส่วนลึกออกมา เพราะสาระของเรื่องข้างขึ้นเหล่านี้ มักเป็นเรื่อง “ต้องห้าม” ของสังคม เช่น เรื่องเพศ เป็นต้น

ในด้านมนุษยวิทยา Radcliff – Brown (1940) เขียนเรื่อง Joking Relationships กล่าวถึงความสัมพันธ์ฉันท์เครือญาติในชุมชนแอฟริกัน โดยศึกษาจากธรรมเนียมการล้อเลียนกัน ซึ่งคนที่ถูกล้อหรือยั่วเย้าจะต้องไม่ถือโกรธผู้ล้อ เขาเห็นว่านี่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมที่ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในสังคมแอฟริกันเท่านั้น

ต่อมา Zijderfeld (1983) ซึ่งไม่เห็นด้วยกับทฤษฎีของฟรอยด์หรือบางส่วนจากทฤษฎีของ Bergson เขาได้พยายามแย้งว่า แนวความคิดที่ยึดถือกันเป็นหลักอยู่นี้ ไม่เพียงพอที่จะอธิบายสิ่งที่เรียกว่าอารมณ์ขันได้อย่างครบถ้วน เพราะยังมีเสียงหัวเราะที่เปล่งออกมาด้วยความขบขันอย่างแท้จริง โดยมีได้แฝงไว้ด้วยความก้าวร้าวหรือความรู้สึกที่เหนือกว่าผู้เคราะห์ร้าย (ที่ถูกหัวเราะ) นอกจากนี้ เขายังเชื่อว่าแม้ว่าเสียงหัวเราะและอารมณ์ขันจะเป็นคู่แฝดของกันและกัน แต่เสียงหัวเราะก็ไม่ได้ถูกเปล่งออกมาด้วยความขบขันเสมอไป โดยนัยเดียวกัน เรื่องตลกบางเรื่องก็ไม่สามารถเรียกเสียงหัวเราะจากคนฟังได้ เพราะคนฟังไม่เกิดความรู้สึกร่วมกับคนเล่า (ถ้าคนเล่าไม่หน้าแตก ก็กลายเป็นตลกผิด) ปัญหาเช่นนี้ ส่วนหนึ่งสืบเนื่องมาจากการที่ทฤษฎีส่วนใหญ่ไม่ได้แยกพิจารณาเสียงหัวเราะหรืออารมณ์ขันออกจากกัน แต่มักจะเหมารวมเอาว่า คือ ปราบกฏการณ์เดียวกันหรือน่าจะเป็นคำที่ใช้แทนกันได้ระหว่างคำว่า Comic กับ humour

ข้อถกเถียงของ Zijderfeld จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ การมองว่าเสียงหัวเราะเป็นการแสดงออกทางสรีระวิทยา ไม่สัมพันธ์กับเรื่องของอารมณ์ขันแต่อย่างใด และส่วนที่สองพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเสียงหัวเราะและอารมณ์ขัน โดยมองว่าเสียงหัวเราะเป็นส่วนหนึ่งของอารมณ์ขัน หรืออาจกล่าวได้ว่า เสียงหัวเราะเป็นภาษาของอารมณ์ขัน

กล่าวโดยสรุปแล้ว Zijderveld พยายามที่ก้าวให้พ้นกรอบเก่า ๆ ที่มองว่าการหัวเราะเป็นการแสดงความก้าวร้าว ในขณะที่เดียวกัน ก็เพื่อที่จะชี้ให้เห็นว่า การหัวเราะมีมิติทางสังคมวิทยาที่ไม่ควรมองข้าม ด้านหนึ่งเรื่องตลกก็เสนอความจริง (เล่น ๆ) ที่ขัดแย้งกับแบบแผนของความจริงที่ดำรงอยู่ อีกด้านหนึ่งก็สามารถปิดช่องว่างนี้ได้ด้วยการใช้เสียงหัวเราะ แต่ประการสำคัญเสียงหัวเราะและอารมณ์ขันเป็นอีกภาษาหนึ่งของกระบวนการปะทะสังสรรค์กันทางสังคมที่ขาดเสียไม่ได้ การศึกษาเรื่องนี้จึงมีความจำเป็น เพื่อให้เราสามารถสื่อสารกับคนอื่น ๆ ได้ และเพื่อให้เราเข้าใจกระบวนการทางสังคมได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

เรื่องตลกซ้ำขึ้นเกิดขึ้นจากการเล่นกับความหมาย รูปแบบง่าย ๆ คือ การทำให้เรื่อง ที่เสนอผิดไปจากความคาดหมายโดยทั่วไป เรื่องตลกมักจะเอาเรื่องราวต่าง ๆ มาล้อเลียนทำให้ ความหมายเปลี่ยนไป หรือกลับหน้าเป็นหลังเสีย ซึ่งเรื่องธรรมดา ๆ ก็กลายเป็นเรื่องตลกขึ้นมาได้ ความหมายที่เรากล่าวในที่นี้ หมายถึงระบบสัญลักษณ์ต่าง ๆ อาทิ ภาษา ดนตรี การแต่งกายและ กิริยาท่าทาง ที่เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดความคิดและอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลและของ สังคม โดยส่วนรวมระบบความหมายและระบบสัญลักษณ์มีแบบแผนเฉพาะของตนเอง ซึ่งอาจ เรียกได้ว่าเป็นสถาบันที่ประกอบด้วยกฎเกณฑ์ต่าง ๆ สมาชิกของสังคมจะเข้าใจและสามารถใช้ สัญลักษณ์เหล่านี้ ก็ต้องผ่านกระบวนการเรียนรู้ในวัฒนธรรมนั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว การเรียนรู้แบบ แผนของสถาบันทางสังคมเป็นการบ่มเพาะให้สมาชิกประพฤติปฏิบัติตามแบบแผนที่วางไว้ แต่ใน ขณะเดียวกันก็มีสมาชิกที่ขบถหรือเบี่ยงเบนไปนอกกฎเกณฑ์อยู่เสมอ ๆ ซึ่งทำให้ต้องมีการปรับ แบบแผนอยู่เป็นระยะ ๆ

อย่างไรก็ดี เราอาจนิยามระบบความหมายให้กว้างออกไปได้อีกว่า นอกจากจะเป็น ตัวกลางของการสื่อสาร ความคิดและความรู้สึกของสมาชิกในสังคมแล้ว ระบบความหมายยังทำ ให้เราสามารถทำนายปฏิกิริยาตอบสนองของอีกฝ่ายหนึ่งได้ด้วย และเรื่องตลกอาจเกิดขึ้นได้เมื่อ สิ่งที่สนองกลับผิดไปจากความคาดหมายที่เรามีอยู่ ยกตัวอย่าง เช่น ครูชั้นประถมปลายบอกนักเรียนในห้องให้รอ ครูจะออกไปทำธุระสักประเดี๋ยว ครูจะคาดคิดว่านักเรียน (ส่วนใหญ่) จะอยู่ใน ห้องเรียน โดยอาจคุยกันหรืออ่านหนังสือ จนกว่าครูจะกลับเข้ามาอีกครั้งหนึ่ง นักเรียนก็คิดว่าครู จะกลับเข้ามาเมื่อเสร็จธุระแล้ว ความเข้าใจของทั้งสองฝ่ายมีพื้นฐานจากการสวมบทบาทของกัน และกันผ่านการปะทะสังสรรค์ของระบบความหมาย ครูใหญ่หลังจากนั้น ครูเดินฮัมเพลงเข้าห้อง เรียน หัวผมเรียบร้อย และมีกลิ่นน้ำหอมฟุ้ง (ต่างจากตอนแรก) นักเรียนพากันหัวเราะก๊ากก๊าก นัก

เรียนเห็นพ้องกันว่า เป็นเรื่องตลกเพราะผิดไปจากความคาดหมายที่ครูผู้ชายจะพรมน้ำหอมมา สอนหนังสือ (นักเรียนอาจคิดว่าครูไปโทรศัพท์ มีคนมาขอพบ หรือไปห้องน้ำ) พฤติกรรมของครู เบี่ยงเบนออกไปจากแบบแผนปกติที่นักเรียนส่วนใหญ่รับรู้ ในแง่นี้เราจึงนิยามอารมณ์ขันได้ว่าเป็นการเล่นกับความหมายที่มีแบบแผนแน่นอนอยู่แล้ว (Institutionalized Meaning) และความหมายใหม่มีลักษณะแหวกจากรอบที่วางไว้

มนุษย์สามารถหยิบเอาเรื่องรอบตัวมาล้อเลียนได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องในครอบครัว เรื่องระหว่างมิตรสหาย เรื่องศิลปวัฒนธรรมหรือเรื่องการเมืองที่ทุกคนมีประสบการณ์ร่วมในชีวิตประจำวัน วิธีการเล่นตลกกับเหตุการณ์เหล่านี้ ทำให้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับเจตนาของเจ้าของอารมณ์ขันว่าต้องการเล่นตลกแบบจำจืด หรือว่าต้องการล้อเลียนอย่างเบา ๆ เพื่อหยอกเย้าหรือเสียดสีรุนแรง

การเล่นตลกประเภทเสียดสีหรือ Satire นอกจากจะสร้างความขบขันแล้ว ยังทำให้ทั้งผู้เล่นเกิดความสะใจที่ได้หัวเราะใส่คนอื่น หรือเป็นการระบายความคับข้องใจบางประการ ซึ่งโดยปกติถูกเก็บกดเอาไว้ การเล่นตลกในแนวนี้มักเป็นการเสียดสีการเมืองหรือการวิพากษ์วิจารณ์ปัญหาสังคม ความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือสถาบันทางสังคมอื่น ๆ

ตัวอย่างของ Satire ที่เราเห็นเป็นประจำ คือ การตั้งฉายาให้กับบุคคลที่มีชื่อเสียงต่าง เช่นในแวดวงนักการเมือง โดยอาจจะเป็นการล้อเลียน ในลักษณะเล่นกับคุณสมบัติต่าง ๆ เช่น คุณชวน หลีกภัย อดีตนายกรัฐมนตรี ผู้มีฝีปากในการให้สัมภาษณ์ แบบสุภาพแต่แฝงไปด้วยลำบัดสำนวน จนคนที่ถูกกล่าวถึงต้องรู้สึกสะดุ้งสะเทือน ซึ่งคุณสมบัติลักษณะนี้ บรรดานักข่าวก็ได้ตั้งฉายาว่า “ มืดโถงอาบน้ำผึ้ง ” หรือแม้กระทั่งการล้อเลียนในสรีระของบุคคลสำคัญ ก็ได้มีการล้อเลียนในลักษณะนี้เป็นประจำ เช่น การตั้งฉายาคุณบรรหาร ศิลปอาชา อดีตนายกรัฐมนตรีอีกท่านหนึ่ง ที่มีสรีระทางด้านรูปร่างที่ไม่สูงนัก เหมือนกับอดีตผู้นำของสาธารณรัฐประชาชนจีน ท่านหนึ่งนั่นคือ เต็ง เสี่ยว ผิง ก็ได้มีการตั้งฉายาว่า “ เต็ง เสี่ยว หาร ” ซึ่งเป็นการล้อเลียนโดยมีแง่มุมตลกแฝงอยู่

อย่างไรก็ตาม การถอดมุขตลกในสื่ออื่น ๆ จึงเป็นเรื่องที่มีความลึกซึ้ง ต้องอาศัยประสบการณ์ร่วมระหว่างฝ่ายที่สร้างสรรค์เรื่องตลกและฝ่ายรับรู้ ผู้ที่อยู่นอกบริบทนั้น ๆ มักจะไม่เข้าใจเรื่องราวที่กำลังสื่อกันอยู่ และข้อจำกัด คือ “ไม่เห็นชั้น” หรือไม่เกิดอารมณ์ร่วม

การสร้างอารมณ์ขัน จึงเป็นวิธีการที่จะช่วยให้ผู้ฟังสนใจผู้พูด รศ. ดร. วีระพล สุวรรณนันท์ ได้กล่าวถึงประเภทของอารมณ์ขันไว้ ดังนี้

1. อารมณ์ขันที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่มีผิดแผกแตกต่างไปจากความรู้สึกนึกคิดของบุคคลหรือคนในสังคมนั้น ๆ เช่น

- 1.1 การใช้ภาษา ศัพท์แสลง ซึ่งส่วนใหญ่ได้มาจากโฆษณาและหนังสือพิมพ์
- 1.2 การตั้งชื่อคนตามชื่อดอกไม้ เช่น นางยี่สุ่น หรือตามคนในภาคอื่น เช่น คำนำหรือตามฝรั่ง เช่น โรเบิร์ต แซ่แต้

2. อารมณ์ขันที่เกิดจากการเปรียบเทียบ เช่น

- 2.1 เปรียบรูปร่าง ลักษณะ ช้วน ผอม สูง เตี้ย
- 2.2 สลับคำทำให้เกิดความหมายใหม่ เช่น ผู้แทนจากเขมรเสนอว่า “ปัญหาที่สำคัญที่สุดควรเป็นปัญหา Men without land” แต่ผู้แทนผู้หญิงของเวียดนามพูดว่า “ปัญหาที่สำคัญที่สุดไม่ใช่ Men without land แต่เป็น Land without Men” (เพราะคนเวียดนามรบกันมาก จนเหลือแต่ผู้หญิง)
- 2.3 นำคำต่างประเทศมาเทียบเคียง เช่น planning พูดว่า plan แล้วนิ่ง กำสี่ กำชา พูดเป็น ทีละสี่ ทีละสาม
- 2.4 คำพูดที่มีความหมายสองแง่ สองมุม เช่นบางคนเขาก็ว่าผมมีเมียน้อย บางคนก็ว่าผมมีเมียมาก หรือพูดถึงวันทอง นกตะกรุม ให้ผู้ฟังคิดความหมายกันไปเอง
- 2.5 นำคำศัพท์มาผูกเป็นโคลงกลอน โดยแผลงจากโคลงกลอนของบุคคลอื่น เช่น

โตโตในโลกล้วน	อนิจจัง
คนบ่ดูหนังสือยัง	สอบได้
คนดูหนังสือหัวแทบพัง	ยังสอบ ตกเลย
เหตุฉะนั้นไซ้	อย่าได้ดูมัน

หรือ ทุกขโต ทุกขฐาน์ ทุกข์ไม่มีสตั้งค์ ทุกข์จนหัวโต

- 2.6 อารมณ์ขันเกิดจากการต่อมตัว เช่น ดิฉันชื่อแจ้วแห้ว แต่ตัวไม่แจ้วเหมือนชื่อหรือผมเป็นนายกฯ มาประมาณ 1 ปี แต่หย่อนไปราว ๆ 11 เดือน

3. อารมณ์ขันอื่น ๆ

- 3.1 ผู้ฟังคาดไม่ถึง เช่น ผมอายุจนไม่รู้จะเอาหน้าไปไว้ที่ไหน (หยุดนิดหน่อย) แล้วถามว่า เอาไว้ที่เดิมหรือเอาไว้บนบ่า
- 3.2 ตลกที่เกิดจากคำวน
- 3.3 ตลกที่เกิดจากคำย่อ เช่น สบม. ยห.
- 3.4 ตลกที่เกิดจากการพูดภาษาไม่ชัดเจน
- 3.5 ตลกที่เกิดจากการเลียนแบบบุคคล หรือสัตว์
- 3.6 ตลกที่เกิดจากแบบบ้านนอกเข้ากรุง
- 3.7 ตลกที่เกิดจาก dirty joke หรือ clean joke

นอกจากนี้ คนไทยส่วนใหญ่มักจะมีเรื่องขำขันเกิดจากการปล่อยไก่ หรือทำอะไรไม่ทันต่อเหตุการณ์ไม่ทันสมัย เรื่องขำขันจึงนิยมเรื่องบ้านนอกเข้ากรุง นักเรียนนั่งหลับในชั้นถูกครูถาม การแบ่งทับชาติอื่นว่าคนไทยแน่ที่สุด ขำขันที่เกิดจากภาษา เช่น คนเหนือ อีสาน ใต้ หรือจีน แหก พูดไทยไม่ชัด และคำราชาศัพท์ที่คนธรรมดาพูดผิด

จะเห็นได้ว่า แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอารมณ์ขัน สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. อารมณ์ขันเป็นการก้าวร้าว ดูหมิ่น

2. อารมณ์ขันเป็นสิ่งบริสุทธิ์ เป็นความสนุกสนาน .

ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีผู้ศึกษาการนำอารมณ์ขันมาใช้ในรายการวิทยุ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดการสร้างอารมณ์ขันดังกล่าวข้างต้นนี้มีเป็นแนวทางในการศึกษาเรื่อง การนำอารมณ์ขันมาใช้ในรายการวิทยุประเภทปกิณกะบันเทิง รายการ “ตามมาซิจ๊ะ...โดน”

4. ทฤษฎีการเล่น

William Stephenson (1976) ได้อธิบายการเล่น (play) กับงาน (work) โดยกล่าวว่า การเล่นเป็นกิจกรรมที่สนองตอบต่อตนเองและมุ่งให้ได้รับความเพลิดเพลินจากการเล่นนั้น ในขณะที่การงานเป็นกิจกรรมที่มุ่งให้เกิดประโยชน์ เช่น เพื่อผลิตสินค้า บริการ ความคิดหรือเพื่อจุดประสงค์อื่น ๆ เราได้แยกแยะระหว่างการควบคุมทางสังคมกับการปฏิบัติตามกัน หรือที่เรียกว่า การบรรจบกันของการเลือกสรร (convergent selectivity) หมายถึง คนในสังคมเลือกอะไรที่เหมือนกันท่ามกลางทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ Stephenson มีทัศนะว่า คนเราไม่ชอบการงานซึ่งจริงจังและน่าเบื่อหน่าย แต่ชอบการเล่นเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน ซึ่งช่วยให้ความยุ่งยากต่าง ๆ ในชีวิตจริงผ่อนคลายลง โดยทั่วไปแล้วคนเราไม่อาจแยกแยะระหว่างการงานกับการเล่นออกจากกัน จึงมีการปนเปกันในลักษณะการเล่นที่มีการงานและการงานที่มีการเล่น

ทฤษฎีการเล่น (The Play Theory) มีความคิดหลักที่ว่า คนเราต้องการการสื่อสารเพื่อความเพลิดเพลินมากกว่าข่าวสารที่จริงจัง เพราะคนเรารับข่าวสารจากหลายทาง แม้คนจะรู้ข่าวสารนั้นอยู่แล้ว แต่ก็ยังรับข่าวสารจากสื่อมวลชนได้อีก เพื่อสนองความต้องการของผู้รับและการสนองความต้องการบางอย่างของตนเองในการสื่อสารนั้น มีเรื่องของความต้องการของผู้รับและการสนองความต้องการอยู่ด้วยเสมอ เมื่อคนเราต้องการการสื่อสารเพื่อความเพลิดเพลิน สื่อมวลชนก็มักจะสนองความต้องการในด้านนั้น โดยเสนอเนื้อหาที่ทำให้ผู้รับเพลิดเพลิน คือ ให้ความบันเทิงไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสังคมหรือทางการเมืองก็ตาม จึงอาจกล่าวได้ว่าการเล่นหรือการเลือกสรรของคนเรา มักโน้มเอียงไปในทางที่เป็นการเล่นเพื่อความสนุกสนานมากกว่าที่จะสื่อสารกันอย่างเป็นทางการ ซึ่งทำให้เกิดความเครียด นับตั้งแต่อดีตที่ผ่านมาสื่อมวลชนจะไม่ทำให้ผู้รับสื่อเกิดความอึดอัด เพราะสิ่งที่ผู้รับมุ่งหวังจากสื่อมากที่สุด คือ ความเพลิดเพลินสนุกสนาน

Stephenson กล่าวว่า สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่ให้ความบันเทิง ซึ่งสนองตอบต่อจุดประสงค์ 3 ประการ คือ ทำให้คนมีเรื่องพูดคุยกัน และทำให้เกิดการขัดเกลาทางสังคม กล่าวคือ สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อขนบธรรมเนียมในรูปของการเล่น ทำให้คนมีการประพฤติปฏิบัติที่เหมือนกัน ให้การพักผ่อนหย่อนใจและทำให้มีชีวิตที่สบาย ๆ อีกประการหนึ่ง คือ มีบทบาทเป็นด้านหน้าของการเปลี่ยนแปลง คือ เลิกล้มความเชื่อเก่า ๆ และเอาความเชื่อใหม่ ๆ ใส่เข้าไปแทน

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีการเล่นนี้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อความเพลิดเพลิน ในแง่ของความต้องการที่มีร่วมกันของผู้รับ เพราะผู้รับไม่ได้มุ่งหวังอะไรจากสื่อ นอกเหนือไปจากความสนุกสนานเพลิดเพลิน

จากแนวความคิดหลักของทฤษฎีการเล่นที่ว่า คนเราต้องการการสื่อสารเพื่อความเพลิดเพลินมากกว่าต้องการข่าวสารที่แท้จริง เมื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์การนำอารมณ์ขันมาใช้ในรายการวิทยุประเภทปกิณกะบันเทิงของรายการ “ถามมาซิ...โดน” ซึ่งจะช่วยให้เกิดความเข้าใจว่า เนื้อหาและรูปแบบของรายการมีวิธีการเล่าที่สอดคล้องกับทฤษฎีนี้มากน้อยเพียงไร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิรบุญย์ ทศนบรรจง (2534) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาเชิงวิเคราะห์ลักษณะของภาพยนตร์ไทยยอดนิยมประเภทวัยรุ่น” โดยมีจุดประสงค์เพื่อทราบถึงรูปแบบ ลักษณะและการใช้เทคนิคทางภาพยนตร์ของภาพยนตร์ไทยยอดนิยมประเภทวัยรุ่น พบว่า รูปแบบของภาพยนตร์มีโครงเรื่องที่แสดงถึงชีวิตของนักเรียนนักศึกษา มีการสร้างความขัดแย้งและจบอย่างยินดี มีแนวคิดเกี่ยวกับเพื่อนเป็นหลัก และที่สำคัญที่ขาดไม่ได้คือ มุขตลก ซึ่งแบ่งได้เป็นมุขตลกจากสถานการณ์ มุขตลกจากบุคลิกตัวละคร มุขตลกเสียดสี มุขตลกจากการตัดต่อ มุขตลกจากการดำเนินเรื่อง

มาณิษา พิศาลบุตร (2533) ได้ศึกษาเรื่อง “การสื่อความหมายในนิตยสารการ์ตูนชายหัวเราะฉบับกระเป่า” โดยมีจุดประสงค์เพื่อทราบถึงรูปแบบของภาพการ์ตูน เนื้อหาที่สะท้อนภาพสังคมไทย และทราบถึงกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในภาพการ์ตูนชายหัวเราะฉบับกระเป่า พบว่า รูปแบบในการนำเสนอภาพการ์ตูนประกอบด้วย แก่นเรื่อง โครงเรื่อง ฉาก ตัวละคร การใช้

ภาษาในลักษณะบทสนทนา และแหล่งวัตถุดิบ ทางด้านเนื้อหานั้นจะเป็นการล้อเลียนสิ่งต่างๆ ได้แก่ ข่าวประจำวัน บทเพลง ภาพยนตร์โทรทัศน์ ปัญหาสังคม ตัวละครและอาชีพ ส่งกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันนั้นพบว่า มีมุขตลกในเรื่องของการซ่อนปม การหักมุม การทำเรื่องใหญ่ให้เป็นเรื่องเล็ก ความแตกต่างระหว่างยุคสมัย การใช้ศัพท์เฉพาะวงการ การใช้ลักษณะนิสัยและความเป็นอยู่ และสิ่งเกินความจริง

พรทิพย์ ท้วมเจริญมย์ (2536) ได้ศึกษาเรื่อง “บทบาทของสื่อมวลชนเพื่อความบันเทิงต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม” พบว่า นักศึกษามีการใช้สื่อมวลชนทุกประเภท และเลือกรับเนื้อหาจากสื่อโดยขึ้นอยู่กับความพึงพอใจและความต้องการของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ คือ ความต้องการด้านอารมณ์ การผ่อนคลายความตึงเครียด ความต้องการได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนมากกว่าความต้องการได้รับความรู้ที่จริงจัง

เมธา เสรีนาวงค์ (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์รูปแบบ เนื้อหา และกลวิธีการนำเสนอมุขตลกของรายการตลกทางโทรทัศน์ และวีดีโอเทป” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ เนื้อหา และกลวิธีการนำเสนอมุขตลกของรายการตลกทางโทรทัศน์และวีดีโอเทป พบว่า รูปแบบของรายการตลกเป็นการผสมผสานกันระหว่างรูปแบบ “จำอวด” และ “ละครย่อย” โดยจะมีลักษณะใดมากกว่ากันขึ้นอยู่กับเงื่อนไขต่างๆ ของการสร้างสรรครายการ ในส่วนของเนื้อหา มุ่งเสนอเรื่องที่เป็นประเด็นของสังคมตามลำดับจากมากไปหาน้อย ในส่วนกลวิธีการนำเสนอ เป็นการเล่นตลกกับเรื่องในชีวิตประจำวัน กลไกของชีวิต ภาษา ความรู้สึก และสามัญสำนึก

พรรณทิพา อุปลวรรณ (2540) ได้ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การใช้อารมณ์ขันในการโฆษณาทางโทรทัศน์” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การใช้อารมณ์ขันที่ถูกนำมาใช้ในภาพยนตร์โทรทัศน์สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มด้วยกันคือ กลุ่มแรกเป็นกลุ่มที่ถูกนำมาใช้มากที่สุด ได้แก่ ตลกจากตัวละคร ตลกจากกลไกของโครงเรื่อง และตลกล้อเลียนเสียดสี กลุ่มที่สองเป็นกลุ่มกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในระดัปลานกลาง ได้แก่ ตลกจากภาษา ตลกจากหักมุม และตลกจากไหวพริบ ส่วนกลุ่มที่สาม เป็นกลุ่มกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้น้อยที่สุด ได้แก่ ตลกกรักกระจุ่มกระจิม และตลกโครมความ ส่วนตลกกลามกอนาจรพบว่า ไม่มีการนำมาใช้ในภาพยนตร์โฆษณาของไทยเลย

Jerry Palmer (1994) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องตลกในงานที่ชื่อว่า Taking Humour Seriously ซึ่งในตอนหนึ่ง พาล์มเมอร์ได้ชี้ให้เห็นว่า ถึงแม้ว่าจะเป็นเรื่องยากที่จะระบุถึงบทบาทหน้าที่ของอารมณ์ขันแต่ก็หลีกเลี่ยงไม่ได้เลยที่จะสรุปว่า อารมณ์ขันนั้นถูกนำมาใช้ในหลากหลายทาง และหลากหลายสภาพแวดล้อม ด้วยเหตุผลนี้เองจึงกล่าวได้ว่า บทบาทหน้าที่ของอารมณ์ขันนี้มีอยู่ เช่น เป็นสิ่งปลดปล่อยความกดดันบางอย่างในสังคม หรือในบางครั้งอารมณ์ขันก็ยังถูกใช้เป็นเครื่องมือเชื่อมโยงไปสู่ public agenda หรือเรื่องราวที่อยู่ในความสนใจของสาธารณชนด้วย

Wanzer, M. Boot-Butterfield and S. Boot-Butterfield (Communication Quarterly, 1995) คณะอาจารย์จากคณะนิเทศศาสตร์พัฒนาการและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเวอร์จิเนียตะวันตก และมหาวิทยาลัยมิซซู ได้ศึกษาเรื่อง “คนที่มีอารมณ์ขัน” (The Funny People: A Source Orientation to the Communication of Humour) ในฐานะผู้ส่งสารที่มีอารมณ์ขัน ส่งผลกระทบต่อการใช้สื่อสาร พบว่าอารมณ์ขันมีความสัมพันธ์กับการสื่อสารอย่างลึกซึ้งซึ่งอารมณ์ขันทำให้เกิดความประทับใจที่ติดต่อผู้สื่อสาร ช่วยในการปรับตัวของผู้สื่อสาร และทำให้มีกลวิธีการสื่อสารกว้างขึ้น ซึ่งอารมณ์ขันเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความบันเทิงในสื่อมวลชนมานานแล้ว

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่กล่าวมา ผู้วิจัยจะนำมาใช้ประโยชน์ในด้านการสรุปวิเคราะห์ข้อมูล ตีความและอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย