

การพัฒนาารูปแบบรายการโทรทัศน์หาคู่ของผู้สูงวัยชาวจีน เพื่อความสัมพันธ์ใหม่ Development of Elderly Chinese Dating TV Program for “Relational Transformation”

Wang Jie Qun* และประภาส นวลเนตร**

วันรับบทความ 3 กุมภาพันธ์ 2567 / วันแก้ไขบทความ 6 มีนาคม 2567 / วันตอบรับบทความ 13 มีนาคม 2567

บทคัดย่อ

รายการโทรทัศน์ ประเภทหาคู่ของผู้สูงวัย บ่งบอกลักษณะโครงสร้างครอบครัว และความต้องการทางสังคม งานวิจัยนี้ มุ่งสำรวจลักษณะของผู้ชมชาวจีน ค้นหาปัจจัยความล้มเหลวและความสำเร็จของรายการหาคู่ และเสนอรูปแบบรายการหาคู่ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัย งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบจากเอกสาร การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญรายการหาคู่ และการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุชอบดูเบื้องหลังความสัมพันธ์ในครอบครัวของผู้มาหาคู่ ชอบผู้ที่มีประสบการณ์ชีวิตมาก ชอบดูกิจกรรมในชีวิตประจำวัน และชอบการใช้ฉากสถานที่นอกสตูดิโอ แต่ไม่เห็นด้วยกับการแสดงกิริยารักใคร่อย่างเปิดเผย ข้อดีของรายการคือ ช่วยลดความเหงาและโดดเดี่ยวของผู้สูงวัย ความล้มเหลวของรายการเกิดจากการปรุงแต่งเนื้อหามากไป ขาดข้อมูลจริง ช่วงระยะเวลารายการสั้นเกินไป และคำแนะนำแบบสำเร็จรูปของผู้ให้คำปรึกษา ด้านปัจจัยความสำเร็จคือ สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้สูงวัยสร้างความสัมพันธ์ใหม่ จับกลุ่มเป้าหมายได้ รูปแบบรายการดี เนื้อหารายการตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกคนดู การเลือกผู้มาหาคู่ที่มีชีวิตน่าสนใจ และบทบาทของพิธีกร รูปแบบรายการหาคู่ของผู้สูงวัยที่ดี คือตอบสนองความต้องการทางอารมณ์และสังคม เนื้อหารายการมีความหลากหลาย เสนอชีวิตจริง เปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วม และมีการบูรณาการวัฒนธรรมประเพณีที่มีคุณค่าของจีนกับเนื้อหารายการ

คำสำคัญ: การสร้างความสัมพันธ์ใหม่ รายการโทรทัศน์ประเภทหาคู่ ผู้สูงวัยชาวจีน

Abstract

Dating TV programs have become popular as they are closely related to the evolution of family structures and the elderly's emotional needs. The research explores the characteristics of Chinese audiences to a dating TV program, discovers the failure and success factors, and proposes a format of dating TV programs suitable for the elderly. The research

* นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, email: miaomiao_6515@qq.com

** อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, email: prapas9@yahoo.com

used comparative analysis of related documents, an interview with some experts in dating TV programs, and a questionnaire survey. The results revealed that the elderly loved to learn the relationship among the family members of those who participated in the programs, especially from those with rich life experience. They also preferred learning the participants' daily life and seeing on-location scenes to studio. The most preferable advantage was that dating TV programs can deal with their social isolation and loneliness. The weaknesses of this kind of program included performative and superficial settings for single guests, hasty decision due to speed dating, lack of truthful information, and too much commercialism and stylized advice from invited counselors. The key success factors of dating TV programs for the elderly were that they can inspire their audience to build relationship for relational transformation. The programs were also found to touch their target audiences deeply since they were attractive and cast people as guests for dating appropriately. Finally, the programs provided a variety of contents, disclosing the true life of the guests, integrating cultural stuff into the contents, and allowing viewers to take part in the program.

Keywords: Chinese elderly, Dating TV Program, Relational transformation

1. ที่มาและความสำคัญ

สังคมจีนกำลังก้าวสู่สังคมผู้สูงวัย ซึ่งส่วนมากยังนิยมรูปแบบความบันเทิงแบบเดิม คือ การติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ ข่าว และละครชีวิต รายการวาไรตี้ประเภทจับคู่หาคู่ เป็นอีกประเภทที่ผู้ผลิตรายการวาไรตี้ทางโทรทัศน์ ในสาธารณรัฐประชาชนจีนเห็นเป็นโอกาสทางธุรกิจความบันเทิงเพื่อสร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่ คือกลุ่มผู้สูงวัยซึ่งกำลังกลายเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศในอนาคตอันใกล้ ในแง่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ นอกจากได้กลุ่มเป้าหมายใหม่ การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ให้สอดคล้องกับสภาพสังคมยังจัดเป็นความสำคัญของการสื่อสารมวลชน เพราะการนำเสนอความบันเทิง คือหน้าที่ประการหนึ่งของสื่อมวลชน รวมถึงการสะท้อนแนวคิดและวิถีชีวิตของคนในสังคม (Ort, et al., 2021)

ในทศวรรษ 1960 รายการโทรทัศน์ประเภทหาคู่สำหรับคนโสดเกิดขึ้นครั้งแรกในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นรูปแบบรายการประเภทเกมโชว์และได้รับความนิยมมาก กลายเป็นรูปแบบรายการของสื่อโทรทัศน์ที่ผลิตและเผยแพร่ในอีกหลายประเทศ ระหว่างปี ค.ศ. 1980-2000 การพัฒนาเนื้อหารายการเริ่มเข้มข้นมากขึ้น จากเดิมที่เป็นการค้นหาความสัมพันธ์ระดับคนรัก ได้เปลี่ยนเป็นการตัดสินใจเลือกหาเจ้าสาว เพื่อมีพิธีแต่งงานในที่สุด โดยเฉพาะรายการ *"Don't Tell the Bride"* ในอังกฤษ และ *"Bridezillas"* ในสหรัฐอเมริกา โด่งดังเป็นที่รู้จักมากในเวลานั้น ในต้นศตวรรษที่ 21 ได้เกิดรายการประเภท "เรียลิตี้" (reality) หรือการนำเสนอเนื้อหาชีวิตจริง เกิดขึ้นจริงกับชีวิตของบางคนในสังคม โดยนำมาจำลองเหตุการณ์เผยแพร่เป็นรายการโทรทัศน์ จากกระแสความนิยมเนื้อหาประเภทเรียลิตี้ รายการประเภทจับคู่หาคู่ของ

สถานีโทรทัศน์ประเทศต่าง ๆ ได้ปรับเน้นรูปแบบรายการเพื่อรับกับกระแสความนิยมดังกล่าว โดยให้ความสัมพันธ์ของผู้มาหาคู่ พัฒนาเป็นชีวิตคู่รัก คู่แต่งงานในที่สุด (Yu, Y. P., 2020)

พัฒนาการของรายการประเภทนัดบอด ที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์และสื่อทีวีออนไลน์ แบ่งออกเป็น 4 ชนิด (Fei, Y. X., 2020) รายการชนิดแรกคือ เกมโชว์หาคู่ โดยรายการทำหน้าที่หาคู่ให้แก่ผู้ที่ต้องการค้นหาบุคคลที่มีลักษณะตามที่คาดหวัง เพื่อโอกาสพัฒนาเป็นคู่รักในชีวิตจริง ในรายการจะมีผู้ร่วมรายการที่มีประสบการณ์ชีวิตรัก ชีวิตแต่งงาน ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา เสนอความคิดเห็นแก่ผู้ที่มาหาคู่ ส่วนผู้ดำเนินรายการและทีมทำรายการ ทำหน้าที่กำหนดเนื้อหาและรูปแบบรายการเพื่อโอกาสทำความรู้จักกันระหว่างผู้มาหาคู่กับผู้เสนอตัวแข่งขัน

รายการหาคู่อีกชนิด คือ รายการหาคู่เรียลิตี้ รายการชนิดนี้ มักมีผู้ร่วมรายการหลายคู่ โดยแต่ละคู่เกิดจากวิธีการคัดสรรตามกติกาที่กำหนดในรายการ แนวรายการคือ ผู้ร่วมรายการทดลองทำกิจกรรม บททดสอบ หรือความท้าทายลักษณะต่าง ๆ ที่รายการเตรียมไว้ กระทั่งได้คู่ที่ผ่านการทดสอบด้วยคะแนนมากที่สุด เป็นคู่ที่เรียนรู้กัน และสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันตามสภาพที่เกิดขึ้นจริงบนเงื่อนไขที่รายการกำหนด ความสัมพันธ์จากรายการชนิดนี้ จัดเป็นวิธีการสร้างสัมพันธ์ได้อย่างแท้จริงและรวดเร็ว

ชนิดที่ 3 คือ รายการหาคู่แต่งงาน รูปแบบรายการคือ การทดลองชีวิตแต่งงานโดยคู่โสดชายหญิง ในรายการอาจมีเพียงคู่เดียว หรือเปรียบเทียบระหว่างหลายตัวเลือก เป็นการทดลองใช้ชีวิตร่วมกันตามภารกิจต่าง ๆ เช่น เวลาและพฤติกรรมกรตื้นนอนตอนเช้า อาหารที่ชอบและบรรยากาศการกินอาหารในแต่ละมื้อ พฤติกรรมการออกไปทำงานและกลับจากที่ทำงาน การดูแลทำความสะอาดบ้าน และการจัดการกับปัญหาทั่วไปในบ้าน รายการหาคู่ชนิดนี้ เน้นการตัดสินใจหาคู่เพื่อชีวิตแต่งงาน ลักษณะกิจกรรมในรายการต้องเอื้อให้ผู้มาหาคู่สามารถค้นหาคู่ของตัวเองได้มากที่สุด เพราะเป็นการหาคู่เพื่อตัดสินใจแต่งงานด้วยในที่สุด

ลักษณะรายการประเภทหาคู่ชนิดสุดท้าย คือ ความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนม แนวทางของรายการหาคู่ประเภทนี้ มักมีแขกรับเชิญที่เป็นดารา บุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นคนดัง หรือแนว “เซเลบ” (celebrity) เพื่อพูดคุยเกี่ยวกับปัญหา และแนวทางการพัฒนาความสัมพันธ์ กระทั่ง มีความใกล้ชิดสนิทสนม หรือเป็น “คนรู้ใจ”

Zhou, W. J. (2020) ได้ค้นพบว่า นับวัน ความนิยมรายการโทรทัศน์ ประเภทหาคู่แนวเรียลิตี้เพิ่มมากขึ้น เพราะคนดูและผู้ประสงค์เข้าร่วมรายการเห็นว่า ผู้มาหาคู่ประสบความสำเร็จสมหวังในการหาคู่รักคู่ชีวิต ความสนใจของกลุ่มคนดูรายการกลายเป็นปัจจัยทำให้ผู้ผลิตรายการพยายามคิดค้นรูปแบบรายการแปลกใหม่และแตกต่าง มีการปรับเปลี่ยนสถานที่ถ่ายทำรายการจากในห้องส่ง เป็นสถานที่จริงนอกห้องส่ง กิจกรรมระหว่างผู้ร่วมรายการเพิ่มมากขึ้น มีช่วงเวลาอยู่ด้วยกันเพื่อเรียนรู้กันมากขึ้น มีการเพิ่มบทบาทและคุณสมบัติของผู้สังเกตการณ์ หรือที่ปรึกษาสำหรับผู้มาหาคู่ รวมถึงการสัมผัสกับชีวิตครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อน เช่นรายการ “Married at First Sight” ในออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา รายการ “If You Are the One” ในสาธารณรัฐประชาชนจีน รายการ “Heart Signal” ของประเทศเกาหลีใต้ รายการ “Confessions Enforcement Committee” ของญี่ปุ่น รายการ “Undressed” ของอิตาลี และรายการ “Indian Matchmaker” ในอินเดีย ทั้งนี้ Ren, H., & Jia, F. R. (2022) มีความเห็นว่า ความแพร่หลายของรายการประเภทหาคู่บนสื่อโทรทัศน์ และทีวีอินเทอร์เน็ต เกิดจากกระแสความนิยมเสพความบันเทิงบนสื่อ

โทรศัพท์มือถือ และแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ พื้นที่เหล่านี้ กลายเป็นปัจจัยสนับสนุนการเผยแพร่ความบันเทิงรูปแบบรายการหาแบบข้ามพรมแดน ข้ามวัฒนธรรม มีการเลียนแบบรูปแบบรายการจากประเทศหนึ่งเพื่อปรับเข้ากับวัฒนธรรมของประเทศ สิ่งเหล่านี้ ทำให้การคิดค้นสร้างสรรค์รูปแบบรายการที่แปลกใหม่ มีอย่างต่อเนื่อง

ในยุคดิจิทัล วิถีชีวิตในสังคม คือ การใช้ชีวิตในแต่ละวันแบบเร่งด่วน เต็มไปด้วยการแข่งขัน ใช้สื่อเคลื่อนที่เช่นโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต และโซเชียลแอปพลิเคชัน เป็นเครื่องมือเพื่อกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งเรื่องธุรกิจ การงานและเรื่องส่วนตัวในการสื่อสารสนทนา ผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงและติดต่อกันได้ทุกที่ ทุกเวลา ธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหาคู่ ขยายขอบเขตไปทั่วโลก ไม่จำกัดเฉพาะในประเทศ เกิดการสร้างสรรค์รูปแบบรายการใหม่ เพื่อดึงดูดผู้สนใจให้เข้าร่วมกิจกรรม สอดคล้องกับอัตราที่เพิ่มขึ้นของจำนวนคนโสดในแต่ละสังคม แต่ละประเทศ อีกนัย เพื่อตอบสนองจำนวนคนโสดที่เพิ่มขึ้น สื่ออินเทอร์เน็ตทำให้รายการประเภทหา มีรูปแบบหลากหลายมากขึ้น (Mao, L. N., 2021) โลกในยุคสื่อใหม่หรือสื่อดิจิทัล มีสิ่งตอบสนองคนรุ่นใหม่หรือวัยรุ่นหลากหลายมากมาย ขณะที่ชีวิตของคนรุ่นเก่าบัดนี้กลายเป็นผู้สูงวัย อาจผ่านการมีชีวิตคู่ อาจเลิกรา หย่าร้างหรือตายจาก และ/หรือมีลูกหลานแล้ว แต่พวกเขามีชีวิตภายใต้บริบทแห่งสังคมเทคโนโลยีดิจิทัลเช่นกัน นอกจากนี้เป็นผู้ชม ทำอย่างไร ผู้สูงวัยในสังคมจะสามารถเป็นผู้ร่วมรายการความบันเทิงประเภทจัดหาคู่บนสื่อโทรทัศน์ ที่ปัจจุบันต้องเผยแพร่คู่ขนานบนช่องทางทีวีอินเทอร์เน็ต ในยุคที่รายการความบันเทิงมีการแข่งขันสูง ผู้ชมเปลี่ยนใจและเปลี่ยนรสนิยมได้ตลอดเวลา รวมถึงสามารถสื่อสารกับผู้ผลิตรายการ นักแสดง และดาราร่วมช่องทางสื่อสังคมออนไลน์โดยตรง ผู้ผลิตรายการหาไรดีความบันเทิง ต้องสร้างสรรค์ความแปลกใหม่ สร้างนวัตกรรมความบันเทิงเพื่อครองใจคนดูให้อยู่กับรายการให้นานที่สุดและมากที่สุด อีกทั้งต้องสร้างกลุ่มผู้ชมเป้าหมายใหม่เพื่อตอบสนองกับการตลาดแบบดิจิทัล การเลือกผู้สูงวัยเป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่จึงเป็นทางออกของรายการโทรทัศน์ประเภทจัดหาคู่ โดยเฉพาะในประเทศที่อัตราประชากรส่วนมากเป็นผู้สูงวัย (Sun, S., 2021)

โดยสรุป กรอบแนวคิดสำหรับงานวิจัยนี้ เกี่ยวข้องกับตัวแปร 3 ด้าน คือ ความเข้าใจถึง (1) สาเหตุความสัมพันธ์เหลว (2) ปัจจัยความสำเร็จ และ (3) ลักษณะและความชอบของผู้ชม ที่มีต่อรายการโทรทัศน์ประเภทหา มีความสัมพันธ์กับการสร้างสรรค์รูปแบบรายการโทรทัศน์หาที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัยชาวจีน เพื่อความสัมพันธ์ใหม่

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาารูปแบบรายการโทรทัศน์หาของผู้สูงวัยชาวจีน เพื่อความสัมพันธ์ใหม่” มีวัตถุประสงค์ เพื่อค้นหาลักษณะผู้ชมรายการประเภทหา และความคาดหวังของผู้ชม ค้นหาปัจจัยความสัมพันธ์เหลวและความสำเร็จของรายการ และเพื่อเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์ ประเภทหา ที่เหมาะสมต่อกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้สูงวัยชาวจีน

3. วิธีการศึกษาวิจัย

งานวิจัยนี้ ใช้การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบจากเอกสาร การสัมภาษณ์ และการสำรวจความคิดเห็น ด้วยแบบสอบถาม

3.1 การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ งานวิจัยนี้ มีการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบรายการโทรทัศน์ประเภทหาคู่ จาก 10 ประเทศทั่วโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เกาหลีใต้ จีน ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เยอรมัน สเปน อินเดีย และอิตาลี ร่วมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับรายการหาคู่ในแต่ละประเทศ และรายการโทรทัศน์หาคู่สำหรับชาวจีน 3 รายการ คือ “Heartbeat Signals”, “See You Again” และ “When We Met You” เพื่อค้นหาและสรุปสาเหตุความล้มเหลวของรายการโทรทัศน์ ประเภทหาคู่

3.2 การสัมภาษณ์ ประชากรที่ใช้เพื่อการสัมภาษณ์ คือ ผู้เชี่ยวชาญชาวจีนและชาวไทยที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ ประเภทหาคู่ ในแง่เป็นผู้ดำเนินรายการ ผู้ผลิตรายการ และ/หรือผู้กำกับรายการ โดยสร้างชุดคำถามเพื่อการสัมภาษณ์ในหัวข้อปัจจัยความสำเร็จของรายการโทรทัศน์ ประเภทหาคู่ โดยเฉพาะการหาคู่ของผู้สูงวัย และได้จำแนกคำถามเพื่อลงรายละเอียดในประเด็นเกี่ยวกับรูปแบบรายการ เนื้อหารายการ ผู้ดำเนินรายการ และผู้ร่วมรายการ ประโยชน์ของรายการหาคู่ ตลอดจนลักษณะของรูปแบบรายการหาคู่ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัยชาวจีน

3.3 การสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม งานวิจัยกำหนดประชากรศึกษาแบบเจาะจง โดยให้เป็นผู้สูงวัยชาวจีนอายุระหว่าง 50-70 ปี อาศัยอยู่ในเมือง Jinzhong จังหวัด Zhanxi เลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ความคลาดเคลื่อนที่ 5% ได้เป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างประมาณ 400 ราย ทำหน้าที่ตอบคำถามปลายปิดและเปิดเกี่ยวกับการชมรายการโทรทัศน์ประเภทหาคู่ โดยสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป รสนิยมการดูรายการหาคู่ ความคาดหวังต่อรายการหาคู่ของผู้สูงวัย และข้อดีของรายการ รวมถึงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบรายการหาคู่ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัยชาวจีน

4. ผลและอภิปรายผลการวิจัย

4.1 การวิเคราะห์เอกสารเชิงเปรียบเทียบ : สาเหตุความล้มเหลวของรายการโทรทัศน์ประเภทหาคู่

การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ประเภทหาคู่ของ 10 ประเทศ ทั่วโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เยอรมัน สเปน อินเดีย และอิตาลี ร่วมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรายการหาคู่ของจีน คือ Heartbeat Signals, See You Again และ When We Met You พบว่า สาเหตุความล้มเหลวของรายการหาคู่ มี ดังนี้

4.1.1 การคัดสรรผู้เข้าร่วมรายการ รายการหาคู่ชนิดมุ่งเสนอความบันเทิงเป็นหลัก รูปแบบและเนื้อหาของรายการ มักเน้นองค์ประกอบด้านบุคลิก ลักษณะและข้อมูลของผู้เข้าร่วมรายการที่ทำให้ผู้ชมสนุกสนาน การหาคู่ ซึ่งควรเป็นวัตถุประสงค์หลักของรายการ กลายเป็นวัตถุประสงค์รอง ความบันเทิงกลับเป็นเรื่องหลัก รายการไม่ได้คัดสรรผู้ร่วมรายการที่ต้องการหาคู่อย่างแท้จริง รูปแบบรายการไม่ส่งเสริมความสำเร็จให้ผู้มาหาคู่ได้พบคนที่คาดหวัง จึงเป็นรายการโทรทัศน์ ประเภทความบันเทิงที่อาศัยรูปแบบ

รายการหา คู่สุดท้ายกลุ่มคนดูที่ขอรายการหา คู่ที่กำลังคิดเลือกวิธีหา คู่ให้กับตัวเอง หรือมีโอกาสเปลี่ยนใจมาเลือกใช้วิธีหา คู่ทางช่องทางนี้ กลุ่มคนเหล่านี้ ซึ่งควรเป็นผู้ชมเป้าหมายจะหายไป

นอกจากนี้ การคัดเลือกผู้เข้าร่วมรายการจากองค์ประกอบภายนอก เช่น ความร่ำรวย สถานภาพทางสังคม อาชีพ ยศศักดิ์ ตำแหน่งหน้าที่การงานที่ได้รับความนิยมในสังคม มีโอกาสทำให้แนวทางของรายการ ทั้งโดยผู้มาหา คู่ โค้ชหรือแขกรับเชิญที่คอยให้คำปรึกษา ไขว่ไขวไปจากวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของรายการ ซึ่งคือการค้นหาปัจจัยส่งเสริมความสัมพันธ์จากการหา คู่ได้พัฒนาและเป็นจริงตามคาดหวังต่อไป

4.1.2 ช่วงเวลาของรายการ รูปแบบรายการหา คู่ที่ผู้เข้าร่วมรายการมีกิจกรรมหลังจบรายการ คือ การรับประทานอาหารร่วมกัน 1 มื้อ เป็นรูปแบบทั่วไปของรายการโทรทัศน์ประเภทหา คู่แบบจบในตอน แต่เมื่อมีรายการหา คู่ประเภทเรียลิตี้ มีการใช้ฉากและสถานที่จริงนอกสตูดิโอ และมีการสร้างกิจกรรมที่กระทำในชีวิตจริง เช่น ทดลองอยู่ร่วมกันเดี๋ยวกัน ทดลองทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน มีการไปเยี่ยมสภาพแวดล้อมชีวิตความเป็นอยู่ที่แท้จริง คนดูจึงคาดหวังให้ระยะเวลาการทำกิจกรรมเหล่านี้ ยาวนานมากกว่า 1-2 สัปดาห์ เพราะระยะเวลาที่สั้นเกินไป ทำให้ผู้ร่วมรายการไม่รู้จักกันมากพอ แม้สุดท้ายจะเลือกได้ แต่ความสัมพันธ์มักไม่ยาวไกล ไม่เป็นคู่รัก หรือแต่งงานกันจริงในที่สุด ดังนั้น รายการหา คู่โดยเฉพาะแนวเรียลิตี้ ควรเป็นซีรีส์ยาวหลายตอนต่อเนื่องอย่างน้อย 1 เดือน เพื่อให้ผู้ชมได้ร่วมลุ้น ร่วมเชียร์ และ “อิน” ไปกับเนื้อหารายการ

4.1.3 การปรุงแต่งข้อมูล สื่อออนไลน์ทำให้มีรายการหา คู่ทางทีวีออนไลน์ และบนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งมักนิยมสร้างให้ผู้มาหา คู่เป็น “เซเลบ” (celebrity) เพื่อสร้างกระแส ดึงดูดคนดู มีการปรุงแต่งข้อมูลบางส่วนให้ตัวตนน่าสนใจ และผู้จัดรายการไม่ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลเผยแพร่ออกไปอย่างไม่เหมาะสม ขณะที่ ส่วนมากของผู้เข้าร่วมรายการหา คู่ คือคนธรรมดาทั่วไป มีเป้าหมายเพื่อหา คู่ แต่เมื่อรายการทำให้ไม่อาจพบ “คนที่ใช่” ตามคาดหวัง มีคำวิพากษ์วิจารณ์อย่างไม่พึงพอใจจากคนดู และคนที่เข้าร่วมรายการ สร้างความไม่ประทับใจต่อรายการ นำสู่ความล้มเหลวของรายการในที่สุด

4.1.4 คำแนะนำสำเร็จรูป องค์ประกอบส่วนหนึ่งของรายการโทรทัศน์ ประเภทหา คู่ คือ บทบาทของผู้มีสภพการมีชีวิตความรัก และชีวิตแต่งงาน เมื่อรายการประเภทหา คู่ ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง หากผู้จัด ไม่ให้ความสำคัญกับการเชิญผู้มีประสบการณ์ที่เหมาะสมกับเรื่องราวของแต่ละกรณี ในแง่ความคิดเห็นของผู้ชม ถ้าโค้ชหรือผู้ให้คำปรึกษาเป็นดาราหรือคนดัง คำแนะนำอาจสวยหรู หรือสำเร็จรูป ขาดความละเอียดอ่อนเป็นรายการดี ไม่เป็นประโยชน์อย่างแท้จริงแก่ผู้มาหา คู่ ทำให้คนดูรู้สึกขัดแย้ง กระทั่ง เลิกติดตามรายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในยุคของสื่อสังคมออนไลน์ การ “โพสต์” และ “แชร์” ความเห็น ความรู้สึกของคนดูกระทำได้อย่างรวดเร็ว กลายเป็น “ไวรัล” มีอิทธิพลสร้างกระแส และก่อให้เกิดปฏิกิริยาร่วมจากผู้คนบนโลกอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว และกว้างขวาง รายการโทรทัศน์หรือสื่อทีวีออนไลน์ ประเภทหา คู่ จึงเป็นรายการวาไรตี้ ที่ต้องระมัดระวัง ไม่ให้รูปแบบรายการแสดงความสำเร็จรูป ขาดความคิดสร้างสรรค์ (Zhang, H., & Shao, L. W., 2020)

4.2 การสัมภาษณ์ : ปัจจัยต่อความสำเร็จของรายการหาคู่เพื่อผู้สูงวัย

ผลการค้นหาปัจจัยความสำเร็จของรายการหาคู่เพื่อผู้สูงวัย โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญคนจีนและคนไทย ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ประเภทหาคู่ พบว่า มีปัจจัยทั้งสิ้น 7 ประการ และมีความสำคัญมากน้อยโดยลำดับ ดังนี้

4.2.1 การสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ชมรายการ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า ปัจจัยสำคัญอันดับแรกสุด คือ รายการต้องสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ชมรายการ แรงจูงใจทั่วไปที่ผู้ชมรายการหาคู่ของผู้สูงวัย ต้องการคือ ความเพลิดเพลินและโอกาสได้พบบุคคลที่ใช่เพื่อมีชีวิตคู่ นอกจากนี้ การผ่อนคลายทางอารมณ์ ความต้องการเข้าใจพ่อแม่ที่อายุมาก รวมถึงการเตรียมตัวเข้าสู่ชีวิตผู้สูงวัย ประการเหล่านี้ เป็นความคาดหวังจากรายการ ซึ่งผู้สร้างสรรค์รายการหาคู่ของผู้สูงวัยต้องคำนึงถึงทั้งสิ้น

4.2.2 กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย ผู้ใหญ่วัยกลางคน และผู้สูงวัย มักเป็นกลุ่มผู้ชมเป้าหมายหลักของรายการหาคู่เพื่อผู้สูงวัย แต่ผู้จัดรายการต่างได้พบว่า กลุ่มผู้ชมกระจายไปถึงผู้ที่กังวลถึงอนาคตการเป็นผู้สูงวัยของตัวเอง รวมถึงกังวลแทนบุพการีที่กำลังจะเป็นผู้สูงวัย กลุ่มเหล่านี้ต้องการได้ข้อมูลเพื่อเรียนรู้ และเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการทางอารมณ์ของผู้สูงวัย ดังนั้น ผู้ชมที่ยังไม่ใช่ผู้สูงวัย จึงเป็นอีกกลุ่มเป้าหมายของรายการหาคู่ของผู้สูงวัย ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการบ่งชี้วัดความสำเร็จของรายการ

4.2.3 รูปแบบรายการ ผู้ให้ข้อมูลทุกคนเห็นตรงกันว่า นอกจากแรงจูงใจ และกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย รูปแบบรายการมีความสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จของรายการหาคู่ของผู้สูงวัย กล่าวคือ ต้องเป็นรูปแบบรายการที่ผู้ชมดูแล้วเชื่อว่า เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้จริง เป็นเรื่องใกล้ตัว ใกล้เคียงชีวิตตนเอง ผู้ร่วมรายการต้องเป็นธรรมชาติ ไม่ปรุงแต่ง ทั้งนี้ เพื่อดึงดูดอารมณ์ ความรู้สึกร่วม และการลุ้น การเชียร์จากคนดู

4.2.4 การตอบสนองความต้องการด้านอารมณ์ เนื่องจากผู้มาหาคู่เป็นผู้สูงวัย เรื่องบุคลิกหน้าตา ท่าทางซึ่งเป็นลักษณะภายนอก แม้สำคัญ แต่ไม่ใช่สิ่งที่ผู้สูงวัยให้ความสนใจใช้เป็นเกณฑ์หลักในการตัดสินใจเลือก แต่มักมุ่งพิจารณาความเหมาะสมในเรื่อง จะสามารถใช้ชีวิตร่วมกันในวัยชราได้อย่างไร ดังนั้น ผู้จัดรายการต้องคิดค้นรูปแบบรายการที่สามารถตอบสนองทั้งเงื่อนไขภายนอกและภายใน อีกทั้ง ต้องสะท้อนว่า การแสดงออกของคู่ร่วมรายการเป็นลักษณะในชีวิตจริง ต้องการหาคู่รัก คู่แต่งงาน มิใช่แค่สมมติ หรือการแสดงของรายการ

4.2.5 คุณสมบัติของผู้ร่วมรายการ ผู้ให้ข้อมูลคนไทยและคนจีน ต่างเห็นตรงกันว่า แม้ลักษณะท่าทางภายนอกน่าสนใจ เป็นคุณสมบัติเบื้องต้นในการเลือกผู้ร่วมรายการหาคู่ แต่เรื่องราวประสบการณ์ชีวิต และบุคลิกที่ดีเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นยิ่งกว่า เพราะโดยธรรมชาติ ผู้ชมมักเลือก และเชียร์บางคนเป็นพิเศษ หากผู้นั้นมีเรื่องราวที่ชวนติดตาม และบุคลิกดึงดูดใจ

4.2.6 บทบาทของผู้ดำเนินรายการ ความสามารถที่ผู้ดำเนินรายการประเภทหาคู่ต้องมี คือ ให้เกียรติผู้ร่วมรายการ ให้ความสนใจกับเรื่องราวชีวิตที่ผู้เข้าร่วมแข่งขันถ่ายทอดหรือตอบคำถาม ต้องไม่แสดงอาการดูถูก ดูหมิ่น หรือเข้าข้างตัวเลือกใดเป็นพิเศษ มุมกลับกัน ควรแสดงความเข้าใจ และสามารถจัดการอารมณ์

ความรู้สึก และบรรยากาศของรายการให้สนุกสนาน เพลิดเพลิน ทำให้รายการดำเนินไปตั้งแต่ต้นจนจบรายการได้อย่างราบรื่น

4.2.7 อุปสรรคและความยุ่งยาก ผู้ให้ข้อมูลต่างกล่าวว่า รายการประเภทหาคู่สำหรับผู้สูงวัย มีรายละเอียดด้านอุปสรรคและความยุ่งยากเพิ่มมากขึ้นกว่ารายการหาคู่ทั่วไป ได้แก่

1) การเข้าร่วมรายการหาคู่ของผู้สูงวัย ไม่ได้มีโอกาสดูพบคนที่ใช่เพื่อการสานสัมพันธ์ต่อ แต่ผู้สูงวัยจะพิจารณาเรื่องความสามารถอยู่ร่วมกัน เป็นคู่ชีวิตกันในวัยชราได้ การหาคู่ของผู้สูงวัยจึงมีความซับซ้อนหลายชั้นกว่าวัยหนุ่มสาว ทั้งนี้ สอดคล้องกับสิ่งที่ Yang, J. (2022) ได้เปิดเผยว่า *สถาบันครอบครัว และการอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัวใหญ่ เป็นวิถีชีวิตและแนวปฏิบัติดั้งเดิมของสังคมจีนในอดีต แต่สิ่งเหล่านี้ กำลังเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับคนรุ่นใหม่ที่เป็น “New Gen” หรือคนหนุ่มสาวที่แสวงหาอิสระในการดำเนินชีวิตแบบ “รักได้ เลิกได้” หรือ “แต่งได้ หย่าได้ และเริ่มต้นใหม่ได้เสมอ”*

2) สูงวัยที่เข้าแข่งมีสถานะต่างกัน บางคนหย่าร้าง บางคนเป็นม่ายเพราะอดีตคู่ชีวิตตายจาก บางคนไม่เคยมีคู่รัก เป็นคนโสด คนที่เคยมีชีวิตคู่จะมีเรื่องลูกหลาน เครือญาติของตนและคู่ชีวิตเดิม รวมถึงเรื่องทรัพย์สินกับชีวิตคู่ในอดีต ตลอดจนปัญหาสุขภาพที่ส่วนมากมักมีตามวัยที่มากขึ้น ทำให้ผู้สูงวัยที่มาร่วมรายการวิตกกังวล และระมัดระวังในการแสดงออกและตัดสินใจ

3) เรื่องส่วนตัวและความปลอดภัย เป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่ผู้สูงวัยมักไม่พร้อมเปิดเผยข้อมูล เพราะอาจเกี่ยวพันถึงสมาชิกในครอบครัว

4) กรณีผู้มาหาคู่เป็นชาย ที่มีความเคยชินในการแสดงอำนาจตามสถานการณ์ทำงาน โดยเฉพาะถ้าเป็นระดับบริหาร หรือเป็นผู้ตัดสินใจให้ครอบครัว มักแสดงอำนาจแบบผู้สั่งการเมื่อทำกิจกรรมในรายการ เป็นอีกข้อที่เป็นเรื่องยุ่งยากในการคัดเลือกผู้เข้าร่วมรายการ รวมถึงการกำหนดรูปแบบรายการ และการดำเนินรายการ

5) ความแตกต่างด้านอายุ โดยธรรมชาติผู้คนมักมีมุมมอง แนวคิด และพฤติกรรมแตกต่างตามระดับอายุ รายการหาคู่ของผู้สูงวัย มีกลุ่มผู้ชมหลากหลายระดับอายุ ความต้องการและการยอมรับเกี่ยวกับรูปแบบรายการจึงแตกต่างกัน ผู้ทำรายการต้องพิจารณาและบริหารจัดการรูปแบบและเนื้อหารายการที่มีความเหมาะสม สามารถลดทอนปัญหาและความยุ่งยากที่อาจเกิดขึ้นในรายการเพื่อความสำเร็จของรายการในที่สุด

4.3 การสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม : การชมรายการหาคู่ของผู้สูงวัยชาวจีน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ใหม่

4.3.1 ลักษณะของผู้ชมรายการ จากการค้นหาลักษณะของผู้นิยมชมรายการหาคู่ของผู้สูงวัยชาวจีน โดยใช้วิธีการสำรวจกลุ่มตัวอย่างชาวจีนอายุระหว่าง 50-70 ปี และพักอาศัยในเมือง Jinzhong, จังหวัด Shangxi จำนวน 421 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (60.30%) แต่งงานแล้ว (63%) มีอายุระหว่าง 50-55 ปี (39 %) รองลงมาคือ 61-65 ปี (24.20%) อาศัยอยู่ในตัวเมือง (76%) มีการศึกษาระดับมัธยม (53.50%) และทำงานในหน่วยงานภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ (57%) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ที่ 3,001-7,000 หยวน (57.20%) มีเพียงส่วนน้อยที่มีรายได้มากกว่า 7,000 หยวน (6.20%) และส่วนมากอยู่กันเป็น

ครอบครัวสามีภรรยาและลูกหลาน (83.10%) ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการดูรายการหาคู่ คือรายการออกอากาศ ในช่วงเวลาระหว่าง 20.00 – 24.00 น. (67.93%) ความยาวของรายการ 45 นาที (60.10%) และชอบดูเป็นซีรีส์ยาวต่อเนื่อง (76.01%) มากกว่าจบในตอน

4.3.2 การคัดเลือกผู้ร่วมรายการ

1) หลักเกณฑ์การคัดเลือก กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเห็นว่า *ลักษณะความสัมพันธ์ในครอบครัว* ควรเป็น หลักเกณฑ์แรกที่ใช้พิจารณาเลือกผู้ร่วมรายการ รองลงมาคือ *เปี่ยมด้วยประสบการณ์ชีวิต* ตามด้วย *ความฉลาดทางอารมณ์* สิ่งที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือ *ลักษณะอาชีพ* ส่วนหลักเกณฑ์ด้าน *ประวัติชีวิตคู่* สัดส่วนระหว่าง กลุ่มตัวอย่างที่ให้的重要性和ไม่ให้ความสำคัญ แตกต่างกันอย่าง บ้าง คือ ร้อยละ 37.77 และ 43.23 ตามลำดับ ส่วนหลักเกณฑ์การคัดเลือกในแง่ *การมีประสบการณ์ชีวิตคู่* กลุ่มตัวอย่างส่วนมากคิดว่า ควรใช้เป็นเกณฑ์ พิจารณาคัดเลือก คิดเป็นร้อยละ 46.79 รองลงมาคือ ไม่ควรใช้ (25.18%) และมีส่วนน้อยที่เห็นว่า จำเป็นต้อง ใช้แน่นอน (3.33%)

2) สัดส่วนผู้ร่วมรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเห็นว่า ควรมีส่วนเพศชาย และเพศหญิงใกล้เคียง กัน (64.85%) และควรเลือกผู้ที่มีภูมิหลังแตกต่างกัน (51.07%) ขณะที่กลุ่มตัวอย่างในจำนวนที่เท่ากัน คือ คิด เป็น ร้อยละ 24.47 ต่างคิดว่าไม่จำเป็น และไม่เห็นด้วย นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก คิดเป็นร้อยละ 70.55 เห็นว่า ควรมีการค้นหาคู่จากรายการ ครั้งละ 1 คู่ ไม่ควรมีหลายคู่ สำหรับการกำหนดกลุ่มผู้เชียร์เพื่อ เข้าร่วมรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเห็นว่า น่าจะเป็นบุคคลในครอบครัวของผู้เข้าร่วมรายการ (40.14%) รองลงมาคือ กลุ่มเพื่อน (32.35%) และกลุ่มที่ทำงาน (24.56%) ขณะที่ 2.95% คิดว่า ควรเชิญอดีตคู่รัก หรือ คู่ชีวิต เข้าร่วมชมรายการ

เมื่อสอบถามความเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี AI และโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์คัดเลือก ผู้เข้าร่วมแข่งขันเป็นตัวเลือกของการหาคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก ไม่คิดว่า มีนัยแตกต่างจากกระบวนการ คัดเลือกตามปกติ (40.38%) ขณะที่ 33.73% ไม่เห็นด้วย และไม่เชื่อใจในประสิทธิภาพหากเปรียบเทียบกับ การทำงานของคน

4.3.3 บทบาทของผู้ดำเนินรายการหาคู่ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเห็นว่า หน้าที่สำคัญอันดับแรกของผู้ ดำเนินรายการ คือ *สามารถควบคุมบรรยากาศในรายการให้ลื่นไหลตามแผน* (38.44%) รองลงมา คือ *การพูด เปิดรายการเพื่อแนะนำผู้เข้าร่วมรายการ และระหว่างรายการสามารถเรียกความสนใจจากผู้ชมให้ร่วมลุ้น และ ติดตามชมตลอดรายการ เพื่อหวังให้ผู้มาหาคู่เลือกคนที่เชียร์* (19.33%) สามารถช่วยผ่อนคลายความตึงเครียด ความตื่นเต้นของผู้เข้าร่วมรายการ (17.48%) และสามารถ ดำเนินรายการได้อย่างราบรื่นตั้งแต่ต้นจนจบ รายการ (15.64%) รวมถึง *สามารถบริหารจัดการความสมดุลระหว่างผู้เข้าร่วมแข่งขันแต่ละรายในการแสดง ปฏิสัมพันธ์* (5.11%) ขณะที่มีส่วนน้อย คิดเป็นร้อยละ 4 ที่ยอมรับให้ ผู้ดำเนินรายการคอยกำหนดคำพูด และท่าทางการแสดงออกของผู้มาหาคู่

4.3.4 เนื้อหารายการ ในส่วนของเนื้อหารายการประเภทหาคู่ของผู้สูงวัย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชม ส่วนมากคิดเป็นร้อยละ 76.25 รู้สึกไม่พึงพอใจ หากเนื้อหารายการมีการแสดงกิริยารักใคร่ สนินทนาการ เชื้ออย่าง

เปิดเผยระหว่างผู้เข้าร่วมรายการ ผลข้อนี้ สะท้อนว่า เนื้อหารายการหาคุณค่า ประเภท “Undressed” ในอิตาลี และ “Naked Attraction” ในอังกฤษและเยอรมัน ซึ่งต่างเป็นรายการที่ผู้เข้าร่วมรายการจะมีการถอดเสื้อผ้า เปลือยกาย ไม่น่าจะได้รับความนิยมจากผู้ชมชาวจีนที่มีขนธรรมเนียมและค่านิยมการแสดงออกทางร่างกาย ระหว่างชายหญิงแบบไม่เปิดเผยต่อบุคคลอื่น (Niu, Z. X., 2020; Watson, W.K., et al., 2017)

ส่วนเนื้อหาด้านการทำความรู้จักกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเห็นว่า ควรออกแบบรายการให้ผู้มาหาคุณค่าและผู้เข้าร่วมแข่งขัน มีกิจกรรมทำความรู้จักกัน เมื่อรายการดำเนินไปครึ่งทาง (60.57%) รองลงมาคือ ตั้งแต่เริ่มต้นรายการจากวิธีการแนะนำตัวเองของผู้เข้าร่วมแข่งขัน (17.10%) มีเพียงส่วนน้อยที่ไม่ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ (7.13%)

เมื่อสอบถามเกี่ยวกับลักษณะกิจกรรมของผู้เข้าร่วมรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นว่า ควรเป็นกิจกรรมที่ช่วยการเรียนรู้ซึ่งกันและกันอย่างลึกซึ้ง (38.12%) รองลงมาคือ กระบวนการที่ผู้มาหาคุณค่าคิดทบทวน การตัดสินใจเลือกคู่ (27.77%) ขณะที่ลักษณะกิจกรรมที่สะท้อนความก้าวหน้า ความก้าวร้าวระหว่างผู้เข้าแข่งขัน เป็นเนื้อหาที่ได้รับความพึงพอใจจากผู้ชมน้อยที่สุด (1.16%)

ในส่วนของเนื้อหาด้านใจของผู้มาหาคุณค่าที่ผู้ชมต้องการให้รายการนำเสนอ นั้น ส่วนใหญ่ต้องการดูเกี่ยวกับ ทักษะการสร้างความสำเร็จในชีวิต (33.25%) รองลงมาซึ่งไม่แตกต่างจากอันดับแรกมากนัก คือ ทศนคติเกี่ยวกับชีวิตรัก (32.54%) ส่วนเรื่องที่ทำให้ความสนใจน้อยที่สุด คือ การแสดงอารมณ์ความรู้สึกอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับความรัก (9.26%)

ด้านลักษณะกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ผู้ชมส่วนมากคิดว่า ควรเป็นกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่การไปช้อปปิ้ง หรือจ่ายตลาดด้วยกัน การออกกำลังกาย รวมถึงการเดินเล่นในสวนสาธารณะ (65.32%) และส่วนใหญ่ไม่สนใจว่า รายการจะออกแบบกิจกรรมโดยเน้นให้ผู้ชาย หรือ ผู้หญิงเป็นผู้นำของกิจกรรม เพราะควรปล่อยให้ไปไปตามธรรมชาติการแสดงออกของผู้ร่วมรายการ (82.40%) แต่เมื่อสอบถามเกี่ยวกับฉากและสถานที่การทำกิจกรรม กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ถ่ายทำนอกสตูดิโอ คิดเป็นร้อยละ 85.27 และลักษณะของบรรยากาศนอกสตูดิโอที่ต้องการดูเป็นส่วนมาก คือ บรรยากาศครอบครัวภายในบ้าน (67.70%) รองลงมาคือ มีกลิ่นไอธรรมชาติแท้จริง ไม่ใช่การจำลองธรรมชาติ (43.53%) บรรยากาศที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือ ใช้ฉากสถานที่ต่างประเทศ (0.50%)

สำหรับการกำหนดให้มีบทบาทของโค้ช ที่ปรึกษา หรือผู้มีประสบการณ์ เป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหา รายการนั้น ผลการวิจัยพบว่า สัดส่วนระหว่างการมี หรือ ไม่มี ใกล้เคียงกัน คือ 41.09% และ 39.19% ถ้ามีคุณสมบัติที่ต้องการคือ สามารถให้คำปรึกษาและคำแนะนำอย่างมืออาชีพ (73.16%) ขณะที่ เป็นดาราหรือบุคคลมีชื่อเสียงเด่นดัง กลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยมี 7.36% โดยในส่วนของผู้ที่คิดว่าควรมี เห็นว่า ควรแสดงบทบาทต่อเมื่อผู้มาหาคุณค่าต้องการ (44.18%) แต่การเข้าสังเกตการณ์ในระยะใกล้ หรือ เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งที่คอยให้คำแนะนำ เป็นแนวทางที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยเพียง 8.79% และ 8.08% ตามลำดับ

ในแง่ความน่าเชื่อถือของเนื้อหารายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า ต้อง “ฟังหู ไว้หู” (47.51%) รองลงมา คือ น่าเชื่อถือ (26.60%)

4.3.5 ข้อดีของรายการหาคู่สำหรับผู้สูงวัย

การศึกษาความคาดหวังในประโยชน์ที่จะได้รับการชมรายการหาคู่ของผู้สูงวัย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ใหม่ โดยอ้างอิงกับการศึกษาของ Sun, S. (2021) เกี่ยวกับประโยชน์ของรายการต่อผู้สูงวัย ซึ่งสรุปรวมเป็น 7 ด้าน คือ สุขภาพทางอารมณ์และจิตใจ การสร้างแรงบันดาลใจและความเชื่อมั่น การช่วยปรับแนวคิดและความเชื่อเกี่ยวกับชีวิตผู้สูงวัย การช่วยลดความเหงา โดดเดี่ยว การช่วยให้ตื่นตัวกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ คบหาสมาคมกับคนรู้จักใหม่ ๆ การช่วยกระชับความสัมพันธ์ระหว่างคนต่างรุ่น และด้านสุดท้าย ช่วยปรับทัศนคติและมุมมองต่อประเด็นสังคมผู้สูงวัย

ตารางที่ 1 ข้อดีของการชมรายการหาคู่ของผู้สูงวัย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ใหม่

ข้อดี	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. ดีต่อสุขภาพทางอารมณ์และจิตใจ	49.17	26.84	22.99
2. สร้างแรงบันดาลใจและความเชื่อมั่นแก่ผู้สูงวัย หากจะมีชีวิตคู่ใหม่	69.35	19.71	10.94
3. ช่วยปรับแนวคิดและความเชื่อเกี่ยวกับชีวิตผู้สูงวัย	72.93	22.08	4.99
4. ช่วยลดภาวะความเหงา โดดเดี่ยว	83.13	12.35	4.52
5. ช่วยให้ตื่นตัวกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ คบหาสมาคมกับคนรู้จักใหม่ ๆ	75.77	4.75	19.48
6. ช่วยกระชับความสัมพันธ์ระหว่างคนต่างรุ่น	57.25	12.59	30.16
7. ช่วยปรับทัศนคติและมุมมองต่อประเด็นสังคมผู้สูงวัย	80.52	19.24	0.24

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเห็นด้วยมากกับข้อดีทั้ง 7 ประการ โดยข้อดีเรื่องช่วยลดภาวะความเหงา โดดเดี่ยว เป็นข้อดีที่ได้คะแนนค่าร้อยละสูงมากที่สุด (83.13%) เมื่อเปรียบเทียบกับข้ออื่น รองลงมาคือ ช่วยปรับทัศนคติและมุมมองต่อประเด็นสังคมผู้สูงวัย (80.52%) ส่วนข้อที่มีคะแนนน้อยที่สุดคือ ข้อดีต่อสุขภาพทางอารมณ์และจิตใจ (49.17%)

4.4 การสัมภาษณ์ และการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม : รูปแบบรายการหาคู่ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัยชาวจีนในการสร้างความสัมพันธ์ใหม่

การศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบรายการหาคู่ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัยชาวจีนในการสร้างความสัมพันธ์ใหม่ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จาก 2 ส่วน คือ การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญชาวจีนและชาวไทยด้านรายการหาคู่ทางสื่อโทรทัศน์และทีวีออนไลน์ และการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถามจากผู้สูงวัยชาวจีนอายุระหว่าง 50-70 ปี ที่มีประสบการณ์ชีวิตแต่งงาน และพักอาศัยที่เมือง Jinzhong จังหวัด Shangxi

กรอบคำถามคือ ประเด็นที่ต้องคำนึงถึงในการจัดทำรูปแบบรายการ ซึ่งมี 5 ประเด็น ได้แก่ มิติด้านสังคมและอารมณ์ความรู้สึก มิติด้านความหลากหลายของผู้สูงวัยแต่ละกลุ่ม มิติด้านเนื้อหาในรายการเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในชีวิตจริง มิติเกี่ยวกับเงื่อนไขและองค์ประกอบการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้มาหาคู่กับผู้เข้าร่วม

แข่งขัน และการกำหนดเนื้อหาและรูปแบบรายการโดยยึดโยงกับวัฒนธรรมและคุณค่าในสังคมจีน เป็นประเด็นสุดท้าย

4.4.1 ผลการวิจัยใน 5 ประเด็นดังกล่าวข้างต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนมากเห็นด้วยว่า รูปแบบรายการหาสำหรับผู้สูงวัยชาวจีนในการสร้างความสัมพันธ์ใหม่ ต้องสามารถตอบสนองความต้องการด้านสังคมและอารมณ์ความรู้สึกของผู้สูงวัย รูปแบบรายการมีความหลากหลาย ดึงดูดความสนใจจากผู้ชมหลากหลายกลุ่มอาชีพ นำเสนอเนื้อหารายการจากสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในชีวิตผู้สูงวัย มีมิติที่แสดงถึงอิทธิพลของสังคมแวดล้อมต่อการที่ผู้สูงวัยจะสร้างปฏิสัมพันธ์ชีวิตใหม่อีกครั้ง และสุดท้าย กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนมากเห็นตรงกันว่า การสร้างสรรค์รายการต้องสอดคล้องกับคุณค่าทางสังคม และวัฒนธรรมจีนที่สืบทอดและถือปฏิบัติในชีวิตประจำวัน

เมื่อแจกแจงรายละเอียดตามประเด็น พบว่า ประเด็นแรก เรื่องการตอบสนองความต้องการทางสังคมและอารมณ์ความรู้สึก กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเห็นตรงกันว่า รายการหาสำหรับผู้สูงวัยชาวจีนในการสร้างความสัมพันธ์ใหม่ สามารถช่วยแก้ปัญหาของผู้สูงวัยที่โดยธรรมชาติของวัยจะมีกิจกรรมทางสังคมลดน้อยลง จึงมีความเหงา ความโดดเดี่ยว และกลายเป็นความไม่สนใจและหลีกเลี่ยงการเข้าสังคมโดยปริยาย รายการนัดบอดสามารถช่วยลดทอนความวิตกกังวลในเรื่องเหล่านี้ สร้างความมีชีวิตชีวาแก่ผู้สูงวัยได้ใหม่ กระทั่งหรือวันจะเข้าสังคม และลดความรู้สึกถูกทอดทิ้ง

ประการที่ 2 ความหลากหลายของรูปแบบและเนื้อหารายการ ในส่วนนี้ ผู้ให้ข้อมูลส่วนมากเห็นว่า ปัจจุบัน รายการหา มีการเปลี่ยนแปลงและสถานที่ให้แตกต่าง ไม่จำกัดเฉพาะภายในสตูดิโอ มีการนำเสนอแง่มุมความสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น ชีวิตลำพัง ครอบครัวที่มีสมาชิกหลายคน สังคมเพื่อนฝูง หรือความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง แต่ทั้งหมดนี้ ค่อนข้างผิวเผิน ไม่ลงรายละเอียด กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ชมส่วนมาก กล่าวว่า พวกเขาคาดหวังการนำเสนอแง่มุมเหล่านี้ยิ่งลึกซึ้ง เจาะรายละเอียดให้มากขึ้น เพราะ ผู้สูงวัยมักมีวิถีภาวะทางอารมณ์ตามประสบการณ์ชีวิตที่ผ่านมาแล้ว สามารถรับมือกับเรื่องซับซ้อน หรือเรื่องคิดหนักได้

ประการที่ 3 การนำเสนอเนื้อหาที่เกิดขึ้นจริงในชีวิตผู้สูงวัย เช่น ปัญหาสุขภาพ ความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวระหว่างรุ่น และการจัดการด้านการเงินในวัยที่ไม่เป็นที่ต้องการในตลาดการจ้างงาน เหล่านี้ล้วนเป็นปัญหาจริงที่เกิดขึ้นกับผู้สูงวัยทุกคน แตกต่างเพียงบางคนอาจมีบางปัญหา หรือบางรายอาจพบทุกปัญหา ถ้ารายการนัดบอดของผู้สูงวัยประยุกต์ปัญหาเหล่านี้กับเนื้อหารายการได้ อาจนำไปสู่การให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ หรือทางเลือกที่น่าสนใจแก่ผู้ชมกลุ่มผู้สูงวัย สะท้อนได้ว่า รายการโทรทัศน์ ประเภทหา สามารถสัมผัสถึงจิตใจของผู้สูงวัย ซึ่ง ในที่สุด ประโยชน์จะเกิดแก่รายการ เพราะสามารถครองใจผู้ชมได้

ประการที่ 4 แสดงถึงอิทธิพลของสังคมแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม เห็นตรงกันเกี่ยวกับการเพิ่มบทบาทการมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การออกเสียงโหวตคัดเลือกคู่ ทั้งนี้ เทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่ โทรศัพท์มือถือ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ ต่างเป็นกลไกสำหรับการเพิ่มบทบาทของผู้ชมรายการให้เป็นเรียลไทม์ และทำให้รายการสามารถดึงดูดความสนใจ เพิ่มจำนวนผู้ชมรายการ ผลวิจัยข้อนี้ สอดคล้องกับเป้าหมายของงานวิจัยชิ้นนี้ ที่ต้องการชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของรายการหาของผู้สูงวัยชาวจีน ว่ามีผลต่อสังคมอย่างแท้จริง

ประการสุดท้าย การสร้างสรรค์รายการต้องสอดคล้องกับคุณค่าทางสังคม และวัฒนธรรมที่สืบทอด และถือปฏิบัติในชีวิตประจำวัน โดยกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม เห็นว่า รายการควรบูรณาการวัฒนธรรม ประเพณี จีน รวมถึงความเชื่อและวิถีแบบจีน กับเนื้อหารายการ อาจเป็นเรื่อง การเคารพให้เกียรติผู้อาวุโสหรือผู้ที่เป็น ผู้ใหญ่กว่า คุณค่าและความหมายของการเป็นครอบครัวใหญ่ การอยู่ร่วมกันระหว่างสมาชิกหลายรุ่น รวมถึง ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม คุณค่าเหล่านี้ เป็นวิถีให้การศึกษา และพัฒนาคุณภาพของคน ซึ่งสื่อสามารถทำ หน้าที่นี้ ผ่านรูปแบบและเนื้อหารายการหา

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 2 กลุ่ม ต่างเห็นว่า พัฒนาการของรายการโทรทัศน์ประเภทหาของผู้ สื่อ โทรทัศน์ในสาธารณรัฐประชาชนจีน และบนสื่อทีวีออนไลน์ เป็นสิ่งสะท้อนว่า แนวทางและหลักเกณฑ์ที่ใช้ใน การเลือกใช้ชีวิตและการแต่งงาน จากวิถีเดิมในสังคมจีนซึ่งเป็นเรื่องของ “การดูตัว” และชักนำโดยแม่สื่อ หรือ คนกลางโดยไม่ให้ความสำคัญกับการที่คู่บ่าวสาวควรทำความรู้จักกัน และเรียนรู้กันก่อนถึงวันแต่งงาน แต่ รายการหา ผู้ โดยเฉพาะของผู้สูงวัย แสดงให้เห็นถึงการเปิดกว้างตามบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป อีกทั้ง รูปแบบรายการหาของผู้สูงวัย ที่ได้กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้สูงวัยอย่างชัดเจนหนึ่งกลุ่ม สามารถสร้างผู้ชมกลุ่มใหม่ สร้างการถกเถียงพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องชีวิตผู้สูงวัย และชีวิตคู่ ได้อย่างเปิดกว้าง ตลอดจนใช้ประกอบการ พิจารณาประเด็นอื่นของสังคมผู้สูงวัย ซึ่งกำลังเกิดขึ้นมากมายและซับซ้อนอย่างยิ่งกับภาวะในยุคดิจิทัล ที่โลก ล้วนเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว (Wang, P., 2017)

5. บทสรุป

รายการโทรทัศน์ ประเภทหา ผู้ เป็นรายการโทรทัศน์แนววาไรตี้เพื่อความบันเทิงประเภทหนึ่งที่มีปรากฏใน สื่อโทรทัศน์ทั่วโลก ในยุคของสื่อออนไลน์ คอนเทนต์ประเภทหา ผู้ มีปรากฏหลากหลายรูปแบบบนทุก แพลตฟอร์มของสื่อสังคมออนไลน์ รายการหา ผู้ เริ่มต้นบนสื่อโทรทัศน์ในสหรัฐอเมริกา ประมาณทศวรรษ 1960 ในรูปแบบเกมโชว์ และมีพัฒนาการต่อเนื่องเป็นรายการแบบเรียลิตี้ รายการหา ผู้ แต่งงาน และเพื่อ ความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนม

สาเหตุความล้มเหลวของรายการโทรทัศน์ประเภทหา ผู้ ได้แก่ การคัดสรรผู้ร่วมรายการโดยเน้นความ บันเทิงมากกว่าการค้นหาคนที่คาดหวัง ช่วงเวลาของรายการสั้นเกินไป การปรุงแต่งข้อมูลผู้มาหา ผู้ ให้ดูหรรษา สมบูรณ์แบบ และคำแนะนำแบบสำเร็จรูปจากผู้สังเกตการณ์หรือผู้ให้คำปรึกษาของรายการ ในส่วนของปัจจัย ต่อความสำเร็จของรายการหา ผู้ ผู้สูงวัย ประกอบด้วย 7 ประการ คือ การสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ชมรายการ กลุ่ม ผู้ชมเป้าหมาย รูปแบบรายการ การตอบสนองความต้องการด้านอารมณ์และจิตใจคนดู คุณสมบัติของผู้ร่วม รายการ บทบาทของผู้ดำเนินรายการ และประการสุดท้ายคือ การจัดการกับอุปสรรคและความยุ่งยากของ รายการ

สำหรับการชมรายการหา ผู้ ของผู้สูงวัยชาวจีน เพื่อการสร้างความสัมพันธ์ใหม่ ผู้ชมส่วนใหญ่ในวัย ระหว่าง 50-70 ปี เป็นเพศหญิง มีพฤติกรรมการดูรายการตอนกลางคืน และชอบดูเป็นซีรีส์ยาวต่อเนื่อง ให้ ความสำคัญกับหลักเกณฑ์ด้าน ลักษณะความสัมพันธ์ในครอบครัว เพื่อคัดเลือกผู้ร่วมรายการ และควรเลือกผู้ที่มี ภูมิหลังแตกต่างกัน ผู้ที่มีทักษะการสร้างความร่าเริงในชีวิต โดยควรมีการค้นหาหุ่นดีบอดเพียงครั้งละ 1 คู่

รวมถึงยอมรับการใช้เทคโนโลยี AI เพื่อคัดเลือกผู้เข้าร่วมรายการ เพราะไม่คิดว่าจะมีนัยแตกต่างจากกระบวนการคัดเลือกตามปกติ ส่วนบทบาทที่สำคัญที่สุดของผู้ดำเนินรายการ คือสามารถควบคุมบรรยากาศในรายการให้ลื่นไหลตามแผน เนื้อหารายการที่ผู้ชมไม่พึงพอใจคือ มีการแสดงกิริยารักใคร่ สนุกสนานเปิดเผย ควรเป็นกิจกรรมที่ทำให้ผู้ร่วมแข่งขันได้เรียนรู้ซึ่งกันและกันอย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ใช้ฉากและสถานที่นอกสตูดิโอ และบรรยากาศของครอบครัวภายในบ้าน ส่วนผู้สังเกตการณ์ควรมีความเชี่ยวชาญด้านการให้คำปรึกษาแนะนำอย่างมืออาชีพ และควรแสดงบทบาทต่อเมื่อผู้มาหาต้องการ ในแง่ความน่าเชื่อถือของเนื้อหารายการ ผู้ชมยังต้องชมรายการแบบ “ฟังหูไว้หู”

ข้อดีมากที่สุดของรายการหาของผู้สูงวัย คือ ช่วยลดภาวะความเหงา โดดเดี่ยว และช่วยปรับทัศนคติและมุมมองเรื่องสังคมผู้สูงวัย ส่วนรูปแบบรายการหาของผู้สูงวัยที่สามารถครองใจผู้ชม มีลักษณะคือสามารถตอบสนองความต้องการด้านสังคมและอารมณ์ความรู้สึกของผู้สูงวัย รูปแบบรายการมีความหลากหลาย ดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้หลากหลายกลุ่มอาชีพ นำเสนอเนื้อหารายการจากสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในชีวิตผู้สูงวัย มีมิติที่แสดงถึงอิทธิพลของสังคมแวดล้อมต่อการที่ผู้สูงวัยจะสร้างปฏิสัมพันธ์ชีวิตคู่ใหม่อีกครั้ง และรายการมีความสอดคล้องกับคุณค่าทางสังคม และวัฒนธรรมจีนที่สืบทอดและถือปฏิบัติในชีวิตประจำวัน (Wei, J., et al., 2022)

ดังนั้น การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ ประเภทหาสำหรับผู้สูงวัยชาวจีน จะเป็นประโยชน์ต่อการปรับเปลี่ยนมุมมองผู้สูงวัย ที่โดยทั่วไป มักคิดว่าเป็นภาระของสังคม ขาดความกระฉับกระเฉงหรือมีชีวิตชีวา และเป็นวัยที่ไม่ใส่ใจสร้างปฏิสัมพันธ์กับใคร รายการประเภทหาสำหรับผู้สูงวัย สามารถเป็นทางเลือกเพื่อการดูแลสุขภาพจิตและอารมณ์ของผู้สูงวัย ซึ่งมักเผชิญกับภาวะความเหงา เศร้าซึม รู้สึกไร้ค่า ไร้ความสำคัญ นอกจากนี้ ยังมีประโยชน์ ช่วยสะท้อนภูมิหลังด้านความเป็นครอบครัว และนำความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างสมาชิกในครอบครัว ทั้งนี้ ไม่รวมถึงประโยชน์ที่จะได้กับวงการโทรทัศน์ ในแง่การขยายกลุ่มผู้ชมโอกาสด้านนวัตกรรมรายการบันเทิง และ “ความเป็นสื่อโทรทัศน์” ในการร่วมรับผิดชอบทิศทางการพัฒนาสังคมและสภาพแวดล้อมของจีน ซึ่งกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ในทุกมิติ และทุกแง่มุมของชีวิตที่เป็นผลจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในยุคดิจิทัล

รายการอ้างอิง

- Fei, Y. X. (2020). The development and change of television dating show and its optimization strategy. *Journal of New Research*, 11(10), 254–255. <https://doi.org/10.3969/j.issn.1674-8883.2020.10.144>
- Mao, L. N. (2021). *Variety market, do we need to please the middle-aged group?* Retrieved from <https://lmtw.com/mzw/content/detail/id/201978>
- Niu, Z. X. (2020). From “Being constructed” to “Breaking through “: Female consciousness in contemporary television dating programs. *Journalism Knowledge*, (5), 74–79.
- Ort, A., Wirz, D. S., & Fahr, A. (2021). Is binge-watching addictive? Effects of motives for television series use on the relationship between excessive media consumption and problematic viewing habits. *Addictive Behaviours Reports*, 13, 100325. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2020.100325>
- Ren, H., & Jia, F. R. (2022). The multidimensional transformation of the old television shows in our country. *Television Research*, (3), 38–40.
- Sun, S. (2021). Pragmatic, romantic and caring: A study on the value construction of dating television programs for middle-aged and elderly people. *Voice and Screen World*, (10), 34–36. <https://doi.org/10.3969/j.issn.1006-3366.2021.10.014>
- Wang, P. (2017). Inventing traditions: Television dating shows in the People’s Republic of China. *Media, Culture & Society*, 39(4), 504-519. <https://doi.org/10.1177/0163443716648493>
- Watson, W. K., Stelle, C., & Bell, N. (2017). Older women in new romantic relationships: understanding the meaning and importance of sex in later life. *The International Journal of Aging and Human Development*, 85(1), 33-43. <https://doi.org/10.1177/0091415016680067>
- Wei, J., Zhang, H., & Yang, L. (2022). A Study on the Demand and Development Direction of television Viewing for Middle and Elderly People. *Journalism & Media Studies*, (6), 44–45,86. <https://doi.org/10.3969/j.issn.1007-8177.2020.06.017>
- Yang, J. (2022). An analysis on the planning of television dating shows based on the theory of “use and satisfaction”. *Journalism & Media Studies*, (8), 143–145. <https://doi.org/10.3969/j.issn.1007-8177.2022.08.051>
- Yu, Y. P. (2020). *Research on the status quo, problems, and development of television dating programs*. Master’s thesis, Nanchang University.

- Zhang, H., & Shao, L. W. (2020). A study of Chinese contemporary youth's acceptance of intergenerational dating shows from the perspective of individual. *Zhejiang Social Sciences*, (3), 88–95. <https://doi.org/10.14167/j.zjss.2020.03.011>
- Zhou, W. J. (2020). *Research on the form innovation and value presentation of dating shows -- A case study of "New Dating Conference"*. Master's thesis, Jiangsu Normal University.