



บทที่ 1

บทนำ

## ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การถือกำเนิดอย่างเป็นทางการของข่าว เกิดขึ้นพร้อมกับสื่อหนังสือพิมพ์ซึ่งมีภาพลักษณ์ในทางบวก เป็นสื่อคุณภาพ กล่าวคือ หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ถูกรับรู้ว่าเป็นสื่อที่มีสารประโยชน์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2545) จากจุดเริ่มต้นของหนังสือพิมพ์มีผู้ชายเป็นผู้สื่อข่าว ผู้ชายเป็นบุคคลในข่าวและผู้ชายเป็นผู้อ่าน ทั้งนี้เป็นเพราะสมัยก่อนนั้นผู้ชายเป็นผู้ที่ได้รับอนุญาตให้เรียนหนังสือ ออกนอกบ้าน ทำงานหาเลี้ยงคนในครอบครัว ขณะที่ผู้หญิงจะถูกอบรมสั่งสอนให้อยู่กับเหย้าเฝ้ากับเรือน จะมีเพียงลูกสาวของชนชั้นสูงเท่านั้นที่ได้รับอนุญาตให้เรียนหนังสือ กระนั้นก็ตามบทบาทของผู้หญิงก็ยังอยู่เพียงแต่ภายในบ้านเท่านั้น การรับรู้ข่าวสารส่วนใหญ่จึงมักจะมาจากการบอกเล่าของผู้ชาย ดังนั้น "ข่าว" จึงถูกมองว่าเป็นปริมาตรของผู้ชาย

รายงานการวิจัยหลายชิ้นระบุว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่มักจะสนใจข่าวเบา (Soft News) เช่น ข่าวอาชญากรรม คอลัมน์ซุบซิบ คอลัมน์บันเทิง มากกว่า ดังจะเห็นได้จากการศึกษาของ ธนิสสร เพชรยศ (2543) และสุทธิลักษณ์ วงศ์วรเศรษฐ์ (2543) ศึกษารูปแบบการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคหญิง-ชาย ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า คอลัมน์ที่ผู้หญิงอ่านตามลำดับดังนี้ คือ ข่าวหน้าหนึ่ง ข่าวบันเทิง ละคร ข่าวอาชญากรรม ข่าวอุบัติเหตุ เป็นอันดับต้นๆ ส่วนข่าวหนัก เช่น ข่าวต่างประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง จะอยู่ในอันดับท้ายๆ ที่ผู้หญิงเลือกอ่าน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข่าวเบาๆ ทั้งหมดไม่ได้เรียกร้องเวลาและความเข้าใจจากผู้หญิงมากนัก

นับแต่เกิดมาผู้หญิงมีสถานภาพที่สังคมได้มอบหมายให้ก็คือ "ความเป็นแม่บ้าน" ซึ่งความเป็นแม่บ้านนั้นทำให้ผู้หญิงมีได้มีเวลามากนักในการทำ ความเข้าใจกับสารที่ตนเองบริโภค ซึ่งหนังสือพิมพ์เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นการสื่อสารผ่านตัวอักษร ดังนั้นผู้อ่านจะต้องตีความและทำความเข้าใจ จินตนาการสร้างภาพจากตัวอักษร เมื่อหนังสือพิมพ์มีคุณลักษณะที่เป็นสื่อที่ต้องอ่านแล้วยังต้องอาศัยการตีความข่าวสารที่กำลังอ่าน และการตีความข่าวสารเพื่อทำความเข้าใจดังกล่าวต้องอาศัยเวลาพอสมควร แต่เพราะบทบาทหน้าที่ของผู้หญิงในการเป็นแม่บ้านนั้น เป็นอุปสรรคในการตีความและทำความเข้าใจในข่าวสารดังกล่าว จึงอาจทำให้ผู้หญิงมีลักษณะในการบริโภคข่าวเบา เนื่องจากมีเวลาว่างน้อยเกินกว่าที่ทำความเข้าใจกับข่าวสารแบบหนักๆ ได้

ในบรรดากิจกรรมยามว่างของผู้หญิง การดูโทรทัศน์เป็นกิจกรรมหนึ่งที่โดดเด่นในตัวของมันเอง กล่าวคือเมื่อเปรียบเทียบกับការอ่านหนังสือ โทรทัศน์ไม่ต้องการหรือเรียกร้องการมีส่วนร่วมหรือสมาธิสูงจากผู้หญิงที่กำลังวุ่นอยู่กับงานบ้านให้มาจดจ่ออยู่ตรงหน้าโทรทัศน์มากนัก การดูโทรทัศน์สามารถเกิดขึ้นได้แม้แต่เวลาที่ผู้หญิงอยู่ในพื้นที่ส่วนตัวของครัวเรือน ทว่าประโยชน์ของโทรทัศน์คือ การนำพาผู้หญิงออกสู่โลกภายนอกทางจินตนาการ และขยายเส้นขอบฟ้าทางความรู้และความคิดให้กับผู้หญิง (สมสุข หินวิมาน, 2544) และในระหว่างสื่อมวลชนด้วยกันแล้วผู้หญิงจะใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งการใช้สื่อดังกล่าวผู้หญิงจะใช้สื่อไปเพื่อความบันเทิงมากกว่าการหาความรู้ (กาญจนา แก้วเทพ และ วิลาสินี พิพิธกุล, 2539) ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจว่าเหตุใดผู้หญิงใช้สื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ถูกรับรู้ว่าเป็นสื่อที่เน้นหนักเพื่อความบันเทิง ส่วนหนังสือพิมพ์แสดงบทบาทการให้ข่าวสารและให้การศึกษามากกว่า

การสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคของสำนักงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนพบว่า ผู้บริโภคตั้งใจดูข่าวอย่างจริงจัง อยู่ที่ประมาณ 15% ของจำนวนผู้บริโภคสื่อทั้งหมด ซึ่งในจำนวนผู้บริโภค 15% นี้จะเป็นผู้ที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ยกเว้นเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญๆ เกิดขึ้นก็จะมีผู้สนใจข่าวแปรเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ และตัวเลขล่าสุดพบว่า กลุ่มแม่บ้านและกลุ่มวัยรุ่นเริ่มให้ความสนใจในการดูข่าวมากขึ้นจากเดิมที่ไม่ค่อยให้ความสนใจข่าวโทรทัศน์เท่าที่ควร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจัยด้านเวลาที่แม่บ้านต้องทำงานบ้านหรือปัจจัยด้านรายการข่าวเอง

([www.becnews.com/data/anniversary.html](http://www.becnews.com/data/anniversary.html)) จากการสำรวจดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า แม่บ้านเป็นกลุ่มผู้บริโภคข่าวหน้าใหม่ที่เพิ่งเข้ามาในปริมาณของรายการข่าว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเวลาออกอากาศของรายการข่าวเดิมที่มาในเวลาที่แม่บ้านกำลังเตรียมอาหารเย็น หรือกำลังเก็บจานเพื่อนำไปล้างหลังจากที่รับประทานอาหารเย็น หลังจากที่ทำภารกิจเสร็จก็เป็นเวลาของรายการละครพอดี ดังนั้นแม่บ้านจึงไม่ทันดูข่าวในเวลาดังกล่าว เช่นเดียวกับกับรายการข่าวภาคเช้าที่ออกอากาศตรงกับเวลาที่ต้องดูแลลูกและสามีให้ออกไปทำงานและไปโรงเรียน

อย่างไรก็ตามงานศึกษาของ Hobson (1980) ก็พบว่า การที่แม่บ้านไม่สนใจดูรายการข่าวเพราะว่า รายการข่าวเป็นรายการที่น่าเบื่อเกินไปที่จะดู ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวตรงกับพฤติกรรมการใช้สื่อโทรทัศน์ของแม่บ้านที่ว่า แม่บ้านจะใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อความบันเทิงมากกว่าเพื่อหาความรู้ ดังที่ Stephenson, 1967 (อ้างถึงใน ปานทิพย์ แสงสว่าง, 2546) เสนอความคิดหลักของทฤษฎีการเล่นไว้ว่า คนเราต้องการสื่อเพื่อความบันเทิงมากกว่าเพื่อการสื่อสารที่จริงจัง ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการบางอย่างของตน เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อคลายความเครียด เป็นต้น ดังนั้นสื่อมวลชนจึงต้องตอบสนองผู้รับสารโดยการสร้างความบันเทิงเข้าไปในหลายรูปแบบ เช่น การใช้

มุขตลกในรายการข่าว การวาดการ์ตูนล้อเลียนในหนังสือพิมพ์ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความรู้สึกด้านอารมณ์มากกว่าความรู้

สำหรับในเมืองไทย แม่บ้านหันมาให้ความสนใจรายการข่าวมากขึ้น หากแต่เป็นในลักษณะของรายการเล่าข่าวที่มีกลุ่มเป้าหมายคือ “แม่บ้าน” เป็นสำคัญ ลักษณะของการเล่าข่าวก็ไม่ได้เป็นเรื่องใหม่ในสังคม หากแต่มีความสืบเนื่องมาจากการเล่าข่าวทางวิทยุ อรัญญา มิ่งเมือง (2535) อธิบายว่า การเล่าข่าวหมายถึง การนำเสนอข่าวในรูปแบบของการนำข่าวมาพูดคุยให้ฟังอย่างไม่เป็นทางการ มีการแสดงความคิดเห็น อารมณ์ ความรู้สึกในขณะที่เล่า และใช้สำนวนภาษาที่เข้าใจง่าย สรวุทธ สุทัศนจินดา (โพธิ์ชันนิงแมกกาซีน, กันยายน 2548) กล่าวว่า การเล่าข่าวเป็นการอธิบายและทำให้เรื่องเข้าใจยากกลายเป็นสิ่งที่เข้าใจได้ง่าย และช่วยผูกโยงหรือย้อนไปถึงที่มาของเรื่องได้ นอกจากนั้นยังได้สอดแทรกมุขตลก การหยอกล้อกันระหว่างพิธีกรชายหญิง เพื่อสร้างความบันเทิงให้กับผู้ชม ทำให้ไม่เกิดความน่าเบื่อในการดูข่าว

ก่อนหน้าปี 2528 ข่าวคือสิ่งที่น่าเบื่อหน่ายสำหรับประชาชนทั่วไปโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ชาวโทรทัศน์ที่นำเสนอตามประเพณีนิยม และระเบียบปฏิบัติอันดี ที่ผ่านมาในเวลา 20.00 น. คือช่วงเวลาที่คุณแก่ดูกันมากที่สุด ต่อมาเมื่อ ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล ได้เข้าไปปรับปรุงรูปแบบการเสนอข่าวของ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ลักษณะการรายงานข่าวที่ปรับปรุงใหม่ใช้รูปแบบสนทนากับผู้ชมมากกว่าการอ่านข่าวธรรมดา ปรากฏว่าได้รับความนิยมอย่างมาก และเป็นจุดกระตุ้นให้ผู้ชมหันมาชมรายการข่าวอย่างจริงจัง (ดวงทิพย์ วรรณธุ์, 2532)

รูปแบบการนำเสนอข่าวที่มาตั้งแต่มีการเสนอข่าวในช่วงแรกๆ นั้น ส่วนใหญ่เป็นการนำเสนอเรื่องราวเพื่อผู้ชายเสียเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นรูปแบบการนำเสนอจึงเป็นการนำเสนอแบบผู้ชายตามไปด้วย กล่าวคือ การนำเสนอหรือรายงานข่าวของสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ มีหน้าที่หลักในการให้ข่าวสารและความรู้ ดังนั้นรูปแบบการนำเสนอจึงต้องเล่าอย่างเป็นทางการ ซึ่งเราจะคุ้นเคยกับคำว่า “ประกาศข่าว” มากกว่า “เล่าข่าว” ซึ่งมีนัยที่ให้ความรู้สึกที่ไม่เป็นทางการ ความไม่เป็นทางการนี้เองอาจทำให้ผู้หญิงลดความสนใจเกี่ยวกับข่าวลง จากผลการศึกษาทั้งของ Hobson (1980) ที่พบว่า ผู้หญิงให้ความสนใจกับข่าวการเมือง เศรษฐกิจ น้อยกว่าข่าวบันเทิงหรือข่าวสังคมสตรี หรือ Lont (1995) ที่พบว่า ผู้หญิงไม่ชอบอ่านหนังสือพิมพ์ อาจกล่าวได้ว่า รูปแบบการนำเสนอข่าวที่เป็นทางการต่างหากที่เป็นปัจจัยทำให้ผู้หญิงไม่สนใจข่าว ทั้งนี้อาจเพราะความเหนื่อยล้าที่เกิดจากการทำงานบ้าน ดังนั้นแม่บ้านจึงต้องการวิธีการนำเสนอแบบที่เธอสามารถเข้าใจได้ง่าย ไม่ต้องใช้ไปค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมเพราะในวิถีชีวิตของเธอเองก็มียานบ้านล้นมืออยู่

แล้ว อาจกล่าวได้ว่ารูปแบบการนำเสนอแบบ “เล่าข่าว” นี้ เป็นรูปแบบที่กำจัดความเป็นทางการ และความเข้าใจยากในเนื้อหาของข่าวบางประเภทลง

ในปัจจุบันรายการข่าวที่ใช้รูปแบบเล่าข่าวมานำเสนอข่าวนั้น ได้รับการตอบรับจากผู้ชมอย่างล้นหลามโดยเฉพาะกลุ่มแม่บ้าน เนื่องจากรูปแบบรายการที่นำรูปแบบการเล่าข่าวที่เสมือนการคุยและย่อยข่าวสารให้ฟังแล้ว ยังมีการวิเคราะห์ข่าวสารในแง่มุมต่างๆ ให้ผู้ชมได้ฟังอีกด้วย สุภาพร โพธิ์แก้ว (โพธิ์ชนิ่งแมกกาซีน, กันยายน 2548) กล่าวถึงเหตุผลที่ทำให้รายการเล่าข่าวได้รับความนิยมอย่างสูงว่า เป็นเพราะสภาพความเป็นคนนำเสนอข่าว คนเป็นข่าว และคนดูก็ถูกละลาย กลายเป็นเหมือนคนใกล้ชิด ในเชิงจิตวิทยาจะทำให้เกิดความรู้สึกว่า เป็นเรื่องของคนใกล้ตัว ซึ่งเป็นกลวิธีหนึ่งที่ทำให้คนดูข่าวแล้วไม่เครียด

โดยทั่วไปแล้วรายการประเภทเล่าข่าวนั้นมักจะใช้หนังสือพิมพ์มาเป็นข้อมูลในการนำเสนอข่าว ซึ่งแตกต่างจากรายการข่าวโทรทัศน์ทั่วไปที่มีสคริปต์สำหรับอ่านข่าว หนังสือพิมพ์ที่ใช้เป็นหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป ซึ่งอาจจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับแม่บ้านที่ไม่มีเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์มากนัก อีกทั้งหนังสือพิมพ์ยังเป็นสื่อที่ต้องซื้อจึงอาจทำให้แม่บ้านที่มีรายได้น้อยไม่สามารถซื้อหาอ่านได้ ดังนั้นจึงต้องพึ่งรายการประเภทนี้ในการบริโภคข่าวสารอีกทางหนึ่ง

จากงานวิจัยที่ได้กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่า เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้หญิงว่า ดูอะไร ความถี่เท่าไร หากทว่าประเด็น “ความเป็นหญิง” ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะวิถีชีวิต ฐานะและบทบาทของผู้หญิงในสังคมไม่ได้ถูกอธิบายว่ามีความเกี่ยวข้องกับลักษณะและพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่ออย่างไร กล่าวคือ ยังมีการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้สื่อในขั้นตอนก่อนที่จะมีการเปิดรับซึ่งจะมีมิติด้านเศรษฐกิจ เช่น ใครเป็นผู้มีอำนาจในการเลือกใช้หรือซื้อสื่อ หรือวิถีชีวิตประจำวันของผู้หญิงเข้ามาเกี่ยวข้องกับลักษณะและพฤติกรรมการใช้สื่ออย่างไร ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าปัจจัยดังกล่าวอาจจะเป็นตัวกำหนดลักษณะการบริโภคข่าวสารของผู้หญิง

อีกทั้งการศึกษาผู้รับสารผู้หญิงส่วนใหญ่ที่เคยมีมายังได้ละเลยบทบาทและหน้าที่ “ความเป็นแม่บ้าน” ของผู้หญิง กล่าวคือ งานศึกษาที่เกี่ยวกับผู้หญิงส่วนใหญ่มองว่าผู้หญิงเป็นกลุ่มผู้รับสารกลุ่มหนึ่งเท่านั้น หากแต่ละเลยบทบาทหน้าที่หนึ่งซึ่งก็คือ “แม่บ้าน” เพราะเราจะมองเห็นเพียงว่าแม่บ้านก็คือผู้หญิงไปโดยปริยาย (Take for Granted) จึงมองไม่เห็นว่าเป็นจริงแล้ว “ความเป็นแม่บ้าน” ได้ถูกสร้างขึ้นโดยสังคมและวัฒนธรรม และอาจจะมีผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อดังกล่าว ดังนั้นในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจึงศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง “ความเป็นแม่บ้าน”



และการบริโภคสื่อแนวเล่าข่าวสารของผู้หญิงที่มีหน้าที่เป็นทั้งภรรยา แม่ และแม่บ้าน โดยในงานวิจัยนี้จะใช้คำเรียกแบบรวมๆ ว่า “แม่บ้าน” นอกจากนั้นยังศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดลักษณะพฤติกรรมในการบริโภคสื่อ และรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะการบริโภคข่าวสารของแม่บ้านอีกด้วย

### ปัญหานำวิจัย

1. ความเป็นแม่บ้านกับการบริโภคสื่อแนวเล่าข่าวสารมีความสัมพันธ์กันอย่างไร
2. ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดลักษณะการบริโภคสื่อแนวเล่าข่าวสารในชีวิตประจำวันของแม่บ้านมีอะไรบ้าง
3. รูปแบบการนำเสนอข่าวที่สอดคล้องกับลักษณะการบริโภคสื่อของแม่บ้านควรเป็นอย่างไร

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นแม่บ้านกับการบริโภคสื่อแนวเล่าข่าวสาร
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการบริโภคสื่อแนวเล่าข่าวสารในชีวิตประจำวันของแม่บ้าน
3. เพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะรูปแบบการนำเสนอข่าวที่สอดคล้องกับลักษณะการบริโภคสื่อของแม่บ้าน

### ขอบเขตการวิจัย

1. ศึกษาวิถีชีวิตของแม่บ้านในชุมชนเคหะคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน และแม่บ้านในเขตเทศบาลเมืองนางรอง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 20 คน ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน 2549
2. ศึกษาวิเคราะห์ลักษณะ พฤติกรรม และปัจจัยในการบริโภคสื่อเพื่อการรับรู้ข่าวสารในชีวิตประจำวันของแม่บ้าน
3. ศึกษาวิเคราะห์ลักษณะเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่แม่บ้านบริโภค

## นิยามศัพท์

ความเป็นแม่บ้าน ในงานวิจัยนี้ หมายถึง สถานภาพที่ผู้หญิงได้รับมอบหมายโดยสังคม และวัฒนธรรมผ่านการอบรมการขัดเกลาทางสังคม ให้เป็นแม่บ้านแม่เรือน มีหน้าที่หลักในการทำงานบ้านดูแลปรนนิบัติ ลูก และสามี ตามความเชื่อของลัทธิชายเป็นใหญ่ (Patriarchy)

การบริโภคสื่อ หมายถึง ลักษณะและพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อเพื่อการรับรู้ข่าวสารต่างๆ ทุกประเภท รวมถึงการตีความข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่เปิดรับ ในงานวิจัยนี้ หมายถึง ลักษณะและพฤติกรรมการบริโภคสื่อแนวเล่าข่าวสารของแม่บ้านที่ศึกษา

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดลักษณะและพฤติกรรมในการบริโภคสื่อ ในงานวิจัยนี้ หมายถึง (1) ความเป็นแม่บ้าน อันได้แก่ ความคิดความเชื่อเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และภาระงานที่ทำของแม่บ้านอันเป็นผลมาจากการอบรมบ่มเพาะอุดมการณ์แม่บ้านผ่านระบบสังคมและวัฒนธรรม (2) บริบททางสังคมภายในครอบครัว ความเป็นอยู่ ฐานะ การศึกษา การเข้าถึงสื่อ และการใช้เวลาว่างของแม่บ้านที่ศึกษา (3) บริบทของสื่อ เช่น คุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภท และรูปแบบการนำเสนอข่าวสารของสื่ออื่นๆ

แม่บ้าน หมายถึง ผู้หญิงที่สมรสแล้วจะมีบุตรหรือไม่ก็ได้ ไม่ได้ทำงานประจำนอกบ้าน ในงานวิจัยนี้หมายถึงแม่บ้านที่มีอายุตั้งแต่ 20-60 ปี

การเล่าข่าว หมายถึง การเสนอข่าวสารในรูปแบบการเล่าผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ในงานวิจัยนี้หมายรวมถึงการนำข่าวมาพูดคุยให้ฟังทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งอาจมีการแสดงความคิดเห็น อารมณ์ ความรู้สึกในขณะเล่า

รูปแบบการนำเสนอข่าวสาร หมายถึง ลักษณะในการนำเสนอเนื้อหาของข่าวที่ประกอบขึ้นเป็นการเสนอข่าวในแนวเล่าข่าวสาร ในงานวิจัยนี้หมายถึง รูปแบบและวิธีการเล่า ภาษาที่ใช้ในการเล่า ความเป็นทางการในการนำเสนอ และการขยายความข่าวสารของผู้เล่า

การขยายความข่าวด้วยการสื่อสารแบบผู้หญิง (Women's talk) หมายถึง การใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับโดยการพูดถึงเหตุการณ์ข่าวที่เกิดขึ้นกับผู้อื่น ในงานวิจัยนี้หมายถึงรวมถึงการวิพากษ์วิจารณ์เหตุการณ์ และบุคคลในข่าวที่เกิดขึ้นหลังจากที่ได้รับข่าวสารจากสื่อ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ข้อเสนอแนะแก่นักวิชาชีพในการสร้างสรรค์และใช้สื่อเพื่อพัฒนาสตรีด้วยรูปแบบที่เหมาะสม
2. เพื่อนำแนวคิดวัฒนธรรมการบริโภคเข้ามาพัฒนาแนวทางการศึกษาข่าวและรูปแบบการนำเสนอข่าวต่อไป