

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นแม่บ้านกับการบริโภคสื่อแนวเล่าข่าวสาร วิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการบริโภคสื่อแนวเล่าข่าวสารในชีวิตประจำวันของแม่บ้าน วิเคราะห์และเสนอแนะรูปแบบการนำเสนอข่าวที่สอดคล้องกับลักษณะการบริโภคสื่อของแม่บ้าน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัย 2 วิธี คือ การศึกษาผู้รับสารในแนววัฒนธรรมศึกษา โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบชาติพันธุ์วรรณา (Ethnographic Audiences Analysis) และการวิเคราะห์เนื้อหา รูปแบบการเล่าข่าวสารที่แม่บ้านบริโภค (Content Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า

ความเป็นแม่บ้านมีความสัมพันธ์กับลักษณะพฤติกรรมการบริโภคสื่อแนวเล่าข่าวสาร โดยความเป็นแม่บ้านที่มาจากการอบรมบ่มเพาะทางสังคมวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นข้อกำหนดทางวัฒนธรรมเป็นกลไกสำคัญในการธำรงรักษาแนวคิดชายเป็นใหญ่ (Patriarchy) โดยความเป็นแม่บ้านดังกล่าวเป็นตัวกำหนดวิถีชีวิตของแม่บ้านให้มีบทบาทหน้าที่ในการทำงานบ้านและความคิดความเชื่อของแม่บ้าน ซึ่งส่งผลต่อลักษณะพฤติกรรมการบริโภคสื่อแนวเล่าข่าวสารของแม่บ้าน

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการบริโภคสื่อแนวเล่าข่าวสารของแม่บ้าน คือวิถีชีวิตของแม่บ้านที่ต้องอุทิศตนเพื่อครอบครัวตามความคิดความเชื่อในเรื่องอุดมการณ์แม่บ้าน ประกอบกับปัจจัยในด้านสื่อที่มีรูปแบบรายการเป็นแบบเล่าข่าวที่แม่บ้านสามารถบริโภคและเข้าใจง่ายกว่าการรายงานข่าวแบบประเพณีนิยม นอกจากนี้ตัวพิธีกรที่มีชื่อเสียงในด้านการข่าวยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดการบริโภคสื่อแนวเล่าข่าวสารของแม่บ้าน เนื่องจากพิธีกรในรายการเล่าข่าวส่วนใหญ่เป็นบุคคลที่ได้รับความไว้วางใจจากบุคคลทั่วไปว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับข่าว ดังนั้นแม่บ้านจึงติดตามผลงานของพิธีกรคนนั้นๆ

เนื่องจากภาระงานบ้านของแม่บ้านในชีวิตประจำวันของแม่บ้านที่มีลักษณะฉุกเฉินและมีให้ทำตลอดทั้งวัน ดังนั้นแม่บ้านต้องการบริโภคข่าวสารที่มีรูปแบบการนำเสนอข่าวที่สอดคล้องกับลักษณะการบริโภคสื่อของแม่บ้าน ได้แก่ รูปแบบที่ให้ทั้งสาระและความบันเทิง มีการนำเสนอข้อมูลพื้นฐานของข่าว และมีการอธิบายข่าวให้เข้าใจง่ายขึ้น

The objectives of this research are to study the relationship between being housewives and their consumption of news telling, to analyze the deciding factors for their consumption of daily news telling, to analyze and to give advice on the form of news presentation in order to be in line with the characteristics of news consuming of housewives. There are 2 methodologies used in this research, firstly, the study of receivers of message in terms of cultural studies where the Ethnographic Audiences Analysis is used and, secondly, the Content Analysis.

From the research, results have been found that,

There is relationship between being housewives and the behavioral characteristics of consumption of news telling as housewives, which results from social and cultural grooming regarded as cultural requirements. This is an important mechanism in maintaining patriarchal ways of thinking, whereby being housewives is the factor outlining their way of life, their role and their duties as well as their way of thinking and belief. Such factors affect the behavioral characteristics of their consumption of news telling.

The factor determining the consumption of news telling is the way of life of housewives who devote themselves to their families according to their belief and ideology. Also, another factor is the form of news telling, which is made in such a way easier for housewives to understand than traditional news program. In addition, well-known news anchormen or anchorwomen are another deciding factor for consumption of news telling of housewives. This is because most news anchormen or anchorwomen in news telling programs are trusted by the general public that they are experts on news. The housewives, therefore, follow the work of such anchormen or anchorwomen.

Due to the nature of housewives'daily work which is particular and continual throughout the day, the housewives, therefore, want to hear the news in the form that is in accordance with their way of news consumption, that is, the news in the form of knowledge and entertainment where basic elements of news are presented together with the explanation for easy understanding.