

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การใช้สื่อใหม่ในการตอบสนองความต้องการการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นในยุคสังคมสารสนเทศ” มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบคำถาม ดังต่อไปนี้

1. วัยรุ่นที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกันจะมีการใช้ช่องทางในการสื่อสารและการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศต่างกันหรือไม่ อย่างไร
2. วัยรุ่นที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีแรงจูงใจในการสื่อสารและการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศต่างกันหรือไม่ อย่างไร
3. ปัจจัยสื่อ ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยทางสังคม เป็นแรงจูงใจสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารและการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศของกลุ่มวัยรุ่นมากน้อยเพียงใด
4. วัยรุ่นประเมินข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นของสื่อใหม่ในการตอบสนองการสื่อสารและการให้ข้อมูลข่าวสารเรื่องเพศอย่างไรบ้าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Question) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นวัยรุ่นที่ศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศจำนวน 400 คน โดยแบ่งออกเป็น 4 ภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ในแต่ละภูมิภาคจะดูอัตราส่วนตามจำนวนนิสิต นักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาในภาคนั้นๆ เมื่อเก็บข้อมูลครบตามจำนวนที่ต้องการ จึงประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมประมวลผล SPSS และนำไปจัดทำตารางวิเคราะห์ผลทางสถิติ โดยเลือกสถิติการวิจัยดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนขั้นตอนการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยใช้การทดสอบหาค่าความแตกต่าง ด้วย T-test และหาค่าแปรปรวนทางเดียวด้วย ANOVA เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษาในการทดสอบสมมติฐานทั้งหมด

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย (Description Statistics)

ส่วนที่ 1 : ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้สื่อ

1.1 ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล

1.1.1 กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 400 คน เป็นเพศชาย 170 คน ร้อยละ 42.5 และเพศหญิง 230 คน ร้อยละ 57.5 เมื่อจำแนกเป็นรายภาค ได้ดังนี้ กรุงเทพมหานคร เพศชาย ร้อยละ 51.1 และเพศหญิง ร้อยละ 48.9 ภาคเหนือ เพศชาย ร้อยละ 50.0 และเพศหญิง ร้อยละ 50.0 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพศชาย ร้อยละ 29.0 และเพศหญิง ร้อยละ 71.0 และภาคใต้ เพศชาย ร้อยละ 25.6 และเพศหญิง ร้อยละ 74.4

1.1.2 กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นวัยรุ่นที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ร้อยละ 21.5 อายุ 18-22 ปี ร้อยละ 74.8 และอายุมากกว่า 22 ปี ร้อยละ 2.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

1.1.3 กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ที่บ้านของตนเอง ร้อยละ 42.8 รองลงมา คือ หอพักในมหาวิทยาลัย ร้อยละ 27.7 และหอพักทั่วไป อพาร์ทเมนท์ คอนโดมิเนียม ร้อยละ 21.2

1.1.4 กิจกรรมของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มักจะเลือกทำขณะอยู่บ้านเป็นอันดับที่ 1 คือ ดูโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาคือ เล่นอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 9.5 ฟังวิทยุ ร้อยละ 8.8 และเล่นเกมคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 8.0 ส่วนการอ่านหนังสือเรียนหรือทำการบ้าน และคุยกับคนในบ้าน มีผู้ระบุว่า เป็นกิจกรรมอันดับที่ 1 ร้อยละ 4.8 ซึ่งทำน้อยกว่ากิจกรรมอื่นๆ เกือบทั้งหมด

1.2 ลักษณะพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ (อินเทอร์เน็ต)

1.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่น ส่วนใหญ่ร้อยละ 33.6 ใช้เวลา 2 ชั่วโมง ในการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละวัน รองลงมาคือใช้เวลา 1 ชั่วโมง ร้อยละ 21.1 และใช้เวลามากกว่า 3 ชั่วโมง ร้อยละ 16.8

- 1.2.2 รูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นมักใช้อินเทอร์เน็ตของที่ทำงานหรือสถานศึกษาเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 51.6 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือ ชี้อีเมล อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 27.6 และใช้ตามสถานบริการสาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 9.6
- 1.2.3 สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่น ส่วนใหญ่เป็นสถานศึกษา ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 42.2 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือ ห้องส่วนตัว ร้อยละ 28.5 และที่สาธารณะในบ้าน ร้อยละ 17.7
- 1.3 การใช้สื่อเพื่อติดต่อสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ
- 1.3.1 ประเภทสื่อใหม่ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่น ใช้สื่อใหม่ประเภทเว็บไซต์เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 65.3 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือ อีเมล ร้อยละ 15.8 และห้องสนทนา ร้อยละ 8.7
- 1.3.2 ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นใช้ในการตอบสนองความต้องการข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิงเรื่องเพศ เป็นอันดับที่ 1 คือ วีซีดี คิดเป็นร้อยละ 17.0 รองลงมาคือ เว็บไซต์เรื่องเพศ ร้อยละ 15.8 และเพื่อนหรือผู้ปกครอง ร้อยละ 12.0
- 1.3.3 การใช้บริการเว็บไซต์ ออดิโอเท็กซ์ และดาวน์โหลด ในการพูดคุย หาข้อมูล ความรู้ และความบันเทิงเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปได้ดังนี้ บริการเว็บไซต์ ส่วนใหญ่ใช้บริการเว็บไซต์ www.sex.com ร้อยละ 15.3 ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนบริการออดิโอเท็กซ์ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการออดิโอเท็กซ์ loveline my friend ร้อยละ 4.3 ของกลุ่มตัวอย่าง และบริการดาวน์โหลดข้อมูล ส่วนใหญ่ใช้บริการดาวน์โหลด ดวงความรัก ร้อยละ 9.3 ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 : ช่องทาง และประสบการณ์ในการสื่อสารเรื่องเพศ

- 2.1 แหล่งสารหรือช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นประจำในทางการสื่อสารหรือรับรู้ข่าวสารเรื่องเพศ ได้แก่ อันดับที่ 1 คือ โทรทัศน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.99 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือ เพื่อน ครู หรือผู้ปกครอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.83 และ หนังสือพิมพ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.72
- 2.2 วัยรุ่นใช้สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวตารา คนดังหรือบุคคลสำคัญในสังคมกับข่าวเรื่องเพศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ คอลัมน์

ปรึกษาปัญหาเรื่องเพศ คิดเป็นร้อยละ 50.0 และใช้วีดีโอ วีซีดี ดีวีดี ในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ เนื้อหาหรือภาพที่เกี่ยวกับการร่วมเพศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.3 ส่วนบริการ ออดิโอเท็กซ์ วิทยุมาใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 : แรงจูงใจทางสังคม ทางจิตวิทยาและด้านคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารและ การแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ

แรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มี น้ำหนักแรงจูงใจสูงสุด ได้แก่ เพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.34 อยู่ใน ระดับปานกลาง รองลงมาคือ เนื่องจากเพื่อน ๆ แนะนำให้เปิด อ่าน ดู หรือฟัง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.30 ทั้งนี้แรงจูงใจในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ เพื่อหาคู่ที่มีใจตรงกัน หรือรสนิยม ตรงกัน มีน้ำหนักแรงจูงใจน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.53

แรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มี น้ำหนักแรงจูงใจสูงสุด ได้แก่ เพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ เพื่อความเพลิดเพลิน คลายเครียด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.23 ทั้งนี้แรงจูงใจในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ เพื่อเป็นช่องทางในการสร้าง จินตนาการทางเพศด้วยตนเอง มีน้ำหนักแรงจูงใจน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.72

แรงจูงใจเกี่ยวกับความได้เปรียบของการใช้สื่อใหม่ในการสื่อสารเรื่องเพศ ได้แก่ สื่อใหม่ ได้เปรียบในด้านการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ คิดเป็นค่าเฉลี่ยน้ำหนัก แรงจูงใจ 3.61 อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างมาก รองลงมา คือ สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.57 มีข้อมูลหลากหลายค้นหาได้อย่างที่ต้องการ รู้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 ส่วนแรงจูงใจในการช่วยเสริมสร้างจินตนาการทางเพศได้อย่างอิสระ ไร้ขอบเขต มีค่าน้ำหนักแรงจูงใจน้อยที่สุด แต่ยังคงอยู่ในระดับปานกลางที่ค่าเฉลี่ย 3.15

ส่วนที่ 4 : ความเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการใช้อินเทอร์เน็ตกับการสื่อสารเรื่องเพศ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเนื่องจากสื่อใหม่ พบว่า สื่อใหม่ ทำให้มีอิสระ และเสรีภาพในเรื่องเพศมากขึ้นกว่าเดิม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.51 ในระดับค่อนข้างมาก รองลงมา คือ การรับรู้ค่านิยมแบบตะวันตกจากสื่อใหม่ทำให้วัยรุ่นสมัยนี้ไม่สนใจเรื่องการรักษา

ความบริสุทธิ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.50 สื่อใหม่ส่งผลให้วัยรุ่นมีเพศสัมพันธ์เร็วขึ้นกว่าแต่ก่อน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.45 สำหรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านอื่นๆ ที่วัยรุ่นให้ความคิดเห็นว่าเปลี่ยนไปในระดับสูงกว่าปานกลาง เช่น สื่อใหม่ทำให้วัยรุ่นเปลี่ยนแฟน คู่รักบ่อยขึ้น หรือมีคู่รักมากขึ้นกว่าแต่ก่อน วัยรุ่นในปัจจุบันมักใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการหาคู่อีก ตัวอย่างที่เห็นในสื่อใหม่ทำให้พฤติกรรมการโอบกอดกันในที่สาธารณะกลายเป็นเรื่องไม่แปลก และสื่อใหม่ให้แบบอย่างการคบเพื่อนต่างเพศได้ง่ายและสะดวกใจมากขึ้น เป็นต้น

ส่วนที่ 5 : ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : วัยรุ่นที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกันจะมีการใช้ช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศหญิงจะใช้ นิตยสารเป็นช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศมากกว่าเพศชาย ส่วนเพศชายจะใช้สื่อใหม่ ประเภทกระดานข่าว วีดีโอ วีซีดี ดีวีดี เคเบิลทีวี เว็บไซต์เรื่องเพศ ห้องสนทนา และบริการออดิโอเท็กซ์ มากกว่าเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 0.05 และ 0.01

ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลในด้านอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ไม่ว่าจะวัยรุ่นจะมีอายุต่างกันหรือไม่อย่างไร ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้ช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศแต่อย่างใด

ลักษณะที่พหุอาศัยมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ช่องทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วีดีโอ ห้องสนทนา บริการออดิโอเท็กซ์จากโทรศัพท์ ในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลด้านภูมิฐานะไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศในบางสื่อ ได้แก่ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ วีดีโอ วีซีดี ดีวีดี และสื่อใหม่ทางอินเทอร์เน็ต เช่น ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ กระดานข่าว ห้องสนทนา เว็บไซต์ ตลอดจน บริการออดิโอเท็กซ์ทางโทรศัพท์

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ ลักษณะที่พหุอาศัย และภูมิฐานะที่แตกต่างกันจะมีการใช้ช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศต่างกัน

แต่ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลในด้านอายุไม่มีความสัมพันธ์กับช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศ จึงเป็นไปตามสมมติฐานเพียงบางส่วน

สมมติฐานที่ 2 : วัยรุ่นที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกันจะมีแรงจูงใจในการสื่อสารเรื่องเพศต่างกัน

2.1 จากการทดสอบสมมติฐานด้านแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกัน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานบางส่วน กล่าวคือ แรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศมีความสัมพันธ์กับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลบางประเภท ได้แก่ ด้านอายุ และด้านภูมิฐานะ ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยบางส่วน ดังนี้

ผลการทดสอบด้านแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศกับสถานภาพทางเพศ พบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับแรงจูงใจในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่น ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ไม่ว่าจะวัยรุ่นจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิง ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใดๆ ในการสื่อสารเรื่องเพศ

ผลการทดสอบด้านแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลในด้านอายุที่มีความแตกต่างกัน จากแรงจูงใจในการสื่อสารเรื่องเพศเพื่อเป็นช่องทางในการปรึกษาเรื่องเพศกับใครสักคน พบว่า วัยรุ่นที่มีอายุมากกว่า 22 ปี จะให้น้ำหนักกับแรงจูงใจนี้มากกว่าวัยรุ่นที่มีอายุ 18 -22 ปี ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานเพียงส่วนเดียว

ผลการทดสอบด้านแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีลักษณะที่พักอาศัยต่างกัน พบว่า ลักษณะที่พักอาศัยที่มีความแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่น ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ไม่ว่าจะวัยรุ่นจะมีลักษณะที่พักอาศัยอย่างไร ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศ

ผลการทดสอบเกี่ยวกับแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นกับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลด้านภูมิฐานะที่แตกต่างกัน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานส่วนใหญ่ คือ ภูมิฐานะมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นในบางเหตุผล ได้แก่ ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลด้านภูมิฐานะแตกต่างกับแรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการใช้สื่อเพื่อ

แลกเปลี่ยน แสวงหาแนวทาง และความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องเพศจากแหล่งต่างๆ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากการใช้สื่อเพื่อนำไปใช้เป็นเรื่องพูดคุยกับเพื่อน และเนื่องจากเพื่อนๆ แนะนำให้เปิดอ่านดู หรือฟัง จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานเพียงบางส่วน

2.2 จากการทดสอบสมมติฐานด้านแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกัน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานบางส่วน กล่าวคือ แรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลบางประเภท ได้แก่ สถานภาพทางเพศ และด้านภูมิลำเนา ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยบางส่วน ดังนี้

ผลการทดสอบด้านแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศกับสถานภาพทางเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จากแรงจูงใจในการใช้สื่อ เพื่อความเพลิดเพลิน คลายเครียดและเพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิม ส่วนแรงจูงใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในการเลือกใช้สื่อเพราะอยากหาคอนแทคและปรึกษาได้อย่างไม่เขินอายผ่านสื่อต่างๆ และเพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติ แก่ไขเรื่องเพศด้วยตนเอง และ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการเลือกใช้สื่อเพื่อคลายเหงา โดยแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศแตกต่างกันดังกล่าวนี้ พบว่า กลุ่มเพศหญิงให้น้ำหนักกับแรงจูงใจเหล่านี้น้อยกว่ากลุ่มเพศชาย จึงเป็นไปตามสมมติฐานเป็นส่วนใหญ่

ผลการทดสอบด้านแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศกับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลในด้านอายุที่มีความแตกต่างกัน พบว่า อายุที่มีความแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ไม่ว่าจะวัยรุ่นจะมีอายุต่างกันหรือไม่ อย่างไร ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศแต่อย่างใด

ผลการทดสอบด้านแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีลักษณะที่พหุกอศัยต่างกัน พบว่า ลักษณะที่พหุกอศัยที่มีความแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ไม่ว่าจะวัยรุ่นจะพหุกอศัยอยู่ที่ใด ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศในการสื่อสารเรื่องเพศแต่อย่างใด

ผลการทดสอบเกี่ยวกับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่น กับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลด้านภูมิฐานะที่แตกต่างกัน พบว่า ภูมิฐานะที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับแรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศ วัยรุ่นที่อยู่ในกรุงเทพมหานครจะใช้สื่อเพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิมน้อยกว่าต่างจังหวัด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานเพียงประเด็นเดียว

2.3 ผลการทดสอบสมมติฐานด้านแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกัน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานบางส่วน กล่าวคือ แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลบางประเภท ได้แก่ สถานภาพทางเพศ และภูมิฐานะ ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยบางส่วน ดังนี้

ผลการทดสอบด้านแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศกับสถานภาพทางเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแรงจูงใจด้านการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศหรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ และไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา พบว่า กลุ่มเพศหญิงให้น้ำหนักแรงจูงใจเหล่านี้ไปในทางลบมากกว่ากลุ่มเพศชาย จึงเป็นไปตามสมมติฐานเพียงบางส่วน

ผลการทดสอบด้านแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศกับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลในด้านอายุที่มีความแตกต่างกัน พบว่า อายุที่มีความแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ไม่ว่าวัยรุ่นจะมีอายุต่างกันหรือไม่ อย่างไร ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศแต่อย่างใด

ผลการทดสอบด้านแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีลักษณะที่พหุกอศัยต่างกัน พบว่า ลักษณะที่พหุกอศัยที่มีความแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ไม่ว่าวัยรุ่นจะพหุกอศัยอยู่ที่ใด ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศในการสื่อสารเรื่องเพศแต่อย่างใด

ผลการทดสอบสมมติฐาน เกี่ยวกับ แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นกับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลด้านภูมิฐานะที่แตกต่างกัน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน

เป็นส่วนใหญ่จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานเพียงบางส่วน คือ ภูมิลำเนามีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจ จากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นในบางเหตุผล ได้แก่ ภูมิลำเนาที่ต่างกันของ วัยรุ่นแตกต่างกับแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ในการใช้สื่อเนื่องจากมีทางเลือกในการสื่อสารหลายทาง เช่น ค้นหาข่าวสาร / สามารถแสดงออกในการสื่อสาร ได้ตอบ ไม่ว่าจะการพูดหรือเขียนได้อย่างเต็มที่ / ไม่มีการแบ่งแยก อายุ ชนชั้น หรือสถานภาพใดๆ / ช่วยเสริมสร้างจินตนาการทางเพศได้อย่างอิสระไร้ขอบเขต และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในการใช้สื่อเนื่องจากสามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้ สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ในการใช้สื่อเนื่องจากมีข้อมูล หลากหลายค้นหาได้อย่างที่ต้องการรู้ / การใช้สื่อใหม่ในการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศทำให้รู้สึกมีความทันสมัย / ไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา จึงเป็นการยอมรับสมมติฐาน การวิจัยเพียงบางส่วน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ที่ว่าลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกันจะมีแรงจูงใจในการสื่อสารเรื่องเพศต่างกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐานเพียงบางส่วน ได้แก่

- แรงจูงใจทางสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับ ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับอายุ และภูมิลำเนา
- แรงจูงใจทางจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับ ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลบางประเภท ได้แก่ สถานภาพทางเพศ และด้านภูมิลำเนา
- แรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลบางประเภท ได้แก่ สถานภาพทางเพศ และภูมิลำเนา

สมมติฐานที่ 3 : วัยรุ่นมีแนวโน้มที่จะประเมินสื่อใหม่ว่ามีข้อได้เปรียบในด้านแรงจูงใจต่อการสื่อสารเพื่อการแสวงหาเรื่องเพศ

ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า วัยรุ่นประเมินสื่อใหม่ว่ามีข้อได้เปรียบในด้านแรงจูงใจต่อการสื่อสารเพื่อการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศในทางบวกทุกๆ ประเด็นที่ได้ทำการสอบถาม โดยในด้านที่เกี่ยวกับการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ วัยรุ่นเห็นด้วยในทางบวกมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 รองลงมา คือ สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.57 และมีข้อมูลหลากหลายค้นหาได้อย่างที่ต้องการรู้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 สำหรับการรับรู้ในประเด็นที่ว่า สื่อใหม่ช่วยเสริมสร้างจินตนาการ

ทางเพศได้อย่างอิสระ ไร้ขอบเขต แม้จะมีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยจากวัยรุ่นเพียง 3.15 แต่ก็ถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งก็จัดว่าเป็นข้อได้เปรียบเช่นกัน จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “การใช้สื่อใหม่ในการตอบสนองความต้องการการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นในยุคสังคมสารสนเทศ” สามารถอภิปรายผลได้ในประเด็นต่อไปนี้

1. สื่อที่ใช้ในการรับรู้เรื่องเพศ

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเพื่อตอบคำถามว่า ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล อันได้แก่ สถานภาพทางเพศ ระดับอายุ ลักษณะที่พหุภาคัย และภูมิลำเนา ที่ต่างกันของวัยรุ่นจะมีผลต่อการเลือกใช้ช่องทางในการสื่อสารและการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศต่างกันหรือไม่ อย่างไร ซึ่งจากผลการศึกษสามารถอภิปรายได้ดังนี้

1.1 สถานภาพทางเพศมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศ กล่าวคือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีสถานภาพทางเพศต่างกันจะเลือกใช้ช่องทางในการสื่อสารเรื่องเพศต่างกัน โดยส่วนใหญ่กลุ่มวัยรุ่นเพศชายจะเลือกใช้สื่อใหม่หรือสื่อที่เกิดจากเทคโนโลยียุคใหม่ เช่น กระดานข่าว วีดีโอ วีซีดี ดีวีดี เคเบิลทีวี เว็บไซต์เรื่องเพศ ห้องสนทนา และบริการออดิโอเท็กซ์ ในการสื่อสารเรื่องเพศมากกว่ากลุ่มวัยรุ่นหญิง ซึ่งสอดคล้องกับ Chen (อ้างถึงใน Tor Busch) ที่กล่าวว่า เพศชายจะมีทัศนคติในด้านบวกและมีความสนใจในสื่อใหม่มากกว่าเพศหญิง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดารินทร์ สวัสดิ์เสวี (2545) ที่ศึกษาเรื่อง การแปลงตัวตนในห้องสนทนาบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งพบว่า กลุ่มผู้ใช้ห้องสนทนาประเภท SEX จะมีการสนทนาที่มุ่งเน้นไปในเรื่องทางเพศหรือทางกามารมณ์ ส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย อายุ 18-25 ปี จึงน่าจะกล่าวได้ว่า กลุ่มวัยรุ่นเพศชาย มักจะเลือกใช้สื่อใหม่ประเภทห้องสนทนาในการสื่อสารเรื่องเพศมากกว่ากลุ่มวัยรุ่นหญิง

นอกจากนี้ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงฤทัย พงศ์ไพฑูริย์ (2544) ซึ่งทำการวิจัยการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่น พบว่า วัยรุ่นที่มีเพศต่างกันจะมีความรู้และทัศนคติเรื่องเพศศึกษาต่างกัน กล่าวคือ เพศชายจะมีความรู้เรื่องเพศศึกษามากกว่าเพศหญิง เนื่องจากบทบาทของชายและหญิงที่ถูกกำหนดโดยสังคมและวัฒนธรรมส่งผลให้เพศชายมีความรู้เรื่องเพศศึกษามากกว่า

ในขณะที่เพศหญิงจะใช้ช่องทางนิตยสาร และสื่อบุคคล อันได้แก่ เพื่อน ครู หรือผู้ปกครอง ในการสื่อสารเรื่องเพศ จากงานวิจัยของ ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์ (2544) พบว่า การเปิดรับข่าวสารเรื่องเพศศึกษาจากสื่อมวลชนประเภทนิตยสารมีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องเพศมากกว่าสื่ออื่นๆ และพบว่า สื่อบุคคลมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารเรื่องเพศ ในแง่ของการพูดคุยและสอนเรื่องเพศศึกษา สามารถอธิบายได้ว่า การสื่อสารผ่านสื่อบุคคลเป็นการสื่อสารแบบโต้ตอบกันได้ (Two-way communication) ซึ่งการสื่อสารเรื่องเพศผ่านสื่อบุคคลนั้น ผู้ที่ต้องการสื่อสารจะต้องเกิดจากความรูสึกคุ้นเคยบุคคลนั้นๆ เช่น พ่อ แม่ เพื่อน หรือครูอาจารย์ และเกิดความไว้วางใจมากพอที่จะปรึกษาเรื่องเพศ เพราะเรื่องเพศในสังคมไทยถือเป็นเรื่องปิดบัง ซ่อนเร้น ไม่ควรนำมาพูดคุยกัน โดยเฉพาะเพศหญิงที่จะมีการปิดกั้นทางสังคมมากกว่าเพศชาย

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ พัฒนานุสรณ์ (2543) ที่พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นทางเพศ ได้แก่ เพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของไรสส์และเบิร์น ที่กล่าวว่า กลุ่มอ้างอิงของวัยรุ่น ได้แก่ กลุ่มเพื่อน เนื่องจาก วัยรุ่นนั้นใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่เพื่อนๆ ซึ่งบางครั้งบรรทัดฐานและแบบพฤติกรรมของกลุ่มอาจจะไม่เป็นไปตามบรรทัดฐานของสังคม แต่บุคคลต้องการมีการติดต่อสัมพันธ์ระหว่าง สมาชิกในกลุ่มเพื่อนอย่างใกล้ชิดและยาวนานจนบุคคลนั้นยึดถือบรรทัดฐานของกลุ่มมาเป็นแบบอย่าง

นพ.พันธุ์ศักดิ์ ศุกระฤกษ์ได้แสดงความคิดเห็นสอดคล้องกับ ผลการวิจัยที่ว่าเพื่อน คือ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นทางเพศของวัยรุ่น โดยวัยรุ่นจะสนิทกับเพื่อน เพราะสามารถให้ความเข้าใจและมีความคล้ายคลึงกัน นอกจากนี้ยังเข้าไปค้นหาข้อมูลเรื่องเพศร่วมกัน เพื่อความสนุกสนาน และแนะนำเว็บไซต์แปลกใหม่มาให้ หรืออาจจะเข้าไปค้นหาข้อมูลเพียงลำพัง

ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของสังคมตะวันออก ที่เป็นแบบ Traditionalism กล่าวคือ มีลักษณะทางสังคมที่กำหนดข้อห้ามหลัก ในเรื่องความต้องการพื้นฐานทางเพศ ว่าเป็นเรื่องที่ต้องถูกขจัดหรือเก็บกดไว้โดยเฉพาะเพศหญิง (สุชา จันทน์เอม : 2529) และค่านิยมในเรื่องเพศ (sexual values) ในสังคมไทยที่ไม่สนับสนุนหรือส่งเสริมให้คนในสังคมพูดคุย สื่อสารและแสดงออกเรื่องเพศกันอย่างเปิดเผย (จิรอดุล บุญยภักดิ์ : 2543, 25) จึงทำให้เพศหญิงไม่กล้าที่จะแสดงออกทางเพศได้เท่าเพศชาย ข่าวสารและการสื่อสารเรื่องเพศจึงมักจะเป็นเรื่องต้องห้าม (taboo communication) สำหรับเพศหญิง

1.2 ภูมิสำเนา มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศ กล่าวคือ วัยรุ่นที่มีภูมิสำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครจะใช้สื่อเป็นช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศน้อยกว่ากลุ่มวัยรุ่นนิสิตนักศึกษาในส่วนภูมิภาค โดยเฉพาะกลุ่มนิสิตนักศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เลือกกลุ่มตัวอย่างมาจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยที่มีความโดดเด่นด้านเทคโนโลยีข่าวสาร ทำให้วัยรุ่นนิสิตนักศึกษากลุ่มนี้ระบุว่าใช้ช่องทางสื่อเทคโนโลยีในการสื่อสารเรื่องเพศมากกว่ากลุ่มภูมิสำเนาอื่นๆ สื่อเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ต เช่น ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ กระดานข่าว ห้องสนทนา เว็บไซต์ ตลอดจน บริการอดิโอเท็กซ์ทางโทรศัพท์ถูกใช้เป็นช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศของกลุ่มวัยรุ่นนิสิตนักศึกษาในต่างจังหวัด โดยเฉพาะที่จังหวัดนครราชสีมา มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร จึงอนุมานได้ว่าวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครมีการรับรู้ข่าวสารเรื่องเพศกันอย่างอิสระมากกว่า มีสื่อให้เลือกหลากหลายกว่า เนื่องจากมีช่องทางในการรับรู้ข่าวสารเรื่องเพศผ่านสื่อต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง สะดวก แทบจะทั่วทุกสถานที่ ทั้งที่บ้าน ร้านค้า สถานศึกษา ที่ทำงาน จึงสามารถรับรู้ข่าวสารกระจายไปหลายช่องทาง ส่งผลให้มีความต้องการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศผ่านสื่อเทคโนโลยีใหม่น้อยกว่ากลุ่มวัยรุ่นที่มีภูมิสำเนาอยู่ต่างจังหวัด โดยเฉพาะในจังหวัดนครราชสีมา นอกจากนี้ การรับวัฒนธรรมและเทคโนโลยีตะวันตก ทำให้การแสดงออกในเรื่องเพศของวัยรุ่นที่มีภูมิสำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีภูมิสำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ จะรับวัฒนธรรมตะวันตกที่เปิดกว้างในเรื่องการแสดงออกหรือพฤติกรรมทางเพศมากกว่าต่างจังหวัด ส่งผลให้มีแนวคิด ค่านิยม และวิถีชีวิตในการสื่อสารเรื่องเพศ แตกต่างกันไปด้วย

2. เนื้อหา ข่าวสาร และความบันเทิงเรื่องเพศ

จากผลการวิจัย พบว่า วัยรุ่นใช้สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เพื่อรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ ข่าวดาราศาสตร์ หรือบุคคลสำคัญในสังคมที่เป็นข่าวโยงใยกับเรื่องทางเพศมากที่สุด กรณีนี้เป็นไปตามหลักคุณค่าข่าว (News value) นั่นคือ เรื่องที่เกี่ยวข้องกับทางเพศ (sex) กับเรื่องคนโด่งดัง และมีชื่อเสียง (importance) เป็นเรื่องที่ปฏุชนสนใจ (Human interest) ส่วนข่าวสารเรื่องเพศที่กลุ่มวัยรุ่นเลือกใช้ ในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ได้แก่ คอลัมน์ปรึกษาปัญหาเรื่องเพศ สำหรับการใช้อสื่อเพื่อรับรู้ภาพและเนื้อหาเกี่ยวกับการร่วมเพศ พบว่า วัยรุ่นเปิดรับมากเช่นกันก็เพื่อสนองประโยชน์ในเชิงความรู้ความเข้าใจ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมใช้อสื่อเพื่อความสนุกสนาน ตื่นเต้น บันเทิง เป็นเป้าหมายสำคัญ

ผลการค้นพบนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้อสื่อและสนองตอบความพึงพอใจ [Uses and Gratifications Approach] ที่ว่าสื่อตอบสนองความเพลิดเพลิน สื่อที่มีเนื้อหาทางเพศจึงเป็น

ช่องทางที่วัยรุ่นใช้สนองประโยชน์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญทิพย์ จิรพินนุสรณ์ (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ” พบว่า วัตถุประสงค์หลักของการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรเป็นการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตน นักศึกษาและบุคลากรต้องการข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนในประเภทบันเทิงและข่าวมากที่สุด

การสำรวจความคิดเห็นโดยสวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต เกี่ยวกับสื่อลามกที่กำลังเผยแพร่ในสื่อต่างๆ (ภูษิตต์ ภูริปาณิก, 2548; 25) พบว่า สื่อลามกที่ใกล้ตัวเยาวชนไทยมากเป็นอันดับ 1 คือ วีซีดี และดีวีดีบี รองลงมาคือ เว็บโป๊ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยนี้ ไม่เพียงแต่ผลการวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่า การเปิดรับข่าวสารเรื่องเพศเป็นเรื่องง่าย แต่ยังแสดงให้เห็นด้วยว่า ไม่ว่าจะเพศใด ระดับอายุ หรือใครๆ ก็ตามสามารถที่จะเข้าถึงข่าวสารประเภทนี้ได้อย่างเท่าเทียมกัน ดังจะเห็นได้จากการขายวีซีดี และดีวีดีบี ที่บริการแบบที่เรียกว่าเดลิเวอรี่ทางไปรษณีย์ (สังคมเสื่อมหนัก วีซีดีบีเดลิเวอรี่, 2548) โดยกลุ่มพ่อค้าจะส่งส่งแคตตาล็อกหนังโป๊จากที่อยู่ในสมุดหน้าเหลือง ซึ่งเด็กและเยาวชนอาจจะตกเป็นเหยื่อได้อย่างง่ายดาย และอาจชี้ให้เห็นว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องเพศจากสื่อเก่า ยังคงเปิดรับในรูปของเนื้อหาเพศศึกษา ส่วนเนื้อหาด้านความบันเทิงจะเปิดรับจากสื่อใหม่เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว

3. แรงจูงใจในการสื่อสารเรื่องเพศ

ในการวิจัยนี้แบ่งลักษณะแรงจูงใจออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ แรงจูงใจทางสังคม แรงจูงใจทางจิตวิทยา และแรงจูงใจทางคุณลักษณะสื่อ เพื่อตอบคำถามที่ว่า วัยรุ่นที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีแรงจูงใจในการสื่อสารและการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศต่างกันหรือไม่ อย่างไร และปัจจัยสื่อ ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยทางสังคม เป็นแรงจูงใจสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารและการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศของกลุ่มวัยรุ่นมากนักน้อยเพียงใด

งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า เพศชายจะมีแรงจูงใจทางด้านสังคมและจิตวิทยามากกว่าเพศหญิง เพื่อความเพลิดเพลิน คลายเครียด เพื่อหาความรู้ความเข้าใจเรื่องเพศให้มากกว่าเดิม อยากหาคนเข้าใจและปรึกษาได้อย่างไม่เขินอายผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติแก้ไขเรื่องเพศด้วยตนเอง และเพื่อคลายเหงา ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากแนวคิดความเป็นผู้ชายในบริบททาง

สังคมไทย ของ J.A.doyle (อ้างถึงใน มีโชค ราชภูรานูวัต : 2544,29-30) ที่ว่า เพศชายจะมีความสนใจเรื่องทางเพศมากกว่าเพศหญิง ส่วนเพศหญิงจะถูกปลูกฝังเรื่องเพศไปในทางลบ และเป็นวัตถุทางเพศ อยู่ได้ผู้ชายในเรื่องเพศ นอกจากนี้วัยรุ่นเพศชายมักมีความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องเพศมากกว่า ประกอบกับเพศชายมีความคึกคะนอง กล้าลองกล้าเสี่ยง และกล้าที่จะเปิดรับและเรียนรู้เรื่องเพศจากสื่อต่างๆ มากกว่า(ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูริย์ ,2544 : 138) จึงทำให้มีแรงจูงใจที่จะแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศจากสื่อต่างๆ มากกว่าเพศหญิง

ในขณะที่เพศหญิงจะมีแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศผ่านสื่อใหม่มากกว่าเพศชาย อาจเนื่องมาจากสังคมแบบวัฒนธรรมตะวันตกที่ ทำให้เพศหญิงถูกปิดกั้นการรับรู้และแสดงออกในเรื่องเพศมากกว่าเพศชาย เพศหญิงที่มีความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องเพศจึงต้องหาหนทางหรือทางออกด้วยตนเอง โดย วันทนีย์ วาสิกะสิน (2526) กล่าวว่า สังคมไทยยังคงมีค่านิยมที่เป็นมาตรฐานสองชั้น (Double standard) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องเพศ คือ ไม่สนับสนุนหรือส่งเสริมให้พูดคุย สื่อสาร หรือแสดงออกกันอย่างเปิดเผย แม้จะไม่มีบทลงโทษทางกฎหมายแก่ผู้กระทำผิด แต่ก็ยังมีบทลงโทษทางสังคม เช่น การถูกต่อว่า ดูถูก หรือประณาม ทำให้เพศหญิงถูกปลูกฝังสิ่งเหล่านี้ และไม่กล้าที่จะแสดงออกเรื่องเพศ ดังนั้นการสื่อสารเรื่องเพศของเพศหญิงจึงมีข้อจำกัดมากกว่าเพศชาย

แต่ด้วยลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพในช่วงวัยรุ่นเกี่ยวกับการแสดงออกทางเพศ ทำให้เพศชายและเพศหญิงมีความต้องการทางเพศ ทั้งการรับรู้และการตอบสนอง (ราตรี ธรรมนิยม : 2539) แต่เนื่องจากเพศหญิงมีทางออกเรื่องเพศน้อยกว่าเพศชาย จึงต้องหาทางออก อาจจะใช้การสื่อสารเรื่องเพศผ่านสื่อเทคโนโลยีใหม่ อย่างอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสามารถค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ ค้นหาได้อย่างเป็นอิสระ และไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ด้วยคุณลักษณะของสื่อเทคโนโลยีใหม่นี้สร้างแรงจูงใจในการสื่อสารเรื่องเพศให้กับเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของกาญจนา กาญจนทวี ที่ศึกษาแรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย พบว่า เพศหญิงจะมีแรงจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์เนื่องจากสะดวกในการสืบค้นมากที่สุด

จากงานวิจัยของ กอบพงษ์ ภูณทียะ (2545) ได้กล่าวไว้ว่า เพศหญิงจะเข้ามาสื่อสารปัญหาเรื่องเพศผ่านสื่อต่างๆ มากที่สุด เนื่องจาก ไม่มีเวทีหรือช่องทางในการเรียนรู้เรื่องเพศอย่างเพียงพอ และด้วยค่านิยมต่างๆ ทางสังคม เช่น การรักษานวลสงวนตัว การให้คุณค่าเรื่องพรหมจรรย์

เรื่องเพศเป็นเรื่องไม่ดี ผู้หญิงที่สนใจเรื่องเพศเป็นผู้หญิงไม่ดี เป็นต้น จึงกลายเป็นการครอบงำความคิดทำให้เพศหญิงไม่กล้าที่จะสนใจเรื่องเพศ ทั้งๆ ที่อยากรู้ก็ตาม จึงเป็นไปได้ว่าคุณลักษณะเฉพาะของสื่อเทคโนโลยีใหม่ เช่น ค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ ไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา เป็นต้น ได้กลายเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เพศหญิงใช้สื่อเทคโนโลยีใหม่ประเภทอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางสื่อสารเรื่องเพศมากกว่าเพศชาย

นอกจากนี้ผลการวิจัยจากแรงจูงใจทั้ง 3 ด้าน สามารถกล่าวได้ว่า วิทยุรุ่นให้น้ำหนักแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อซึ่งเป็นสื่อใหม่มากกว่าแรงจูงใจทางสังคมและจิตวิทยา ดังจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อที่อยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ เช่น การค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ รองลงมา คือ สามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ นั่นอาจเป็นเพราะคุณลักษณะบางประการของสื่อใหม่ อันได้แก่ การทำงานในรูปแบบการติดต่อสื่อสารที่สามารถเชื่อมโยง ได้ตอบกันได้ทันที [Interactive] และมีรูปแบบที่หลากหลาย [Multimedia] ทำให้วิทยุรุ่นสามารถติดต่อสื่อสาร หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร หรือค้นหาข้อมูลเรื่องเพศได้อย่างสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ด้วยประโยชน์และรูปแบบที่หลากหลายของอินเทอร์เน็ตทำให้สามารถดึงดูดให้บุคคลเข้ามาใช้เพิ่มมากขึ้น (ธนิษานต์ มาชะสีรานนท์, 2545 : 39)

4. ข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นของสื่อใหม่ในการตอบสนองการสื่อสารเรื่องเพศ

กลุ่มวิทยุชนิดนี้ นักศึกษา ประเมินสื่อใหม่ว่ามีข้อได้เปรียบที่เป็นแรงจูงใจต่อการสื่อสารเพื่อการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ เช่น สามารถค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ และค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ ไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา เป็นต้น ทั้งนี้จากงานวิจัยของ อารีย์ พันธมณี (2534) เกี่ยวกับแรงจูงใจที่ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างมีทิศทาง เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายหรือเงื่อนไขที่ต้องการ นั่นก็คือ ความอยากรู้ของวัยรุ่น ซึ่งถือว่าเป็นไปตามกระบวนการเกิดแรงจูงใจ (motivation) ก็คือ วัยรุ่นมีความต้องการที่จะรู้จึงเป็นแรงขับให้แสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ เพื่อแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการนั้นๆ เมื่อได้รับรู้แล้วก็ได้รับความพึงพอใจ กล่าวคือหากวัยรุ่นมีความต้องการทางเพศ แล้วไม่สามารถระบายออกในทางอื่นได้ ก็จะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสาร และแสวงหา ทั้งนี้เพราะลักษณะทางจิตวิทยาของอินเทอร์เน็ตซึ่งมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ (ศรีศักดิ์ จามรมาน : ปัญหาอินเทอร์เน็ตเชกส์ (1)) คือ

- การเข้าถึงสามารถเข้าสู่เว็บไซต์ลามก หรือห้องสนทนาพูดคุยเฉพาะเรื่องเพศ สามารถใช้ง่ายและตอบสนองความหึงพ้อใจทางเพศได้อย่างสะดวก และอาจจะเสพยาตีตได้มากที่สุด
- การควบคุมในสังคมอินเทอร์เน็ต หรือโลกไซเบอร์เป็นบรรยากาศไร้ตัวตน และการไม่รู้จักกัน (Anonymous) ซึ่งทำให้คนส่วนใหญ่ละเลยข้อห้ามที่เกี่ยวกับเรื่องเพศหลายอย่างไป ทำให้สามารถปลดปล่อยจินตนาการทางเพศที่เก็บกดไว้ได้โดยไม่ต้องกลัวว่าจะมีใครรู้จัก
- ความตื่นเต้น การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า การตั้งใจในภาพลักษณ์รูปร่างของเพศตรงข้าม และเรื่องเพศของมนุษย์ เป็นความจริงเกี่ยวกับเรื่องของจินตนาการและความหึงพ้อใจของตนเองเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นแม้จะไม่เห็นรูปร่างหน้าตาจริงของเพศตรงข้ามก็สามารถทำให้เกิดความตื่นเต้นได้ ด้วยการพูดคุยเชิงเพศ หรือพูดเล่นโลม

นายแพทย์พันธุ์ศักดิ์ ศุภระฤกษ์ (อ้างถึงในดวงฤทัย พงศ์ไพฑูริย์, 2544 : 155) ได้กล่าวว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่มักจะชอบรูปแบบและการนำเสนอประเด็นทางเพศผ่านอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหา ภาพโป๊ ปฏิทินโป๊ วิธีการมีเพศสัมพันธ์ เพราะเป็นสิ่งที่แปลกใหม่ โดยทั่วไปอาจกล่าวได้ว่า ช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศทั้งสื่อใหม่และสื่อดั้งเดิมก็ยังคงเป็นช่องทางวัยรุ่นแต่ละคนจะเลือกใช้ (Selective Exposure) โดยให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวก และเป็นอิสระ มากกว่าในเรื่องของรูปแบบ (Function) การใช้งาน เช่น สีสันสวยงาม ภาพเคลื่อนไหว หรือระบบเสียง

แสดงให้เห็นว่า จุดเด่นของสื่อใหม่ อันได้แก่ เช่น สามารถค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ และค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ ไม่มีใครเห็นรูปร่างหน้าตาและตัวตนที่แท้จริงของเรา เป็นต้น ถือเป็นข้อได้เปรียบที่ทำให้วัยรุ่นเลือกใช้เป็นช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศ

5. ความเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการใช้อินเทอร์เน็ตกับการสื่อสารเรื่องเพศ

ผลการวิจัยที่ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเนื่องจากสื่อใหม่ โดยพบว่า สื่อใหม่ทำให้มีอิสระ และเสรีภาพในเรื่องเพศมากขึ้นกว่าเดิม การรับรู้ค่านิยมแบบตะวันตกจากสื่อใหม่ทำให้วัยรุ่นสมัยนี้ไม่สนใจเรื่องการรักษาความบริสุทธิ์ สื่อใหม่ส่งผลให้วัยรุ่นมีเพศสัมพันธ์เร็วขึ้นกว่าแต่ก่อน สำหรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านอื่นๆ ที่วัยรุ่นให้ความคิดเห็นว่าเป็นไปค่อนข้างสูงเช่นกัน คือ สื่อใหม่ทำให้วัยรุ่นเปลี่ยนแฟน คู่รักบ่อยขึ้น หรือมีคู่รักมากขึ้นกว่าเดิม วัยรุ่นในปัจจุบันมักใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการหาคู่อีก ตัวอย่างที่เห็นในสื่อใหม่ทำให้พฤติกรรมการโอบกอดกันในที่สาธารณะกลายเป็นเรื่องไม่แปลก และสื่อใหม่ให้แบบอย่างการ

คบเพื่อนต่างเพศได้ง่ายและสะดวกใจมากขึ้น เป็นต้น แสดงให้เห็นว่าสังคมไทยมีการปรับเปลี่ยน วัฒนธรรมและค่านิยมเรื่องเพศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีรอดุล บุญยัทธิ (2543) ที่กล่าวว่า การปรับเปลี่ยนค่านิยมในเรื่องเพศ ต้องเชื่อมโยงกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และสังคมด้วย โดยมีสื่อมวลชนที่มีเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ เป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะปรับเปลี่ยน ค่านิยมในเรื่องเพศให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. วัยรุ่นถือเป็นช่วงหัวเลี้ยว หัวต่อ ของการเปลี่ยนแปลงช่วงชีวิต เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกายและจิตใจ โดยเฉพาะประเด็นเรื่องเพศ กลายเป็นประเด็นสำคัญที่ช่วยดึงดูดความสนใจของวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี ดังนั้นสื่อควรจะผลิตเนื้อหาที่มีสาระ มากกว่าเนื้อหาในทางลามกอนาจาร เพื่อให้วัยรุ่นได้มีช่องทางที่เหมาะสม ในการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ
2. จากการวิจัยพบว่า วัยรุ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ในต่างจังหวัด จะแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศผ่านสื่อเทคโนโลยีใหม่ประเภทอินเทอร์เน็ตมากกว่ากรุงเทพมหานคร สะท้อนให้เห็นว่า การให้ความรู้เรื่องเพศในต่างจังหวัดยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของวัยรุ่น ทำให้วัยรุ่นต้องหันมาใช้ช่องทางนี้ในการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรจะหาแนวทางแก้ไข เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศให้มากขึ้น เช่นการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ รวมถึงการเพิ่มพื้นที่สาธารณะที่พร้อมจะให้ข้อมูล และคำปรึกษาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่ถือว่าเป็นสื่อที่เข้าถึงวัยรุ่นได้มากที่สุดในขณะนี้ ทั้งนี้ก็ควรมีมาตรการปราบปรามการผลิตเนื้อหาลามกแอบแฝงที่มักจะแทรกซึมในเว็บไซต์ทั่วไปมากขึ้น
3. จากผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าสื่อใหม่สร้างปรากฏการณ์ความเปลี่ยนแปลงให้กับสังคมอย่างหนึ่ง นั่นก็คือ การสะท้อนแนวความคิดเรื่องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของวัยรุ่น ดังจะเห็นได้จาก ความคิดเห็นด้านพฤติกรรมการแสดงออกจากการใช้สื่อใหม่ในการสื่อสารและแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ เช่น สื่อใหม่ทำให้วัยรุ่นเปลี่ยนแฟน คู่รักบ่อยขึ้น หรือมีคู่รักมากขึ้นกว่าแต่ก่อน การรับรู้ค่านิยมแบบตะวันตกจากสื่อใหม่ทำให้วัยรุ่นสมัยนี้ไม่สนใจเรื่องการรักษาความบริสุทธิ์ เป็นต้น ซึ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งรัฐบาล กลุ่มผู้จัดทำเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต และพ่อแม่ผู้ปกครองควรจะช่วยกันหาแนวทางป้องกัน เพื่อไม่ให้กลายเป็นปัญหาสังคมตามมาภายหลัง



ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเนื้อหาข่าวสารเรื่องเพศจากสื่อใหม่ ด้วยการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยการตั้งกระทู้ผ่านอินเทอร์เน็ต (Post ผ่านเว็บไซต์ เว็บบอร์ด กระดานข่าว ฯลฯ) เพื่อทราบว่าสื่อใหม่ถูกใช้เป็นช่องทางในการสนองตอบเนื้อหาข่าวสารเรื่องเพศผ่านสื่อเทคโนโลยีใหม่ทางอินเทอร์เน็ตหรือไม่ อย่างไร
2. เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการแจกแบบสอบถาม จึงไม่ได้ข้อมูลที่เจาะลึกมากนัก ซึ่งยังมีประเด็นที่น่าสนใจที่อาจจะใช้ในการวิจัยเพิ่มเติม จึงควรใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การเก็บข้อมูลเชิงลึก (in-depth interview) การสนทนากลุ่ม (Focus group) โดยการสัมภาษณ์วัยรุ่น เกี่ยวกับเรื่องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากการใช้สื่อใหม่ในการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ หรือการที่จะทำให้เห็นว่า แท้ที่จริงแล้วสื่อใหม่อาจจะสามารถเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมในปัจจุบันได้จริงหรือไม่ อย่างไร
3. การวิจัยครั้งนี้เลือกศึกษาเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น จึงไม่อาจบอกถึงกลุ่มคนในสังคมทั้งหมดได้ ฉะนั้น น่าจะมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลที่แตกต่างกันออกไป เพื่อนำมาเปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มคนในสังคม และอธิบายโครงสร้างที่แท้จริงของสังคมได้อย่างละเอียดยิ่งขึ้น
4. ควรศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยา สังคมวิทยา และด้านวัฒนธรรม ของผู้รับสารที่ใช้สื่อเทคโนโลยีใหม่เป็นช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศเพิ่มขึ้นด้วย
5. ควรศึกษาเจาะลึกถึงเนื้อหาทางเพศประเภทต่างๆ ทั้งจากสื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ เพื่อศึกษาปริมาณการสื่อสารเรื่องเพศ ว่าแท้จริงแล้ววัยรุ่นใช้เนื้อหาทางเพศในด้านบวกหรือด้านลบมากกว่ากัน