



รายงานวิจัย

เรื่อง

การแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศศึกษาและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสาร
“หนี่ เหลา เปา ติว”

Information Seeking and Information Utilization of the
“Ngee Lhao Pao Tiw” Program Audience



อวยพร พานิช

การวิจัยครั้งนี้ได้รับเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏ

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

ชื่องานวิจัย : การแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศศึกษาและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสาร
“หงี เหลา เปา ตั่ว”
ชื่อผู้วิจัย: อวยพร พานิช
ปีที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ: 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อศึกษาการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หงี เหลา เปา ตั่ว” ของผู้รับสาร 2.เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากรายการ “หงี เหลา เปา ตั่ว” ของผู้รับสาร 3.เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หงี เหลา เปา ตั่ว” ของผู้รับสาร จำนวนทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม ประกอบด้วยการแสวงหาข่าวสารจำนวน 7 ข้อ เนื้อหาความรู้เรื่องเพศจำนวน 11 ข้อ และการใช้ประโยชน์จำนวน 7 ข้อ สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้ทฤษฎีความน่าเชื่อถือ แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษา แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ มาใช้ในการวิเคราะห์

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสาร ในงานวิจัยนี้กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ และประเภทของเนื้อหาในการแสวงหาจากรายการ “หงี เหลา เปา ตั่ว” ดังนี้ 1.กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หงี เหลา เปา ตั่ว” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์หรือรับคำแนะนำในการปฏิบัติตัวมากที่สุด(ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมา คือ เพื่อต้องการหาความรู้(เพศศึกษา) (ค่าเฉลี่ย 3.68) และน้อยที่สุดคือนำไปพูดคุยสนทนากับเพื่อนฝูง (ค่าเฉลี่ย 3.01) 2.กลุ่มตัวอย่างชอบแสวงหาเนื้อหาจากรายการ “หงี เหลา เปา ตั่ว” โดยกลุ่มตัวอย่างแสวงหาความรู้เรื่องเพศจากรายการ “หงี เหลา เปา ตั่ว” มากที่สุด คือความรู้ทางจิตวิทยา (เช่น ความผิดปกติด้านอารมณ์และจิตใจในเรื่องเพศ ความต้องการและความรู้สึกทางเพศ) (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมา คือ ทักษะต่าง ๆ ในเรื่องเพศ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และน้อยที่สุดคือประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.48) 3.กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์ในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศจากรายการ “หงี เหลา เปา ตั่ว” โดยกลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากรายการ “หงี เหลา เปา ตั่ว” มากที่สุดในการได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา คือ นำไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และน้อยที่สุดคือสามารถนำเอาความรู้เรื่องเพศที่ได้รับไปแนะนำให้บุคคลอื่นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผลการทดสอบสมมติฐาน การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ดีว” ของผู้รับสาร ในด้านวัตถุประสงค์และประเภทเนื้อหาในการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ดีว” ของผู้รับสารนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน และเป็นความสัมพันธ์กันในทางบวกและอยู่ในระดับสูง หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่แสวงหาเนื้อหาข่าวสารประเภทต่าง ๆ จากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ดีว” มาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศมากตามไปด้วย

คำสำคัญ: การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ หิ้ง เหลา เป่า ดีว



Research Title: Information Seeking and Information Utilization of the “Ngee Lhao Pao Tiw” Program Audience

Researcher: Auayporn Panich

Year: 2021

Abstract

This research is an exploratory research which aims to study 1) the information seeking of the audience of the “Ngee Lhao Pao Tiw” program 2) the information utilization of the audience 3) the relationship between the information seeking and information utilization of the audience. Data was collected from a total of 400 participants using the questionnaire as a data collection tool, 7 in Information Seeking, 11 in Sex Knowledge and 7 in Information Utilization. The statistics used for data analysis were percentage, mean, and Pearson's correlation coefficient, and were processed using the SPSS program. The research employed different concepts and theories for data analysis i.e., trust, sex education, Facebook, information seeking, information utilization, and media satisfaction.

The results show that participants had different objectives for seeking information and utilization of the information from the “Ngee Lhao Pao Tiw” program as follows.

1. The participants mostly had the objectives of seeking news for their benefit or of receiving advice to improve their sexual behavior from the program (3.82), followed by seeking knowledge about sex education (3.68). Discussing the information with friends least common objective (3.01).

2. The participants enjoyed seeking content related to sex knowledge from the program the most, particularly psychological knowledge (e.g., emotional and psychological sexual disorders, sexual desires and feelings) (4.01), followed by views on sex (3.94), and the traditions and cultures the least (3.48).

3. The participants made various uses of the information about sex knowledge from the program, mostly to have fun and enjoyment (4.07), followed by to increase

their knowledge and understanding of sexuality(3.90), and least of all, to be able to give advice on sex knowledge to others (3.71).

The results of hypothesis testing are as follow. The audience' objectives for information seeking and their utilization of the information from “Ngee Lhao Pao Tiw” program are related. Their statistical correlation was at the 0.01 level. Therefore, the hypothesis was proved true, and correlation was positive and at a high level, meaning that the participants who sought different types of content from the program would have a greater use of information about sex education.

Keywords: information seeking, information utilization, Ngee Lhao Pao Tiw



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศศึกษาและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสาร “หญิง
เหล่า เป่า ตู๊ว” สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจาก คณาจารย์ในคณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ทุกท่าน โดยเฉพาะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทัศนีย์ ดำเกิงศักดิ์ ซึ่งผู้วิจัย
ขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนที่ให้ความร่วมมืออย่าง
เต็มที่ ทำให้ได้ผลงานวิจัยที่มีคุณค่า

ท้ายสุดนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้อำนวยการสำนักวิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ที่ได้
ให้ทุนและโอกาสในการวิจัยครั้งนี้



อวยพร พานิช
31 มกราคม 2565

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.4 สมมติฐานการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตการวิจัย	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ทฤษฎีความน่าเชื่อถือ	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษา	15
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก (Facebook).....	18
2.4 ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory).....	21
2.5 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification Theory).....	23
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	31
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	32
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	32
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	32
3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	33

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	34
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	34
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	35
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	36
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “हीं เหลลา เป่า ตี๋”	39
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาความรู้เรื่องเพศที่กลุ่มตัวอย่างชอบแสวงหา ข่าวสารจากรายการ “हीं เหลลา เป่า ตี๋”	41
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ จากรายการ “हीं เหลลา เป่า ตี๋”	43
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	47
5.1 สรุปผลการวิจัย	47
5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	48
5.3 อภิปรายผลการวิจัย	48
5.4 ข้อเสนอแนะ	53
5.4.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	53
5.4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	53
บรรณานุกรม.....	54
ภาคผนวก	56
ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม	56
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	58
ประวัติผู้วิจัย	63

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างมิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือตามแนวคิดของอริสโตเติล (Aristotle) และโฮฟแลนด์และคณะ (Hovland and Associates).....	11
2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างมิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือ กับมาตรวัดของแอนเดอร์เซน (Andersen)	11
2.3 เปรียบเทียบแนวคิดของเบอร์โลและคณะ (Berlo and Associates) กับแนวคิดของอริสโตเติล (Aristotle) โฮฟแลนด์และคณะ (Hovland and Associate) และแอนเดอร์เซน (Andersen) เกี่ยวกับมิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือ	12
2.4 มิติความน่าเชื่อถือกับมาตรวัดของเบอร์โลและคณะ (Berlo and Associates).....	13
4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	36
4.2 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	37
4.3 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	37
4.4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	38
4.5 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	38
4.6 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	39
4.7 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “हीं เหลลา เป่า ตี๊” ของกลุ่มตัวอย่าง	39
4.8 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของเนื้อหาความรู้เรื่องเพศที่กลุ่มตัวอย่างชอบแสวงหาข่าวสารจากรายการ “हीं เหลลา เป่า ตี๊”	41
4.9 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์ในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศจากรายการ “हीं เหลลา เป่า ตี๊”.....	43
4.10 วัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ “हीं เหลลา เป่า ตี๊” ของผู้รับสาร.....	44
4.11 ประเภทเนื้อหาในการแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ “हीं เหลลา เป่า ตี๊” ของผู้รับสาร.....	44

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....	23
2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	23



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารเรื่องเพศในสังคมไทยมีการกำหนดฐานความคิดและความเชื่อที่ว่าเรื่องเพศเป็นสิ่งต้องห้าม เป็นสิ่งไม่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งไม่สมควรพูดกันในที่สาธารณะ จากฐานคิดดังกล่าวทำให้เกิดวัฒนธรรมปกปิด ปิดกั้น กักเก็บการสื่อสารเกี่ยวกับเรื่องเพศไว้ให้เป็นเพียงเรื่องส่วนตัว ผลของการกระทำดังกล่าวทำให้สังคมไทยเป็นสังคมที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับเพศมากที่สุดสังคมหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการทารุณกรรมทางเพศ ความรุนแรงทางเพศ อดีตทางเพศต่าง ๆ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์และความอยากรู้ อยากเห็นเรื่องเพศของคนในสังคมไทย เป็นต้น (วิลาสินี พิพิธกุล และ กิตติ กันภัย, 2547 อ้างถึงใน ทศนีย์ ดำเกิงศักดิ์, 2553)

เรื่องเพศถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของมนุษย์ ที่มีทั้งแง่มุมของ ความสุข สัมพันธภาพ สิทธิมนุษยชนและจิตวิญญาณ จึงมีหลายแง่มุมที่ควรศึกษาให้ถึงแก่น เพื่อนำองค์ความรู้มาปฏิรูประบบคิดเรื่องเพศรวมทั้งสภาพแวดล้อมทางสังคมให้เอื้อต่อการมีวิถีชีวิตทางเพศที่เป็นสุข ปลอดภัย ปราศจากความกระวนกระวายใจในเรื่องเพศ

การที่สังคมพร่ำบอกว่าเรื่องเพศเป็นของต่ำ และสะท้อนความไม่มีอารยธรรมนั้น ไม่สามารถหยุดยั้งความต้องการเรียนรู้เรื่องเพศที่อยู่คู่กับมนุษย์มาตั้งแต่เกิดได้ แต่กลับสร้างความกระวนกระวายใจ รวมทั้งความเชื่อผิด ๆ เรื่องเพศให้แก่คนในสังคมไทยเป็นอย่างมาก

ในขณะที่ผู้คนมีความวิตกกังวลใจ การนำเสนอข้อมูลเรื่องเพศผ่านสื่อต่าง ๆ ก็สะท้อนถึงความขาดแคลนแหล่งเรียนรู้เรื่องเพศที่นำเสนอมุมมองได้อย่างสมดุล ครบทุกแง่มุมดังที่ได้กล่าวไปแล้ว คือ ความสุข สัมพันธภาพ สุขภาพ สิทธิมนุษยชน และจิตวิญญาณ ซึ่งการเรียนรู้เรื่องเพศที่เจอปนด้วยมายาคติจะหวนกลับมาทำร้ายสังคมไทย พอ ๆ กับการปิดกั้นไม่ให้เกิดการเรียนรู้เรื่องเพศอย่างตรงไปตรงมา (บทความคอลัมน์เสียงสตรี หนังสือพิมพ์โพสทูเดย์, 2551 อ้างถึงใน ทศนีย์ ดำเกิงศักดิ์, 2553)

เรื่องเพศจึงเป็นโจทย์ใหญ่ของสังคมไทย เนื่องจาก บรรทัดฐานของสังคมไทย กำหนดให้ “เรื่องเพศ” เป็นเรื่องที่ปกปิด (Taboo) การพูดคุยสื่อสารเรื่องเพศอย่างเปิดเผยหรือโจ่งแจ้ง เป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ แต่ดูเหมือนว่าสิ่งใดก็ตามที่ยิ่งปกปิด มนุษย์ก็ยิ่งต้องการที่จะอยากรู้ อยากเห็นมากยิ่งขึ้น เพราะเรื่องเพศเป็นสัญชาตญาณ (Sexual Instinct) อย่างหนึ่งตามธรรมชาติของมนุษย์ ช่องว่างของความรู้เรื่องเพศไม่เคยถูกปิดสนิทอย่างแท้จริง ตรงกันข้ามกับเปิดเผยมากขึ้น ทั้งในแง่ประโยชน์ทาง

วิชาการ หรือในแง่การตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ เรื่องเพศจึงกลายเป็นเรื่องบอกเล่า กันปากต่อปาก ชุบซิบนินทา และพูดจากันในวงการบินมากกว่าจะเป็นความรู้ที่ได้จากแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญเรื่องเพศศึกษาโดยเฉพาะจากรายการที่ผ่านทางสื่อมวลชน

เดอะการ์เดียน รายงานว่า ผลงานวิจัยล่าสุดที่ชื่อว่า “เยาวชนคิดอย่างไรเกี่ยวกับการสอนเพศศึกษาและสัมพันธภาพ: การสังเคราะห์งานวิจัยเชิงคุณภาพในเรื่องมุมมองและประสบการณ์ของเยาวชน” ซึ่งทำการศึกษาวิจัยจำนวน 48 ชิ้นใน 10 ประเทศ (สหราชอาณาจักร ไอร์แลนด์ สหรัฐฯ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ แคนาดา ญี่ปุ่น อิหร่าน บราซิล และสวีเดน) ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชนอายุระหว่าง 4 -19 ปี รวมทั้งเยาวชนอายุ 25 ปีที่จำได้ว่าเคยเรียนวิชาเพศและสัมพันธภาพเมื่อครั้งเป็นนักเรียน แสดงให้เห็นว่าวิชา เพศศึกษา ในโรงเรียนทั่วโลก “ขาดข้อมูลที่ตรงประเด็น” กับประสบการณ์ของนักเรียนอย่างมาก ผู้เรียนคิดว่าเนื้อหาไม่ถูกจุด ไม่ตรงใจ จึงไม่สนใจจะเรียน

อีกทั้งรายงานผลวิเคราะห์ของ ดร. แพนดอรา พาวด์ แห่งวิทยาลัยการแพทย์ชุมชนและสังคม มหาวิทยาลัยบริสตอล พบความสอดคล้องจนน่าแปลกใจในเรื่องมุมมองของวัยรุ่นต่อวิชาเพศศึกษาจากทั้ง 10 ประเทศ โดยนักเรียนจำนวนมากเห็นว่าบทเรียนเรื่องเพศและสัมพันธภาพมีแต่แง่ลบ เน้นศีลธรรมและเป็นวิทยาศาสตร์จนเข้าใจยากเกินกว่าจะช่วยให้ตนเองรับมือกับความรู้สึกและสถานการณ์เมื่อเผชิญในชีวิตจริง เน้นเนื้อหาเพื่อให้นักเรียนรักษานวลสงวนตัว ไม่คอยให้ความสำคัญกับเรื่องอารมณ์ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นจริง ๆ ดร. แพนดอรา กล่าวว่า “ผลการวิจัยแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าวิชาเพศศึกษาและสัมพันธภาพที่สอนในโรงเรียน ไม่ค่อยตอบสนองความต้องการของเด็ก ดูเหมือนโรงเรียนยังทำใจยอมรับได้ยากว่าเด็กบางคนมีพฤติกรรมทางเพศหรือมีเพศสัมพันธ์แล้ว ทำให้ออกแบบการจัดการเรียนการสอนเพศศึกษาและสัมพันธภาพที่ไม่ถูกจุด ไม่ตรงกับชีวิตของผู้เรียน (ประชาไท, งานวิจัยเผยเพศศึกษาที่สอนทุกวันนี้ไม่ตอบโจทย์ผู้เรียนวัยรุ่นทั่วโลก อ้างถึงใน <http://prachathai.com>>2016/10)

ในปัจจุบัน สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร และ website ต่าง ๆ ใน Internet ได้มีการนำเสนอข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษามากขึ้น โดยมีการนำเสนอทั้งในรูปแบบของวิชาการ และรูปแบบของการตอบสนองต่อความอยากรู้อยากเห็นอันเป็นสัญชาตญาณพื้นฐานของมนุษย์โดยไม่ถูกมองด้วยสายตาดำทมิฬ เช่น สื่อโทรทัศน์ นำเสนอข่าวสารความรู้เรื่องเพศ ผ่านทางรายการ ชูรักชูรส หรือคอลัมน์เสพสมบิรมิสมในหนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ คอลัมน์ฮอตไลน์สายรักในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก คอลัมน์สมรสไม่สมรัก ในนิตยสารชีวิตจริง หรือเว็บไซต์พันทิปดอทคอม เป็นต้น (ทัศนีย์ คำเกิงศักดิ์, 2553)

ค่านิยมที่ถูกต้องต่อเรื่องเพศ โดยเฉพาะในปัจจุบันการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องเพศที่หลากหลายและมีปริมาณมากขึ้นตามสื่อต่าง ๆ อันสืบเนื่องมาจากการหลั่งไหลของอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตก ที่เปิดกว้างให้กับเรื่องเพศศึกษา แต่รายการเหล่านั้นก็เผยแพร่ตามสื่อต่าง ๆ

อย่างเปิดกว้าง ทำให้ผู้คนจำนวนมากสนใจหาคำตอบเฉพาะปัญหาเรื่องเพศของตนเองที่อยากปรึกษา ผู้รู้โดยเฉพาะแพทย์เฉพาะทาง รายการตอบปัญหาทางเพศออนไลน์ที่มีลักษณะทั้งปรึกษาส่วนตัวและบอกเล่าต่อออนไลน์จึงตอบโจทย์ปัญหานี้ได้

ด้วยเหตุนี้ รายการ “หิ้ง เหลา เป่า ติ้ว” เรื่องเพศต้องพูด ของน้ำเน็ก นายเกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา จึงถือกำเนิดมาทางเฟซบุ๊กไลฟ์และยูทูบไลฟ์ของ NANAKE555 เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2562 โดยมีเป้าหมาย “รับปรึกษาปัญหาทางเพศ คุยกันแบบตรงไปตรงมากับคุณหมอเฉพาะทาง” และ “ตอบปัญหาทุกข้อสงสัยเรื่องเพศและชีวิตคู่ แบบเข้าใจง่ายและเป็นกันเอง” โดยแรกเริ่มเชิญหมอโอ๋ นายแพทย์สุกมล วิภาวีพลกุล ผู้เชี่ยวชาญเรื่องปัญหาคุมสมรสและสุขภาพทางเพศ โรงพยาบาลพญาไท 2 เป็นผู้ตอบปัญหาหลัก ต่อมาเพิ่มแพทย์ผู้เชี่ยวชาญอีก 2 ท่าน คือ หมอไอ้ต พันโท นายแพทย์อาคเนย์ วงษ์สวัสดิ์ผู้เชี่ยวชาญด้านศัลยกรรมทางเดินปัสสาวะและมะเร็งต่อมลูกหมาก ศูนย์แพทย์พัฒนาในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 และหมอโอ๋ นายแพทย์โอฬาริก มุสิกวงศ์ ผู้เชี่ยวชาญสูติศาสตร์นรีเวชวิทยา เวชศาสตร์การเจริญพันธุ์ ต่อมาไร้ท่อทางนรีเวช โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

รายการ “หิ้ง เหลา เป่า ติ้ว” ออกอากาศโดยโพสต์ในช่องยูทูบว่าเรื่องเพศต้องพูด เป็นรายการสด ๆ แบบคู่ขนานบน Facebook Fan Page NaNake555 และ Youtube Chanel NaNake555 ระหว่างเวลา 20.00 ถึง 22.00 น. “ทุกข้อสงสัยที่ถามใครไม่ได้ เราจะตอบให้เอง”

การที่สังคมปัจจุบันดำรงอยู่ได้ด้วยการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย รายการ “หิ้ง เหลา เป่า ติ้ว” ทางเฟซบุ๊กและยูทูบของน้ำเน็ก จึงเป็นที่นิยมมีผู้ติดตามจำนวนมาก ด้วยการทำหน้าที่อันสำคัญในฐานะสื่อสังคม ในการให้ความรู้ ทัศนคติ รวมทั้งสร้างความเข้าใจอันดีเรื่องเพศที่ไม่มีใครพูดหรือกล้าพูดกัน โดยตอบคำถามเผยแพร่เนื้อหาสาระที่เป็นความรู้และเกี่ยวข้อง และพัฒนาความรู้ความเข้าใจในเรื่องเพศ ซึ่งเป็นเรื่องที่ประชาชนคนไทยส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง จากการจัดอันดับรายการของ เฟซบุ๊กมีผู้ติดตามรายการนี้ถึง 1,260,000 ครั้ง และผู้เข้าชมถึง 255,970,277 ครั้ง เป็นอันดับที่ 237 จากจำนวนผู้ติดตาม และ อันดับที่ 194 จากจำนวนผู้เข้าชม/ครั้ง (<https://board.postjung.com/1150867>)

ด้วยการเป็นรายการที่เป็นที่สนใจเช่นนี้ ผู้วิจัยในฐานะผู้สอนทางนิเทศศาสตร์จึงมีความสนใจศึกษาเนื้อหาการแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์ข้อมูลจากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ติ้ว” ของผู้ชมและผู้ติดตามรายการดังกล่าว

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 การใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ติ้ว” เป็นอย่างไร

1.2.2 การใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ติ้ว” เป็นอย่างไร

1.2.3 การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์การใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตู๊ว” อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.3.1 เพื่อศึกษาการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตู๊ว” ของผู้รับสาร
- 1.3.2 เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตู๊ว” ของผู้รับสาร
- 1.3.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตู๊ว” ของผู้รับสาร

1.4 สมมติฐานการวิจัย

การแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตู๊ว” มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตู๊ว” ของผู้รับสาร

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเนื้อหา วิธีการนำเสนอและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสารจากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตู๊ว” ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศศึกษาและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสาร “หิ้ง เหลลา เป่า ตู๊ว” โดยกำหนดเป็นตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตู๊ว” ของผู้รับสาร

ตัวแปรต้น คือ การแสวงหาข่าวสาร ประกอบด้วยความบ่อยครั้งในการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศและวัตถุประสงค์ในการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศจากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตู๊ว”

ตัวแปรตาม คือ การใช้ประโยชน์ ได้แก่

- เพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศศึกษา
- ตอบสนองประเด็นปัญหาที่อยากรู้
- นำข้อมูลไปเป็นแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ
- นำข้อมูลข่าวสาร ความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน
- มีความรู้เท่าทันบุคคลรอบข้างมากขึ้น
- นำสาระ หรือความรู้ที่ได้ ไปเผยแพร่ให้บุคคลอื่นได้

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร การวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณนี้ ได้แก่ ผู้รับชมรายการที่มีอายุตั้งแต่ 18-55 ปีขึ้นไป ทั้งชายและหญิง และเป็นผู้ที่เคยรับชมรายการ “หงี เหลา เปา ติ้ว” ผ่านทางช่องทางออนไลน์ ซึ่งประชากรในการวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ช่วงเวลาของการวิจัยดำเนินตั้งแต่วันที่ 10 มิถุนายน 2564–วันที่ 30 มกราคม 2565

1.5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตเฉพาะพื้นที่ เช่น โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ของรัฐบาลและเอกชน พนักงานบริษัท ข้าราชการ ค้าขาย สำหรับการเก็บข้อมูลภาคสนาม และการเก็บข้อมูลออนไลน์ทั่วประเทศ

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 การแสวงหาข่าวสาร หมายถึง ความบ่อยครั้งในการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศและวัตถุดิบในการค้นหาข่าวสารเรื่องเพศจากรายการ “หงี เหลา เปา ติ้ว”

1.6.2 การใช้ประโยชน์ หมายถึง การนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากรายการ “หงี เหลา เปา ติ้ว” ไปใช้ประโยชน์ด้านใดด้านหนึ่ง ตามความต้องการของแต่ละบุคคล ในด้านต่าง ๆ ได้แก่

- เพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศศึกษา
- ตอบสนองประเด็นปัญหาที่อยากรู้
- นำข้อมูลไปเป็นแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ
- นำข้อมูลข่าวสาร ความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน
- มีความรู้เท่าทันบุคคลรอบข้างมากขึ้น
- นำสาระ หรือความรู้ที่ได้ ไปเผยแพร่ให้บุคคลอื่นได้

1.6.3 สื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ มีการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายหลาย ๆ เครือข่ายทั่วโลก โดยใช้ภาษาที่ใช้สื่อสารกันระหว่างคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า โพรโทคอล (protocol) ผู้ใช้เครือข่ายนี้สามารถสื่อสารถึงกันได้ในหลาย ๆ ทาง อาทิ อีเมล เว็บบอร์ด และโซเชียลเน็ตเวิร์กสำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กที่มีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับเพศศึกษาของรายการ “หงี เหลา เปา ติ้ว” ในรูปแบบการตอบปัญหาเรื่องเพศภายใต้ชื่อ “หงี เหลา เปา ติ้ว” หรือ “สามหมอกับหนึ่งหมา”

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการสื่อสารและเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวกับเพศศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร

1.7.2 ผลการวิจัยใช้เป็นแนวทางในผลิตเนื้อหา (Content) เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านเพศศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในช่วงวัยต่าง ๆ

1.7.3 ผลการวิจัยนำไปเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนรับทราบถึงเนื้อหา รูปแบบการสื่อสาร และกลวิธีในการนำเสนอเนื้อหาเรื่องเพศศึกษา



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศศึกษาและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสารรายการ “หี เหลา เปา ตั่ว” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีความน่าเชื่อถือ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษา
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก (Facebook)
- 2.4 ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)
- 2.5 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification Theory)
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 ทฤษฎีความน่าเชื่อถือ

แนวความคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Source Credibility) เป็นแนวคิดที่อธิบายศักยภาพของสื่อในการจูงใจหรือโน้มน้าวใจผู้รับสารดังที่อริสโตเติล (Aristotel) ได้กล่าวไว้ว่า

“การจูงใจที่บรรลุผลนั้นขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผู้พูด เมื่อคำปาฐกถาของผู้พูดสามารถโน้มน้าวจิตใจของเราให้รู้สึกว่าเขามีความน่าเชื่อถือกว่าคนพรรคอื่น” เรื่องนี้เป็นเรื่องจริง ไม่ว่าจะตั้งปุจฉาใด และไม่ว่าแห่งหนใดที่แม่นยำไม่มีความเที่ยงดำรงอยู่ หากแต่ ณ ที่นั้นสติดด้วยหลากหลายทัศนคติก็ตาม “อริสโตเติล (Aristotle อ้างถึงใน กฤตนิ ประชาบาล, 2539)

โฮฟแลนด์ เจนิส และเคลลี (Hovland, and Kelly, 1953 อ้างถึงใน Garziano และ McGrath, 1986) ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจากทัศนคติของผู้รับสารที่มีต่อแหล่งสาร ซึ่งได้แก่ ความไว้วางใจ (Trust) ความเชื่อมั่น (Confidence) และความเชื่อถือ (Belief) ของผู้รับสารที่มีต่อความเฉลียวฉลาด (Intelligence) และความจริงใจ (Sincerity) ของแหล่งสาร ทัศนคติดังกล่าวเป็นเครื่องชี้องค์ประกอบของแหล่งที่ผู้รับสารให้ความไว้วางใจ

กริฟฟิน (Griffin, 1967 อ้างถึงใน กชพร ลิขิตมาศกุล, 2544) กล่าวว่า ความไว้วางใจของผู้รับสารขึ้นอยู่กับความชำนาญ (Expertise) ความน่าไว้วางใจ (Reliability) เจตนา (Intention) ความดึงดูดใจ (Attractiveness) และความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน (Association Opinion)

โฮฟแลนด์ และไวน์ (Hovland and weiss, 1951) ระบุว่าปัจเจกบุคคล หรือสถาบันที่มีลักษณะความน่าเชื่อถือ จะสามารถมีอิทธิพลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมของผู้รับข่าวสาร และมีความสามารถในการชักชวนให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือเป็นตัวข่าวสารมากกว่าปัจเจกบุคคลที่มีลักษณะความน่าเชื่อถือต่ำ สำหรับแหล่งของความน่าเชื่อถือ โฮฟแลนด์และคณะ (Hovland and Associated) กล่าวว่าเกิดจากการรับรู้ในความสามารถ หรือสมรรถวิสัยและความเป็นผู้นำไว้วางใจของผู้ส่งข่าวสาร ความน่าเชื่อถือนี้มีใช้ลักษณะใดลักษณะหนึ่งของปัจเจกบุคคล เช่น อายุ หรือเพศ หากแต่ว่าความน่าเชื่อถือเป็นชุดของลักษณะ เช่นตำแหน่ง หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ความน่าเชื่อถือนี้เป็นชุดของการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งข่าว โดยผู้รับสาร ดังนั้นในการพิจารณาว่าบุคคลใดมีลักษณะความเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ จำเป็นจะต้องสอบถามจากผู้รับข่าวสาร มิใช่พิจารณาจากแหล่งข่าวสาร

แชเพลิน (Chaplin, 1986 อ้างถึงใน กชพร ลิขิตมาศกุล, 2544) ให้ความหมายของความน่าเชื่อถือว่าเป็นการรับรู้ของผู้รับข่าวสารที่มีต่อลักษณะของผู้ส่งข่าวในด้านความเป็นผู้ไว้วางใจ หรือเป็นผู้ที่มีความชำนาญที่สามารถทำให้ข่าวสารนั้นมีความน่าเชื่อถือ

โฮฟแลนด์, เจนิส และเคลลี (Hovland, Jenis and Kelly, 1953) ได้เสนอองค์ประกอบหลักของความน่าเชื่อถือ ของแหล่งสาร 2 ประการคือ ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) และความเชี่ยวชาญ (Expertness)

โรเจอร์ และชูเมกเกอร์ (Roger and Shoemaker, 1971) ให้ความหมายของความน่าเชื่อถือว่าเป็นระดับของการรับรู้ของผู้รับสารที่มีต่อแหล่งข่าวหรือช่องทางข่าวสาร (Communication Source or Channel) ในด้านความน่าไว้วางใจ และสมรรถวิสัย

วิลเลียม เจ. แม็กไกว์ (William J, Mcguire, 1973) กล่าวไว้ว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเกิดขึ้นจากการที่ผู้รับสารยอมรับในเนื้อหาที่ถูกต้องและสอดคล้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ฉะนั้นจึงเห็นได้ว่าความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจึงอยู่ที่การยอมรับของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารว่าได้รับรู้ในสิ่งที่ถูกต้อง หรือกล่าวอย่างสั้น ๆ ก็คือ ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารขึ้นอยู่กับยอมรับในความชำนาญ (Expertise) และสิ่งที่ประจักษ์ (objectivity)

เจมส์ ซี.แม็คครอสกี และโทมัส เอ.เจนเซน (James C.,McCrosky and Thomas A” Jenson, 1975) เห็นว่าความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร หมายถึง การรับรู้ผู้รับสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (Image)

สจิวต์ แอล. ทูบส์ และซิลเวีย มอสส์ (Stewart L. Tubbs and Sylvia Moss, 1974) ได้กล่าวเสริมว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร คือความเชื่อใจได้ หรือความเต็มใจของผู้รับสารที่จะเชื่อในสิ่งที่ผู้อื่นพูดหรือทำ

ฮาร์ท และคณะ (Hart and Associated, 1975 อ้างถึงใน กชพร ลิขิตมาศกุล, 2544) ได้กล่าวว่าแหล่งความน่าเชื่อถือเกิดจากการรับรู้ของผู้ฟังที่มีต่อผู้พูดซึ่งนำไปสู่การยอมรับหรือไม่ยอมรับ ในจุดมุ่งหมายของผู้พูดหรือผู้ส่งข่าวสาร ความน่าเชื่อถือขึ้นอยู่กับจิตใจ และความนึกคิดของผู้ฟัง และอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

นอกจากนี้ แอนนิต้า เทย์เลอร์ และคณะ (Anita Taylor and associated, 1980) ยังได้กล่าวถึงความน่าเชื่อถือว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร หรือผู้ส่งสาร จะประเมินได้จากมุมมองของผู้รับสาร เมื่อผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือสูง เพราะผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูง ไม่เพียงแต่จะทำให้ผู้รับสารยอมรับในตัวเขาเท่านั้น หากแต่ยังยอมรับในสิ่งที่เขาพูด รวมทั้งสามารถจดจำผู้ส่งสารได้ นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่จะเชื่อผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงมากกว่าผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ

ซึ่งสอดคล้องกับความคิดของเอ็ยวินพี.เบ็ททิงเฮาส์ (Erwin P. Bettinghaus, 1978) ที่ว่าความน่าเชื่อถือนั้นขึ้นอยู่กับ การยอมรับสารที่สำคัญ ขณะเดียวกันความน่าเชื่อถือในบุคลิกของผู้ส่งสาร ก็ไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติเพียงอย่างเดียว เช่น เพศ หรืออายุ แต่เกี่ยวข้องกับบุคลิกอื่น ๆ อาทิ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมด้วย

ซิงเกิลทาร์รี่ (Singletary, 1976) ได้กล่าวว่าความน่าเชื่อถือของแหล่งสารประกอบด้วย ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ความรอบรู้ (Knowledge ability) ความชัดเจน (Articulation) ความดึงดูดใจ (Attraction) ความเป็นปรปักษ์ (Hostility) และความมั่นคง (Stability)

สำหรับการจำแนกองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของแหล่งสารนี้ ครอนไคท์ และลิสคา (Cronkite and Liska, 1978 อ้างถึงใน กชพร ลิขิตมาศกุล, 2544) ได้อธิบายไว้แตกต่างจากงานวิจัยก่อนหน้านี้นี้ ที่พยายามจัดองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจะแปรผันตามสถานการณ์ของการสื่อสาร และหัวข้อการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของมีเทอร์ (Meter, 1974 อ้างถึงใน กชพร ลิขิตมาศกุล, 2544) ที่กล่าวไว้ว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเป็นแนวคิดหลากหลายแง่มุม ดังนั้นจึงต้องใช้เกณฑ์ในการวัดที่หลากหลายแง่มุมเช่นกัน

งานวิจัยในช่วงต่อมาเป็นเรื่องสนับสนุน แนวคิดดังกล่าวเป็นอย่างดีนักวิจัยหลายท่านได้กำหนดองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ต้องการจะวัด

ลี (Lee, 1978 อ้างถึงใน กชพร ลิขิตมาศกุล, 2544) ได้ศึกษาเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือระหว่างข่าวโทรทัศน์ และข่าวหนังสือพิมพ์ และศึกษาองค์ประกอบความน่าเชื่อถือของสื่อทั้ง 2 ประเภท โดย Lee สร้าง Semantic Differential Scales 28 คู่ จากองค์ประกอบดังต่อไปนี้ ความน่าไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญ ความมีชีวิตชีวา ความเป็นกลาง ความเห็นพ้องต้องกัน ความไวใจได้ และความใกล้ชิด เป็นเกณฑ์ในการประเมิน

กาซิอาโน และ แม็คกราท (Gariziano and McGrath, 1986) ได้วิจัยเรื่องเดียวกันนี้ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยแบ่งผู้รับสารออกเป็น 3 กลุ่มตามปริมาณความเชื่อถือ คือกลุ่มที่มีความ

เชื่อถือสูง กลาง ต่ำ ตามลำดับ โดยแบ่งข่าวออกเป็นข่าวระดับท้องถิ่น และข่าวระดับประเทศใช้ Semantic Differential Scales เป็นเกณฑ์ในการประเมิน และกำหนดองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือเอาไว้ 7 ประการ คือความยุติธรรม (Fairness) ความน่าไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญ ศีลธรรม (Morality) ความถูกต้อง (Accuracy) ความเป็นข้อเท็จจริง (Factuality) และการคำนึงถึงสังคม (Social Concern)

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือในยุคต่อมา นักวิจัยได้หันมาศึกษาแหล่งสารที่เป็นบุคคล เช่น ผู้เขียนคอลัมน์นิสต์ เป็นต้น และสารที่ไม่ใช่ข่าว เช่น บทความ คอลัมน์ สารคดี เป็นต้น มากขึ้น

มิติและสิ่งที่ยึดถึงความน่าเชื่อถือ (Dimension and Indices of Credibility)

นักวิชาการสื่อสารหลายท่านได้ระบุถึงมิติต่าง ๆ ของแหล่งความน่าเชื่อถือเวนเบิร์ก และ วิลมอร์ท (Wenburg and Wilmort, 1973) ได้อ้างอิงเขียนของอริสโตเติล (Aristotle) ที่เสนอแนะว่า แหล่งความน่าเชื่อถือนี้ประกอบด้วย 3 มิติ ที่แยกออกจากกัน ซึ่งได้แก่

- ความประพฤติ หรือนิสัย (Character)
- ความเป็นผู้คงแก่เรียน (Sagacity)
- ความเป็นผู้มีไมตรีจิต (Goodwill)

ในการอธิบายถึงปัจเจกบุคคลที่ได้รับการรับรู้ว่ามีความน่าเชื่อถือสูง เวนเบิร์ก และ วิลมอร์ท (Wenburg and Wilmort, 1973) ได้เสนอมิติต่าง ๆ ที่มีความเป็นรูปธรรมขึ้นมาแทนที่มิติทั้งสามของ อริสโตเติล ซึ่งได้แก่

- ความเป็นผู้รู้ (Knowledgeable)
- ความซื่อสัตย์ (Sincere)
- ความเป็นผู้มีความเข้าใจ (Understanding)
- เป็นผู้ห่วงใย (Concerned)
- ความเป็นผู้ประทับใจ (Impressive)
- ความเป็นผู้จริงใจ (Articulate)
- ความเป็นผู้ชำนาญ (Expert)
- ความเป็นผู้มีไมตรีจิต (Friendly)

ในส่วนของโฮฟแลนด์และคณะ (Hovland and Associates, 1953) มีแนวคิดที่ว่า ความน่าเชื่อถือนั้นประกอบด้วยความเป็นผู้ชำนาญการ หรือเป็นผู้ที่มีสมรรถวิสัย มีความน่าไว้วางใจ และความตั้งใจต่อผู้รับสารตามการรับรู้ของผู้รับสาร แนวคิดของโฮฟแลนด์ และคณะนี้นับได้ว่าเป็นกระแงของแนวคิดของอริสโตเติลกล่าวคือความเป็นผู้ชำนาญการ เป็นคำทดแทนความเป็นผู้คงแก่เรียน

หรือมีคุณวุฒิ ความเป็นผู้นำไว้วางใจ ทดแทนความประพฤติหรือนิสัยและความตั้งใจทดแทนความเป็นผู้มีไมตรีจิตดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างมิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือตามแนวคิดของอริสโตเติล (Aristotle) และโฮฟแลนด์และคณะ (Hovland and Associates)

นักวิชาการ	มิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือ		
อริสโตเติล (Aristotle)	ความเฉลียวฉลาด (Intelligence)	ความประพฤติ/ อุปนิสัย (Character)	ความเป็นผู้มีไมตรีจิต (Goodwill)
โฮฟแลนด์และคณะ (Hovland and Associates)	ความเป็นผู้ชำนาญการ (Expertise/Competence)	ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness)	ความมุ่งมั่น (Intention)

นอกจากนั้น เวินเบิร์ก และวิลมอร์ท (Wenbug and Wilmort, 1973) ได้อ้างผลงานของ แอนเดอร์เซน (Andersen) ที่ระบุถึงความน่าเชื่อถือ ซึ่งสามารถวัดได้ใน 2 มิติ คือการประเมินคุณค่า (Evaluation) และความเป็นผู้กระตือรือร้น/คล่องตัว (Dynamism) โดยแอนเดอร์เซนได้ค้นพบตัวบ่งชี้ที่สามารถวัดได้ด้วยมาตรวัด โดยใช้คำคุณศัพท์สองทาง ดังรายละเอียดในตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างมิติต่างความน่าเชื่อถือ กับมาตรวัดของแอนเดอร์เซน (Andersen)

มิติของความน่าเชื่อถือ	สิ่งบ่งชี้/มาตรวัด/คุณลักษณะที่วัด
1. การประเมินคุณค่า (Evaluation)	ซื่อสัตย์-ไม่ซื่อสัตย์ มีคุณธรรม-ไม่มีคุณธรรม เห็นอกเห็นใจผู้อื่น-ไม่เห็นอกเห็นใจผู้อื่น ดี-เลว เป็นผู้มีเหตุผล- เป็นผู้ไม่มีเหตุผล
2. ความเป็นผู้กระตือรือร้น/คล่องตัว (Dynamism)	เป็นผู้สนใจ-ไม่เป็นผู้สนใจ แข็งแรง-อ่อนแอ รวดเร็ว-ชักช้า เด็ดขาด-ไม่เด็ดขาด ว่องไว/ตื่นตัว-ไม่ตื่นตัว

จากสิ่งบ่งชี้ (Indices) ที่แอนเดอร์เซน ได้ระบุมานั้นในมิติของการประเมินคุณค่า (Evaluation) นับว่ามีความคล้ายคลึงกับมิติความเป็นผู้คงแก่เรียน (Sagacity/Intelligence) และมิติความประพฤติหรือนิสัย (Character) ของอริสโตเติล สำหรับมิติคล่องตัว/กระฉับกระเฉง (Dynamism) นั้นเป็นมิติหนึ่งที่แอนเดอร์เซนได้เพิ่มเติมขึ้น

สำหรับ เบอร์โลมเลอร์มาร์ท และเมอร์ซ (Berlo, Lemart and Mer tz, 1969-1970) ซึ่งได้ศึกษาถึงมิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือเพื่อประเมินการยอมรับข่าวสารที่มีต่อแหล่งข่าวสารนั้น เบอร์โลและคณะ(Berlo and Associates) ได้แยกมิติของความน่าเชื่อถือออกมาเป็น 3 มิติเช่นกัน โดยใช้คำว่า ความรู้สึกไม่เป็นภัย (Safety) ความเป็นผู้ที่มีคุณวุฒิ (Qualification) และความคล่องตัว/ความกระฉับกระเฉง(Dynamism) เมื่อพิจารณารายละเอียดของมิติความรู้สึกลดภัยแล้ว พบว่ามีความคล้ายคลึงกับมิติความประพฤติหรือนิสัยของอริสโตเติล (Aristotle) และความน่าไว้วางใจของโฮฟแลนด์และคณะ(Hovland and associates) รวมทั้งเป็นส่วนหนึ่งของมิติการประเมินคุณค่าของแอนเดอร์เซน(Andersen) และในทำนองเดียวกัน มิติความเป็นผู้ที่มีคุณวุฒิมีความคล้ายคลึงกับความเป็นผู้คงแก่เรียนของอริสโตเติลและความเป็นผู้ชำนาญการ หรือมีสมรรถวิสัยของโฮฟแลนด์ และคณะ อีกทั้งเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินคุณค่าของแอนเดอร์เซน สำหรับมิติความเป็นผู้มีความคล่องตัว ได้จำลองแบบมาจากมิติความคล่องตัวของแอนเดอร์เซน ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 เปรียบเทียบแนวคิดของเบอร์โลและคณะ (Berlo and Associates) กับแนวคิดของอริสโตเติล (Aristotle), โฮฟแลนด์และคณะ (Hovland and Associate) และแอนเดอร์เซน(Andersen) เกี่ยวกับมิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือ

นักวิชาการ	มิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือ			
อริสโตเติล (Aristotle)	ความเฉลียวฉลาด (Intelligence)	ความประพฤติ/ อุปนิสัย (Character)	ความเป็นผู้ มีไมตรีจิต (Goodwill)	-
โฮฟแลนด์และ คณะ (Hovland and Associates)	ความเป็นผู้ชำนาญการ (Expertise/Competence)	ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness)	ความมุ่งมั่น (Intention)	-
แอนเดอร์เซน (Andersen)	การประเมินคุณค่า (Evaluation)	-	-	ความเป็นผู้ กระตือรือร้น (Dynamism)

ตารางที่ 2.3 เปรียบเทียบแนวคิดของเบอร์โลและคณะ (Berlo and Associates) กับแนวคิดของ อริสโตเติล (Aristotle), โฮฟแลนด์และคณะ (Hovland and Associate) และแอนเดอร์เซน (Andersen) เกี่ยวกับมิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือ (ต่อ)

นักวิชาการ	มิติต่าง ๆ ของความน่าเชื่อถือ			
เบอร์โลและคณะ (Berlo and Associates)	ความเป็นผู้มีคุณวุฒิ (Qualification)	ความรู้สึกลังเล เป็นภัย (Safety)	-	ความเป็นผู้กระตือรือร้น (Dynamism)

สำหรับสิ่งบ่งชี้ และมาตรวัดคุณลักษณะความน่าเชื่อถือนั้น เบอร์โลและคณะ(Berlo and Associates) ได้นำเสนอไว้ดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 มิติความน่าเชื่อถือกับมาตรวัดของเบอร์โลและคณะ(Berlo and Associates)

มิติความน่าเชื่อถือ	สิ่งบ่งชี้/มาตรวัด/คุณลักษณะ
1. ความเป็นผู้มีคุณวุฒิ (Qualification)	ชำนาญการ-ไม่ชำนาญการ มีคุณวุฒิ-ไม่มีคุณวุฒิ มีความรอบรู้-ไม่มีความรอบรู้ มีประสบการณ์-ไม่มีประสบการณ์
2. ความรู้สึกลังเลเป็นภัย (Safety)	ปลอดภัย-ไม่ปลอดภัย ยุติธรรม-ไม่ยุติธรรม ใจดี-ชั่วร้าย ซื่อสัตย์-ไม่ซื่อสัตย์
3. ความคล่องตัว-กระฉับกระเฉง	แข็งแรงเด็ดขาด-อ่อนโยน หนักแน่น-ลึกลับ กระฉับกระเฉง-อ่อนล้า ตื่นตัว-ไม่ตื่นตัว มีความกล้า-ขี้อาย

นอกจากนั้นเบอร์โล และคณะ (Berlo et al.) ยังได้ให้ข้อเสนอว่า มิติความเป็นผู้มีคุณวุฒิ (Qualification) นั้นสะท้อนถึงความสามารถ หรือความเป็นผู้ชำนาญในเนื้อหาวิชาที่ผู้ส่งสารกำลังกล่าวถึง ถ้าผู้รับสารเกิดการรับรู้ที่ผู้ส่งสารจะเชื่อในเนื้อหาที่ผู้ส่งสารกล่าวถึง ในทางตรงกันข้าม

ถ้าผู้รับสารรับรู้ว่ามีผู้ส่งสารไม่มีความชำนาญและไม่มีประสบการณ์ ผู้รับสารจะเชื่อในเนื้อหาที่ผู้ส่งสารกล่าวถึง ในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้รับสารรับรู้ว่ามีผู้ส่งสารไม่มีความชำนาญและไม่มีประสบการณ์ ผู้รับสารจะไม่เชื่อถือในตัวผู้รับสาร

สำหรับมิติความรู้สึกไม่เป็นภัยนี้ จะเป็นเครื่องรับประกันว่าผู้นำเสนอข่าวสาร จะสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ ถ้าผู้รับสารรับรู้ว่ามีผู้ส่งสารไม่เป็นภัย (รู้สึกปลอดภัยในตัวผู้ส่งสาร) เป็นมิตร และซื่อสัตย์ ผู้รับสารจะเกิดความไว้วางใจในตัวผู้ส่งสาร และเชื่อในสิ่งที่ผู้ส่งสารกล่าวถึง ในขณะเดียวกัน ถ้าผู้รับสารรับรู้ว่ามีผู้ส่งสารไม่มีความยุติธรรม หยาดคาย และไม่ซื่อสัตย์ ผู้รับสารจะบังเกิดความไม่ไว้วางใจในตัวผู้ส่งสารและเนื้อหาข่าว และจะต่อต้านในเนื้อหาข่าว นั้น ๆ

ในมิติของความคล่องตัว (Dynamism) ตามแนวคิดของเบอร์โล และคณะ (Berlo et al.) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าถ้าผู้รับสารรับรู้ว่ามีผู้ส่งสารมีความเด็ดขาด แข็งขัน ตื่นตัว และกระฉับกระเฉงอยู่เสมอ ผู้ส่งสารจะได้รับความเชื่อถือในระดับสูง แต่ถ้าผู้ส่งสารมีลักษณะอ่อนตัวอ่อนไหว ลังเลและซื่อๆ ผู้ส่งสารจะได้รับความเชื่อถือในระดับต่ำ

ดังเป็นที่ประจักษ์ว่า นักวิชาการด้านการสื่อสารหลายท่านได้ใช้หลากหลายมิติในการตัดสินความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ซึ่งในทำนองเดียวกันครอนไคท์ (Cronkite, 1969) ได้ระบุถึงลักษณะของผู้ส่งสารที่ผู้ฟัง หรือผู้รับสารนำมาพิจารณาในการประเมินความน่าเชื่อถือของผู้ส่งข่าว ซึ่งได้แก่ ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ความคล่องตัว หรือกระฉับกระเฉง (Dynamism) ความมีสมรรถวิสัย (Competence) ความรู้จักมักคุ้น (Sociability) การประเมินคุณค่า (Evaluation) ความเห็นพ้องต้องการ (Agreeableness) มีความเปิดเผย (Extroversion) แสดงให้คนเกิดอารมณ์ได้ง่าย (Emotion) ความมั่นคง (Stability) ความเป็นธรรม (Conscientiousness) พฤติกรรมมีความตรงไปตรงมา (Objectivity) และมีความคล้ายคลึง (Identification) กับผู้ฟัง แต่อย่างไรก็ตาม นักวิชาการเหล่านั้นอาจมีแนวคิดในการประเมินลักษณะของความน่าเชื่อถือเหล่านี้ไม่เหมือนกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัญหาที่วิจัย เนื้อหาสาระและเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าความน่าเชื่อถือนี้เป็นปรากฏการณ์ในลักษณะหลากหลายมิติ (Multidimensional phenomenon)

การตอบปัญหาเรื่องเพศศึกษาจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเข้ามาช่วยสนับสนุนในการสื่อสาร ให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดนั้น ล้วนเริ่มต้นมาจากความเชื่อถือของผู้รับสารที่มีต่อเนื้อหาสาระและต่อผู้ส่งสารเป็นสำคัญ และการทำให้ผู้รับสารมีความมั่นใจในสารและตัวผู้ส่งสารนั้นจะนำไปสู่การยอมรับในข่าวสารที่เสนอ ในที่สุดก็จะนำความรู้ในเรื่องเพศศึกษาไปแก้ปัญหาเรื่องเพศต่อไปได้

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษา

คำว่า “เพศศึกษา” (Sex Education) นั้นเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางมาก จึงมีผู้ให้คำจำกัดความ และความหมายในเรื่องเพศศึกษา ในหลากหลายทัศนะ ดังต่อไปนี้

เคอร์เคนดอลล์ (Lester A'Kirkendall, 1960) ได้อธิบายว่าเรื่องเพศมีความหมายและขอบเขตกว้างขวางมากเช่นเดียวกับคำว่า “ชีวิต” จึงไม่สามารถจะใช้คำอธิบายสั้น ๆ ได้ แต่พอที่จะสรุปได้ดังนี้

1. เรื่องเพศเป็นแรงผลักดันที่สำคัญอย่างหนึ่งซึ่งทำให้คนเราเกิดมีความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จ และสามารถกระทำหรือแสดงพฤติกรรมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุตามที่ตั้งใจเอาไว้

2. เรื่องเพศเป็นแรงกระตุ้นหรือเครื่องเร้าใจอันทรงพลังยิ่งที่ทำให้เพศชายและเพศหญิงเกิดความสนใจซึ่งกันและกัน เพื่อช่วยทำให้การประกอบกิจการต่าง ๆ เป็นไปอย่างราบรื่น

3. เรื่องเพศเป็นสิ่งที่สามารถกำหนดบทบาททากิริยาท่าทางลักษณะการดำเนินชีวิตของคนเราอย่างเห็นได้ชัดแต่ก็ไม่ได้หมายความว่าเพศใดจะสำคัญยิ่งหย่อนไปกว่ากัน

4. เรื่องเพศเป็นเรื่องธรรมชาติที่แฝงอยู่ในร่างกายและจิตใจของคนเราอย่างลึกซึ้งถาวรซึ่งจะแสดงบทบาทสำคัญที่สุดให้ได้ในชีวิตรักและการครองเรือน

5. เรื่องเพศเป็นสิ่งที่สามารถลดบันดาลให้ชีวิตมีความต่อเนื่องกันจากช่วงชีวิตหนึ่งไปยังอีกช่วงชีวิตหนึ่งโดยกระบวนการสืบพันธุ์ซึ่งมีความต่อเนื่องนี้จะช่วยทำให้ลักษณะชีวิตหลายสิ่งหลายอย่างของพ่อแม่สามารถสืบทอดไปสู่ลูกได้

โดยสรุป “เพศศึกษา” หมายถึง กระบวนการทางการศึกษา (Education Process) ที่จะช่วยให้ผู้ที่ต้องการศึกษาได้เข้าถึงความแตกต่างทางด้านกลไกการทำงาน การเปลี่ยนแปลงความต้องการ และผลสืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของทั้งสองเพศในทุก ๆ ด้าน เช่น ทางด้านกายวิภาค สรีระวิทยา สุขภาพจิต สถานภาพ และบทบาททางเศรษฐกิจ สังคม ประเพณี วัฒนธรรม และการเมือง ทั้งนี้เพื่อนำไปใช้ในการปรับตัว วางแผนชีวิต และการตัดสินใจปฏิบัติต่อกันระหว่างเพศและเพศเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้เกิดความเป็นระเบียบในสังคมและชีวิตครอบครัว

สำหรับลักษณะ หรือธรรมชาติของความรู้เรื่องเพศ หากจะกล่าวโดยสรุปแล้ว อาจแบ่งออกตามเนื้อหาที่ประกอบกันเป็นองค์ความรู้ได้ 4 ลักษณะคือ (จิระอดุลย์ บุญยภักดิ์, 2543)

1. ลักษณะทางชีววิทยาของความรู้เรื่องเพศ (Biological aspect) ได้แก่ เรื่องเกี่ยวกับกายวิภาค และสรีระวิทยาของร่างกายมนุษย์เป็นสำคัญ เช่น โครงสร้างและหน้าที่ของอวัยวะต่าง ๆ ในระบบการสืบพันธุ์ของเพศชายและเพศหญิง ลักษณะทางพันธุกรรมที่เกี่ยวกับเพศความเจริญเติบโตทางเพศด้านร่างกาย (Bio-sexual development หรือ physical sexual development) การมี

หมวดเครา และขนรักแร้ เสียงแตก การมีประจำเดือน การสืบพันธุ์ หรือการร่วมประเวณี การปฏิสนธิ การตั้งครรภ์ การคลอดบุตร ฯลฯ

2. ลักษณะทางสุขวิทยาของความรู้เรื่องเพศ (hygienic aspect) ได้แก่เรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ การระวังรักษาร่างกายให้ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ หรือความผิดปกติทางเพศ เช่น ข้อควรระวังรักษา และสุขปฏิบัติเกี่ยวกับอวัยวะเพศ ข้อควรปฏิบัติขณะมีประจำเดือน การตรวจโลหิตก่อนแต่งงาน กามโรค ความผิดปกติของอวัยวะเพศ ฯลฯ

3. ลักษณะทางจิตวิทยาของความรู้เรื่องเพศ (Psychological aspect) ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวกับจิตใจอารมณ์ เช่น ความเจริญเติบโตทางเพศในด้านจิตใจ (Psycho-sexual development) ความเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและอารมณ์เมื่อเข้าสู่วัยรุ่น แรงดันทางเพศ การระบายอารมณ์ทางเพศ ทักษะติดต่อเพศตรงข้าม ความรัก ความต้องการหรือความรู้สึกทางเพศความผิดปกติทางด้านจิตใจและอารมณ์ ฯลฯ

4. ลักษณะทางสังคมวิทยาของความรู้เรื่องเพศ (Sociological aspect) ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวกับการปรับตัวให้เข้ากับสังคมและมาตรฐานความประพฤติ หรือ กฎเกณฑ์ทางสังคม เช่น ความเจริญเติบโตทางเพศในด้านสังคม (Socio-sexual development) ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ เพศสัมพันธ์ อิทธิพลของเหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม การเกี่ยวพาราสี การเลือกคู่ครอง การแต่งงาน ชีวิตสมรส หรือชีวิตครอบครัว การวางแผนครอบครัว ประเพณี และวัฒนธรรมต่าง ๆ

จะเห็นได้ว่า ความรู้เรื่องเพศ (Sex Education) นั้น เป็นสาขาวิชาการที่เป็นแบบผสมผสาน หรือเป็นสหวิชาการ (Interdiscipline) ซึ่งประยุกต์ความรู้มาจากสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องหลายสาขาเช่น ชีววิทยา สุขวิทยา แพทย์ศาสตร์ สาธารณสุขศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์ สังคมวิทยา ประชากรศาสตร์ ศาสนา ศิลธรรม จริยธรรม ประเพณี วัฒนธรรม สันทนาการ ฯ (สุชาติ และวรรณิ โสมประยูร, 2531)

เพศศึกษาเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ทุกเพศทุกวัย หรือบทบาทของเพศศึกษา

เกี่ยวพันกับชีวิตมนุษย์ตั้งแต่เกิดจนตาย ด้วยเหตุนี้ในด้านของความสำคัญของเพศศึกษา สมาคมสุขภาพในโรงเรียนแห่งประเทศไทยสหรัฐอเมริกา (The American School Health Association: ASHA) (อ้างถึงในสุชาติ โสมประยูร และ วรรณิ โสมประยูร, 2541) ได้กล่าวยอมรับ และยืนยันว่า เพศศึกษา เป็นการศึกษาที่สำคัญส่วนหนึ่ง ซึ่งทางโรงเรียนจำเป็นต้องจัดให้แก่เด็ก โดยสมาคมได้ตีพิมพ์บทความชิ้นสำคัญเรื่อง Growth Patterns and Sex Education ซึ่งเป็นคำแนะนำเกี่ยวกับโครงการสอนหรือแผนการเพศศึกษาตั้งแต่ชั้นอนุบาลจนถึงชั้นเกรด 12 เมื่อปี ค.ศ.1967

ระวีวรรณ แสงฉาย (2538) ได้สรุปบทบาทที่สำคัญของเพศศึกษา ซึ่งมีอยู่ด้วยกันหลายด้าน ได้ดังนี้คือ

1. เพศศึกษาจะต้องช่วยให้แต่ละคนเข้าใจและยอมรับหน้าที่ตามเพศของตนซึ่งกำลังการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมขึ้นอีกใหม่ ๆ พยายามหาทางวางตนและปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ ของตนอย่างได้ผล และราบรื่น และให้ความยุติธรรม และพึงพอใจแก่ตนเพียงพอในความสัมพันธ์ชายหญิงทุกวัย ทุกหน้าที่ที่อยู่ใกล้ชิดกัน การเข้าใจความแตกต่างของแต่ละเพศทั้งทางร่างกายและจิตใจซึ่งเป็นข้อชี้ชัดขั้วลงไปและเป็นที่ยอมรับว่า เพศชายแข็งแรงกว่าเพศหญิง หรือ หญิงประณีตกว่าชาย ฯลฯ เมื่อมีความเข้าใจดังนี้แล้ว ย่อมจะปฏิบัติต่อกันได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

2. การเข้าใจความสัมพันธ์อันดีต่อกันฉันท์เพื่อน เช่น ให้เกียรติกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำความอบอุ่นใจ รับหน้าที่ปฏิบัติต่อกันด้วยความเมตตาปราณี และแต่ละคนไม่ว่าชายหรือหญิง จะต้องมีความรู้สึกรับผิดชอบด้านสังคม (Social responsibility) และแต่ละคนไม่ว่าชายหรือหญิง จะต้องมีความรู้สึกรับผิดชอบด้านสังคม (Social responsibility) และมีความปรารถนาที่จะช่วยเหลือคนอื่นให้เขาได้สามารถและมีโอกาสปรับตนดีขึ้น

3. เพศศึกษาจะช่วยให้แต่ละคนตระหนักถึงความแตกต่างในลักษณะการนึกคิดและพฤติกรรมทางเพศ ซึ่งมีอยู่เป็นปกติ (Aware of differential sex pattern) และยอมรับความแตกต่างและมีความเกี่ยวข้องกันได้อย่างราบรื่น (Accept and interact harmoniously) กับผู้ที่มีลักษณะความนึกคิดการกระทำของเขา แตกต่างกับเราโดยปกติ (Sexual norm)

4. เข้าใจการเลือกคู่ ขอบข่ายแห่งเพศศึกษาตามความหมายนี้ มุ่งที่จะให้มีการใช้ชีวิตสมรสราบรื่น ในข้อนี้อาจแทรกเรื่องขนบธรรมเนียมประเพณี ศีลธรรม หรือวัฒนธรรมไว้ด้วย

5. เข้าใจถึงที่จะต้องเตรียมตัวรับมือกับข้อต่อครอบครัว มีการคิดถึงอาชีพและการสร้างหลักฐาน ต้องการเป็นผู้ที่ได้รับการยกย่องนับถือ ฯลฯ

6. เข้าใจการเลี้ยงดูบุตรธิดาให้เติบโตเป็นพลเมืองดี ซึ่งในการนี้จะต้องมีตัวเองเป็นอย่างไร การให้ความรักความเข้าใจจากหน่วยย่อยในครอบครัวไปจนถึงสังคม เพราะการอบรมภายในครอบครัวนั้นสำคัญมาก ไม่เพียงแต่กับสมาชิกทุกคนในบ้านเท่านั้น แต่กับชุมชนเกี่ยวกับทางเพศทั้งทางดีและทางชั่วอีกด้วย การครองชีวิตของบุคคลและครอบครัวและความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในบ้านควรมีแบบฉบับอย่างไร ถ้าจะส่งเสริมให้แต่ละคนมีการแสดงออกได้อย่างเพียงพอและเหมาะสมกับวัย (Promote nature and adequate expression of sexuality) นอกจากนี้จะต้องเข้าใจวางแผนครอบครัวให้เหมาะสมแก่ชีวิตและความเป็นอยู่โดยเฉพาะแผนเกี่ยวกับเศรษฐกิจและจำนวนสมาชิกในครอบครัว ปรับตัวเองให้เข้ากับสังคมได้

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก (Facebook)

เฟซบุ๊กมีจุดเริ่มต้นขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ ค.ศ.2004 โดยนักศึกษาของ มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard) โดยจุดประสงค์แรกในการเปิดตัวนั้นเพื่อให้นักศึกษาภายในมหาวิทยาลัยใช้ติดต่อสื่อสารกันผ่านเครือข่ายเท่านั้น หลังจากเปิดการใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กได้รับผลตอบรับที่ดีมากจากนักศึกษาในมหาวิทยาลัย การสร้างเครือข่ายนับเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ โดยเฉพาะสำหรับนักศึกษาที่ต้องการพบปะ หรือพูดคุยกับบุคคลอื่นที่มีความสนใจ หรือความชื่นชอบใกล้เคียงกัน โดยที่นักศึกษาเหล่านั้นสามารถสร้างเครือข่ายทางสังคมในเฟซบุ๊กได้ เช่น ความสนใจในกีฬา วิชาการ ดนตรี ภาพยนตร์ หรือ กิจกรรมนอกหลักสูตร การเข้าสังคมต่าง ๆ (Obee, 2012) ส่งผลให้หลังจากนั้นมีการขยายการใช้งานไปสู่โรงเรียนมัธยมต่าง ๆ ทั่วประเทศอเมริกา จนทำให้เกิดเป็นปรากฏการณ์เป็นเว็บไซต์ที่มีการใช้งานกันอย่างแพร่หลายในหมู่วัยรุ่น จนกระทั่งในปี ค.ศ.2006 เฟซบุ๊กได้มีการเปิดการใช้งานให้แก่บุคคลทั่วไปอย่างเป็นทางการ โดยผลสำรวจพบว่า 85% ของนักเรียนนักศึกษาอเมริกันมีบัญชีเฟซบุ๊กเป็นของตนเอง (Simha & Vijayan, 2008 อ้างถึงใน ภาสกร จิตรไคร์ครวญ, 2553)

ผู้ใช้เฟซบุ๊กสามารถเรียกดูโปรไฟล์ของคนอื่น ๆ ที่เป็นเพื่อนกันในเครือข่ายได้ อีกทั้งติดต่อกับเพื่อนเก่าและหาเพื่อนใหม่ผ่านเครือข่ายของกลุ่มเพื่อนในเฟซบุ๊ก อัปโหลดและแบ่งปันรูปภาพ (Upload or Share Photos) โปสต์บทความ (Journals) และสามารถแสดงความคิดเห็น (Comment) ได้อย่างอิสระ ส่วนในด้านกลุ่มความสนใจ (Interest Groups) ในเฟซบุ๊กนั้น มีตั้งแต่เรื่องของศาสนา การเมือง คนรัก ความสนใจ หรือกลุ่มแนวเพลงที่ชื่นชอบ ซึ่งใครก็สามารถสร้างกลุ่มขึ้นมาได้ โดยสามารถกำหนดได้ว่าจะเป็นกลุ่มปิด (Closed Group) หรือกลุ่มเปิดสำหรับทุกคน (Open Group) (Liebowitz, 2007)

จุดเด่นของเฟซบุ๊กอยู่ที่สามารถเชื่อมต่อบุคคลหลายคนเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นเครือข่ายสังคมของบุคคลนั้น ๆ โดยที่ผู้ใช้สามารถอัปเดตสถานะของตนเอง แบ่งปันข้อมูล แสดงความคิดเห็น อัปโหลดรูปภาพต่าง ๆ หรือเช็คอินสถานที่ให้กับเพื่อนในเครือข่ายเห็นได้ และสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ อีกทั้งเฟซบุ๊กยังสามารถสร้างกลุ่มต่าง ๆ ขึ้นเพื่อตอบสนองรูปแบบความต้องการที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถเล่นเกมส์ต่าง ๆ บนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์กับเพื่อนในเครือข่ายได้อีกด้วย (รัชญา จันทะรัง, 2554) ฟังก์ชัน (Function) การใช้งานเหล่านี้บนเฟซบุ๊กสามารถกระตุ้นให้ผู้ใช้งานในเครือข่ายมีปฏิสัมพันธ์กันง่ายยิ่งขึ้นเนื่องจากการใช้งานที่มีความหลากหลายและรองรับการใช้งานผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ในปัจจุบันนี้นับเป็นปัจจัยที่หกของคนไทยซึ่งขาดไม่ได้ ส่งผลให้การเจริญเติบโตของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

กิตติ กันภัย (อ้างถึงใน รัชญา จันทะรัง, 2554) ได้วิเคราะห์ถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กว่าเป็นจุดเริ่มต้นกลไกการรวมตัวของคนในสังคมชั้นดังนี้

1. การเลือกเพื่อนที่มีความคิดเห็นใกล้เคียงกันมาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน
2. ผู้ใช้งานสามารถแสดงออกได้อย่างอิสระจากการแสดงความคิดเห็น รวมถึงภาพที่สามารถแสดงความในใจได้ โดยมีเวลาที่จะเลือก คิดก่อนที่จะเลือกรูป ทำให้เป้าหมายในการสื่อสาร ได้ผลดียิ่งขึ้น
3. แม้การสื่อสารจะเกิดจากคนหนึ่งไปยังอีกหลายคน แต่แสดงถึงความรู้สึกจริงใจ มากกว่าเนื่องจากความเป็นส่วนตัวในการใช้งานและให้ความรู้สึกใกล้ชิดกับผู้รับสารที่เป็นเพื่อนใน เครือข่ายเดียวกัน

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยที่ส่งผลให้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในประเทศไทย มียอดผู้ให้บริการเพิ่มขึ้นมาจาก (รัชญา จันทะรัง, 2554)

1. เกมส์ (Games) เนื่องจากเกมออนไลน์เป็นรูปแบบหนึ่งในความนิยมของกลุ่มผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่ส่งผลมาถึงยุคเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เพิ่มความสุขสนุกสนานให้แก่ผู้เล่นยิ่งขึ้นอีกจากการร่วมกันเล่น การแบ่งปันสิ่งของในเกมส์ให้แก่เพื่อนในเครือข่าย หรือเกมส์ที่สามารถแนะนำหรือส่งต่อให้แก่เพื่อนได้ จึงทำให้เกมส์เป็นปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดให้ผู้ใช้งานเข้ามาใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

2. โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile) เรียกได้ว่าปัจจุบันนี้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นปัจจัยอย่าง หนึ่งที่ทำให้คนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้สะดวกเร็วมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้ใช้งานเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ได้ง่ายดายน่าจะสมัยก่อน ตัวอย่างคือการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่เรียกว่าบริการหน้าเว็บไซต์สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Facebook for Mobile) ที่ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงเฟซบุ๊กได้ตลอดเวลาไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เพราะในอดีตคนส่วนใหญ่จะใช้บริการผ่านคอมพิวเตอร์ หรือโน้ตบุ๊กมากกว่า ซึ่งเป็นการลดข้อจำกัดทางด้านเวลาและสถานที่ เนื่องจากเข้าถึงง่ายไม่ว่าจะอยู่ ที่ไหนก็ตาม

3. แฟนเพจ (Fan Page) นอกจากเฟซบุ๊กจะใช้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อนแล้ว ขณะเดียวกันยังเป็นช่องทางการสื่อสารของตราสินค้าต่าง ๆ กับผู้ใช้งานที่เป็นกลุ่มเป้าหมายผ่านหน้าแฟนเพจ ในเฟซบุ๊กด้วย เนื่องจากในทุกวันนี้จำนวนผู้ใช้เฟซบุ๊กมีอัตราที่สูงจึงทำให้ตราสินค้าต่าง ๆ อาศัยช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรม ตลอดจนสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึง ผู้ใช้งานได้อย่างกว้างขวาง และทำให้รู้สึกใกล้ชิดกับแบรนด์มากยิ่งขึ้น รวมทั้งการตั้งแฟนเพจเพื่อติดตามดารานักร้องที่ตนชื่นชอบก็เป็นที่ยอมรับเช่นกัน เพราะสามารถเข้ามาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร กันได้อย่างง่ายดาย

4. กรู๊ป (Group) เป็นหน้าสำหรับผู้ใช้งานทั่วไปสร้างขึ้นมาเพื่อให้ผู้ใช้งานคนอื่นที่มีจุดประสงค์ หรือแนวทางเดียวกันเข้ามาร่วมพูดคุยมีปฏิสัมพันธ์กัน โดยสามารถประยุกต์ใช้ได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งการสื่อสารภายในกลุ่มนักเรียนกับอาจารย์ในวิชาในการสั่งงาน หรือใช้เพื่อการสื่อสารการทำงานในกลุ่มองค์กร ถือได้ว่าการตั้งกรู๊ปนับเป็นช่องทางในการสื่อสารที่ดีสำหรับกลุ่มคนที่สนใจในเรื่องเดียวกัน ซึ่งสามารถแชร์ได้ทั้งความรู้สึกรูปภาพ รวมถึงวิดีโอต่าง โดยสามารถตั้งเป็นกลุ่มเปิด (สาธารณะ) ที่ใครก็สามารถเข้าร่วมได้ หรือกลุ่มปิดที่ต้องมีการร้องขอไปยังผู้ตั้งกลุ่มก่อน

ในการใช้งานเฟซบุ๊กถึงแม้ว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่จะพยายามสร้างโปรไฟล์เพื่อสะท้อนตัวตนของตัวเองในด้านต่าง ๆ แต่บริษัทวิจัยกลับมองว่าพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊กของทุกคนสามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของทุกคนได้อย่างแท้จริง ดังนั้นงานวิจัยเรื่อง “เอ็กซ์เรย์พฤติกรรม 9 ประเภทของกลุ่มผู้ให้บริการเฟซบุ๊ก (Info graphic)” จากเว็บไซต์ Opify.net (2556) จึงสำรวจถึงพฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้งานและทำการสรุปออกมาได้เป็นผู้ใช้งานรวมทั้งหมด 9 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่

1. กลุ่มนักสะกดรอย (The Stalker) ผู้ใช้งานกลุ่มนี้มีพฤติกรรมที่ชื่นชอบการติดตามและสังเกตความเคลื่อนไหวของเพื่อนหรือผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยในการใช้งานเฟซบุ๊กมากกว่าผู้ใช้งานทั่วไปถึง 14 เท่า

2. กลุ่มผู้สูงอายุ (The Baby Boomer) กลุ่มผู้สูงอายุนับว่าเป็นอีกหนึ่งที่เริ่มให้ความสนใจและหันมาใช้งาน Face book เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเป็นกลุ่มที่มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 55-65 ปีขึ้นไป ซึ่งการใช้งานส่วนใหญ่เป็นการติดต่อสื่อสารกับลูกหลาน

3. กลุ่มผู้เล่นหน้าใหม่ (The Newbie) ผู้ใช้งานกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเด็กวัยรุ่นที่เพิ่งหัดใช้งาน ซึ่งส่วนใหญ่นิยมถ่ายตัวเอง รวมถึงชอบกด Like และ Comment โดยผลการสำรวจพบว่าผู้เล่นหน้าใหม่กลุ่มนี้มีการกด Like สูงถึง 5 แสนครั้งภายในระยะเวลาเพียงแค่ 2 นาที

4. กลุ่มที่รักการโพสต์และแชร์เป็นชีวิตจิตใจ (The Over-Sharer) ลักษณะของผู้ใช้งานในกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่รักและชื่นชอบการแชร์คอนเทนต์เป็นชีวิตจิตใจ โดยผลการสำรวจพบว่าผู้ใช้งานประเภทนี้มีจำนวนมากถึง 4.8 ล้านคน

5. กลุ่มนักประชาสัมพันธ์ (The Brand Promoter) ผู้ใช้งานกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นพนักงานขององค์กร ซึ่งมีหน้าที่ในการใช้งาน Facebook เพื่อโปรโมท ประชาสัมพันธ์ และแบ่งปันข่าวสารเฉพาะสินค้าขององค์กร

6. กลุ่มที่กลัวเสียความเป็นส่วนตัว (The Fearful User) พฤติกรรมของผู้ใช้งานกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความลึกลับและไม่ค่อยมีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวสู่สาธารณะ เพราะกลัวว่าอาจจะมามีกลุ่มมิชชันนารีแอบนำภาพถ่ายหรือข้อมูลส่วนตัวไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต โดยส่วนใหญ่มักใช้ชื่อสมมติในการใช้งานรวมถึงยังไม่ค่อยรับ Add จากคนแปลกหน้าอีกด้วย ซึ่งผลการสำรวจพบว่าผู้ใช้งานที่มีพฤติกรรมลึกลับเหล่านี้มีจำนวนมากถึง 13 ล้านคน

7. กลุ่มที่ชอบโพสต์และแชร์เพื่อสร้างกระแส (The Curator) ผู้ใช้งานกลุ่มนี้ชอบที่จะโพสต์รูปภาพหรือวิดีโอต่าง ๆ เพื่อสร้างกระแส และเพื่อให้ได้ยอดกด Like โดยลักษณะการโพสต์ในรูปแบบนี้พบว่าเป็นรูปแบบที่คนส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด

8. กลุ่มที่เล่นเกม (The Gamer) ส่วนใหญ่เน้นการใช้งานเพื่อการเล่นเกมบน Facebook ซึ่งบนหน้าโปรไฟล์ของผู้ใช้งานกลุ่มนี้มักมีเพียงแค่การอัปเดตคะแนนและสถิติในการเล่นเกมส์ต่าง ๆ

9. กลุ่มที่มี Face book ว่างเฉย ๆ (The Non-User) ผู้ใช้งานกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีบัญชีแต่ไม่เคย ใช้งานหรือมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกิจกรรมอะไรเลย โดยผู้ใช้งานกลุ่มนี้คิดเป็นสัดส่วนมากถึง 18% ของจำนวน ผู้ใช้งาน Face book ทั้งหมด

จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กค่อนข้างมีความหลากหลายและมีลักษณะรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกันไป เนื่องด้วยปัจจัยหลายอย่างทั้งด้านความชอบส่วนตัว รูปแบบการใช้ชีวิต รวมถึงการใช้งานของคนยุคเจนเนอเรชันอื่น ๆ

2.4 ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)

ในทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารนั้น จะมีทฤษฎีการเลือกรับข่าวสารปะปนอยู่ด้วย เพราะการเลือกรับข่าวสารของผู้รับข่าวสารนั้นก็ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้กระบวนการสื่อสารประสบความสำเร็จ กล่าวคือ ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับ เลือกรับรู้ และเลือกจดจำในข่าวสารที่ตนเองสนใจ ให้ความเชื่อถือ และตรงตามความเชื่อถือ ทักษะคิดและความต้องการของตนเองเท่านั้น

ส่วนการแสวงหาข่าวสารนั้นคือ การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำในสิ่งหนึ่งเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารที่จะสนองตอบความต้องการของตน อันเนื่องมาจากการที่บุคคลนั้นต้องการรู้ ศึกษา และวิเคราะห์ในประเด็นหนึ่ง แล้วพบว่าความรู้ที่ตนมีอยู่นั้นไม่เพียงพอ จึงทำการศึกษาเพิ่มเติม ความรู้ดังกล่าวด้วยการแสวงหา (Krikelas, 1983)

โดยที่บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทน (Reward Value) การลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ เช่นการได้รับข่าวสาร หรือบันเทิงตามที่ต้องการ สูงกว่าการลงทุนลงแรง เช่นการต้องลงทุนซื้อหาเพื่อให้ได้มา หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้ หรือทำความเข้าใจ ก็อาจถือได้ว่า บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น ๆ (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลก็อาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นทั้ง ๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) เช่น การที่เรายอมดูโฆษณาที่ซ้ำ ๆ ซาก ๆ ในโทรทัศน์ ก็เนื่องจากขี้เกียจเปลี่ยนช่อง หรือเพราะว่าหมกมุ่นไปช่องไหน ๆ ก็เจอแต่โฆษณาก็เลยจำใจต้องนั่งดูทั้ง ๆ ที่ไม่ชอบ (Charles Atkin, 1978)

นอกจากนี้ ชาร์ล แอทคิน (Charles Atkin, 1978) ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสาร หรือ ความต้องการสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้นคือ ต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment)

โดยความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจ (Uncertainty) ของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องสำคัญก็ยิ่งมีความอยากรู้ความแน่ใจสูง

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

สำหรับความต้องการที่ได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้นมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างสถานะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (Intrinsic Desire)

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (Immediate Consummately Gratifications) ส่วนข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) นั้นแอทคิน (Atkin) ให้เชื่อว่า ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจรับรู้ ความคิด และแก้ปัญหาต่าง ๆ (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวัน ข่าวสารบางอย่างอาจจะนำไปใช้ประโยชน์ได้ และในขณะเดียวกันก็ให้ความบันเทิงด้วยก็ได้

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ของการแสวงหาข่าวสารนั้น นอกจากผู้รับสารต้องการเพื่อสนับสนุน ทศนคติ ความคิด และความเข้าใจเดิมที่มีอยู่แล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ เช่น เพื่อความรู้ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาได้ ตลอดจนเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิง ทั้งนี้ การตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร การเฉยเมยต่อข่าวสาร ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบผลตอบแทนที่จะได้รับการรับรู้ข่าวสารนั้นของผู้รับสารด้วยเช่นกัน

2.5 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification Theory)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ หรือ การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้นเป็นทฤษฎีที่เน้นความสำคัญที่ผู้รับสาร โดยเน้นว่าผู้รับสารจะเป็นตัวจักรในการตัดสินใจเลือกใช้ประเภทของสื่อและเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร ถือได้ว่าเป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยผู้รับสารไม่ได้เพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2542)

บุคคลเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive Person) ที่ต้องเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปตามผล (Effects) ที่ได้รับจากสื่อ แต่เมื่อพิจารณาในทางตรงกันข้าม บุคคลเป็นผู้กระทำ (Action Person) ที่มีความปรารถนาจะเลือกใช้สื่อ เพื่อตอบสนองความพอใจส่วนตัว (พัชนี เขยจรรรยา เมตตา วิวัฒนากุล และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538)

ลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของทฤษฎีนี้คือ การศึกษามนุษย์มากกว่าข้อความข่าวสารการสื่อสาร โดยเน้นการศึกษาว่าเพราะเหตุใดมนุษย์จึงมีพฤติกรรมการสื่อสารอย่างนั้นอย่างนี้มากกว่าที่จะศึกษาข้อความในการสื่อสารว่าอย่างไรและก่อให้เกิดอะไรในมนุษย์เราโดยชี้ให้เห็นถึงความต้องการต่าง ๆ ของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการสื่อสาร เพื่ออธิบายให้เห็นว่า ความต้องการบุคลิกภาพและองค์ประกอบด้านสังคมอื่น ๆ ต่างก็มีส่วนช่วยอธิบายว่าการที่มนุษย์แสวงหาหรือหลีกเลี่ยงการใช้ข่าวสารที่มีอยู่ในการสื่อสารมวลชน เป็นการศึกษาที่มองว่ามนุษย์รู้จักที่จะนำเอาข่าวสารที่ได้จากสื่อไปใช้ให้เกิดประโยชน์

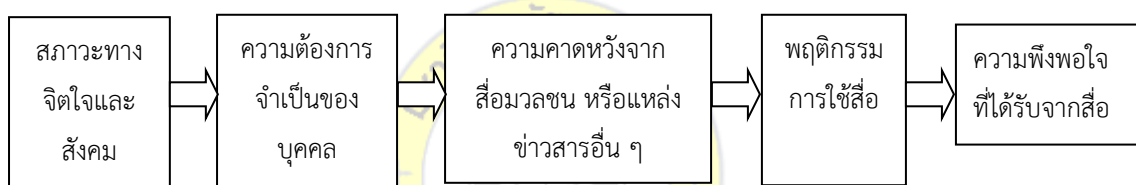
แคทซ์ และคณะ (Katz and Other, 1974 อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534) ได้ศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศอิสราเอล ซึ่งเป็นลักษณะของงานวิจัยสำรวจพื้นฐาน และได้พยายามที่จะคิดค้นประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดการใช้สื่อและความพึงพอใจมากกว่าจะเป็นการศึกษาเพื่อทดสอบสมมุติฐานดังนั้น Katz และคณะ จึงได้สร้างมาตรวัดความต้องการด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบมารวมกันเข้าเป็นต้องการในแง่ต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบทั้ง 3 อย่าง ดังนี้

1. Mode คือ ลักษณะของความต้องการ เช่น
 - ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
 - ต้องการให้ลดน้อยลง
 - ต้องการให้ได้มา
2. Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ
 - การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
 - การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
 - การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ
 - การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่

- ตนเอง
- ครอบครัว
- เพื่อนฝูง
- สังคม รัฐบาล
- ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม
- โลก
- สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่ มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้งสามที่กล่าวมานี้ Katz และคณะ (Katz and Other, 1974) ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการของบุคคลขึ้น เพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่าง ๆ ตอบสนองความพึงพอใจ (Gratifications) ได้โดยสามารถสร้างเป็นแบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจได้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

แบบจำลองที่ Katz และคณะ (Katz et al., 1974) สร้างขึ้นสามารถอธิบายได้ว่า สภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน เป็นสาเหตุให้มนุษย์มีความต้องการไม่เหมือนกัน ขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อก็จะแตกต่างกันไปด้วย

คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ ยกเป็นตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่ปัจเจกบุคคลผู้หนึ่งซึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่นต้องการเป็นคนรอบรู้ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการได้ จึงมีการเลือกเปิดรับ รายการต่าง ๆ ทางวิทยุ โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ เป็นต้น เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการได้ คือ เป็นคนที่มีความรอบรู้ ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย หรือพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นเดียวกัน (พีระ จิระโสภณ, 2539)

นอกจากนี้ แมคคอมบส์ และเบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังต่อไปนี้คือ

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญและควรจะเรียนรู้
2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนเองต่อสถานะ หรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว
5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. ความต้องการความบันเทิง (Relax and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

โดยคิมแพ็ค และเมอร์เรย์ (Kippax and Murry, 1980) ได้นำความคิดของแคทซ์ (Katz) ไปศึกษา โดยนอกจากจะเน้นเรื่องการใช้สื่อด้วย จุดประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้คือ ต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อ กับความพึงพอใจ และการใช้สื่อกับการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ ผลจากการศึกษา เป็นดังนี้

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุการศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ และการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากคือ อายุตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุมากกว่าใช้สื่อเพราะมีความสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง
2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ
3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์ จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายจะเห็นว่าสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เราสนใจ เช่นเกี่ยวกับโลก และเหตุการณ์ภายในประเทศรวมทั้งให้ความบันเทิงด้วย โดยหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และภาพยนตร์ จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตามเหตุผลของการเลือกใช้
4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้อุปกรณ์อย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

การศึกษาของคิมแพ็ค และเมอร์เรย์ (Kippax and Murray, 1980) นี้ สามารถสรุปได้ว่า ความต้องการในการใช้สื่อที่มีความสัมพันธ์กับการเรียนรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้อุปกรณ์ด้วย

ส่วน แมคควอล และคณะ (McQuail et al. อ้างถึงใน ศิริชัย ศิริภายะ และ กาญจนา แก้วเทพ, 2531) ได้ศึกษาตัวแปร ความต้องการของผู้รับสารจากสื่อมวลชนไว้ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ
 - เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสังคม
 - เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ ความคิดเห็น และการตัดสินใจ
 - สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ
 - เป็นการเรียนรู้ และศึกษาด้วยตนเอง
 - สร้างความรู้สึกที่มั่นคง
2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล
 - ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
 - ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
 - แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ
 - มองทะลุภายในตนเอง
3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
 - แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกลึกซึ้งในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
 - นำไปใช้สนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - ใช้แทนเพื่อน
 - ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
 - สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม
4. ความต้องการความบันเทิง
 - การหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
 - การผ่อนคลาย
 - มีวัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
 - ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
 - ปลดปล่อยอารมณ์
 - เป็นการกระตุ้นทางเพศ

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของเวนเนอร์ (Lawrence A” Wenner, 1985) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยเวนเนอร์ได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. Orientation Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. Social Gratifications เป็นการใช้อخبارเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสารกับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น หรือใช้เพื่อการชกแจงใจ

3. Para-Social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงอ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ

4. Para-Orientation Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ ในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศจากรายการ “หงี เหลา เป่า ตั่ว” โดยผู้รับสาร ที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีลักษณะเป็นเช่นไร

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเพศศึกษาทางสื่อต่าง ๆ ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน และสนับสนุนผลการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

โกสินทร์ รัตนคร (2552) ได้วิจัยเรื่อง การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารของการเลือกคู่ครอง ผลวิจัยพบว่า 1) กระบวนการของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการพัฒนาความสัมพันธ์ของการหาคู่ครองประกอบด้วยขั้นตอน 7 ขั้นตอน มีดังนี้ การเลือกเว็บไซต์ การสมัครสมาชิกและการสร้างข้อมูลส่วนบุคคล การค้นหาเพื่อนสมาชิก การแนะนำตัว การสนทนาและการสร้างความไว้วางใจ การตัดสินใจนัดพบและการพัฒนาความสัมพันธ์ ขั้นตอนการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อหาคู่ครองนี้มีการกำหนดลักษณะที่เข้มงวดและเป็นทางการเพื่อสร้างเงื่อนไขให้เกิดความไว้วางใจ ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ 2) การพัฒนาความสัมพันธ์ของการหาคู่ครองในเว็บไซต์หาคู่ นั้น สามารถสร้างความไว้วางใจ โดยอาศัยกระบวนการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตที่สามารถลดอุปสรรคด้านเวลา สถานที่ รวมทั้งมีการยุบรวมขั้นตอนของการสร้างความสัมพันธ์เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับการสื่อสารในโลกความจริงที่

ไม่สามารถทำได้ เช่น ได้รับข้อมูลในเชิงลึกในเวลาอันสั้น แต่ในท้ายที่สุด การสร้างความไว้วางใจในโลกเสมือนอย่างสื่ออินเทอร์เน็ตก็สามารถกระทำได้เพียงระดับต้น ๆ เท่านั้น จึงจำเป็นต้องใช้การสื่อสารแบบเห็นหน้าเห็นตา ซึ่งอยู่ในโลกจริงมาสานต่อการพัฒนาความสัมพันธ์ด้วย

ณัฐธิดา แขวงสวัสดิ์ (2560) ได้วิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาทางเพศ การใช้ภาษา ความรุนแรง ภาพตัวแทน และการเปิดรับ และทัศนคติที่มีต่อการถ่ายทอดสดบนเฟซบุ๊ก การวิจัยเป็นแบบผสมผสาน แบ่งเป็น 2 ส่วนได้แก่ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ โดยพิจารณาจาก 10 อันดับแรกในพีเจอร์ ส่วนที่ 2 การศึกษาการเปิดรับ และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อการถ่ายทอดสดบนเฟซบุ๊ก ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณพบว่า รูปแบบของเนื้อหาในการถ่ายทอดสดบนเฟซบุ๊กที่พบมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การเสนอขายสินค้า การพูดคุยทั่วไปของดารา นักร้อง นักแสดง พิธีกร คนที่มีชื่อเสียง บุคคลทั่วไป และโชว์เซ็กซี่ ยั่วชวน โชว์โป๊โชว์วาบหวิว นอกจากนี้พบเนื้อหาที่แสดงออกด้านเพศที่ไม่เหมาะสมมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ เนื้อหาด้านการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม และเนื้อหาด้านความรุนแรงที่ไม่เหมาะสม อันดับสุดท้าย ได้แก่ เนื้อหาด้านภาพตัวแทนที่ไม่เหมาะสม และผลการสำรวจเชิงปริมาณพบว่า ผู้ชมจะเปิดรับชมการถ่ายทอดสดบนเฟซบุ๊ก เฉลี่ย 19 นาทีต่อหนึ่งครั้ง เปิดรับชมการถ่ายทอดสดที่มีเนื้อหาด้านเพศ และเนื้อหาด้านการใช้ภาษา มีทัศนคติที่ไม่ยอมรับต่อเนื้อหาด้านต่าง ๆ เรียงตามลำดับ ได้แก่ ความรุนแรง ด้านเพศ การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม และภาพตัวแทนที่ไม่เหมาะสม นอกจากนี้ยังพบว่า ยิ่งผู้ชมเปิดรับชมการถ่ายทอดสดบนเฟซบุ๊กที่มีเนื้อหาด้านการใช้ภาษา และความรุนแรงมาก จะยิ่งมีทัศนคติในการยอมรับเนื้อหาด้านการใช้ภาษา และความรุนแรงมากขึ้น

น้ำทิพย์ พรหมเพ็ชร และ บุหงา ชัยสุวรรณ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การนำเสนอเรื่องเพศ ภาษา ความรุนแรง และภาพตัวแทน ในรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ดิจิทัล ผลวิจัยพบว่า การนำเสนอเรื่องเพศ ภาษา ความรุนแรง และภาพตัวแทนในรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ดิจิทัล โดยวิเคราะห์เนื้อหาจากรายการเกมโชว์ จากสถานีโทรทัศน์ยอดนิยม 3 อันดับแรก ได้แก่ ช่อง 7 HD ช่อง 3 HD และ Workpoint ภาพรวมของการนำเสนอเนื้อหา และการกำกับดูแลการจัดระดับความเหมาะสมในรายการเกมโชว์ในปัจจุบันส่วนใหญ่จัดอยู่ในระดับความเหมาะสมสำหรับผู้ชมทุกวัย แต่ยังไม่ปรากฏเนื้อหาที่เข้าข่ายไม่เหมาะสมสำหรับผู้ชมทุกวัน ซึ่งไม่ตรงตามหลักจริยธรรมและแนวทางในการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ โดยเฉพาะเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมด้านภาษาและความรุนแรง ซึ่งได้ถูกนำออกอากาศในช่วงเวลาที่ไม่สอดคล้องกับข้อกำหนด ช่วงเวลาในการออกอากาศเพื่อคุ้มครองเด็กและเยาวชน ทำให้เด็กและเยาวชนสามารถเข้าถึงเนื้อหาที่เข้าข่ายไม่เหมาะสมนี้ได้ เนื้อหาที่เข้าข่ายไม่เหมาะสมมากที่สุด คือ เนื้อหาด้านความรุนแรง รองลงมา คือ ภาษา ภาพตัวแทน และเพศ ตามลำดับ โดยช่อง 3 HD มีจำนวนเนื้อหาที่เข้าข่ายไม่เหมาะสมด้านเพศ และด้านภาษา มากที่สุด ช่อง 7 HD มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมด้านความรุนแรง และด้านภาพตัวแทน มากที่สุด

และเมื่อสรุปผลรวมของจำนวนเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมทั้งหมดด้านเพศ ภาษา ความรุนแรง และภาพ ตัวแทน พบว่า ช่อง 3 HD มีจำนวนเนื้อหาที่เข้าข่ายไม่เหมาะสมมากที่สุด รองลงมา คือ ช่อง 7 HD และ Workpoint ตามลำดับ

รุ่งนภา มหาวรรณศรี (2558) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารเรื่องเพศในครอบครัว ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ผลวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ ปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปกับการสื่อสารเรื่องเพศในครอบครัว พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบของครอบครัว การมีพี่น้องเพศเดียวกัน และเพศของวัยรุ่น พบว่าไม่มีความสัมพันธ์ต่อการสื่อสารเรื่องเพศในครอบครัว ($r = -0.005, 0.011$ และ 0.109) อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ $p < 0.001$ แต่เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ ของปัจจัยด้านการเลี้ยงดู การเฝ้าสังเกต และด้านความใกล้ชิดกับการสื่อสารเรื่องเพศในครอบครัว พบว่า ปัจจัยด้านการเลี้ยงดูการเฝ้าสังเกต และด้านความใกล้ชิด พบว่า มีความสัมพันธ์ต่อการสื่อสาร เพศในครอบครัว ($r = 0.212, 0.238$ และ 0.197) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผลการ สัมภาษณ์จากแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ตามประเด็นของการให้คำปรึกษาแนะนำ และพูดคุย เรื่องเพศระหว่างนักเรียนกับผู้ปกครองคือ ประเด็นใน เรื่องเกี่ยวกับการคุมกำเนิด โรคติดต่อทาง เพศสัมพันธ์และการวางตัวเมื่อเข้าสู่วัยรุ่น ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการเลี้ยงดูการเฝ้าสังเกต และด้านความใกล้ชิด มีความสำคัญที่การสื่อสารเรื่องเพศในครอบครัว ดังนั้นบุคลากรทางด้าน สาธารณสุขและหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องควรตระหนักและให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าว เพื่อวางแผน ที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมและสนับสนุนการสื่อสารเรื่องเพศในครอบครัวที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อลด พฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสมของนักเรียน

ศิริวรรณ ทুমเชื้อ (2558) ได้วิจัยเรื่อง พฤติกรรมทางเพศและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความ ตั้งใจในการป้องกันการตั้งครรภ์ของวัยรุ่นในจังหวัดสระบุรี ผลวิจัยพบว่า พฤติกรรมทางเพศและ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการป้องกันการตั้งครรภ์ของวัยรุ่นในจังหวัดสระบุรี โดยศึกษา จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับ อาชีวศึกษา (ปวช.) ร้อยละ 19.5 เคยมีเพศสัมพันธ์มาแล้ว ร้อยละ 40.08 ที่เริ่มมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรก เมื่ออายุ 15 ปี ร้อยละ 7.2 อายุต่ำสุดที่เริ่มมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกคือ 13 ปี ร้อยละ 2.0 อายุมากที่สุดที่ เริ่มมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรก คือ 18 ปี ร้อยละ 12.5 ไม่เคยใช้ถุงยางอนามัยเมื่อมีเพศสัมพันธ์ ร้อยละ 53.3 ใช้ถุงยางอนามัยเมื่อมีเพศสัมพันธ์บางครั้ง ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 34.2) ใช้ถุงยางอนามัยเมื่อมี เพศสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจในการป้องกันการตั้งครรภ์โดยรวมในระดับดี วัยรุ่นหญิงควร ปฏิเสธการมีเพศสัมพันธ์ เมื่อไม่มีการป้องกันการตั้งครรภ์ เป็นความตั้งใจสูงสุด ส่วน ความรู้เรื่องการ ใช้ถุงยางอนามัยทำให้วัยรุ่นมีเพศสัมพันธ์มากขึ้น เป็นความตั้งใจระดับต่ำสุด ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ กับความตั้งใจในการป้องกันการตั้งครรภ์ของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.01$ ได้แก่ อายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน การอยู่ร่วมกันของบิดามารดาและปัญหาที่ทำให้ไม่

สบายใจของวัยรุ่น ทำให้เข้าใจถึงสภาพการณ์พฤติกรรมทางเพศและความตั้งใจในการป้องกันการตั้งครรภ์ ของวัยรุ่นในจังหวัดสระบุรี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการให้บริการส่งเสริมสุขภาพทางเพศและเพศวิถีศึกษาของวัยรุ่นต่อไป

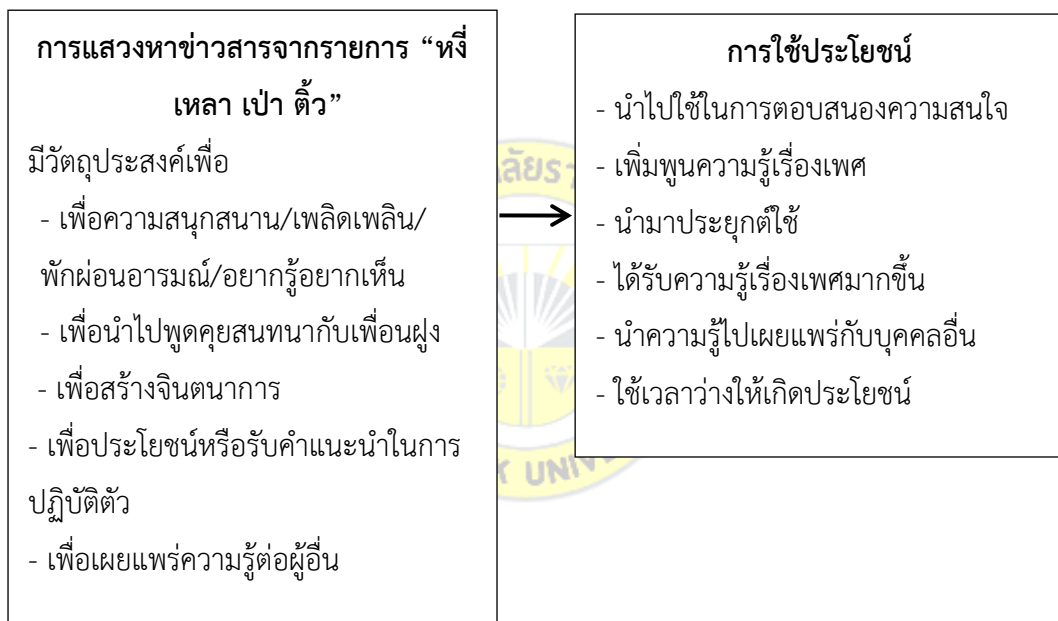
อุดมพร ยิ่งไพบูลย์สุข และเปรมวดี คฤหเดช (2554) ได้ศึกษาเรื่อง เพศวิถีของนักศึกษาในเขตรัตนโกสินทร์ ทัศนศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ผลวิจัยพบว่า เพศวิถีของนักศึกษาในเขตรัตนโกสินทร์ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทยและเปรียบเทียบค่านิยมทางเพศ ของนักศึกษาเพศชายกับเพศหญิง นักศึกษาที่พักอาศัยกับ บิดามารดา ผู้ปกครอง หรือญาติ กับนักศึกษาที่อยู่หอพักหรือเช่าบ้านอยู่ตามลำพัง และนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานครกับต่างจังหวัด กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 18-20 ปี ภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด อาศัยอยู่หอพักรวมชายหญิง จำนวนมากที่สุดส่วนใหญ่ได้รับความรู้ทางเพศจากอินเทอร์เน็ต และส่วนมากมีค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน 5,000-7,500 บาท ส่วนใหญ่ค่านิยมทางเพศโดยรวมอยู่ในเชิงลบ เมื่อแยกตามเพศ นักศึกษาหญิงและนักศึกษาชาย พฤติกรรมทางเพศที่นักศึกษาปฏิบัติเป็นบางครั้ง ได้แก่ การพูดคุยเรื่องเพศได้อย่างเปิดเผยกับคนทั่วไป การถ่ายรูป การถ่ายวิดีโอหรือคลิปเซ็กซี่ โป๊ มีจำนวนมากที่สุด รองลงมา คือ การสำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง และการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น สุรา เบียร์ ไวน์ เหล้าปั่น ดังนั้น นักศึกษาจึงมีเพศวิถีไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย เมื่อเปรียบเทียบค่านิยมทางเพศของนักศึกษาเพศชายกับเพศหญิง นักศึกษาที่พักอาศัยกับบิดามารดา ผู้ปกครองหรือญาติกับนักศึกษาที่อยู่หอพักหรือเช่าบ้านอยู่ตามลำพัง และนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานครกับต่างจังหวัด ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ทัศนีย์ ดำเกิงศักดิ์ (2553) ได้วิจัยเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาเพศศึกษาและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อคอลัมน์ “เสพสมบมิสม” และเว็บไซต์ MEETDOCTOTO.COM ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่าสื่อหนังสือพิมพ์และสื่ออินเทอร์เน็ต มีการสื่อสารผ่านตัวอักษรเท่านั้น โดยนำเรื่องเพศในเชิงวิชาการแพทย์มาเรียบเรียง เน้นการอ่านแล้วเข้าใจได้ง่ายมีความสั้นกระชับไม่ส่อไปในทางกระตุ้นเร้าอารมณ์ทางเพศ และพบว่าเป็นเวทีสาธารณะสำหรับการสื่อสารปัญหาทางเพศเท่านั้น จุดร่วมของสื่อทั้งสองประเภทคือทำให้ความรู้ที่มีลักษณะทางชีววิทยา หัวข้ออวัยวะสืบพันธุ์และอวัยวะเพศชายมากที่สุด ส่วนจุดที่ต่างกัน คือสื่ออินเทอร์เน็ตมีการนำภาพประกอบเปิดเผยมากกว่าสื่อหนังสือพิมพ์

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณมีการแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน และอยากรู้อยากเห็นมากที่สุด และมีการนำประโยชน์ไปใช้ในการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องเพศมากที่สุด ส่วนระดับความพึงพอใจนั้นกลุ่มผู้อ่านมีความพึงพอใจในข่าวสารความรู้เรื่องเพศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพึงพอใจที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องเพศมากที่สุด

สรุปได้ว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มีศึกษาสื่อที่แตกต่างกันไป ตามบริบทต่างๆ ดังนั้นงานวิจัยนี้มุ่งศึกษา การแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสารรายการ “หิ้ง เหลา เปา ติ้ว” โดยเลือกศึกษารายการ “หิ้ง เหลา เปา ติ้ว” เนื่องจากเป็นรายการที่ได้รับความนิยมในอันดับต้นๆของแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก และต้องการที่จะศึกษาการแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสารเพื่อคลายข้อสงสัยและเป็นความรู้ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการส่วนบุคคลที่ได้รับจากรายการนี้ไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น เพิ่มพูนความรู้ ประยุกต์ใช้ หรือนำความรู้ไปแนะนำให้บุคคลอื่นทราบ ดังสโลแกนที่ว่า “เรื่องเพศ ต้องพูด”

2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสารจากรายการ “หงี เหลา เปา ดีว” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยผู้วิจัยนำเสนอวิธีการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร

การวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณนี้ คือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ คนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ทั้งชายและหญิง และเป็นผู้ที่เคยรับชมรายการ “หงี เหลา เปา ดีว” ผ่านทางช่องทางออนไลน์ ซึ่งประชากรในการวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยรับชมรายการ “หงี เหลา เปา ดีว” ผ่านทางช่องทางออนไลน์ จึงทำให้ไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงได้ ดังนั้น จึงใช้สูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Cochran, 1953) โดยจากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง = 384.16 หรือเท่ากับ 384 คน

3.2.3 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากผลการคำนวณกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน แต่เพื่อความเหมาะสมและลดการผิดพลาด ดังนั้นในงานวิจัยนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสร้างแบบสอบถามซึ่งได้มาจากการค้นคว้า การดัดแปลงจากแนวความคิด และงานวิจัยที่ใกล้เคียงที่มีผู้เคยวิจัยมาก่อนหน้านี้เพื่อได้มาซึ่งข้อมูลที่ครอบคลุมมากที่สุดโดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-ended Questionnaire) โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ (Nominal Scale) มีคำถาม 6 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หิ่ง เหลา เปา ตั่ว” ได้แก่ วัตถุประสงค์ เนื้อหาความรู้เรื่องเพศเป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า (Interval Scale) มีคำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารมีจำนวน 7 ข้อ มีคำถามเกี่ยวกับเนื้อหาความรู้เรื่องเพศมีจำนวน 11 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ่ง เหลา เปา ตั่ว” เป็นแบบสอบถามประมาณค่า (Interval Scale) มีจำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้วนั้นทำได้โดยการที่ผู้วิจัยนำเอาเครื่องมือดังกล่าวไปตรวจสอบความเที่ยง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือมี 2 ขั้นตอนดังนี้

3.3.1 การตรวจสอบความเที่ยง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งได้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงของเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมในการนำไปเก็บข้อมูลโดยตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ทำการตรวจสอบโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับหรือมากกว่า 0.50 โดยข้อคำถามด้านการแสวงหาข่าวสารมีค่า IOC เท่ากับ 0.73 แสดงว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมสามารถนำมาใช้ได้ส่วนคำถามด้านการใช้ประโยชน์มีค่า IOC เท่ากับ 0.78

3.3.2 การตรวจความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปตรวจสอบความเชื่อถือโดยการทดสอบความเชื่อมั่นที่ 95 เปอร์เซนต์แล้วจึงนำไปทดลองใช้ (Try-Out) กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีคุณสมบัติทางประชากรเหมือนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนเพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละขั้นตอนของแบบสอบถามมีความเหมาะสมหรือไม่ สามารถสื่อความหมาย ได้ตรงตามที่ต้องการหรือไม่หลังจากนั้นจึงนำมาตรวจสอบหาความเชื่อถือได้และนำมาแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสมซึ่งการตรวจสอบความเชื่อถือได้นั้นผู้วิจัยใช้การคำนวณหาความเชื่อถือได้หรือ Alpha Coefficient ตามวิธีของ Cronbach โดยใช้เกณฑ์ค่าความเชื่อถือได้ไม่น้อยกว่า 0.70 ซึ่งได้ค่าความเชื่อถือได้ดังนี้ การแสวงหาข่าวสารเท่ากับ 0.92การใช้ประโยชน์ 0.94 ดังนั้นแบบสอบถามที่ได้จึงมีความน่าเชื่อถือได้ดี

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสร็จอย่างสมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนดังนี้

3.4.1 จัดเตรียมแบบสอบถามและกำหนดรหัสหมายเลขแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบการเก็บแบบสอบถาม

3.4.2 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองพร้อมทั้งผู้ช่วยวิจัย โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลในแบบสอบถามแก่ผู้ช่วยวิจัยก่อนเก็บข้อมูลจริงโดยผู้วิจัยใช้คำถามคัดกรองกับกลุ่มตัวอย่าง “เคยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Face book) และยูทูป (YouTube) หรือไม่” และให้กลุ่มตัวอย่าง ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง และรอรับแบบสอบถามกลับคืนเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามเสร็จสิ้นแล้ว

3.4.3 นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองแล้ว ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามออนไลน์ และนำ QR Code ส่งไปให้รายการ “หิ้ง เหลา เปา ติ้ว” ช่วยเป็นสื่อกลางในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้รับสารของรายการ

3.4.4 รวบรวมแบบสอบถามกลับคืนและตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่จะนำมาประมวลผล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการให้คะแนนเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลา เปา ติ้ว” นั้นผู้วิจัยใช้เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

3.5.1 การแสวงหาข่าวสาร ความบ่อยครั้งและวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสาร โดยมีการกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนตามแบบของ Likert ดังนี้

บ่อยมาก	=	5	คะแนน
บ่อย	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
ไม่บ่อยนัก	=	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	=	1	คะแนน

หลังจากนั้น นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย โดยจัดระดับของค่าคะแนนเฉลี่ย ดังนี้คือ

คะแนนระหว่าง 1.00-1.49	หมายถึง	มีการแสวงหาข่าวสารในระดับต่ำมาก
คะแนนระหว่าง 1.50-2.49	หมายถึง	มีการแสวงหาข่าวสารในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง 2.50-3.49	หมายถึง	มีการแสวงหาข่าวสารในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง 3.50-4.49	หมายถึง	มีการแสวงหาข่าวสารในระดับสูง

คะแนนระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง มีการแสวงหาข่าวสารในระดับสูงมาก

3.5.2 การใช้ประโยชน์ มีการกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้การนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ดีว” ไปใช้ประโยชน์ในด้านใดด้านหนึ่ง ตามความต้องการของแต่ละบุคคล ในด้านต่าง ๆ เช่น เพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ ตอบสนองความสนใจต่อประเด็นปัญหาที่อยากรู้ นำข้อมูลไปเป็นแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ นำข้อมูลข่าวสาร ความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน มีความรู้ ที่ได้รับไปเผยแพร่ให้บุคคลอื่นได้ มีการกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนตามแบบของ Likert ดังนี้

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยที่สุด	=	1	คะแนน

หลังจากนั้น นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย โดยจัดระดับของค่าคะแนนเฉลี่ย ดังนี้คือ

คะแนนระหว่าง 1.00-1.49	หมายถึง	มีการใช้ประโยชน์ในระดับต่ำมาก
คะแนนระหว่าง 1.50-2.49	หมายถึง	มีการใช้ประโยชน์ในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง 2.50-3.49	หมายถึง	มีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง 3.50-4.49	หมายถึง	มีการใช้ประโยชน์ในระดับสูง
คะแนนระหว่าง 4.50-5.00	หมายถึง	มีการใช้ประโยชน์ในระดับสูงมาก

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ แสดงตารางแบบร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ การหาค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายข้อมูลการแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ดีว”

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ใช้สถิติการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามเพื่อทดสอบสมมติฐาน

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศศึกษาและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสาร “หญิง เหลา เปา ดีว” ผู้วิจัยได้เสนอผลวิเคราะห์ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ใช้การแจกแจงความถี่ แสดงตารางแบร้อยละและค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายข้อมูลประกอบลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หญิง เหลา เปา ดีว”

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาความรู้เรื่องเพศที่กลุ่มตัวอย่างชอบแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หญิง เหลา เปา ดีว”

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศจากรายการ “หญิง เหลา เปา ดีว”

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	134	33.5
หญิง	266	66.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้มีเพศหญิงมากกว่าเพศชายคิดเป็นร้อยละ 66.5 และ 33.5

ตารางที่ 4.2 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18-25 ปี	289	72.3
26-35 ปี	46	11.5
36-45 ปี	59	14.8
46-55 ปี	4	1.0
55 ปีขึ้นไป	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-25 ปีมีจำนวนมากที่สุด คือร้อยละ 72.3 รองลงมา คือ กลุ่มอายุ 36-45 ปีร้อยละ 14.8 และกลุ่ม 55 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.3 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	278	69.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	6.5
พนักงานบริษัท	53	13.3
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	17	4.3
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณอายุ	12	3.0
รับจ้างทั่วไป	14	3.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษามีจำนวนมากที่สุดคือ ร้อยละ 69.5 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทร้อยละ 13.3 และแม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณอายุมีจำนวนน้อยที่สุดคือร้อยละ 3.0

ตารางที่ 4.4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปวช./ปวส.	37	9.3
ปริญญาตรี	305	76.3
ปริญญาโท	40	10.0
สูงกว่าปริญญาโท	18	4.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 76.3 รองลงมา คือ ปริญญาโท ร้อยละ 10.0 และสูงกว่าปริญญาโทมีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	366	91.5
สมรส	31	7.8
หม้าย	1	0.3
หย่าร้าง	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสดมากที่สุด คือ ร้อยละ 91.5 รองลงมา คือ สมรสร้อยละ 7.8 และหม้ายมีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.6 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5,000-10,000 บาท	269	67.3
10,001- 20,000 บาท	56	14.0
20,001-40,000 บาท	37	9.3
มากกว่า 40,001 บาท	38	9.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 67.3 รองลงมา คือ 10,001- 20,000 บาท ร้อยละ 14.0 และ รายได้ 20,001-40,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 9.3

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หิ่ง เหลา เป่า ตู๊ว”

ตารางที่ 4.7 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หิ่ง เหลา เป่า ตู๊ว” ของกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ในการชมรายการ	5 มากที่สุด (ทุกวัน)	4 มาก (4-5 วัน/ สัปดาห์)	3 ปานกลาง (2-3 วัน/ สัปดาห์)	2 น้อย (1 วัน/ สัปดาห์)	1 น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ระดับการ แสวงหา ข่าวสาร
1. เพื่อความ สนุกสนาน/ เพลิดเพลิน/ พักผ่อนอารมณ์/ อยากรู้อยากเห็น	103 (25.8)	116 (29.0)	113 (28.2)	43 (10.8)	25 (6.3)	3.57	สูง
2. เพื่อนำไปพูดคุย สนทนากับเพื่อนฝูง	62 (15.5)	83 (20.8)	117 (29.3)	74 (18.5)	64 (16.0)	3.01	ปานกลาง
3. เพื่อสร้าง จินตนาการ	64 (16.0)	81 (20.3)	126 (31.5)	61 (15.3)	68 (17.0)	3.03	ปานกลาง

ตารางที่ 4.7 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ตีว” ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

วัตถุประสงค์ในการชมรายการ	5 มากที่สุด (ทุกวัน)	4 มาก (4-5 วัน/ สัปดาห์)	3 ปานกลาง 2-3 วัน/ สัปดาห์	2 น้อย 1 วัน/ สัปดาห์	1 น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ระดับการ แสวงหา ข่าวสาร
4. เพื่อประโยชน์หรือรับคำแนะนำในการปฏิบัติตัว	115 (28.7)	141 (35.3)	89 (22.3)	28 (7.0)	27 (6.8)	3.72	สูง
5. เพื่อเผยแพร่ความรู้ต่อผู้อื่น	74 (18.5)	105 (26.3)	115 (28.7)	64 (16.0)	42 (10.5)	3.26	ปานกลาง
6. เพื่อต้องการหาความรู้ (เพศศึกษา)	119 (29.8)	118 (29.5)	104 (26.0)	36 (9.0)	23 (5.8)	3.68	สูง
7. เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาให้กับตนเอง	116 (29.0)	107 (26.8)	112 (28.0)	41 (10.3)	24 (6.0)	3.62	สูง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.41	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ตีว” โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์หรือรับคำแนะนำในการปฏิบัติตัวมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=3.72) รองลงมา คือ เพื่อต้องการหาความรู้ (เพศศึกษา) (ค่าเฉลี่ย=3.68) และน้อยที่สุดคือนำไปพูดคุยสนทนากับเพื่อนฝูง (ค่าเฉลี่ย=3.01)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาความรู้เรื่องเพศที่กลุ่มตัวอย่างชอบแสวงหา
ข่าวสารจากรายการ “หี เหลา เป่า ติว”

ตารางที่ 4.8 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของเนื้อหาความรู้เรื่องเพศที่กลุ่มตัวอย่างชอบแสวงหาข่าวสาร
จากรายการ “หี เหลา เป่า ติว”

ประเภทของเนื้อหา	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ระดับการ แสวงหา ข่าวสาร
1. ปัญหาหัวใจ ปัญหา ความสัมพันธ์ระหว่างชาย-หญิง	100 (25.0)	138 (34.5)	119 (29.8)	29 (7.2)	14 (3.5)	3.70	สูง
2. ถาม-ตอบปัญหาเรื่อง เพศสัมพันธ์	129 (32.3)	137 (34.3)	102 (25.5)	18 (4.5)	14 (3.5)	3.87	สูง
3. ประสบการณ์เรื่องเพศจาก บุคคลต่าง ๆ	132 (33.0)	137 (32.2)	96 (24.0)	22 (5.5)	13 (3.3)	3.88	สูง
4. เทคนิคการสร้าง ความสัมพันธ์ต่อเพศตรงข้าม	123 (30.8)	119 (29.8)	117 (29.3)	27 (6.8)	14 (3.5)	3.77	สูง
5. เทคนิคในการร่วมเพศ	104 (26.0)	122 (30.5)	109 (27.3)	46 (11.5)	19 (4.8)	3.61	สูง
6. ความรู้เกี่ยวกับการวางแผน ครอบครัว	95 (23.8)	138 (34.5)	112 (28.0)	35 (8.8)	20 (5.0)	3.63	สูง
7. ประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ	84 (21.0)	116 (29.0)	127 (31.8)	54 (13.5)	19 (4.8)	3.48	ปาน กลาง
8. ความรู้เรื่องเพศศึกษา (เช่น ความรู้เกี่ยวกับโครงสร้าง และ หน้าที่ของอวัยวะต่าง ๆ ใน ร่างกายที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ)	116 (29.0)	138 (34.5)	101 (25.3)	30 (7.5)	15 (3.8)	3.77	สูง
9. ความรู้เกี่ยวกับสุขปฏิบัติทาง เพศ (เช่น การระวังรักษา ร่างกายให้ปราศจากโรคภัยไข้ เจ็บ ข้อควรระวังและสุขปฏิบัติ เกี่ยวกับอวัยวะเพศ)	125 (31.3)	141 (35.3)	110 (27.5)	15 (3.8)	9 (2.3)	3.89	สูง

ตารางที่ 4.8 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของเนื้อหาความรู้เรื่องเพศที่กลุ่มตัวอย่างชอบแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตี๋” (ต่อ)

ประเภทของเนื้อหา	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ระดับการ แสวงหา ข่าวสาร
10. ทักษะต่าง ๆ ในเรื่องเพศ	142 (35.5)	133 (33.3)	95 (23.8)	21 (5.3)	9 (2.3)	3.94	สูง
11. ความรู้ทางจิตวิทยา (เช่น ความผิดปกติด้านอารมณ์และจิตใจในเรื่องเพศ, ความต้องการและความรู้สึกทางเพศ)	153 (38.3)	133 (33.3)	90 (22.5)	15 (3.8)	9 (2.3)	4.01	สูงมาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.77	สูง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างชอบแสวงหาเนื้อหาจากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตี๋” โดยรวมอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยเนื้อหาความรู้เรื่องเพศที่กลุ่มตัวอย่างแสวงหาจากรายการ หิ้ง เหลลา เป่า ตี๋มากที่สุด คือความรู้ทางจิตวิทยา (เช่น ความผิดปกติด้านอารมณ์และจิตใจในเรื่องเพศ ความต้องการและความรู้สึกทางเพศ) (ค่าเฉลี่ย=4.01) รองลงมา คือ ทักษะต่าง ๆ ในเรื่องเพศ (ค่าเฉลี่ย=3.94) และน้อยที่สุดคือประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย=3.48)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศจากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ติ้ว”

ตารางที่ 4.9 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์ในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศจากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ติ้ว”

การใช้ประโยชน์	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อยที่ สุด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ระดับการ ใช้ ประโยชน์
1. นำไปใช้ประโยชน์ในการ เพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ	120 (30)	145 (36.3)	119 (29.8)	10 (2.5)	6 (1.5)	3.90	สูง
2. นำไปใช้ประโยชน์ในการ ตอบสนองความสนใจต่อ ประเด็นปัญหาเรื่องเพศ	107 (26.8)	155 (38.8)	103 (25.8)	26 (6.5)	9 (2.3)	3.81	สูง
3. ใช้ประโยชน์ในการนำเอา ข่าวสารเกี่ยวกับ ความรู้เรื่อง เพศที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ใน ชีวิตประจำวันได้	113 (28.2)	157 (39.3)	102 (25.5)	15 (3.8)	13 (3.3)	3.85	สูง
4. เมื่อได้ชมแล้วทำให้มีความรู้ ในเรื่องเพศมากขึ้น	125 (31.3)	156 (39.0)	85 (21.3)	20 (5.0)	14 (3.5)	3.89	สูง
5. สามารถนำเอาความรู้เรื่อง เพศที่ได้รับไปแนะนำให้บุคคล อื่นได้	104 (26.0)	129 (32.3)	127 (31.8)	30 (7.5)	10 (2.5)	3.71	สูง
6. ได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน	152 (38.0)	151 (37.8)	78 (19.5)	11 (2.8)	8 (2.0)	4.07	สูง
8. ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	103 (25.8)	143 (35.8)	115 (28.7)	27 (6.8)	12 (3.0)	3.74	สูง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.37	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์ในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศจากรายการ หงี เหลา เป่า ติ้ว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.37) โดยกลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากรายการ หงี เหลา เป่า ติ้วมากที่สุดได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน (ค่าเฉลี่ย = 4.07) รองลงมา คือ นำไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ (ค่าเฉลี่ย = 3.90) และน้อยที่สุดคือสามารถนำเอาความรู้เรื่องเพศที่ได้รับไปแนะนำให้บุคคลอื่นได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.71)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยใช้สถิติดังนี้

ตารางที่ 4.10 วัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หงี เหลา เป่า ติ้ว” ของผู้รับสาร

ตัวแปร/ค่าสถิติ	การใช้ประโยชน์		
	จำนวน	r	P- Value
การแสวงหาข่าวสาร (วัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสาร)	400	.685**	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.10 พบว่าวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หงี เหลา เป่า ติ้ว” ของผู้รับสารนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน และเป็นความสัมพันธ์กันในทางบวกและอยู่ในระดับสูง หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หงี เหลา เป่า ติ้ว” มาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศมากตามไปด้วย

ตารางที่ 4.11 ประเภทเนื้อหาในการแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หงี เหลา เป่า ติ้ว” ของผู้รับสาร

ตัวแปร/ค่าสถิติ	การใช้ประโยชน์		
	จำนวน	r	P- Value
การแสวงหาข่าวสาร (ประเภทเนื้อหาในการแสวงหาข่าวสาร)	400	.809**	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.11 พบว่าประเภทเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ติ้ว” ของผู้รับสารนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน และเป็นความสัมพันธ์กันในทางบวกและอยู่ในระดับสูง หมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีแสวงหาข่าวสารประเภทเนื้อหาต่าง ๆ จากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ติ้ว” มาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศมากตามไปด้วย

จากผลการวิจัยดังกล่าวผู้วิจัยนำผลมาวิเคราะห์ต่อได้ 5 ประเด็นดังนี้

1. ภาษาที่ใช้ในรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ติ้ว” รวมทั้งการตั้งชื่อรายการ แยกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ ภาษาของผู้ดำเนินรายการคือน้ำเน็ก ภาษาทางการแพทย์ในการตอบปัญหาของคุณหมอ 3 ท่าน และภาษาของผู้ถามคำถาม ปรากฏว่าภาษาของน้ำเน็กเป็นภาษาปากมากที่สุด รวมถึงมีคำสมญานามเรียกวัยวะเพศและพฤติกรรมทางเพศด้วยศัพท์ต่าง ๆ แม้แต่ชื่อรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ติ้ว” ก็มีความหมายในทางเพศทั้ง 4 คำ

หิ้ง	หมายความถึง	ความอยากในการทำ
เหลลา	หมายความถึง	การช่วยตัวเองของผู้ชาย
เป่า	หมายความถึง	การมีเพศสัมพันธ์
ติ้ว	หมายความถึง	การช่วยตัวเองของเพศหญิง (Nanake5555 26 พ.ค. 2562)

2. ความน่าเชื่อถือจากคำตอบที่ได้ในรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ติ้ว” เนื่องจากรายการนี้มีแพทย์เฉพาะทางด้านเพศศึกษามาตอบคำถามถึง 3 คน ได้แก่

หมอไอ้ หมอจิต นายแพทย์สุกมล วิชาวิพลกุล ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตเวช โรงพยาบาลพญาไท 2
หมอไอ้ต หมอจู้ พันโท นายแพทย์อัครเนย์ วงษ์สวัสดิ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านศัลยกรรมทางเดินปัสสาวะและมะเร็งต่อมลูกหมาก ศูนย์แพทย์พัฒนาในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9

หมอไอ้ หมอจิม นายแพทย์โอฬาริก มุสิกวงศ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านสูตินรีเวช เวชศาสตร์การเจริญพันธุ์ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ความเชี่ยวชาญของคุณหมอทั้งสามท่าน จากสถาบันการแพทย์ที่มีชื่อเสียง ทำให้คำตอบเรื่องเพศที่มีผู้ถามมานั้นเป็นคำตอบที่น่าเชื่อถือมาก และผู้ฟังสามารถนำไปปฏิบัติตามได้

3. ความสนุกสนานในการดำเนินรายการของน้ำเน็กเป็นที่ประจักษ์ชัด น้ำเน็ก มีชื่อจริงว่า นายเกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา ผู้ดำเนินรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ติ้ว” น้ำเน็ก มีความสามารถในด้านพิธีกร นักจัดรายการ นักแสดง นักพากย์ ผู้ชมจำนวนหนึ่งติดตามน้ำเน็กจากรายการอื่น ๆ เช่น ออย่าหาน้ำสอน นิสัยโดยทั่วไปเป็นคนตลกโผงผาง พูดตรงไปตรงมา และติดพูดสลับ และคำหยาบ เช่น มึง กู แต่ผู้ชมมักเห็นเป็นเรื่องสนุกสนานมากกว่าเป็นคำหยาบคาย

4. สื่อและช่วงเวลาในการจัดรายการ รายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ติ้ว” เป็นรายการถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ และยูทูปไลฟ์ นับว่าเป็นสื่อและช่วงเวลาที่เหมาะสม คือตั้งแต่ 20:00-22:00 น. ทำ

ให้ผู้ที่เลิกจากการทำงานพักผ่อนอยู่กับบ้านก็เข้าไปชมและเข้าไปถามคำถามจากนายแพทย์ทั้ง 3 ท่าน และจากสถิติการใช้ Facebook และ YouTube เห็นได้ชัดว่าประชากรส่วนใหญ่จะใช้ในช่วงหลังจากเลิกงานจนถึงเที่ยงคืนในการใช้สื่อออนไลน์ต่าง ๆ จุดนี้ทำให้รายการ “หจี้ เหลลา เป่า ติ้ว” เป็นช่วงเวลาที่มียุชมมากและมีผู้เข้ามาถามคำถามจำนวนมากเช่นกัน

5. ลักษณะรายการเป็นลักษณะเชิญผู้เชี่ยวชาญมาตอบปัญหาเรื่องเพศศึกษาโดยให้ผู้ฟังทางบ้านถามปัญหาทางเพศมาในรายการ ลักษณะการจัดรายการที่น้ำเน่กให้ถามตรงและตอบตรงในเรื่องที่ไม่มีใครกล้าพูดเช่นนี้กลายเป็นลักษณะเด่นที่ทำให้รายการนี้มีผู้ชมติดตามจำนวนมาก อาจเพื่อรับทราบปัญหาทางเพศและเพื่อความสนุกสนานในการตอบคำถามของน้ำเน่กและนายแพทย์ท่านอื่น ๆ ทำให้ได้ทั้งความรู้เรื่องเพศและความสนุกสนานจากรายการไปพร้อมกัน

ทั้ง 5 ประเด็นเหล่านี้จึงเป็นประเด็นที่ทำให้รายการ “หจี้ เหลลา เป่า ติ้ว” เป็นที่นิยมในการแสวงหาข่าวสารและใช้ประโยชน์จากผู้ชมรายการจำนวนมาก



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศศึกษาและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสาร “หญิง เหลลา เป่า ตู๊ว” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หญิง เหลลา เป่า ตู๊ว” ของผู้รับสาร
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากรายการ “หญิง เหลลา เป่า ตู๊ว” ของผู้รับสาร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หญิง เหลลา เป่า ตู๊ว”

ทั้งนี้ได้มีการตั้งสมมุติฐานไว้ คือการแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หญิง เหลลา เป่า ตู๊ว” ของผู้รับสาร

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 18-25 ปีมากที่สุด มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาในระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด และมีรายได้ไม่เกิน 5,000-10,000 บาทมากที่สุด

5.1.2 การแสวงหาข่าวสาร ในงานวิจัยนี้กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์และประเภทของเนื้อหาในการแสวงหาจากรายการ “หญิง เหลลา เป่า ตู๊ว” ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หญิง เหลลา เป่า ตู๊ว” โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์หรือรับคำแนะนำในการปฏิบัติตัวมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=3.72) รองลงมา คือ เพื่อต้องการหาความรู้ (เพศศึกษา) (ค่าเฉลี่ย=3.68) และน้อยที่สุดคือนำไปพูดคุยสนทนากับเพื่อนฝูง (ค่าเฉลี่ย=3.01)

2. กลุ่มตัวอย่างชอบแสวงหาเนื้อหาจากรายการ “หญิง เหลลา เป่า ตู๊ว” โดยรวมอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยกลุ่มตัวอย่างแสวงหาความรู้เรื่องเพศจากรายการ “หญิง เหลลา เป่า ตู๊ว” มากที่สุด คือความรู้ทางจิตวิทยา (เช่น ความผิดปกติด้าน อารมณ์และจิตใจในเรื่องเพศ ความต้องการ และความรู้สึกทางเพศ) (ค่าเฉลี่ย=4.01) รองลงมา คือ ทักษะต่าง ๆ ในเรื่องเพศ (ค่าเฉลี่ย=3.94) และน้อยที่สุดคือประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย=3.48)

5.1.3 การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร

กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์ในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศจากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตั้ว” โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยกลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตั้ว” มากที่สุดในการได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน (ค่าเฉลี่ย=4.07) รองลงมา คือ นำไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ (ค่าเฉลี่ย=3.90) และน้อยที่สุดคือสามารถนำเอาความรู้เรื่องเพศที่ได้รับไปแนะนำให้กับบุคคลอื่นได้ (ค่าเฉลี่ย=3.71)

5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตั้ว” ของผู้รับสาร

ในด้านวัตถุประสงค์และประเภทเนื้อหาในการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตั้ว” ของผู้รับสารนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน และเป็นความสัมพันธ์กันในทางบวกและอยู่ในระดับสูง หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่แสวงหาเนื้อหาข่าวสารประเภทต่าง ๆ จากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตั้ว” มาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศมากตามไปด้วย

5.3 อภิปรายผล

การแสวงหาข่าวสาร ในงานวิจัยนี้กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตั้ว” มากที่สุดคือเพื่อประโยชน์หรือรับคำแนะนำในการปฏิบัติตัว รองลงมาคือ เพื่อต้องการหาความรู้ (เพศศึกษา) สอดคล้องกับแนวคิดของ Atkin (1973: 208) ที่กล่าวว่า มนุษย์ต้องการแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐาน นั่นคือ ต้องการคำแนะนำในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งนภา มหาวรรณศรี (2558) ที่ว่าการเลี้ยงดู การเฝ้าสังเกต ความใกล้ชิด มีความสัมพันธ์ต่อการสื่อสารเรื่องเพศในครอบครัว ในรูปการให้คำปรึกษา แนะนำพูดคุยเรื่องเพศ ระหว่างนักเรียนและผู้ปกครอง ซึ่งเป็นผลของการสื่อสารที่ดีในครอบครัวนั่นเอง

สำหรับประเด็นวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตั้ว” ที่น้อยที่สุดคือ สามารถนำเอาความรู้เรื่องเพศที่ได้รับไปแนะนำให้กับบุคคลอื่นได้ สอดคล้องกับ ทศนีย์ ดาเกิงศักดิ์ (2553) ที่ว่าเรื่องเพศ เป็นโจทย์ใหญ่ของสังคมไทย เนื่องจาก บรรทัดฐานของสังคมไทย กำหนดให้ “เรื่องเพศ” เป็นเรื่องที่ปกปิด (Taboo) การพูดคุยสื่อสารเรื่องเพศอย่างเปิดเผยหรือโจ่งแจ้ง เป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ ทำให้ไม่สามารถเอาเรื่องที่ถามในรายการนี้ไปแนะนำหรือพูดคุยกับคนอื่นได้

สำหรับประเภทเนื้อหาจากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตั้ว” เนื้อหาความรู้เรื่องเพศที่กลุ่มตัวอย่างแสวงหาจากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตั้ว” มากที่สุด คือความรู้ทางจิตวิทยา (เช่น ความ

ผิดปกติด้านอารมณ์และจิตใจในเรื่องเพศ,ความต้องการและความรู้สึกทางเพศ) รองลงมา คือ ทศนะต่าง ๆ ในเรื่องเพศ สอดคล้องกับแนวคิดของ Atkin ที่ว่าข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจรับรู้ ความคิด และแก้ปัญหาต่าง ๆ (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวัน ข่าวสารบางอย่างอาจจะนำไปใช้ประโยชน์ได้

การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร เกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศจากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ตั้ว” กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ตั้ว” มากที่สุดคือได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน รองลงมา คือ นำไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ สอดคล้องกับงานวิจัยของเวนเนอร์ (Lawrence A' Wenner, 1985) ที่ว่ากระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น การใช้เวลาเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น และเป็นกระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคลหรือเพื่อการอ้างอิงตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏการณ์ในเนื้อหาของสื่อ

ทั้งนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ Katz and Other (1974) ที่กล่าวว่าสภาพทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน เป็นสาเหตุให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไปซึ่งทำให้แต่ละคนคาดหวัง หรือคาดคะเนว่าเมื่อรับสารผ่านสื่อแต่ละประเภท จะสามารถสนองความพึงพอใจได้ต่างกันด้วย ดังนั้น ลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันเหล่านี้จะแตกต่างกันออกไป ขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อก็จะแตกต่างกันไปด้วย

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ บลูมเมอร์ (Jay G. Blumler, 1985) ที่กล่าวถึงความพึงพอใจที่ว่า บุคคลพึงพอใจที่การติดตามข่าวสาร (Surveillance) ทำให้รู้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของสังคม โดยสอดคล้องกับงานวิจัยนี้ที่พบว่าผู้ชมรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ตั้ว” เกิดความพึงพอใจที่ได้รับข่าวสารต่าง ๆ ในเรื่องเพศแล้วนำมาใช้ประโยชน์ในการทำให้ตนเองกลายเป็นคนที่มีโลกทัศน์เรื่องเพศที่กว้างไกลขึ้น

สมมติฐาน การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ตั้ว” ของผู้รับสาร

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ตั้ว” ของผู้รับสารนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน และเป็นความสัมพันธ์กันในทางบวกหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ตั้ว” มาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศมากตามไปด้วย และในทางตรงกันข้าม หากกลุ่มผู้อ่านมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารน้อยก็จะมีการใช้ประโยชน์ ในข่าวสารความรู้เรื่องเพศน้อยตามไปด้วย และความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง

ประเภทเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์จากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ตี๋” ของผู้รับสารนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน และเป็นความสัมพันธ์กันในทางบวกหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีแสวงหาข่าวสารประเภทเนื้อหาต่าง ๆ จากรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ตี๋” มาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้เรื่องเพศมากตามไปด้วย สอดคล้องกับทัศนีย์ ดำเกิงศักดิ์ (2553) ที่ว่า การแสวงหาข่าวสารจากคอลัมน์ “เสพสมบัติสม” และเว็บไซต์ meetdoctoro.com ได้ส่งผลให้เกิดการใช้ประโยชน์ และการใช้ประโยชน์นั้นสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่มนุษย์มีประสบการณ์ตรงจากสิ่งนั้น ๆ กล่าวคือ การได้เห็น ได้ยิน และได้ปฏิบัติจริง

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ แกร์ริสัน และมากูน (Garrison and Magoon, 1972) ที่กล่าวถึงการใช้ประโยชน์ว่าเป็นกระบวนการกลั่นกรองและตีความในสิ่งที่เราเห็น ได้ยิน ได้สัมผัส ได้กลิ่น หรือได้ชิมรสมา ทำให้ทราบว่าสิ่งนั้นเป็นอะไร มีความหมายอย่างไร มีลักษณะอย่างไร โดยอาศัยประสบการณ์เป็นเครื่องช่วยในการตีความหรือแปลความหมาย

สอดคล้องกับ แมคควอล และคณะ (Mc Quail and Other) ที่ได้กล่าวไว้ในเรื่องของตัวแปรของความต้องการข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ว่า ความต้องการสารสนเทศ เป็นความต้องการเพื่อเป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ ความคิดเห็น และการตัดสินใจ รวมทั้งเพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสังคม

สอดคล้องกับเคอร์รี่ และ เวด (Curry and Wade, 1968) เกี่ยวกับการเลือกอย่างมีเหตุผลว่า มนุษย์ต่างเลือกประพจน์ ปฏิบัติ หรือตัดสินใจในทางที่จะให้ความพึงพอใจสูงสุดแก่ตน ซึ่งความพึงพอใจสูงสุดมิใช่เป็นการบรรลุถึงปริมาณที่มากที่สุด แต่เป็นความชอบและการได้รับประโยชน์มากที่สุด

และสอดคล้องกับ Katz และคณะ (1974) กล่าวว่า การที่คนต้องการรับรู้ทันสมัยเพื่อเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการไว้ จึงมีการเลือกเปิดรับสื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน

วิเคราะห์รายการ “หิ้ง เหลา เป่า ตี๋” ผู้วิจัยนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์ต่อได้ 5 ประเด็นดังนี้

1. ภาษาที่ใช้ในรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ตี๋” รวมทั้งการตั้งชื่อรายการ แยกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ ภาษาของผู้ดำเนินรายการคือ น้ำเน็ก ภาษาทางการแพทย์ในการตอบปัญหาของคุณหมอ 3 ท่าน และภาษาของผู้ถามคำถาม ปรากฏว่าภาษาของน้ำเน็ก เป็นภาษาปากมากที่สุด รวมถึงมีคำสมญา นามเรียก อวัยวะเพศ และพฤติกรรมทางเพศด้วยศัพท์ต่าง ๆ แม้แต่ ชื่อรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ตี๋” ก็มีความหมายในทางเพศทั้ง 4 คำ

หิ้ง	หมายความถึง	ความอยากในการทำ
เหลา	หมายความถึง	การช่วยตัวเองของผู้ชาย
เป่า	หมายความถึง	การมีเพศสัมพันธ์

ตัว หมายความว่าถึง การช่วยตัวเองของเพศหญิง (Nanake5555 26 พ.ค. 2562)

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐธิดา แวงสวัสดิ์ (2553) ที่พบว่า ยิ่งผู้ชมเปิดรับชมการถ่ายทอดสดบนเฟซบุ๊กที่มีเนื้อหาด้านการใช้ภาษา และความรุนแรงมาก จะยังมีทัศนคติในการยอมรับเนื้อหาด้านการใช้ภาษา และความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ผู้ถามและผู้ชมรายการยอมรับภาษาที่ไม่สุภาพเหล่านี้ได้

2. ความน่าเชื่อถือจากคำตอบที่ได้ในรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ตัว” เนื่องจากรายการนี้มีแพทย์เฉพาะทางด้านเพศศึกษามาตอบคำถามถึง 3 คนได้แก่

หมอโอ้ หมอจิต นายแพทย์สุกมล วิชาวิพลกุล ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตเวช โรงพยาบาลพญาไท 2

หมอไอ้ต หมอจู้ พันโท นายแพทย์อาคเนย์ วงษ์สวัสดิ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านศัลยกรรมทางเดินปัสสาวะและมะเร็งต่อมลูกหมาก ศูนย์แพทย์พัฒนาในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9

หมอโอ หมอจิม นายแพทย์โอฬาริก มุสิกวงศ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านสูตินรีเวช เวชศาสตร์การเจริญพันธุ์ โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ความเชี่ยวชาญของคุณหมอทั้งสามท่าน จากสถาบันการแพทย์ที่มีชื่อเสียง ทำให้คำตอบเรื่องเพศที่มีผู้ถามมานั้นเป็นคำตอบที่น่าเชื่อถือมาก และผู้ฟังสามารถนำไปปฏิบัติตามได้ สอดคล้องกับโฮฟแลนด์และคณะ (Hovland and Associates, 1953) ที่ว่าความน่าเชื่อถือนั้นประกอบด้วยความเป็นผู้ชำนาญการ หรือเป็นผู้ที่มีสมรรถวิสัย มีความน่าไว้วางใจ และความตั้งใจต่อผู้รับสารตามการรับรู้ของผู้รับสาร และแนวคิดของอริสโตเติลเรื่องความเป็นผู้ชำนาญการ ความเป็นผู้คงแก่เรียนหรือมีคุณวุฒิ ความเป็นผู้น่าไว้วางใจ และสอดคล้องกับวิลเลียม เจ. แม็กไกว์ (William J, Mcguire, 1973) ที่ว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเกิดขึ้นจากการที่ผู้รับสารยอมรับในเนื้อหาที่ถูกต้องและสอดคล้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารขึ้นอยู่กับ การยอมรับในความชำนาญ (Expertise) และสิ่งที่ประจักษ์ (objectivity)

3. ความสนุกสนานในการดำเนินรายการของน้ำเน็กเป็นที่ประจักษ์ชัด น้ำเน็ก มีชื่อจริงว่า นายเกตุเสพย์สวัสดิ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา ผู้ดำเนินรายการ “หิ้ง เหลา เป่า ตัว” น้ำเน็ก มีความสามารถในด้านพิธีกร นักจัดรายการ นักแสดง นักพากย์ ผู้ชมจำนวนหนึ่งติดตามน้ำเน็กจากรายการอื่น ๆ เช่น ออย่าหาว่าน้ำสอน นิสัยโดยทั่วไปเป็นคนตลกโผงผาง พูดตรงไปตรงมา คล่องตัว และติดพูดสบล และคำหยาบ เช่น มึง กู แต่ผู้ชมมักเห็นเป็นเรื่องสนุกสนานมากกว่าเป็นคำหยาบคาย สอดคล้องกับอริสโตเติล (Aristotle อ้างถึงใน กฤตนิ ประชาบาล, 2539) ว่า “การจูงใจที่บรรลุผลนั้นขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผู้พูด เมื่อคำปาฐกถาของผู้พูดสามารถโน้มน้าวจิตใจของเราให้รู้สึกว่าเขามีความน่าเชื่อถือกว่าคนพรรคอื่น” เรื่องนี้เป็นเรื่องจริง ไม่ว่าจะตั้งปุจฉาใด และไม่ว่าแห่งหนใดที่แม้ไม่มีความเที่ยงตรงอยู่ หากแต่ ณ ที่นั้นสกลิตด้วยหลากหลายทัศนคติก็ตาม

และยังสอดคล้องในมิติของความคล่องตัว (Dynamism) ตามแนวคิดของเบอร์โลและคณะ (Berlo and Associates อ้างถึงในทัศนีย์ คำเกิงศักดิ์, 2553) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าถ้าผู้รับสารรับรู้ว่าผู้ส่งสารมีความเด็ดขาด แข็งขัน ตื่นตัว และกระฉับกระเฉงอยู่เสมอ ผู้ส่งสารจะได้รับความเชื่อถือในระดับสูง

4. สื่อและช่วงเวลาในการจัดรายการ รายการ “หิ่ง เหลา เปา ติว” เป็นรายการถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ และยูทูบไลฟ์ นับว่าเป็นสื่อและช่วงเวลาที่เหมาะสมคือตั้งแต่ 20:00 น. ถึง 22:00 น. ทำให้ผู้ที่เลิกจากการทำงานพักผ่อนอยู่กับบ้านก็เข้าไปชมและเข้าไปถามคำถามจากนายแพทย์ทั้ง 3 ท่าน และจากสถิติการใช้ Facebook และ YouTube เห็นได้ชัดว่าประชากรส่วนใหญ่จะใช้ใน ช่วงหลังจากเลิกงานจนถึงเที่ยงคืนในการใช้สื่อออนไลน์ต่าง ๆ จุดนี้ทำให้รายการ “หิ่ง เหลา เปา ติว” เป็นช่วงเวลาที่ มีผู้ชมมากและมีผู้เข้ามาถามคำถามจำนวนมากเช่นกัน สอดคล้องกับปรัชญา จันทะรัง (2554) ที่ว่า การใช้งานบนเฟซบุ๊กสามารถกระตุ้นให้ผู้ใช้งานในเครือข่ายมีปฏิสัมพันธ์กันมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการใช้งานที่มีความหลากหลายและรองรับการใช้งานผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ในปัจจุบันนี้นับเป็นปัจจัยที่ทกของคนไทยซึ่งขาดไม่ได้ ส่งผลให้การเจริญเติบโตของผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง และปัจจุบันนี้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้คนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้ใช้งานเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ได้ ง่ายด้ายกว่าสมัยก่อน ตัวอย่างคือการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่เรียกว่า บริการหน้าเว็บไซด์ สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Facebook for Mobile) และยูทูบที่ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงเฟซบุ๊กได้ตลอดเวลาไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน ทำให้ยอดผู้ใช้บริการมีจำนวนที่สูงมากขึ้น

5. ลักษณะรายการเป็นลักษณะเชิญผู้เชี่ยวชาญมาตอบปัญหาเรื่องเพศศึกษาโดยให้ผู้ฟังทางบ้านถามปัญหาทางเพศมาในรายการ ลักษณะการจัดรายการที่นำเนกให้ถามตรงและตอบตรงในเรื่องที่ไม่มีใครกล้าพูดเช่นนี้กลายเป็นลักษณะเด่นที่ทำให้รายการนี้มีผู้ชมติดตามจำนวนมาก อาจเพื่อรับทราบปัญหาทางเพศและเพื่อความสนุกสนานในการตอบคำถามของนำเนกและนายแพทย์ท่านอื่น ๆ ทำให้ได้ทั้งความรู้เรื่องเพศและความสนุกสนานจากรายการไปพร้อมกัน สอดคล้องกับแมคคอมบส์ และเบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อ ต้องการรู้เหตุการณ์ ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนเองต่อ สภาวะ หรือเหตุการณ์ ต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement) และต้องการความบันเทิง (Relax and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

5 ประเด็นเหล่านี้จึงเป็นประเด็นที่ทำให้รายการ “หิ่ง เหลา เปา ติว” เป็นที่นิยมในการแสวงหาข่าวสารและใช้ประโยชน์จากผู้ชมรายการจำนวนมาก

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.4.1.1 ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษา การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อความรู้เรื่องเพศ โดยขอบเขตการศึกษาได้วัดเฉพาะตัวแปรผู้รับสาร หากวัดตัวแปรอื่น เช่น กลยุทธ์การสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร ก็อาจจะทำให้เกิดประโยชน์ในด้านการวางแผนการให้ความรู้เรื่องเพศที่ชัดเจน และตรงตามเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

5.4.1.2 ในการดำเนินการวิจัยในอนาคต ควรทำการศึกษาโดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ไม่สามารถวัดได้ เช่น ความคิดและทัศนคติเชิงลึกที่กลุ่มเป้าหมายมีต่อรายการตอบปัญหาทางเพศ ให้ทราบถึงคุณลักษณะของบุคคลและวิธีการตอบปัญหาที่มีผลจูงใจให้ผู้รับสารเกิดพฤติกรรมอย่างแท้จริง เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการสื่อสารในเรื่องอื่น ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.4.1.3 ควรทำการศึกษาเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มเพศหญิง เพศชาย หรือกลุ่มหลากหลายทางเพศ เพื่อจะได้คำตอบที่เฉพาะเจาะจงและนำไปแก้ปัญหาคือการสื่อสารเรื่องเพศได้ตรงจุด

5.4.1.4 ควรทำการศึกษาเจาะลึกจากผลการวิจัยที่ว่าผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเรื่องเพศ โดยนำความรู้ทางจิตวิทยาเรื่องเพศไปใช้ นั้นใช้อย่างไร ได้ผลประการใด

5.4.1.5 จากผลการวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากรายการเพื่อความเพลิดเพลินและเพิ่มพูนความรู้ในเรื่องเพศน่าจะมีการวิจัยต่อแยกเป็นแต่ละกลุ่มวัยใช้ประโยชน์จากรายการด้านใดอย่างไร

5.4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.2.1 ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษา การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อความรู้เรื่องเพศ โดยขอบเขตการศึกษาได้วัดเฉพาะตัวแปรผู้รับสาร หากวัดตัวแปรอื่น เช่น กลยุทธ์การสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร ก็อาจจะทำให้เกิดประโยชน์ในด้านการวางแผนการให้ความรู้เรื่องเพศที่ชัดเจน และตรงตามเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

5.4.2.2 ในการดำเนินการวิจัยในอนาคต ควรทำการศึกษาโดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ไม่สามารถวัดได้ เช่น ความคิดและทัศนคติเชิงลึกที่กลุ่มเป้าหมายมีต่อรายการตอบปัญหาทางเพศ ให้ทราบถึงคุณลักษณะของบุคคลและวิธีการตอบปัญหาที่มีผลจูงใจให้ผู้รับสารเกิดพฤติกรรมอย่างแท้จริง เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการสื่อสารในเรื่องอื่น ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- โกสินทร์ รัตนคร. (2552). การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารของการเลือกคู่ครอง. **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ**. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐธิดา แขวงสวัสดิ์. (2560). การวิเคราะห์เนื้อหาทางด้านเพศ การใช้ภาษา ความรุนแรงภาพ ตัวแทน และการเปิดรับ และทัศนคติที่มีต่อการถ่ายทอดสดบนเฟซบุ๊ก. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ.
- ทัศนีย์ ดำเกิงศักดิ์. (2553). การวิเคราะห์เนื้อหาเพศศึกษาและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อคอลัมน์ “เสพสมบัติสม” และเว็บไซต์ meetdoctoro.com. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- น้ำทิพย์ พรหมเพชร และบุหงา ชัยสุวรรณ. (2560). แนวทางการนำเสนอเรื่องเพศ ภาษา ความรุนแรง และภาพตัวแทนในรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ดิจิทัล. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ.
- รุ่งนภา มหารรรณศรี. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารเรื่องเพศในครอบครัวของ นั ก เ รี ย นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่. สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2537). การวิจัยเชิงปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิลาสินี พิพิธกุล และ กิตติ กัณภัย. (2546). เพศและการสื่อสารในสังคมไทย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ศิริวรรณ ทুমเชื้อ. (2558). พฤติกรรมทางเพศและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจ ในการป้องกันตั้งครรภ์ของวัยรุ่นในจังหวัดสระบุรี. วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข.
- ศุจิกา ดวงมณี. (2539). การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน www. ของสื่อมวลชนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไสลทิพย์ จารุภูมิ และ อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. (2532). การศึกษาคอลัมน์ปัญหาของสตรีในสื่อสิ่งพิมพ์ รายงานการประชุมโครงการอาศรมความคิด (Forum) เรื่อง “ผู้หญิงกับการสื่อสารมวลชน” คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาติ และสุวรรณี โสมประยูร. (2525). เพศศึกษา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์โอเดียนสโตร์.

อุดมพร ยิ่งไพบูลย์สุข และเปรมวดี คฤหเดช. (2554). **เพศวิถีของนักศึกษาในเขตรัตนโกสินทร์
กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา**. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา.

ภาษาอังกฤษ

Atkin, Charl K.(1973). **Anticipated Communication and Mass Media Information
Seeking**. Public Opinion Quarterly. New York: Free Press.

Barzt, A.E. (1999). **Basic Statistical Concepts**. New Jersey: Prentice-Hall,

Katz, E.J.G Blumber and M”Gurevitch. (1973). **Utilization of mass communication,by
the individual**. The Uses of Mass Communication. Beverly Hills, sage.

Mccomb, Maxwell and Becker. Le. (1979). **Using mass Communication Theory**. New
york: Prenpicehall.

Mcquail. Dennis and Sven Windahl. (1981). **Communication Models**. New York:
Longman.





ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทัศนีย์ คำเกิงศักดิ์ หัวหน้าสาขาคอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันทิการ์ จิตรingham อาจารย์ประจำสาขาคอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
3. อาจารย์กันทลัส ทองบุญมา อาจารย์ประจำสาขาคอนเทนต์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์





ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

การแสวงข่าวสารเรื่องเพศศึกษาและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสารรายการ “หิ้ง เลา เป่า ติว”

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) 18-25 ปี

2) 26-35 ปี

3) 36-45 ปี

4) 46-55 ปี

5) 55 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

1) นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

2) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

3) พนักงานบริษัท

4) ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว

5) แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณอายุ

6) รับจ้างทั่วไป

7) อื่น ๆ ระบุ.....

4. ระดับการศึกษา

1) ปวช./ปวส.

2) ปริญญาตรี

3) ปริญญาโท

4) สูงกว่าปริญญาโท

5. สถานภาพสมรส

1) โสด

2) สมรส

3) หม้าย

4) หย่าร้าง

6. รายได้ต่อเดือน

1) 5,000-10,000 บาท

2) 10,001-20,000 บาท

3) 20,001-40,000 บาท

4) มากกว่า 40,001 บาท

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารความรู้เรื่องเพศจากรายการ หี เหลา เป่า ตีว
 คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ท่านชมรายการ หี เหลา เป่า ตีว ทางเฟซบุ๊กไลฟ์บ่อยครั้งเพียงใด

- 1) ทุกวัน 2) สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง
 3) สัปดาห์ละ 1- 2 ครั้ง 4) เดือนละ 1- 2 ครั้ง
 5) สองเดือนครั้ง หรือนานกว่านั้น

2. ท่านชมรายการ “หี เหลา เป่า ตีว” ทางยูทูปไลฟ์บ่อยครั้งเพียงใด

- 1) ทุกวัน 2) สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง
 3) สัปดาห์ละ 1- 2 ครั้ง 4) เดือนละ 1- 2 ครั้ง
 5) สองเดือนครั้ง หรือนานกว่านั้น

3. ท่านแสวงหาข่าวสารจากรายการ “หี เหลา เป่า ตีว” ทางด้วยวัตถุประสงค์ใด

วัตถุประสงค์ในการชมรายการ	5 มากที่สุด (ทุกวัน)	4 มาก (4-5วัน/ สัปดาห์)	3 ปานกลาง 2-3วัน/ สัปดาห์	2 น้อย 1 วัน/ สัปดาห์	1 น้อย ที่สุด
1. เพื่อความสนุกสนาน/เพลิดเพลิน/พักผ่อน อารมณ์/อยากรู้อยากเห็น					
2. เพื่อนำไปพูดคุยสนทนากับเพื่อนฝูง					
3. เพื่อสร้างจินตนาการ					
4. เพื่อประโยชน์หรือรับคำแนะนำในการ ปฏิบัติตัว					
5. เพื่อเผยแพร่ความรู้ต่อผู้อื่น					
6. เพื่อต้องการหาความรู้ (เพศศึกษา)					
7. เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา ให้กับตนเอง					

4. ประเภทของเนื้อหาความรู้เรื่องเพศที่ท่านชอบแสวงหาจากรายการ “หิ้ง เหลลา เป่า ตู๋” เป็นเนื้อหาประเภทใด

ประเภทของเนื้อหา	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. ปัญหาหัวใจ ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างชาย-หญิง					
2. ถาม-ตอบปัญหาเรื่องเพศสัมพันธ์					
3. ประสบการณ์เรื่องเพศจากบุคคลต่าง ๆ					
4. เทคนิคการสร้างความสัมพันธ์ต่อเพศตรงข้าม					
5. เทคนิคในการร่วมเพศ					
6. ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว					
7. ประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ					
8. ความรู้เรื่องเพศศึกษา (เช่น ความรู้เกี่ยวกับโครงสร้าง และหน้าที่ของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ)					
9. ความรู้เกี่ยวกับสุขปฏิบัติทางเพศ (เช่น การระวังรักษาร่างกายให้ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ ข้อควรระวังและสุขปฏิบัติเกี่ยวกับอวัยวะเพศ)					
10. ทัศนคติต่าง ๆ ในเรื่องเพศ					
11. ความรู้ทางจิตวิทยา (เช่น ความผิดปกติ ด้านอารมณ์และจิตใจในเรื่องเพศ, ความต้องการและความรู้สึกทางเพศ)					

ตอนที่ 3. คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ในข่าวสารเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศจากรายการ “หงี
 เหลา เป่า ติว”

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การใช้ประโยชน์	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. นำไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เรื่องเพศ					
2. นำไปใช้ประโยชน์ในการตอบสนองความ สนใจต่อประเด็นปัญหาเรื่องเพศ					
3. ใช้ประโยชน์ในการนำเอาข่าวสารเกี่ยวกับ ความรู้เรื่องเพศที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ใน ชีวิตประจำวันได้					
4. เมื่อได้ชมแล้วทำให้มีความรู้ในเรื่องเพศ มากขึ้น					
5. สามารถนำเอาความรู้เรื่องเพศที่ได้รับไป แนะนำให้บุคคลอื่นได้					
6. ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน					
7. ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ อวยพร พานิช
ตำแหน่งทางวิชาการ รองศาสตราจารย์ (ทางด้านนิเทศศาสตร์)
วันเดือนปีเกิด 20 กันยายน 2494
วุฒิการศึกษา

- ปี 2519 ระดับปริญญาโท ภาษาและวรรณคดีไทย (อ.ม.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปี 2516 ระดับปริญญาตรี ภาษาไทย (อ.บ.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประสบการณ์การทำงาน

- ดำรงตำแหน่งคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ พ.ศ.2555 ถึงปัจจุบัน
- ดำรงตำแหน่งหัวหน้าภาควิชาวาทยุทธศาสตร์และสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ.2537- 2554 (4 สมัย)
- ดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์ ภาควิชาวาทยุทธศาสตร์และสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ.2534
- ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาวาทยุทธศาสตร์และสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ.2529
- อาจารย์ประจำภาควิชาวาทยุทธศาสตร์และสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ.2524-2554