

อริศรา ธีฎญาวิณิชกุล : การใช้สื่อใหม่ในการตอบสนองความต้องการการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นในยุคสังคมสารสนเทศ (THE USE OF NEW MEDIA IN RESPONDING TO SEXUAL COMMUNICATION NEEDS OF ADOLESCENCE IN THE INFORMATION TECHNOLOGY AGE) อ. ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ, 141 หน้า. ISBN 974-17-4342-4

การวิจัยเรื่อง “การใช้สื่อใหม่ในการตอบสนองความต้องการการสื่อสารเรื่องเพศของวัยรุ่นในยุคสังคมสารสนเทศ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่ากลุ่มวัยรุ่นใช้สื่อประเภทใดเป็นช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศ เปิดรับเนื้อหาหรือสารประเภทใดในการสื่อสารเรื่องเพศและการสื่อสารเรื่องเพศนั้นเกิดจากแรงจูงใจประเภทใด รูปแบบการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ ด้วยการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นกลุ่มวัยรุ่นจากสถาบันอุดมศึกษาในภูมิภาคต่างๆ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล อันได้แก่ สถานภาพทางเพศ ลักษณะที่พหุอาศัย และภูมิฐานะแตกต่างกันจะเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารเรื่องเพศแตกต่างกัน และ เนื้อหาเรื่องเพศที่กลุ่มวัยรุ่นเปิดรับมากที่สุด คือ ข่าวเรื่องราวทางเพศของดารา คนดังหรือบุคคลสำคัญในสังคม รองลงมาคือคอลัมน์ปรึกษาปัญหาเรื่องเพศ กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกันมักมีแรงจูงใจในการสื่อสารเรื่องเพศต่างกัน ดังนี้

1. วัยรุ่นที่มีอายุ และภูมิฐานะแตกต่างกัน มักจะมีแรงจูงใจทางด้านสังคมในการสื่อสารเรื่องเพศต่างกัน ทั้งนี้วัยรุ่นที่มีอายุมากกว่า 22 ปี จะให้น้ำหนักกับแรงจูงใจนี้มากกว่าวัยรุ่นที่มีอายุ 18-22 ปี ในการสื่อสารเรื่องเพศ และพบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมักมีแรงจูงใจทางด้านสังคมสูงกว่าภูมิภาคอื่นๆ
2. วัยรุ่นที่มีสถานภาพทางเพศ และภูมิฐานะแตกต่างกัน มักจะมีแรงจูงใจทางด้านจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศต่างกัน ทั้งนี้เพศหญิงมักจะมีแรงจูงใจด้านจิตวิทยาในการสื่อสารเรื่องเพศน้อยกว่าเพศชาย และพบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมักมีแรงจูงใจด้านจิตวิทยาสูงกว่าภูมิภาคอื่นๆ
3. วัยรุ่นที่มีสถานภาพทางเพศ และภูมิฐานะแตกต่างกัน มักจะมีแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อในการสื่อสารเรื่องเพศต่างกัน ทั้งนี้กลุ่มวัยรุ่นเพศหญิงมักจะมีแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อมากกว่าเพศชาย ส่วนในด้านภูมิฐานะพบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมักมีแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อสูงกว่าภูมิภาคอื่นๆ

จากการประเมินความคิดเห็นของกลุ่มวัยรุ่นพบว่า วัยรุ่นให้น้ำหนักแรงจูงใจจากคุณลักษณะสื่อว่ามีข้อได้เปรียบในการโน้มน้าวใจทางบวกให้สื่อสารเรื่องเพศทุกประเด็นที่ทำการสอบถาม เช่น การค้นหาข่าวสารเรื่องเพศที่ใด เวลาใดก็ได้ตามต้องการ และสามารถค้นหาข้อมูลเรื่องเพศ หรือใช้สื่อสารได้อย่างเป็นอิสระ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังพบว่า วัยรุ่นคิดว่าสื่อเทคโนโลยีใหม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเรื่องเพศอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างมาก ทุกๆ ประเด็นที่ทำการสอบถาม เช่น มีอิสระ เสรีภาพในเรื่องเพศมากกว่าเดิม ไม่สนใจเรื่องการรักษาความบริสุทธิ์ เป็นต้น

4585150028 : MAJOR JOURNALISM

KEY WORD: SEX / NEW MEDIA / ADOLESCENCE

ARISARA THANYAVINISHKUL : THE USE OF NEW MEDIA IN RESPONDING TO SEXUAL COMMUNICATION NEEDS OF ADOLESCENCE IN THE INFORMATION TECHNOLOGY AGE. ASSOC. PROF. PIRA CHIRASOPONE, Ph.D., 141 pp. ISBN 974-17-4342-4

The objective of this research is to study the channels used by Thai adolescents in acquiring information about sex, and types of that sexual information and their motivations. Self-administered questionnaires are conducted to gather information about the attitudes of the adolescent sample of 400 from 5 academic institutions representing Bangkok and the other three regions namely the North, Northeast and South.

The result of this research shows that socio-economic factors such as sex, types of residence, and regions affect their choice of the channels in seeking sexual communication. In addition, most of the sexual information which the adolescents expose concerns sex-related stories of actors, celebrities, and important people in the society; and sexual advice information in printed media respectively. Furthermore, the adolescents from different socio-economic backgrounds also demonstrate different types of motivation in communicating sex-related topics, for example:

1. The adolescents from different age groups and regions demonstrate different social motivations in communicating sex-related topics. That is, the adolescents who are 22 years of age and older have/display this type of motivation more than those belong to a 18-22 years age group. Also, the adolescents representing the North have higher social motivations than the other regions, including Bangkok.
2. Sex and region have an effect on psychological motivations in communicating sex-related topics. The female adolescents have less psychological motivations than their male counterparts and the adolescents from the Northeast have higher psychological motivations than the other regions, including Bangkok.
3. Sex and region have an effect on media-related motivations characteristics in communicating sex-related topics. The female adolescents have more media-related motivations than their male counterparts and the adolescents from the Northeast have higher media-related motivations than the other regions, including Bangkok.

In addition, the adolescents with more media-related motivations view that new media's characteristics have an advantage in persuading them to acquire sex-related information. Such characteristics are the reduction of space and time obstacles as they can search information about sex anywhere and anytime, and the freedom of communication. Moreover, results show that, according to the adolescents, new media considerably changes people's sexual behavior, for example it makes people perceive that they have more freedom of sex-related expression, and pay less attention to virginity.

