

## บทที่ 6

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “แบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศของผู้ชายและผู้หญิง” ครั้งนี้เป็น การศึกษาผู้รับสาร (audience analysis) เพื่อตอบคำถามว่า เพศชายและเพศหญิงมีแบบแผนการ บริโภคสื่อทางเพศเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร และเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

ในการสำรวจและทบทวนงานวิจัยส่วนใหญ่ที่ผ่านมาพบว่า ขอบเขตของการศึกษาเรื่อง สื่อทางเพศนั้น เป็นการศึกษาในแง่มุมมองทางด้านจิตวิทยา หรือ ผลกระทบ (Impact) ที่เกิดขึ้นจาก สื่อทางเพศในด้านลบเสียมากกว่า ยกตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่องการศึกษาผลกระทบจากสื่อทางเพศ ต่อการกระทำผิดทางเพศ ของ ธนะชัย ผดุงธิตติ (2545) การวิจัยเรื่องพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมที่ เกิดมาจากการกระตุ้นจากสื่อทางเพศ ของ มาณี ปิยะอนันต์ ฯลฯ งานวิจัยดังกล่าว เป็นบท สะท้อนให้เห็นว่าการศึกษาเรื่องสื่อทางเพศที่ผ่านมาส่วนใหญ่มักจำกัดอยู่ในกรอบการวิจัยเชิง ปริมาณ แต่ทว่าข้อจำกัดของการศึกษาลักษณะนี้ คือ ยังขาดการศึกษาที่ก้าวล่วงไปถึงบริบททาง สังคมรอบตัวของผู้รับสาร อันเป็นอีกวิธีการวิเคราะห์ที่เรียกว่า การวิเคราะห์ในเชิงวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) ที่เชื่อว่า เงื่อนไขทางสังคม วัฒนธรรมมีความสำคัญต่อกิจกรรมการใช้สื่อและ การรับรู้ ตลอดจนการตีความตัวบทที่เกี่ยวกับเรื่องเพศ

และในขณะเดียวกัน จากการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับปรากฏการณ์สื่อมวลชนใน ชีวิตประจำวันที่ใช้แนวทางการศึกษาดัวยวิถีทางวัฒนธรรมศึกษา ซึ่งใช้วิธีพิจารณาว่า ตัวบทมีผล หรือมีความสัมพันธ์กับผู้รับสารอย่างไร ควบคู่ไปกับการพิจารณาบริบทของการรับสาร (Context) เพิ่มอีกด้วย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง 3 ตัวแปรควบคู่กันไป คือ ตัวบท (Text) ผู้รับสาร (Audience) และบริบทของการรับสาร (Context of reception) พบว่า การวิจัยส่วนมากจะทำการศึกษาเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ ที่เป็นเช่นนี้ อาจเนื่องมาจากสาเหตุ ที่การศึกษานี้เริ่มต้นมาจากการศึกษาผู้ชมโทรทัศน์ อีกทั้งพื้นที่ในการศึกษามักจะอยู่ในพื้นที่ภายใน บ้านเป็นส่วนใหญ่ เช่น งานของ David Morley (1999) หรือ สมสุข หินวิมาน (2541) อย่างไรก็ตาม ยังมีนักวิจัยที่มองพื้นที่การชมโทรทัศน์ออกไปในพื้นที่นอกบ้าน เช่น วสันต์ ปัญญาแก้ว (2543) ที่ศึกษากิจกรรมการชมและใช้สื่อโทรทัศน์บนถนนใต้ร่มเงาหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนการศึกษา สื่ออื่น ๆ ที่นอกจากโทรทัศน์นั้นมีจำนวนน้อยมาก โดยเฉพาะจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวกับ สื่อทางเพศในประเทศไทยที่ใช้แนวทางวิธีวิทยาของสำนักวัฒนธรรมศึกษา ก็พบว่ามีจำนวนน้อยมาก เช่นกัน หรือจะมีบ้างก็เป็นงานวิจัยในต่างประเทศ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้แนวทางการศึกษาด้วยวิธีทางวัฒนธรรมศึกษา ในการวิจัยเรื่องแบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศของเพศชายและเพศหญิง ซึ่งผู้วิจัยไม่ได้เจาะจงว่าจะศึกษาการบริโภคสื่อทางเพศชนิดใดเป็นเป็นพิเศษ แต่เลือกที่จะศึกษาการบริโภคสื่อทางเพศหลายชนิด อันเนื่องมาจากการบริโภคสื่อทางเพศในปัจจุบันนั้น ผู้รับสารอาจมีการบริโภคสื่อทางเพศได้หลายชนิดสื่อ ไม่ว่าจะเป็น อินเทอร์เน็ต คลิปวิดีโอ วีซีดี ดีวีดี หนังสือ และพื้นที่ในการบริโภคก็ไม่ได้ถูกจำกัดไว้ด้วยในเพียงในบ้านเท่านั้น แต่อาจเป็นพื้นที่ใดก็ได้ที่ผู้รับสารมีความพร้อมที่จะบริโภค ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบ เจาะลึก (In-depth interview) กับกลุ่มผู้รับสารผู้ชายและผู้หญิงที่บริโภคสื่อทางเพศ ทั้งนี้ประเด็นหลักของการศึกษา คือ การพิจารณาว่าเพศชายและเพศหญิงมี แบบแผนการบริโภค สื่อทางเพศอย่างไร โดยมีเกณฑ์ที่ใช้จำแนก คือ เพศ

สำหรับวิธีการเก็บข้อมูลนั้น ผู้วิจัยเริ่มต้นด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีความสนิทสนมก่อนทั้งเพศชายและเพศหญิง (การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง) จากนั้นกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกลุ่มแรกก็ได้ทำการแนะนำกลุ่มตัวอย่างคนอื่นให้แก่ผู้วิจัยไปสัมภาษณ์ (Snow Ball Sampling Technique) จนครบทั้ง 12 คนและในการสัมภาษณ์ผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ด้วยตนเอง มีการเตรียมแนวคำถามกว้าง ๆ มาล่วงหน้า ซึ่งจะใช้ 2 ลักษณะคือ การสัมภาษณ์ที่เปิดกว้าง ไม่จำกัดคำตอบ เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์มีอิสระในการแสดงความคิดเห็น และการสัมภาษณ์แบบเน้นจุดสนใจเฉพาะ (Focus Interview) หรือการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งทำให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลในประเด็นที่ต้องการได้อย่างลึกซึ้งและครอบคลุม นอกจากการสัมภาษณ์แล้ว ผู้วิจัยยังได้ทำการสังเกตแบบไม่เป็นทางการ (Informal observation) ในเรื่องอวัจนภาษา (Non-verbal language) ประกอบ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำมาวิเคราะห์แบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศของกลุ่มตัวอย่างอีกด้วย

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ โดยใช้เกณฑ์การวิจัยของ David Morley และได้ข้อค้นพบที่สำคัญในเรื่องแบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศของเพศชายและเพศหญิง ว่ามีความเหมือนกัน หรือแตกต่างกันในประการใดบ้าง โดยมีปัจจัยทางด้านเพศ สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมของผู้อ่านเป็นเงื่อนไขสำคัญ

## ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิจัย

### 1. การวิเคราะห์ผู้รับสาร

#### 1.1 โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้รับสารสื่อทางเพศ

##### โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารเพศชายนั้น มีอายุอยู่ระหว่าง 16-42 ปี เป็นผู้ที่มีการศึกษาขั้นต่ำที่สุด คือกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีไปจนถึงปริญญาโททั้งสิ้น รายได้ต่ำสุดของกลุ่มตัวอย่างคือประมาณ 4,000 บาทต่อเดือน และรายได้สูงสุดคือประมาณ 50,000 บาทต่อเดือน ส่วนในเรื่องของการประกอบอาชีพนั้นก็มีการแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่บริโภคสื่อทางเพศนั้นมีอาชีพที่หลากหลาย ตั้งแต่นักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ พนักงานโฆษณาทั่วไป พนักงานระดับหัวหน้างานหรือผู้บริการ ไปจนถึงเจ้าของกิจการ จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีลักษณะ เป็นกลุ่มชนชั้นกลางในสังคม ซึ่งมีกำลังที่จะใช้สื่อที่มีราคาสูงอย่างคอมพิวเตอร์ อีกทั้งระดับของการศึกษาทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการบริโภคสื่อทางเพศอย่างอินเทอร์เน็ตได้ ถึงแม้ในบางครั้งกลุ่มตัวอย่างยังคงบริโภคสื่อทางเพศจากสื่อประเภทอื่นอย่างวีซีดีอยู่ แต่การบริโภคหลักก็ยังคงเป็นสื่ออินเทอร์เน็ตอยู่ ข้อสังเกตอีกประการคือ กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนจะมีคอมพิวเตอร์อยู่ที่บ้านเป็นของตนเองแทบทั้งสิ้น

##### โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารเพศหญิงนั้น มีอายุอยู่ระหว่าง 17-36 ปี เป็นผู้ที่มีการศึกษาขั้นต่ำที่สุด คือกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีไปจนถึงปริญญาโท รายได้ต่ำสุดของกลุ่มตัวอย่างคือประมาณ 4,000 บาทต่อเดือน และรายได้สูงสุดคือประมาณ 16,000 บาทต่อเดือน ส่วนในเรื่องของการประกอบอาชีพนั้นก็มีการแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่บริโภคสื่อทางเพศนั้นมีอาชีพที่หลากหลาย ตั้งแต่เรียนนักศึกษา นักกีฬาอาชีพ พนักงานขายเครื่องสำอางทั่วไป จนถึงเจ้าของกิจการ ซึ่งจากรายได้ที่ต่างกันนี้เป็นเหตุให้ชนิดของการบริโภคหรือ ความนิยมในสื่อทางเพศชนิดต่าง ๆ แตกต่างกันไป ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มแรก คือ กลุ่มที่มีรายได้อ่อนข้างสูง สามารถบริโภคสื่อทางเพศที่ซับซ้อน มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีต้นทุนในการบริโภคที่ค่อนข้างสูงนั่นคือ อินเทอร์เน็ตหรือคลิพวิดีโอ

กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มที่มีรายได้อ่อนข้าน้อย จึงทำให้รูปแบบสื่อทางเพศที่กลุ่มตัวอย่างบริโภคถูกจำกัดอยู่ด้วยชนิดของสื่อที่มีราคาไม่สูงนักและไม่มีความซับซ้อนในการเข้าถึงอย่างวีซีดีและหนังสือ

## 1.2 จุดยืนทางวัฒนธรรมของกลุ่มผู้รับสารสื่อทางเพศ

### จุดยืนทางวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารเพศชายนั้น มีจุดยืนทางวัฒนธรรมในเรื่องแนวความคิดว่าเรื่องเพศเป็นธรรมชาติของเพศชาย โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชายจะมีทัศนคติที่แสดงถึงการบริโภคสื่อทางเพศของเพศชายว่าเป็นเรื่องปกติ และเป็นธรรมชาติของเพศชายอีกทั้งยังมีความชอบธรรมในการบริโภค และไม่จำเป็นต้องมีการควบคุม ซึ่งเป็นไปในทางตรงข้ามกับทัศนคติที่ผู้ชายมีต่อการบริโภคสื่อทางเพศของเพศหญิงว่า เป็นเรื่องไม่สมควร ดูไม่ดี และต้องมีการควบคุมในการบริโภค

นอกจากนั้น กลุ่มตัวอย่างเพศชายยังมีจุดยืนทางวัฒนธรรมในเรื่อง แนวคิดในการแสวงหาและพร้อมที่จะเปิดรับข้อมูลเรื่องเพศ แต่ยังคงจำกัดไว้ด้วยแนวความคิด วัฒนธรรมศีลธรรมของสังคมไทย โดยกลุ่มตัวอย่างแทบจะทุกคนนั้น มีความต้องการที่จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเรื่องเพศ และพร้อมที่จะมีการเปิดรับสื่อดังกล่าว โดยมองว่าการบริโภคสื่อทางเพศนั้นเป็นเรื่องปกติของทุกคนบนโลกใบนี้ แต่หากถามว่า แล้วทำไมถึงไม่ดูให้เปิดเผยเหมือนเป็นเรื่องปกติ กลุ่มตัวอย่างมักจะกล่าวว่า การดูสื่อทางเพศนั้นเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม ขัดต่อวัฒนธรรมไทยหรือศีลธรรมไทย จึงทำให้เห็นว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความคิดแบบสองมาตรฐาน (Double Standard) นั่นเอง

### จุดยืนทางวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารสื่อทางเพศที่เป็นเพศหญิงนั้น มีจุดยืนทางวัฒนธรรมในเรื่องแนวความคิดความแตกต่างระหว่างเพศ (Sexual Difference) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีทัศนคติ ว่าการบริโภคสื่อทางเพศของเพศชายและเพศหญิงนั้นมีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมองว่าการบริโภคสื่อทางเพศของเพศชายเป็นเรื่องปกติ และมองว่าการบริโภคสื่อทางเพศของเพศหญิงเป็นเรื่องที่น่าอับอาย แต่ในขณะเดียวกันก็ยังคงมีความเชื่อในเรื่องของความเท่ากันในการที่จะมีสิทธิบริโภคสื่อทางเพศของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงได้เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับจุดยืนของแนวคิดสตรีนิยมสายเสรีนิยม (Liberal feminism)

จุดยืนทางวัฒนธรรมอีกประการหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงก็คือ กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงนั้นยังคงมีความอยากรู้อยากเห็นเรื่องเพศ แต่ก็ยังคงมองว่าเป็นเรื่องที่ผิดต่อ วัฒนธรรมและศีลธรรมของสังคมไทยโดยกลุ่มตัวอย่างแทบจะทุกคน เป็นผู้ที่เคยบริโภคสื่อทางเพศมาแล้วทั้งสิ้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมองว่าการบริโภคสื่อทางเพศนั้นเป็นเรื่องปกติของทุกคนบนโลกใบนี้ แต่หากถามว่า แล้วทำไมถึงไม่ดูให้เปิดเผยเหมือนเป็นเรื่องปกติ กลุ่มตัวอย่างมักจะบอกว่า การดูสื่อทางเพศนั้นเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม ขัดต่อวัฒนธรรมไทย หรือศีลธรรมไทยทั้งสิ้น

#### ตารางที่ 6.1

แสดงการเปรียบเทียบจุดยืนทางวัฒนธรรมของผู้รับสารสื่อทางเพศ

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย	กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง
- มีความเชื่อว่าเป็นเรื่องธรรมชาติของเพศชาย (Masculine nature)	- มีความเชื่อในแนวความคิดความแตกต่างระหว่างเพศ (Sexual Difference)
- แสวงหาและพร้อมที่จะเปิดรับข้อมูลเรื่องเพศ แต่ยังคงถูกจำกัดไว้ด้วยแนวความเชื่อวัฒนธรรม ศีลธรรมของสังคมไทยสังคมไทย	- มีความอยากรู้อยากเห็นเรื่องเพศ แต่ยังคงถูกจำกัดไว้ด้วยแนวความเชื่อวัฒนธรรม หรือศีลธรรมไทย
- มีความคิดแบบสองมาตรฐาน (Double Standard)	- มีความเชื่อในเรื่องของสิทธิความเท่าเทียมกันของเพศชายและเพศหญิงซึ่งสอดคล้องกับทัศนะของแนวคิดสตรีนิยมสายเสรีนิยม (Liberal feminism)
- มีการจ้องแบบเพศชาย (Male gaze)	- มีการจ้องแบบเพศชาย (Male gaze)

### 1.3 การเข้าถึงตัวบท

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงในเรื่องการเข้าถึงตัวบทพบว่าได้ผลการวิจัยที่เหมือนกัน คือ ทั้งกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกในการเข้าถึงตัวบทที่เหมือนกัน ดังต่อไปนี้

#### ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอกเชิงสังคม (Social) ที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงเข้าถึงสื่อทางเพศนั้น คือ ความสะดวกสบาย เนื่องจากสื่อทางเพศประเภท อินเทอร์เน็ตและคลิบวิดีโอ

ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงง่ายจึงได้รับความนิยมจากกลุ่มตัวอย่างผู้รับสารเพศชายและเพศหญิงเป็นส่วนใหญ่ ส่วนสื่อทางเพศประเภท วิดีโอ วีซีดี และหนังสือ นั้นก็สามารถเข้าถึงได้ง่ายเช่นกันเพราะมีราคาถูกลงและมีความซับซ้อน (Complexity) ทางด้านเทคโนโลยีน้อยกว่า จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการบริโภคสื่อทางเพศ นอกจากนี้แล้วกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงยังได้ให้ความสนใจกับสื่อทางเพศที่เกี่ยวกับดารานักแสดงหรือบุคคลสำคัญ หรือสื่อทางเพศที่เรียกได้ว่าเป็นกระแสสังคม เวลานั้นอีกด้วย และปัจจัยภายนอกที่สำคัญอีกข้อคือกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงจะได้รับการชักชวนจากเพื่อน คนใกล้ชิดในการบริโภคสื่อทางเพศอยู่เสมอ

#### ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายในเชิงจิตวิทยา (Psychological) ที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงเข้าถึงสื่อทางเพศนั้น คือ ความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องเพศ ทั้งกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่แล้วจะมีความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องเพศตั้งแต่ยังเป็นวัยเด็กหรือวัยรุ่น จนทำให้เกิดการแสวงหาหนทางในการบริโภคสื่อทางเพศได้ในที่สุด อีกประการหนึ่งคือ กลุ่มตัวอย่างเพศชายทุกคนและเพศหญิงบางคนบริโภคสื่อทางเพศเพื่อใช้ในการสนองตอบความต้องการทางเพศ คือเมื่อเกิดอารมณ์ความรู้สึกทางเพศ ก็จะบริโภคสื่อทางเพศเพื่อสนองตอบความต้องการทางเพศของตนเอง

#### ตารางที่ 6.2

แสดงการเปรียบเทียบการเข้าถึงตัวบทของผู้รับสารสื่อทางเพศ

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย	กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง
ปัจจัยภายนอก	ปัจจัยภายนอก
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสะดวกสบายในการเข้าถึง</li> <li>- กระแสสังคม</li> <li>- การได้รับการชักชวนจากเพื่อน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสะดวกสบายในการเข้าถึง</li> <li>- กระแสสังคม</li> <li>- การได้รับการชักชวนจากเพื่อน</li> </ul>
ปัจจัยภายใน	ปัจจัยภายใน
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องเพศ</li> <li>- สนองตอบความต้องการทางเพศ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องเพศ</li> <li>- สนองตอบความต้องการทางเพศ</li> </ul>

## 2. การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้รับสาร (Perception of audience)

### 2.1 ความสามารถในการจดจำเนื้อหาได้ (Recognition)

จากการสัมภาษณ์ถึงความสามารถในการจดจำเนื้อหาของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงนั้น พบว่า ได้ผลวิจัยที่คล้ายคลึงกันคือ กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงสามารถจดจำเนื้อหาได้ค่อนข้างดี โดยเฉพาะเมื่อได้พบกับข้อมูลที่ตนเองสนใจ แต่สำหรับเรื่องที่ตัวเองไม่สนใจ ความสามารถในการจดจำของผู้รับสารก็จะลดน้อยลง และผู้วิจัยได้พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงจะมีลักษณะการใช้การมองด้วยสายตาแบบชาย (Male Gaze) เหมือนกัน แต่ก็ยังคงแตกต่างกันด้วยระดับ (difference in degree) คือ เพศชายจะมีการมองในเรื่องของท่าทางของการร่วมเพศ (Sexual activity) และให้ความสนใจในเรื่องของสรีระทางร่างกาย (Physical Body) แต่ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจะมองในเรื่องของสรีระทางร่างกาย (Body) เพียงอย่างเดียว และกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงยังได้นำเรื่องของสรีระทางร่างกายดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับตนเองอยู่เสมอ (Self-recognition) จึงถือได้ว่าเป็นรายละเอียดที่แตกต่างกันอีกจุดหนึ่งของการจดจำเนื้อหาของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง

#### ตารางที่ 6.3

แสดงการเปรียบเทียบความสามารถในการจดจำเนื้อหา (Recognition)

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย	กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง
จดจำเนื้อหาได้ดีเฉพาะในเนื้อหาที่ตนเองให้ความสนใจเป็นพิเศษ	จดจำเนื้อหาได้ดีเฉพาะในเนื้อหาที่ตนเองให้ความสนใจเป็นพิเศษ
- จดจำสรีระทางร่างกาย (Physical Body)	- จดจำสรีระทางร่างกาย (Physical Body)
- จดจำท่าทางของการร่วมเพศ (Sexuality)	และ นำมาเปรียบเทียบกับตนเอง (Self-recognition)

### 2.2 ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)

จากการสัมภาษณ์ถึงความเข้าใจเนื้อหาของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงนั้น พบว่าทั้งกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงต่างมีความเข้าใจในเนื้อหาของสื่อทางเพศที่ตนบริโภค โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงจะมีความเข้าใจในกระบวนการการมีเพศสัมพันธ์ กิจกรรมทางเพศต่าง ๆ รวมถึงวิธีการในการป้องกันการตั้งครรภ์หรือโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์

จากการมีเพศสัมพันธ์ ที่ได้รับการบริโภคสื่อทางเพศ นอกจากนั้นสำหรับกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงแล้ว การบริโภคสื่อทางเพศยังถือเป็นการสัมผัสและเรียนรู้ประสบการณ์ในเรื่องเพศ (sexual orientation) อีกด้วย และกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงยังมีมุมมองที่ว่า การบริโภคสื่อทางเพศ จะได้รับความรู้สึกในเรื่องของเพศรส ซึ่งแตกต่างจากการเรียนรู้ผ่านช่องทางสถาบันการศึกษาใน วิชา สุขศึกษา ที่เน้นไปที่การให้ความรู้ด้านวิชาการ (Education) และสุขภาพ (health) ทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ช่องทางในการ เรียนรู้ หรือสัมผัสประสบการณ์ทางเพศนั้น (sexual orientation) ไม่ได้อยู่ที่วิชาสุขศึกษาเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีช่องทางอื่น ๆ ให้เลือกรับรู้อีก เช่น การบริโภคสื่อทางเพศ การพูดคุยกับเพื่อนสนิท

#### ตารางที่ 6.4

##### แสดงการเปรียบเทียบความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย	กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง
เข้าใจเนื้อหาที่ตนเองสนใจจากสื่อทางเพศได้ อย่างดี	เข้าใจเนื้อหาที่ตนเองสนใจจากสื่อทางเพศได้ อย่างดี
- กระบวนการในการมีเพศสัมพันธ์	- กระบวนการในการมีเพศสัมพันธ์
- กิจกรรมทางเพศอื่น ๆ	- กิจกรรมทางเพศอื่น ๆ
- วิธีการในการป้องกันการตั้งครรภ์หรือ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์	- วิธีการในการป้องกันการตั้งครรภ์หรือ โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์

### 2.3 การตีความหมายจากสาร (Interpretation)

#### การตีความหมายจากสารของกลุ่มตัวอย่างเพศชาย

ภาพสะท้อนภาพของภาพลักษณ์ของตัวสื่อประชากรแรกนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายมองว่าสื่อทางเพศเป็นการสะท้อนภาพของความเป็นชาย คือการดูสื่อทางเพศเป็นเรื่องปกติของผู้ชาย ถ้าเป็นผู้ชายไม่ดูอาจจะเป็นเรื่องที่ผิดปกติ นอกจากนั้นยังสะท้อนภาพของการเป็นเรื่องส่วนตัว คือ การบริโภคสื่อทางเพศ ไม่ควรจะบริโภคในพื้นที่สาธารณะหรือต่อหน้าผู้อื่น แต่ควรบริโภคในพื้นที่ หรือเวลาที่เป็นส่วนตัวเพียงเท่านั้น

การตีความของกลุ่มตัวอย่างเพศชายที่สะท้อนจากเนื้อหาที่อยู่ในสื่อทางเพศ คือ การสะท้อนภาพของความสนุกสนาน บันเทิงอารมณ์

### การตีความหมายจากสารของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง

ภาพลักษณ์แรกที่สะท้อนจากสื่อทางเพศ คือ การสะท้อนภาพของการเป็นผู้หญิงที่ปราศจากการรักรักนวลสงวนตัว เนื่องจาก ทุกคนในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีทัศนคติใกล้เคียงกันในเรื่องว่าการดูสื่อทางเพศเป็นเรื่องปกติของผู้ชาย เพศชายมีความชอบธรรมที่จะดูได้ แต่หากเป็นเพศหญิงแล้วกลุ่มตัวอย่างกลับมีมุมมองว่าตนจะถูกนิยามว่าเป็นผู้หญิงที่ไม่รักรักนวลสงวนตัว ภาพที่สะท้อนจากสื่อทางเพศอีกภาพ คือ การสะท้อนภาพของความอาย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีทัศนคติที่ว่า ไม่สามารถที่จะบริโภคสื่อทางเพศต่อหน้าผู้ปกครอง หรือคนที่ไม่สนิทสนมได้ ซึ่งนอกจากจะเป็นเรื่องของการถูกมองว่า ไม่รักรักนวลสงวนตัวแล้ว ก็ยังมีเหตุของความอับอายเข้ามา ทำให้ในบางครั้งไม่กล้าที่จะให้คนรอบตัวรู้ถึงพฤติกรรมการบริโภคสื่อทางเพศ

การตีความของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่สะท้อนจากเนื้อหาที่อยู่ในสื่อทางเพศ คือ การสะท้อนภาพของความไม่น่าดู น่าขยะแขยง

### ตารางที่ 6.5

#### แสดงการเปรียบเทียบการตีความหมายจากสาร (Interpretation)

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย	กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง
การตีความหมายจากภาพลักษณ์ของสื่อทางเพศ	การตีความหมายจากภาพลักษณ์ของสื่อทางเพศ
- สะท้อนภาพของความเป็นชาย	- สะท้อนภาพผู้หญิงที่ปราศจากการรักรักนวลสงวนตัว
- เป็นเรื่องส่วนตัว	- เป็นเรื่องน่าอับอาย
การตีความหมายจากเนื้อหาที่อยู่ในสื่อ	การตีความหมายจากเนื้อหาที่อยู่ในสื่อ
- สะท้อนภาพของความสนุกสนาน	- สะท้อนภาพของความไม่น่าดู น่าขยะแขยง

### 2.4 การมีปฏิกิริยาตอบสนอง (Response)

จากการสัมภาษณ์ถึงปฏิกิริยาตอบสนองต่อการบริโภคสื่อทางเพศของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงนั้น ผู้วิจัยพบว่า มีความแตกต่างกัน นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างเพศชายเมื่อบริโภคสื่อทางเพศแล้ว จะมีปฏิกิริยาตอบสนองโดยการเลือกส่วนที่ตนเองสนใจจากในสื่อทางเพศนำไปปฏิบัติตาม อย่างเช่น ทำทางหรือลีลาในการมีเพศสัมพันธ์ แต่สำหรับกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงแล้วจะมีความแตกต่างจากเพศชาย คือเมื่อกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงบริโภคสื่อทางเพศแล้วจะมี

ปฏิกิริยาตอบสนองโดยการนำสื่อทางเพศที่บริโภคไปเป็นหัวข้อสนทนา และวิพากษ์วิจารณ์ร่วมกับคนใกล้ชิด

### ตารางที่ 6.6

แสดงการเปรียบเทียบการมีปฏิกิริยาตอบสนอง (Response)

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย	กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง
นำไปปฏิบัติในบางส่วน	นำไปเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อน

## 3. การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption)

### 3.1 ความสนใจในการเปิดรับ (Attention)

จากการสัมภาษณ์ถึงความสนใจในการเปิดรับสื่อทางเพศของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงนั้น พบว่า ทั้งกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงนั้นมีความสนใจที่จะแสวงหาข้อมูลต่าง ๆ ในสื่อทางเพศมากอยู่พอสมควรเหมือนกัน เนื่องจากปัจจุบันการค้นหาสื่อทางเพศเพื่อบริโภคนั้นสามารถทำได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถทำให้ผู้รับสารสามารถค้นหาสิ่งที่ตนสนใจและต้องการได้ โดยส่วนหนึ่งแล้วอาจเป็นส่วนหนึ่งของความอยากรู้อยากเห็นจึงทำให้เกิดความสนใจในการเปิดรับสื่อทางเพศขึ้น นอกจากนี้จะเห็นว่า กระแสสังคมอย่างเช่น เรื่องภาพหลุดของคนในวงสังคม หรือดาราทั้งที่ชื่อดังและไม่ดัง ก็เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงสนใจในการเปิดรับสื่อทางเพศได้เช่นกัน นั่นอาจเป็นเพราะการกลัวการเป็นคนที่ไม่ทันสมัยของกลุ่มตัวอย่างนั่นเอง

### ตารางที่ 6.7

แสดงการเปรียบเทียบความสนใจในการเปิดรับ (Attention)

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย	กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง
สนใจมากพอควร	สนใจปานกลางจนถึงสนใจมากพอควร

### 3.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะดู (Reflexive)

จากการสัมภาษณ์ถึงลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคสื่อทางเพศของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงนั้น ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีลักษณะการคิดไตร่ตรองที่เหมือนกัน คือจะเลือกไตร่ตรองในส่วนที่เป็นประโยชน์กับตนเอง หรือที่ตนเองสนใจหรือชื่นชอบ โดยไม่ได้ให้ความสนใจกับสารทั้งหมด แต่ถ้าข้อมูลในสื่อดังกล่าวไม่ตรงกับความสนใจกลุ่มตัวอย่างก็จะเปิดผ่านข้อมูลนั้น ๆ ไป

แต่สำหรับระดับ (degree) ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงคือ จุดยืนในการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคสื่อทางเพศ จะสังเกตได้ว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีจุดยืนในการคิดไตร่ตรองที่แตกต่างกัน คือกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจะใช้บรรทัดฐานทางสังคม (Norm) ในเรื่องเพศมาเป็นตัวคิดไตร่ตรอง จึงอาจทำให้กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงไม่เปิดรับสื่อทางเพศที่ผิดแปลกไปจากบรรทัดฐานของสังคม แต่ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายจะใช้ความพึงพอใจและรสนิยมทางเพศในการคิดไตร่ตรอง ซึ่งถึงแม้จะเป็นสื่อทางเพศนั้นจะมีเนื้อหาที่ผิดแปลกไปจากปกติ แต่หากกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความพึงพอใจแล้ว กลุ่มตัวอย่างก็จะรู้สึกมีความสุขในการบริโภคสื่อทางเพศเหล่านั้น

#### ตารางที่ 6.8

แสดงการเปรียบเทียบลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภค (Reflexive)

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย	กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง
คิดไตร่ตรองในเนื้อหาที่ตนเองให้ความสนใจ - จุดยืนในการคิดไตร่ตรองขณะบริโภค คือ ความพึงพอใจและรสนิยมทางเพศ	คิดไตร่ตรองในเนื้อหาที่ตนเองให้ความสนใจ - จุดยืนในการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคคือ บรรทัดฐานทางสังคม (Norm)

### 3.3 ช่วงเวลาที่ดู (Temporal Organization)

จากการสัมภาษณ์ถึงช่วงเวลาในการบริโภคสื่อทางเพศของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงนั้น ผู้วิจัยพบว่า ทั้งกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการบริโภคสื่อทางเพศในช่วงเวลา ที่อยู่ตามลำพัง ในตอนกลางคืน อยู่กับเพื่อนสนิท หรือในพื้นที่ที่เป็นส่วนตัว โดยการบริโภคแต่ละครั้งหากมีบุคคลที่ไม่สามารถให้รับรู้ได้ว่าตนกำลังดูสื่อทางเพศอยู่ เช่น ผู้ปกครอง เพศตรงข้าม คนที่ไม่มีความคุ้นเคยกัน ก็จะมีการ ปิดไปเลย ปิดเฉพาะเสียง หรือ หยุดพักไว้ก่อน และเมื่อคนเหล่านี้ออกไปจากพื้นที่ก็จะมีการบริโภคสื่อทางเพศกัน ที่เป็นเช่นนั้น

สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดของนักจิตวิเคราะห์อย่าง ซิกมันด์ ฟรอยด์ ที่ได้เคยกล่าวไว้ว่า ธรรมชาติของมนุษย์พยายามตัดดวงความสุข ความพึงพอใจ ตามสัญชาตญาณให้มากที่สุด และในขณะเดียวกัน มนุษย์ก็พยายามหลีกเลี่ยงความรู้สึกผิด (Guilt) และการลงโทษ (Punishment) จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างพยายามเลือกบริโภคนิสัยทางเพศในช่วงเวลาและพื้นที่ที่มีความเป็นส่วนตัว

#### ตารางที่ 6.9

แสดงการเปรียบเทียบช่วงเวลาที่บริโภคนิสัยทางเพศ (Temporal Organization)

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย	กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง
- ช่วงเวลาที่อยู่ตามลำพังหรืออยู่กับกลุ่มเพื่อนสนิท	- ช่วงเวลาที่อยู่ตามลำพังหรืออยู่กับกลุ่มเพื่อนสนิท
- ช่วงเวลาที่อยู่ในพื้นที่ส่วนตัว	- ช่วงเวลาที่อยู่ในพื้นที่ส่วนตัว
- ช่วงเวลาพักผ่อน	- ช่วงเวลาพักผ่อน

#### 3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างใช้สื่อ

จากการสังเกตพบว่าการบริโภคนิสัยทางเพศของผู้รับสารเพศชาย มักจะบริโภคนิสัยทางเพศในช่วงเวลาที่อยู่คนเดียวช่วงเวลาพักผ่อนหรือช่วงเวลาที่อยู่กับกลุ่มเพื่อนโดยมีกิจกรรมอื่น ๆ ร่วมไปด้วย เช่น การสำเร็จความใคร่ รับประทานขนม และคุยกับเพื่อน โดยกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายทำระหว่างบริโภคนิสัยทางเพศทำมากที่สุดคือการสำเร็จความใคร่ แต่สำหรับกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงแล้ว ถึงแม้ว่าจะมีช่วงเวลาในการบริโภคนิสัยทางเพศที่เหมือนกับกลุ่มตัวอย่างเพศชาย แต่กิจกรรมที่ทำระหว่างการบริโภคนิสัยทางเพศ คือ การคุยวิพากษ์วิจารณ์กับเพื่อน การคุย MSN การเล่นเกมส์ หรือ แม้กระทั่งการสำเร็จความใคร่ ซึ่งกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงนิยมปฏิบัติกันมากที่สุด คือ การพูดคุยวิพากษ์วิจารณ์ ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุยในขณะที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน หรือคุยผ่านโปรแกรมการสนทนาอย่าง MSN เองก็ตาม

## ตารางที่ 6.10

แสดงการเปรียบเทียบกิจกรรมที่ทำระหว่างการบริโภคสื่อทางเพศ

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย	กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง
- บางครั้งสำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง - รับประทานขนมและสนทนากับเพื่อน	- บางครั้งสำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง - เล่นโปรแกรมสนทนาMSN และเล่นเกมส์ - สนทนาและวิพากษ์วิจารณ์ร่วมกับเพื่อน

## 4. การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร

สาระสำคัญที่ผู้วิจัยสนใจสำหรับในส่วนของผลกระทบที่มีต่อผู้รับสารนี้ คือ บทบาทหน้าที่ของสื่อทางเพศที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงในแง่มุมต่าง ๆ หรืออีกนัยหนึ่งคือ กลุ่มตัวอย่างได้ใช้สื่อทางเพศอย่างไรบ้าง ซึ่งผลจากการเก็บข้อมูลที่ผ่านมา ผู้วิจัยสรุปได้ว่า บทบาทหน้าที่ของสื่อทางเพศที่มีต่อกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีลักษณะเหมือนกัน 6 ประการ ดังนี้

1. บริโภคเพื่อฆ่าเวลา (Time-killing)
  2. บริโภคเพื่อหนีหนีจากชีวิตประจำวัน (Escapism)
  3. บริโภคเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Social bonding)
  4. บริโภคเพื่อการเรียนรู้ทางสังคม
  5. บริโภคเพื่อความทันสมัย
  6. เพื่อตอบสนองความต้องการและความอยากรู้อยากเห็นทางเพศ
- ซึ่งในแต่ละประการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. บริโภคเพื่อฆ่าเวลา (Time-killing)

กลุ่มผู้รับสารส่วนใหญ่ ที่เมื่อสัมภาษณ์ถึงเหตุผลการบริโภคสื่อทางเพศ คำตอบที่ได้มักจะเป็นการบริโภคเพื่อ “ฆ่าเวลา” การบริโภคแบบนี้ไม่ได้เน้นเนื้อหาสักเท่าไรนัก คือมีการบริโภคแบบผ่าน ๆ เพื่อทำกิจกรรมอื่น ๆ ต่อไป ลักษณะแบบนี้อาจดูเหมือนว่าการบริโภคสื่อทางเพศไม่ได้เป็นเรื่องสำคัญแต่อย่างใด แต่ในอีกมุมมองหนึ่ง เราจะสังเกตจากกลุ่มตัวอย่างได้ว่าสื่อทางเพศทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งในของกิจกรรมในชีวิตประจำวันของผู้รับสารเอง

## 2. บริโภคนิยมเพื่อหนีจากชีวิตประจำวัน (Escapism)

เหตุผลประการแรก ๆ ของการบริโภคนิยมสื่อทางเพศของกลุ่มตัวอย่าง ผลกระทบจากสื่อทางเพศที่เกิดขึ้นที่สำคัญอีกข้อ คือ เป็นการหนีจากความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวัน แล้วไปพบเจอกับสิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่สามารถพบเจอจากการใช้ชีวิตทั่วไปของพวกเขา ซึ่งเนื้อหาเหล่านั้นจะทำให้พวกเขาลืมเรื่องในปัจจุบัน แล้วพาตัวเองเข้าไปสนุกสนานกับเนื้อหาที่อยู่ในสื่อทางเพศ เช่น ภาพของการมีเพศสัมพันธ์ ของดารา นางแบบ หรือ คนมีชื่อเสียงในสังคม ไปจนถึงการมีเพศสัมพันธ์ที่ต่างไปจากปกติ

## 3. บริโภคนิยมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Social bonding)

ผลกระทบที่เกิดขึ้นประการที่สามของสื่อทางเพศ คือ สามารถเป็นเครื่องมือในการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ด้วยการนำเรื่องราวที่ได้รับชมเหล่านั้น มาพูดคุยวิพากษ์วิจารณ์กัน ซึ่งเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์กับสังคมด้วยการใช้เนื้อหาในสื่อทางเพศเป็นสื่อกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างของผู้รับสารสื่อทางเพศในกลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิงมักจะใช้สื่อทางเพศเป็นตัวสร้างความสัมพันธ์กับ กลุ่ม เพื่อน หรือ คนใกล้ชิดอยู่บ่อย ๆ

## 4. บริโภคนิยมเพื่อการเรียนรู้ทางสังคม

ผลกระทบ ในข้อนี้ คือการบริโภคนิยมสื่อทางเพศเพื่อการเรียนรู้ทางสังคม ซึ่งเป็นการบริโภคในตัวเนื้อหาของสื่อทางเพศ ที่ให้เนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมทางเพศ โดยผู้ที่ไม่เคยรับรู้เกี่ยวกับเรื่องของการมีเพศสัมพันธ์มีโอกาสที่จะได้รับรู้ว่าการมีเพศสัมพันธ์นั้นเป็น เช่นไรโดยอาจไม่ต้องผ่านประสบการณ์ตรง หรือแม้กระทั่งผู้ชมที่มีชีวิตปกติธรรมดา ก็ยังสามารถที่จะเรียนรู้พฤติกรรมทางเพศต่าง ๆ ที่ตนไม่เคยได้พบเห็น หรือแม้กระทั่งในเรื่องของการเรียนรู้และจดจำท่าทางทางเพศ เพื่อเพศรสเองก็ตาม

## 5. บริโภคนิยมเพื่อความทันสมัย

ผลกระทบที่เกิดขึ้นประการต่อมาของสื่อทางเพศ คือ การบริโภคนิยมสื่อทางเพศเพื่อสะท้อนความทันสมัย เพราะในปัจจุบันนี้ ข้อมูลต่าง ๆ ที่อยู่บนสื่อทางเพศทางอินเทอร์เน็ตนั้น มีมากมายหลายประเภทด้วยกัน ทั้งในรูปแบบของ ภาพนิ่ง คลิปวิดีโอ หรือจากลักษณะของการดาวน์โหลด ก็มีชนิดที่โหลดจากเว็บไซต์ หรือโหลดจากโปรแกรมบิททอเรน หรือแม้กระทั่ง การจะรับชมวีซีดี หรือคลิปวิดีโอ ก็ยังมีความจำเป็นที่ต้องมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยอยู่พอสมควร และนอกเหนือจากสาร หรือข้อมูลที่ปรากฏอยู่ในสื่อทางเพศแล้ว ตัวสื่อ ซึ่งก็คือรูปแบบของคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และวีซีดียังเป็นสื่อที่ ทันสมัยอีกด้วย และที่สำคัญการโหลดสื่อเหล่านี้มาครอบครอง หรือมีก่อนผู้อื่น กลุ่มตัวอย่างจะมองว่าเป็นการนำสมัย ถ้าหาผู้อื่น โดยเฉพาะถ้าภาพหรือวิดีโอที่โหลดนั้น เป็นภาพของ ดารา นักแสดง หรือผู้มีชื่อเสียงในวงสังคม

## 6. เพื่อตอบสนองความต้องการและความอยากรู้ยากเห็นทางเพศ

ผลกระทบที่เกิดขึ้นประการสุดท้ายของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสารเพศชายและเพศหญิงนั้น ได้แก่ การบริโภคสื่อทางเพศเพื่อตอบสนองความต้องการทางเพศ (Need) ซึ่งความต้องการทางเพศนี้เป็นธรรมชาติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้นการบริโภคสื่อทางเพศของกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงนั้น สื่อทางเพศจึงทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งในการตอบสนองความต้องการทางเพศของกลุ่มตัวอย่าง

### ตารางที่ 6.11

แสดงการเปรียบเทียบผลกระทบของสื่อทางเพศที่มีต่อผู้รับสารกลุ่มเพศหญิง

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย	กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง
1. เพื่อฆ่าเวลา (Time-killing)	1. เพื่อฆ่าเวลา (Time-killing)
2. เพื่อหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวัน (Escapism)	2. เพื่อหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวัน (Escapism)
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Social bonding)	3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Social bonding)
4. เพื่อการเรียนรู้ทางสังคม	4. เพื่อการเรียนรู้ทางสังคม
5. เพื่อความทันสมัย	5. เพื่อความทันสมัย
6. เพื่อตอบสนองความต้องการทางเพศ	6. เพื่อตอบสนองความต้องการทางเพศ

## ส่วนที่ 2

### อภิปรายผล

#### ข้อค้นพบแรก แบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศของผู้รับสารเพศชายและเพศหญิง

David Morley ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มการศึกษาผู้ชมโทรทัศน์แนวใหม่ขึ้นภายใต้โครงการ The “Nationwide” Audience การศึกษาของเขาทำให้เกิดข้อค้นพบ แบบแผนในการบริโภคสื่อโทรทัศน์ในครัวเรือน ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้ David Morley ได้ข้อค้นพบที่ว่า “เพศสภาวะ” เป็นตัวแปรสำคัญตัวหนึ่งในการใช้เทคโนโลยีโทรทัศน์ในครัวเรือน

และจากการศึกษา แบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศของผู้รับสารเพศชายและเพศหญิง โดยอาศัยแนวคิดของ David Morley ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ มีทั้งที่เหมือนกันกับข้อค้นพบในกรณีของสื่อโทรทัศน์ที่ David Morley ศึกษาเอาไว้ และมีด้านที่ต่างกันออกไป ดังนี้

เพศสภาวะ เป็นตัวแปรสำคัญตัวแปรหนึ่งในการเข้ามากำหนดแบบแผนการใช้สื่อทางเพศซึ่งเหมือนกับสื่อโทรทัศน์ กล่าวคือ ความแตกต่างทางด้านเพศนั้นทำให้แบบแผนในการบริโภคสื่อทางเพศ ของผู้รับสารเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันออกไป ตัวอย่างเช่นในแนวคิดเรื่องธรรมชาติของเพศชาย และความเชื่อในเรื่องความแตกต่างระหว่างเพศของเพศหญิง ทำให้ผู้รับสารเพศชายมีความชอบชมรมในการบริโภคสื่อทางเพศ มากกว่าผู้รับสารเพศหญิงซึ่งมักจะคิดอยู่เสมอว่า เรื่องสื่อทางเพศนั้นเป็นเรื่องของเพศชายเพียงเท่านั้น

อย่างไรก็ดีนอกจากตัวแปรในเรื่องเพศสภาวะแล้วยังมีตัวแปรอื่น ๆ ที่ได้ค้นพบในการศึกษาแบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศ ซึ่งตัวแปรที่เข้ามากำหนดแบบแผนในการบริโภคสื่อทางเพศของทั้งกลุ่มผู้รับสารเพศชายและเพศหญิงข้อต่อมานั้น เป็นตัวแปรที่ต่างออกไปจากตัวแปรที่ David Morley ค้นพบในกรณีการศึกษาการรับชมโทรทัศน์ในครัวเรือน อันได้แก่ ตัวแปรในเรื่องของ ศีลธรรม (morality) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า เรื่องของศีลธรรมนั้น เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของสื่อทางเพศ ที่ทั้งผู้รับสารเพศชายและเพศหญิงนั้นต่างมีแบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศที่ถูกกำหนดไว้ด้วยกรอบของศีลธรรมทั้งสิ้น จึงทำให้การบริโภคสื่อทางเพศของผู้รับสารถูกจำกัดอยู่ในช่วงเวลาที่เป็นส่วนตัว และ ถึงแม้ว่าผู้รับสารจะมีการบริโภคในเวลาที่ตนเองอยู่เพียงคนเดียวก็ตาม แต่ก็ยังคงมีความรู้สึกผิดต่อสิ่งที่ตนได้กระทำอยู่เสมอ ไม่ว่าจะอยู่ในที่มิดชิดเพียงใดก็ตาม หรือ จะเป็นการแอบบริโภค สื่อในเวลาส่วนตัว แต่อย่างไรก็ตาม ความรู้สึกผิดจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับชมสื่อทางเพศเสมอ ๆ

นอกจากนั้นแล้ว ตัวแปรสำคัญที่เข้ามากำหนดแบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศอีกตัวแปรหนึ่งคือ ระบบวัฒนธรรมแบบศิวิไลซ์ (Civilized Culture) นั่นเอง นั่นคือ ทั้งกลุ่มผู้รับสารเพศชายและเพศหญิงนั้น ไม่ว่าจะเกิดความอยากรู้อยากเห็นหรือมีความต้องการในการรับชมสื่อทางเพศมากเพียงใดก็ตาม แต่แบบแผนในการบริโภคสื่อทางเพศนั้น ก็ยังคงต้องบริโภคในที่ส่วนตัวอยู่ เนื่องจากการที่ผู้รับสารบริโภคในที่ที่ขาดความมิดชิดและเป็นส่วนตัวนั้น ทำให้ผู้รับสารเองอาจถูกลงโทษจากสังคมด้วยการว่ากล่าว ว่าเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมได้

ทั้งนี้ ข้อค้นพบดังกล่าวเป็นไปตามการอธิบายเรื่อง วัฒนธรรมแบบศิวิไลซ์ (Civilized) ของ ชิกมันด์ ฟรอยด์ ทั้งนี้ ฟรอยด์ ได้แยกระบบศีลธรรมออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) ระบบศีลธรรมที่เปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมมีเสรีภาพทางเซ็กส์ได้อย่างเต็มที่ สัญชาติญาณทางเซ็กส์ได้ถูกปลดปล่อยอย่างอิสระโดยปราศจากความรู้สึกผิด (2) ระบบศีลธรรมซึ่งสอนให้มนุษย์เก็บ

กตัญญูชาติญาณทางเซ็กซ์เอาไว้ เซ็กซ์มีหน้าที่เพียงเพื่อการแพร่ขยายเผ่าพันธุ์เท่านั้น และอันที่ (3) ระบบศีลธรรมอันศิวิไลซ์ ซึ่งระบบศีลธรรมแบบนี้ ถูกจำกัดวงอยู่ในระหว่างชายและหญิงที่เป็นคู่สมรสกันเท่านั้น ความสัมพันธ์นอกสมรสทุกรูปแบบถือว่าเป็นสิ่งที่ผิดศีลธรรม นอกจากนั้น พรอยด์ยังได้เคยกล่าวไว้ว่า ธรรมชาติของมนุษย์พยายามตัดทวงความสุข ความพึงพอใจ ตามสัญชาตญาณให้มากที่สุด และในขณะเดียวกัน มนุษย์ก็พยายามหลีกเลี่ยงความรู้สึกผิด (Guilt) และการลงโทษ (punishment) (ยศ สันตสมบัติ, 2532, น. 38-40)

จากตัวแปรข้างต้นทั้งเรื่องของศีลธรรม (Morality) และวัฒนธรรมแบบศิวิไลซ์ (civilized culture) นั้น เป็นตัวแปรซึ่งทำให้แบบแผนการบริโภคที่ตามมาคือ ผู้ที่บริโภคสื่อทางเพศนั้น ต้องการความเป็นส่วนตัว (Private) ในการบริโภค ซึ่งหากสังเกตจากแบบแผนการบริโภคสื่อโทรทัศน์ที่ David Morley นั้น จะเห็นว่าสื่อโทรทัศน์นั้น สามารถที่จะบริโภคได้อย่างเป็นครอบครัวเปิดเผยได้ แต่เมื่อใช้เกณฑ์วัดเดียวกันนี้กับกรณีแบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศนั้น สื่อทางเพศกลับต้องการ พื้นที่ที่เป็นส่วนตัว ซึ่งเป็นผลมาจาก แนวคิดในเรื่องศีลธรรม และระบบวัฒนธรรมแบบ ศิวิไลซ์ ดังกล่าว ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า เอกลักษณะของสื่อทางเพศที่สำคัญอย่างหนึ่งนั้น คือ สื่อทางเพศต้องการการรับชมในพื้นที่ส่วนตัว (private space) นั่นเอง

ความรู้สึกผิด (guilt) เป็นอีกตัวแปรหนึ่งซึ่งมีผลต่อแบบแผนในการบริโภคสื่อทางเพศนั้นซึ่งความรู้สึกผิดในที่นี้ อาจเป็นทั้งความรู้สึกที่เกิดมาจากทางด้านศีลธรรม หรือความรู้สึกผิดที่ถูกกำหนดขึ้นมาจากการกลัวถูกลงโทษจากสังคม ซึ่งความรู้สึกผิดนี้เป็นเหมือนปัจจัยสนับสนุน ที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารนั้น มีรูปแบบในการบริโภคในพื้นที่ส่วนตัว หรือ หลบซ่อน แต่อย่างไรก็ตามจากการการศึกษาเรื่องแบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศนั้น ทำให้เกิดข้อค้นพบว่า ไม่ว่าจะดูในส่วนตัวมิดชิด หรือ หลบซ่อนเพียงใด ความรู้สึกผิดก็ดูจะเป็นเอกลักษณ์อีกข้อหนึ่งที่ติดตัวผู้รับชมในการบริโภคสื่อทางเพศมาโดยตลอด

กล่าวโดยสรุปจากการศึกษา แบบแผนการบริโภค สื่อทางเพศของกลุ่มผู้รับสารเพศชายและเพศหญิงนั้น ทำให้ค้นพบถึงตัวแปรต่าง ๆ ที่สำคัญ ในการบริโภคสื่อทางเพศ จะเห็นได้จากการศึกษาของ David Morley นั้นจะค้นพบตัวแปรสำคัญ คือ เพศสภาวะ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการใช้สื่อโทรทัศน์ภายในครัวเรือนแต่เมื่อผู้วิจัยทำการศึกษาเรื่อง แบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศ ก็พบตัวแปรต่าง ๆ ทั้งที่เหมือนกับข้อค้นพบของ David Morley คือ เรื่องเพศสภาวะ (gender) และตัวแปรที่แตกต่างกันออกไป อันได้แก่ ศีลธรรม (Moral) วัฒนธรรมศิวิไลซ์ (civilized culture) ความเป็นพื้นที่ส่วนตัว (Private) และความรู้สึกผิด (guilt) ซึ่งเข้าหากำหนดความแตกต่าง ๆ ในการบริโภคสื่อทางเพศนั่นเอง

**ข้อค้นพบข้อที่สอง กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารสื่อทางเพศ เพศชายและเพศหญิงมีแบบแผนการบริโภคที่เหมือนกันในเชิงประเภท แต่แตกต่างกันในระดับ**

จากการวิเคราะห์แบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศของผู้รับสารเพศชายและหญิง ได้ข้อค้นพบว่า ผู้รับสารทั้งสองกลุ่มต่างมีแบบแผนการบริโภคที่เหมือนกันในเชิงประเภท (similarity in kind) กล่าวคือ ผู้รับสารทั้งสองกลุ่มต่างบริโภคสื่อทางเพศเหมือนกัน แต่ความแตกต่างอยู่ที่ระดับในการบริโภค (difference in degree) ซึ่งแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรม สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม และรสนิยมของกลุ่มผู้รับสารทั้งสองกลุ่ม

จากการวิจัยครั้งนี้ ข้อค้นพบเรื่องความเหมือนกันในเชิงประเภท แต่แตกต่างกันในรายละเอียด ที่ได้จากงานวิจัยประการแรก คือ ความเหมือนกันในเรื่องการจดจำเนื้อหาของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิง ทั้งกลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิงสามารถจดจำเนื้อหาได้ค่อนข้างดี โดยเฉพาะเมื่อได้พบกับข้อมูลที่ตนเองสนใจ ซึ่งแม้ว่าผลการวิจัยจะแสดงให้เห็นว่าทั้งกลุ่มตัวอย่างผู้รับสารเพศชายและเพศหญิงนั้นจะมีรูปแบบการใช้อำนาจด้วยการมองแบบชาย (Male gaze) คล้ายกัน แต่สำหรับระดับ ในการมองนั้นกลุ่มตัวอย่างผู้รับสารเพศชายและเพศหญิงก็ยังคงมีความแตกต่างกัน คือ ในกลุ่มตัวอย่างผู้รับสารเพศหญิงนั้น จะมีการมอง และคิดพิจารณาในเรื่องของ สรีระทางร่างกาย (Physical body) ของผู้แสดง เพียงเท่านั้น แต่หากเป็นในกลุ่มผู้รับสารเพศชาย จะเห็นว่าระดับในการมองแบบชายนั้นจะมีรายละเอียดที่มากกว่า นั่นคือ นอกจากจะมองในส่วนของสรีระทางร่างกาย (Physical body) แล้ว กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารเพศชายยังมอง ในรายละเอียดเรื่อง ท่าทาง เส้นใยขนใจของผู้แสดงในสื่อทางเพศอีกด้วย

ข้อค้นพบความเหมือนกันในเชิงประเภท แต่แตกต่างกันในเชิงระดับ ที่พบจากงานวิจัยประการต่อมา คือ การคิดไตร่ตรองขณะดู จากการสัมภาษณ์ถึงลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคสื่อทางเพศของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงนั้น ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีลักษณะการคิดไตร่ตรองที่เหมือนกัน คือจะเลือกไตร่ตรองในส่วนที่เป็นประโยชน์กับตนเอง หรือที่ตนเองสนใจหรือชื่นชอบ โดยไม่ได้ให้ความสนใจกับสารทั้งหมด แต่สำหรับระดับที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง คือ จุดยืนในการคิดไตร่ตรองขณะบริโภคสื่อทางเพศ คือ กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจะใช้บรรทัดฐานทางสังคม (Norm) ในเรื่องเพศมาเป็นตัวคิดไตร่ตรอง จึงอาจทำให้กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงไม่เปิดรับสื่อทางเพศที่ผิดแปลกไปจากบรรทัดฐานของสังคม แต่ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศชายจะใช้ความพึงพอใจและรสนิยมทางเพศในการคิดไตร่ตรอง ซึ่งถึงแม้สื่อทางเพศนั้นจะมีเนื้อหาที่ผิดแปลกไปจากปกติ แต่หากกลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความพึงพอใจแล้ว กลุ่มตัวอย่างก็จะรู้สึกมีความสุขในการบริโภคสื่อทางเพศเหล่านั้น

ข้อค้นพบข้อสุดท้ายได้แก่ ความไม่เท่าเทียมกันในการบริโภคสื่อทางเพศของผู้รับสารเพศชายและเพศหญิง ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้จะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้รับสารเพศหญิงนั้น ส่วนใหญ่สามารถที่จะเปิดรับสื่อทางเพศได้เหมือนกันกับกลุ่มตัวอย่างผู้รับสารเพศชายซึ่ง เป็นลักษณะการสะท้อนให้เห็นถึงความสอดคล้องกับจุดยืนของนักคิดสตรีนิยมสายเสรีนิยม (Liberal feminism) ที่เชื่อว่าเพศชายและเพศหญิงมีสิทธิเท่าเทียมกันและควรมีโอกาสในการเสพสื่อทางเพศได้อย่างเสมอภาค

แต่จากการศึกษาแบบแผนการบริโภคของกลุ่มผู้รับสารเพศชายและเพศหญิงในครั้งนี้ นั้น มีการแสดงให้เห็นได้ว่า กลุ่มผู้รับสารเพศชายนั้นยังมีทัศนคติต่อการบริโภคสื่อทางเพศของผู้รับสารเพศหญิงนั้นว่าเป็นเรื่องที่ไม่สมควรนัก และหากผู้รับสารเพศหญิงบริโภคสื่อทางเพศกลุ่มผู้รับสารเพศชายก็อาจมีมุมมองต่อผู้บริโภคเพศหญิงไปในด้านลบ เช่น “การมองว่าผู้บริโภคนั้นเป็นคนง่าย” หรือแม้กระทั่งกลุ่มผู้รับสารเพศหญิงซึ่งมีการบริโภคสื่อทางเพศ เหมือนกันกับผู้รับสารเพศชายเองก็ตาม แต่ทัศนคติต่อเพศหญิงด้วยกันเองนั้นก็ยังคงมองว่า เป็นการสะท้อนภาพของผู้หญิงที่ไม่รักนวลสงวนตัว หรือเป็นสิ่งที่น่าอับอาย ดังนั้น ถึงแม้ว่ากลุ่มผู้รับสารเพศหญิง จะมีแบบแผนในการบริโภคสื่อทางเพศเหมือนกันกับเพศชายแล้ว แต่ไม่ว่าพฤติกรรมการบริโภคจะเป็นอย่างไร จะดูในทีส่วนตัว จะดูแบบ หมู่คณะ หรือจะมีการใช้การจ้องแบบชาย ถึงอย่างไรก็ตามทัศนคติของกลุ่มผู้รับสารเพศชาย และเพศหญิงเอง ก็ยังคงมองมองว่า เพศหญิงนั้นยังคงมีความไม่เท่าเทียม (inequality) กันกับเพศชายในการรับชมสื่อทางเพศ อยู่ต่อไป

### ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

เนื่องจากการทำวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาแบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศ ของผู้รับสารเพศชายและเพศหญิง ด้วยการศึกษาในแนวทางวัฒนธรรมศึกษา ซึ่งในขั้นต้นนั้นผู้วิจัยคิดว่าการศึกษารื่องดังกล่าวเป็นการทำหาย และอาจดูเป็นเรื่องที่ล่อแหลมต่อสังคมไทยเป็นอย่างยิ่ง แต่จากการศึกษาแล้วทำให้ผู้วิจัยได้ค้นพบ สิ่งที่ตนเองตั้งคำถามมาตลอดระยะเวลาหลายปี

ทั้งนี้หากนักวิจัยท่านใด สนใจต่อยอดงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยขอแนะนำการวิจัยในแง่มุมที่แตกต่างออกไป อาทิ

1. การศึกษาแบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศ ของกลุ่มรักร่วมเพศ เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะผู้รับสารเพศชาย และเพศหญิง แต่สำหรับกลุ่มรักร่วมเพศซึ่งถือได้ว่ามีความแตกต่างทางเพศสภาวะ อาจมีแบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศที่เหมือน หรือแตกต่างกันออกไปจากกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยชิ้นนี้

2. การศึกษาเจาะจงไปยังสื่อทางเพศแต่ละประเภท ทั้งที่เป็นภาพนิ่ง เช่น ภาพถ่าย หนังสือ สิ่งพิมพ์ และภาพเคลื่อนไหว เช่น วีซีดี ภาพยนตร์ หรือ สื่อใหม่ที่มีความทันสมัย อย่าง อินเทอร์เน็ต เพราะสื่อทางเพศแต่ละประเภทนั้น มีกระบวนการในการเข้าถึง หรือความซับซ้อนในการบริโภคที่แตกต่างกันไป จึงอาจทำให้เห็นความเหมือนหรือแตกต่างในแบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศได้ชัดเจนมากขึ้น

3. การศึกษาวิจัยเพิ่มเติมโดยองค์การภาครัฐและที่ไม่ใช่ของภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสื่อทางเพศ เช่น องค์การด้านวัฒนธรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการยกระดับสื่อทางเพศให้เป็นข้อมูลในเชิงวิชาการ เพราะในปัจจุบัน ผู้บริโภคสื่อทางเพศทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ต่างได้เรียนรู้กระบวนการมีเพศสัมพันธ์ หรือกิจกรรมทางเพศต่าง ๆ จากสื่อทางเพศ ดังนั้นการสร้างสื่อทางเพศอย่างสร้างสรรค์ หรือ เป็นเครื่องมือประกอบคำแนะนำในการศึกษาเรื่องเกี่ยวกับทางเพศ จึงอาจเป็นการให้ประโยชน์ และความรู้เรื่องเพศอย่างถูกต้องแก่เยาวชนและผู้บริโภคสื่อทางเพศทั่วไป