

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง เครือข่ายการแพร่กระจายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศใน กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยเทคนิควิธีภาคสนาม (Field Study) และการสัมภาษณ์แบบโครงสร้าง (Structure Interview) ประกอบการวิจัย เพื่อบรรยายให้เห็นวิธีการวางจำหน่ายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ และเครือข่ายการแพร่กระจายของสื่อดังกล่าว โดยอาศัยกรอบทฤษฎีการจัดจำหน่ายตามแนวคิดการจัดการการตลาด แนวคิดเรื่องเพศและกฎข้อห้าม (Taboo Communication) ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด และแนวคิดเครือข่ายการแพร่กระจาย (Network Distribution)

3.1 การวางแผนและการเตรียมวิจัย

1. รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง จากทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย
2. รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศจากข่าวหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และเอกสารจากองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการดูแลและปราบปรามสื่อที่มีเนื้อหานำเสนอเรื่องราวทางเพศที่ไม่เหมาะสมต่อสังคมไทย
3. เก็บข้อมูลภาคสนามในสถานที่ที่มีการวางจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ในการวิเคราะห์เครือข่ายการวางจำหน่ายและการแพร่กระจายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ
4. เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้บริโภคน ผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่ง นักข่าว และเจ้าหน้าที่รัฐ ผู้มีความรู้หรืออยู่ในเครือข่ายการทำธุรกิจสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ

3.2 สถานที่ในการศึกษา

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงการจัดจำหน่ายและการวางจำหน่ายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศว่ามีเครือข่ายและความสัมพันธ์ของสมาชิกที่อยู่ในเครือข่ายอย่างไร จึงทำให้เกิดการแพร่กระจายสื่อทางเพศในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดใหญ่ที่มีการแบ่งเขตมากถึง 50 เขต ซึ่งยากต่อการเก็บข้อมูลทั้งหมดภายในระยะเวลาอันจำกัด ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกสุ่มตัวอย่างพื้นที่แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเฉพาะพื้นที่ที่มีการแพร่กระจายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในปริมาณหนาแน่น เขตที่ถูกเลือกขึ้นมาเป็นกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยเกณฑ์รวม ดังนี้

1. เป็นเขตที่มีโรงพยาบาลนครชั้น 2 ที่ฉายภาพนครที่มีเนื้อหาแนะนำสื่อเรื่องราวทางเพศจำนวนมาก
2. เป็นเขตของตลาดมืดที่วางจำหน่ายสื่อทางเพศที่รู้จักกันดีในหมู่นักชื้อและประชาชนทั่วไป
3. เป็นเขตที่มีแหล่งจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศบางประเภท เช่น การซื้อสื่อวีซีดีตามศูนย์ไอที เป็นต้น

การพิจารณาเลือกแต่ละเขต ผู้วิจัยอาศัยข้อมูลที่ได้จากสื่อมวลชนที่นำเสนอเกี่ยวกับสถานที่วางจำหน่ายสื่อทางเพศ ได้แก่ ข่าวในหนังสือพิมพ์ บทความจากนิตยสาร และสื่อบทสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ รวมไปถึงเอกสารของหน่วยงานราชการที่ระบุถึงแหล่งจำหน่ายสำคัญที่มีการซื้อขายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถสรุปออกมาได้ 12 เขต ดังนี้

1. เขตสัมพันธวงศ์ ได้แก่ คลองถม เยาวราช
2. เขตบางรัก ได้แก่ ถนนสีลม
3. เขตจตุจักร ได้แก่ ตลาดจตุจักร หน้าวัดไผ่ตัน สะพานควาย ประดิพัทธ์
4. เขตพระโขนง ได้แก่ ตลาดพระโขนง ตลาดบางจาก ซอยทองหล่อ
5. เขตบางนา ได้แก่ สีแยกบางนา ถนนสรรพาวุธ
6. เขตบางกะปิ ได้แก่ ศูนย์ไอทีตะวันออก เดอะมอลล์บางกะปิ รามคำแหง
7. เขตราชเทวี ได้แก่ พันธุ์ทิพย์พลาซ่า ประตูน้ำ อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ
8. เขตธนบุรี ได้แก่ วงเวียนใหญ่

9. เขตลาดพร้าว ได้แก่ เซ็นทรัลลาดพร้าว อิมพีเรียลลาดพร้าว
10. เขตคลองเตย ได้แก่ ตลาดคลองเตย ตลาดปิ่นง
11. เขตพระนคร ได้แก่ สะพานพุทธ บ้านหม้อ สะพานเหล็ก
12. เขตประเวศ ได้แก่ ศูนย์ไอทีซีคอนสแควร์ ศูนย์ไอทีเสรีเซ็นเตอร์

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสังเกตการณ์ภาคสนาม (Field Observation) เพื่อสัมผัสเหตุการณ์ที่เป็นจริงในการแพร่กระจายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศจากสถานที่ที่มีการวางจำหน่ายสื่อทางเพศจริงในกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนของการวิจัยเชิงคุณภาพดังนี้ คือ

1. ใช้วิธีการสังเกต (Observation) โดยการมีส่วนร่วม (Participant Observation) และไม่มีส่วนร่วม (Non Participant Observation)

การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตการณ์ภาคสนามในฐานะผู้จำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศคนหนึ่ง เพื่อสังเกตพฤติกรรมและวิธีการซื้อขายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ ทั้งนี้ก่อนสังเกตการณ์ผู้วิจัยได้ขออนุญาตเจ้าของแผงที่จำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยมีโอกาสสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในแหล่งที่มีการซื้อขายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศที่เป็นที่รู้จักกันดีในย่านคลองถมและสีลม

การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non Participant Observation) ผู้วิจัยใช้วิธีการยืนสังเกตพฤติกรรมการซื้อขายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศอยู่ห่าง ๆ โดยให้ผู้ช่วยวิจัยที่เป็นผู้ชายเป็นผู้เข้าไปเลือกซื้อสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ ระหว่างที่ผู้ช่วยวิจัยกำลังเลือกสินค้าอยู่ ผู้วิจัยจะทำที่เข้าไปตามและคอยสังเกตว่าสินค้าที่นำมาวางขายมีลักษณะอย่างไร ต่างกับสินค้าทั่วไปอย่างไร เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. การสัมภาษณ์ (Interview) อย่างเป็นทางการ (Formal Interview) และไม่เป็นทางการ (Informal Interview) การสัมภาษณ์ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview)

ลักษณะคำถามเป็นเรื่องเกี่ยวกับโครงสร้างของธุรกิจสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ โดยมุ่งเน้นไปที่การจัดจำหน่ายและการวางจำหน่ายที่ทำให้เกิดการแพร่กระจายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในกรุงเทพมหานคร ในการสัมภาษณ์แต่ละครั้งผู้วิจัยใช้เครื่องมือดังต่อไปนี้ คือ

- สมุดจดบันทึก บันทึกในขณะที่สัมภาษณ์และบันทึกหลังจากสัมภาษณ์เสร็จแล้ว
- เครื่องเทปบันทึกเสียง

อนึ่ง เพื่อให้ได้ข้อมูลของเครือข่ายระหว่างผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะสร้างความสัมพันธ์กับผู้ขายสื่อทางเพศ เพื่อค้นหาข้อมูลของการจัดจำหน่ายและช่องทางวางจำหน่ายของสื่อทางเพศแต่ละประเภท เพื่อหารูปแบบและความสัมพันธ์ของเครือข่ายที่ทำให้สื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศเกิดการแพร่กระจายขึ้น

3. การใช้เอกสาร (Document) จากข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องการนำเสนอเรื่องราวทางเพศผ่านสื่อมวลชน และเอกสารจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องและดูแลเกี่ยวกับการปราบปรามการแพร่กระจายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในสังคมไทย

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ เรื่อง "เครือข่ายการแพร่กระจายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในกรุงเทพมหานคร" ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตภาคสนามและได้บันทึกข้อมูลไว้ทุก ๆ ครั้ง ที่ได้ทำการศึกษา ตามประเภทของข้อมูลดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อทางเพศในทุก ๆ ด้านที่ส่งผลให้เกิดการแพร่กระจายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศจากสื่อมวลชน ได้แก่ ข่าวในหนังสือพิมพ์ บทความในนิตยสาร วารสาร รายงานการประชุมขององค์กรที่มีส่วนดูแลการแพร่กระจายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ ข้อมูลและสถิติจากหน่วยงานราชการที่มีหน้าที่ปราบปราม ดูแล ควบคุม การแพร่กระจายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ

2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

ข้อมูลประเภทบุคคล ได้จากผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศและเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกที่อยู่ภายในเครือข่ายการจำหน่ายสื่อทางเพศ ได้แก่ ผู้จำหน่ายและผู้บริโภคสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ และเจ้าหน้าที่รัฐผู้มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ ประสบการณ์ในการปราบปรามและการจับกุมผู้กระทำความผิดที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่วัตถุลามก จึงทำให้เจ้าหน้าที่รัฐสามารถให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้ได้เป็นอย่างดี

ข้อมูลประเภทบุคคลที่ได้จากการสัมภาษณ์ แบ่งได้ 4 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้จำหน่าย กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มนักข่าว และกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐที่ดูแลและปราบปรามการแพร่กระจายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มีจำนวนทั้งหมด 32 คน ดังนี้

1. กลุ่มผู้จำหน่าย		
- ผู้ค้าส่ง	6	คน
- ผู้ค้าปลีก	9	คน
2. กลุ่มผู้บริโภค	7	คน
3. กลุ่มนักข่าว	2	คน
4. กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ	8	คน

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสังเกตการณ์ภาคสนาม (Field Observation) ในพื้นที่ที่มีการจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) ของผู้จำหน่ายและผู้บริโภคที่ซื้อสื่อทางเพศในแต่ละประเภท เพื่อหาความสัมพันธ์ของโครงสร้างของเครือข่ายที่ก่อให้เกิดการแพร่กระจายขึ้น ทั้งนี้จะชี้ให้เห็นถึงรูปแบบ (Pattern) ของช่องทางการวางจำหน่ายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศทั้งแบบไม่โจ่งแจ้ง (Implicit) และแบบโจ่งแจ้ง (Explicit) ว่ามีลักษณะเหมือน

หรือต่างกันอย่างไร มีการวางจำหน่ายอย่างไร จึงทำให้สื่อทางเพศสามารถเข้าถึง (Accessibility) กลุ่มผู้บริโภคหรือผู้ซื้อได้

อนึ่ง ลักษณะความสัมพันธ์ของเครือข่ายช่องทางจำหน่ายยังสามารถนำมาอธิบายให้เห็นถึงปรากฏการณ์การแพร่กระจายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในกรุงเทพมหานคร ว่ามีความสอดคล้อง สัมพันธ์กับระบบสังคมและวัฒนธรรม โดยวิเคราะห์จากโครงสร้างบรรทัดฐานเรื่องเพศในสังคมไทย รวมไปถึงลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ทำให้บางพื้นที่มีการกระจุกตัวของการแพร่กระจายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศมากกว่าพื้นที่อื่น ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.6 การนำเสนอผลการวิจัย

การวิเคราะห์เครือข่ายความสัมพันธ์ที่ทำให้เกิดการแพร่กระจายนั้น ผู้วิจัยศึกษาจากการจัดจำหน่ายและช่องทางการวางจำหน่ายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศจากข้อมูลภาคสนามและข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์สมาชิกที่อยู่ภายในเครือข่าย เพื่อนำข้อมูลทั้งสองมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดการแพร่กระจายของสื่อต่าง ๆ ที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในกรุงเทพมหานคร

3.7 ประสพการณ์การวิจัย

เนื่องจกงานวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการแพร่กระจายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นการเข้าถึงข้อมูลจึงเป็นเรื่องที่ทำได้ค่อนข้างลำบาก เพราะธุรกิจสื่อทางเพศเป็นธุรกิจที่ไม่สามารถวางขายสินค้าได้อย่างเปิดเผยเหมือนธุรกิจทั่วไป เนื่องจากบรรทัดฐานของสังคมไทย มองว่าเรื่อง "เพศ" เป็นเรื่องที่ไม่ควรนำมาพูดคุย หรือเปิดเผยในที่สาธารณะ ดังนั้นสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศจึงเป็นสินค้าเฉพาะอย่างที่ต้องใช้ช่องทางการจำหน่ายที่พิเศษ แตกต่างจากการขายสินค้าทั่วไป

เมื่อผู้วิจัยเริ่มลงมือเก็บข้อมูลเพื่อนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 และบทที่ 5 พบว่าการเก็บข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้มีอุปสรรคและข้อจำกัดหลายข้อที่ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ ผู้วิจัยจึงต้องพยายามคิดหาหนทางที่จะทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลให้ได้มากที่สุด ดังนั้น

เพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้มีประโยชน์ต่อผู้อ่านและผู้มีความสนใจทำวิจัยในหัวข้อที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ในการเก็บข้อมูลระหว่างทำวิจัย เพื่อชี้ให้เห็นถึงปัญหา อุปสรรค และวิธีการเข้าถึงข้อมูลของผู้วิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยหวังว่าประสบการณ์จากการเก็บข้อมูลครั้งนี้จะมีประโยชน์ต่อผู้มีความสนใจทำวิจัยในหัวข้อที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน หรือหัวข้อที่เป็นเรื่องปกปิดในสังคม ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บข้อมูล 4 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2542 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2543 แบ่งระยะเวลาการเก็บข้อมูลได้ 3 ช่วงดังนี้

ช่วงที่ 1 เดือนพฤศจิกายน 2542

ผู้วิจัยเริ่มลงมือเก็บข้อมูลโดยวิธีการสังเกตภาคสนามในแหล่งที่มีการซื้อขายสื่อทางเพศที่เห็นได้อย่างชัดเจน เช่น ย่านสีลม ย่านคลองถม ตลาดใต้สะพานพุทธ แผงลอยขายหนังสือโป๊หน้าวัดไผ่ตัน การเก็บข้อมูลแต่ละครั้ง ผู้วิจัยจะไปเก็บข้อมูลพร้อมผู้ช่วยวิจัยที่เป็นเพื่อนผู้ชายอย่างน้อย 1 คน ผู้วิจัยเริ่มแสวงหาข้อมูลจากผู้บริโภคที่ซื้อสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศที่ได้จากการสังเกตภาคสนาม เมื่อผู้บริโภคเดินออกจากร้านค้าแล้วผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจะเข้าไปพูดคุยและทำความรู้จักกับผู้บริโภคเพื่อขอเบอร์โทรศัพท์สำหรับการขอข้อมูลในภายหลัง เมื่อได้เบอร์โทรศัพท์แล้วผู้วิจัยจะเป็นผู้โทรไปตามข้อมูลที่เกี่ยวกับการซื้อขายสื่อทางเพศ ข้อมูลที่ได้จากผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่วางขาย เวลาวางขาย ราคาขาย และรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าเท่านั้น เมื่อผู้วิจัยตามเกี่ยวกับเรื่องการจัดจำหน่ายและการวางจำหน่ายของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ ผู้บริโภคไม่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวแก่ผู้วิจัยได้ จึงทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถหาคำตอบจากผู้บริโภคเกี่ยวกับการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคได้ วิธีการหาข้อมูลจากผู้บริโภคที่ผู้วิจัยไม่เคยรู้จักมาก่อนมักไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร เพราะผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ไม่ต้องการพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องเพศแม้จะเป็นการพูดคุยทางโทรศัพท์ก็ตาม เมื่อผู้วิจัยประสบกับปัญหาในลักษณะเดียวกันบ่อยครั้ง ทำให้ผู้วิจัยเกิดความท้อแท้ และพยายามหาช่องทางที่จะทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลได้มากกว่านี้

ผู้วิจัยเปลี่ยนวิธีการสัมภาษณ์ผู้บริโภคที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน เป็นการสัมภาษณ์ผู้บริโภคที่ผู้วิจัยรู้จัก หรือผู้บริโภคที่เพื่อนของผู้วิจัยแนะนำให้รู้จัก การสัมภาษณ์แต่ละครั้งจะได้รับความมืออย่างดีหากผู้วิจัยเปิดเผยฐานะผู้วิจัยและวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ยินดีให้ข้อมูลเท่าที่รู้แก่ผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยมีกำลังในการทำวิจัยครั้งนี้มากยิ่งขึ้น ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนพยายามช่วยเหลือผู้วิจัยโดยการแนะนำคนที่มีความรู้หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับการซื้อขายสื่อ

ทางเพศให้ผู้วิจัยรู้จักเพื่อประโยชน์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย ขณะเดียวกันผู้วิจัยเริ่มสร้างความสัมพันธ์กับคนที่จะทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลได้มากขึ้น เช่น ผู้ขายสิ่งพิมพ์ที่มีแผงหนังสือใหญ่ ๆ ผู้ขายวีซีดีที่เพื่อนเป็นลูกค้าประจำอยู่ ทั้งนี้ผู้วิจัยคาดการณ์ว่าผู้ขายสื่อแต่ละประเภทน่าจะมี ความสัมพันธ์หรือรู้จักกับผู้ขายสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศบ้าง เพราะเป็นการขายสื่อประเภท เดียวกันแม้จะมีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกันออกไปก็ตาม หนึ่งในเดือนแรกของการเก็บข้อมูลจึง เป็นช่วงที่ผู้วิจัยใช้เวลาในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อทางเพศเพื่อหาโอกาส ในการเข้าถึงข้อมูลที่น่าจะมีประโยชน์ต่อการตอบคำถามนำวิจัยครั้งนี้ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ในระหว่างนี้ผู้วิจัยใช้เวลาในการหาข่าวที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อทางเพศจากหนังสือพิมพ์ บทความ ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นความรู้เบื้องต้นในการตั้งคำถามเพื่อการสัมภาษณ์ เพื่อประโยชน์ในการนำ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาตรวจสอบกับข้อเท็จจริงที่ได้จากข้อมูลเอกสาร

ช่วงที่ 2 เดือนธันวาคม 2542 - เดือนมกราคม 2543

ผู้วิจัยเริ่มลงมือเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องที่อยู่ในธุรกิจสื่อทางเพศ โดยเริ่มจาก ผู้ค้าปลีกซึ่งผู้วิจัยใช้เวลาในการสร้างความสัมพันธ์โดยการเข้าไปพูดคุยและซื้อสินค้าบ่อย ๆ เพื่อให้ ผู้ให้สัมภาษณ์เกิดความคุ้นเคยและจำผู้วิจัยได้ เมื่อสัมภาษณ์เสร็จแล้วผู้วิจัยมักจะได้รับการแนะนำ ให้ไปคุยกับคนที่อยู่ในธุรกิจสื่อทางเพศคนอื่น โดยได้รับการรับรองจากบุคคลที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์แล้ว ซึ่งก็ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี ผู้ให้สัมภาษณ์เกือบทุกคนยินดีให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อผู้วิจัย แต่มีข้อแม้คือห้ามเปิดเผยชื่อผู้ให้สัมภาษณ์โดยเด็ดขาด ผู้วิจัยสามารถเข้าไปสัมภาษณ์ผู้ค้าส่งได้ โดยได้รับความช่วยเหลือจากผู้ค้าปลีกรายใหญ่ที่ให้ความไว้วางใจต่อผู้วิจัยว่างานวิจัยครั้งนี้เป็นงาน วิจัยทางวิชาการเท่านั้น ไม่มีเจตนาทำลายกระบวนการค้าของธุรกิจสื่อทางเพศแต่อย่างใด นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้รับความกรุณาจากเจ้าหน้าที่รัฐบางคนที่มีความสัมพันธ์ส่วนตัวกับผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีก โดยเจ้าหน้าที่รัฐให้ความช่วยเหลือในการรับรองความปลอดภัยแก่ผู้ให้สัมภาษณ์ที่ให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐได้รับคำแนะนำจากผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีกที่รู้จักเจ้าหน้าที่รัฐที่ทำการจับกุม อยู่บ่อย ๆ และได้จากการติดต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการปราบปรามสื่อทางเพศที่ไม่เหมาะสม ต่อสังคมไทย หรือที่ทางหน่วยงานราชการเรียกว่า "สื่อลามก" ส่วนการสัมภาษณ์นักข่าวได้จากการ ติดต่อผู้เขียนบทความเกี่ยวกับเรื่องธุรกิจสื่อทางเพศ ผู้วิจัยติดต่อบริษัทนักข่าวเพื่อต้องการรู้ถึง วิธีการแสวงหาข้อมูลและการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสื่อทางเพศ ซึ่งผู้วิจัยได้รับ ความช่วยเหลืออย่างมากจากนักข่าวที่เขียนบทความเกี่ยวกับเรื่องธุรกิจสื่อทางเพศ นักข่าวจะเป็น ผู้แนะนำแหล่งข่าวที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องการค้าซื้อขายสื่อทางเพศให้ผู้วิจัย จากนั้นผู้วิจัยจะ

เป็นผู้ติดต่อขอสัมภาษณ์ด้วยตัวเองโดยไม่ลืบบอกว่าได้รับคำแนะนำมาจากใคร ผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างดีเนื่องจากผู้วิจัยรับรองสถานภาพการเป็นนักศึกษาจากผู้ให้สัมภาษณ์ด้วยความจริงใจ ประกอบกับเรื่องที่ทำการศึกษาเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชน ซึ่งเป็นเรื่องที่สอดคล้องกับภาควิชาที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาอยู่ ทุกครั้งที่ผู้วิจัยมีความรู้สึกที่ผู้ให้สัมภาษณ์มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องการจัดจำหน่าย การวางจำหน่ายสื่อทางเพศอย่างลึกซึ้ง ผู้วิจัยมักจะขอร้องผู้ให้ข้อมูลกรุณาให้ข้อมูลที่มีประโยชน์แม้จะเป็นข้อมูลที่ไม่ควรเปิดเผยก็ตาม โดยผู้วิจัยยืนยันว่าข้อมูลที่ได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์งานวิจัยทางวิชาการเท่านั้น

ช่วงที่ 3 เดือนกุมภาพันธ์ 2543

เป็นช่วงที่ผู้วิจัยเริ่มเก็บข้อมูลที่ยังไม่สามารถเข้าถึงได้ ข้อมูลที่ผู้วิจัยเข้าถึงได้ยากที่สุด คือ การเข้าถึงข้อมูลของกระบวนการจัดจำหน่ายสื่อภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาแนะนำเกี่ยวกับเรื่องทางเพศ ผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่รัฐในการแนะนำให้รู้จักกับสายหนึ่ง ทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลการจัดจำหน่ายของสื่อภาพยนตร์ได้ในที่สุด

อนึ่ง หลังจากเดือนกุมภาพันธ์ 2543 ผู้วิจัยเริ่มนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาเขียนผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อผู้วิจัยมีปัญหาติดขัดในบางประเด็นซึ่งยังไม่มีคำตอบมากนักพอ ผู้วิจัยจะติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ที่เคยให้สัมภาษณ์อีกครั้ง และก็ยังได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

งานวิจัยครั้งนี้ แม้ผู้วิจัยจะพบกับอุปสรรคมากมายในการเข้าถึงข้อมูลจนทำให้ผู้วิจัยเกิดความท้อแท้มากเพียงใดก็ตาม แต่ในท้ายที่สุดผู้วิจัยก็สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้โดยได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลหลาย ๆ ฝ่ายที่มีความเข้าใจต่อวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยครั้งนี้ ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้รับมีประโยชน์อย่างมากต่อการตอบปัญหาวิจัย งานวิจัยครั้งนี้จะไม่ประสบความสำเร็จเลยหากผู้วิจัยไม่ได้ความกรุณาและความเอื้อเฟื้อจากผู้ให้ข้อมูลทุก ๆ ท่านดังที่กล่าวมาจากประสบการณ์ในการวิจัย